



El pastor electrónico como estrella de TV

*¿Por qué la televisión evangelista es más divertida
que ir a misa los domingos?*

*Una crónica de Camila Moraes
Fotouiustraciones de Handrez García*

Como un astro de la música pop en un concierto, un pastor entona una canción desde el escenario, invitando a la audiencia a seguir los versos que canta al ritmo de una orquesta. La letra se exhibe en pantallas de televisión esparcidas en el lugar. Todos lo hacen, unos más tímidos y otros tan cómodos como si estuvieran en un karaoke. Pero lo más curioso es que ni una sola persona parece hacer caso de un inmenso

monstruo negro que lleva una videocámara a los rincones más alejados del salón mientras cientos de personas cantan. La grúa sobrevuela todo el salón, desde el estrado hasta el fondo donde se encuentran los últimos asientos. Se mueve como una culebra silenciosa sobre las cabezas de los fieles, que mientras oran siguen atentos al pastor, no al aparato. Cuando entra al salón de ceremonias de la Iglesia Internacional de la Gracia de Dios, haces un paneo y lo primero que notas es la máquina negra. Pero los asistentes parecen acostumbrarse pronto a ese animal que vuela sobre sus cabezas. Saben que están en un *show*. Una grúa suele ser un aparato sofisticado para grabaciones de televisión o filmaciones de cine. Es cómico imaginar que muchos programas o películas en América Latina no lo tienen, pero una iglesia evangelista brasileña sí. Parece que los teleevangelistas han sido quienes mejor entendieron el cliché de que una imagen vale más que mil palabras.

Los que no creen en milagros sólo necesitan ver más televisión. Después de unos minutos expuesto al teleevangelismo, el espectador escéptico luchará contra la imagen de la sanación, por ejemplo, de una persona con problemas serios de espalda agachándose y levantándose varias veces, mientras el pastor —como si estuviera en trance— le grita órdenes en nombre del Señor y en contra del Diablo. Pero no será capaz de borrarla de su mente. Las escenas son elocuentes: un estadio de fútbol para miles o una pequeña sala de conferencias se colma de feligreses (grandes o pequeños, los espacios siempre se ven llenos) que buscan curarse de males morales y físicos. Están atentos, concentrados y son guiados por un líder que se esfuerza por atender y *divertir* a su público. Nadie carece de convicción. Es el encuentro perfecto de la necesidad con la «solución». Un televidente distraído podría pensar que producir milagros no tiene grandes costos: sólo se percibe un escenario, que el pastor comparte con el grupo musical, un mar de sillas como único decorado

y una iluminación tal vez demasiado blanca para los fotógrafos más exigentes.

La diferencia la hace el «*showman*». Un buen pastor sabe poner la retórica antes que sus conocimientos religiosos, lo que no significa que no los tenga o que no los pueda dispensar. Nada se dice sin hacer referencia al Señor, a su sabiduría y a su amor infinito por los pecadores allí presentes. Testimonios personales, de los que generan la ilusión de cercanía y hasta de intimidad entre amigos, se mezclan con términos respetuosos, elegidos con cuidado. Una cita bíblica aparece de vez en cuando, en un esfuerzo por demostrar que lo dicho está documentado. Esta fría mañana de invierno de 2011, el showman es R.R. Soares, uno de los pastores más famosos de la televisión brasileña.

Romildo Ribeiro Soares tenía once años cuando se encontró entre una pequeña multitud maravillada delante de un aparato de televisión en un escaparate de la calle Muniz Freire, en Espírito Santo, Brasil. Dice que pensó: «Esto de la televisión parece ser un buen negocio». Era 1958, casi una década después de la primera transmisión televisiva en el país. En ese momento no sólo experimentó una revelación personal, sino que hizo una promesa frente a la pantalla: «Algún día estaré allí, hablando del Señor». Hoy «Misionário» R. R. Soares pasa cerca de cien horas semanales «allí», en la televisión abierta del país más grande de Sudamérica. Su rostro es el que más ven los brasileños cuando encienden la TV. Su voz de terciopelo habla del Señor a millones de personas todos los días. Es un pastor electrónico, conocido no sólo en Brasil, sino en todo el mundo, porque la imagen de este sesentón sin canas, que suele vestir de traje y corbata, se transmite en toda América Latina y en otras partes del globo.

Evangélico desde niño, R. R. Soares se hizo predicador en la adolescencia, cuando quería ser médico y había conseguido una beca para estudiar en Rusia. Nunca llevaría a cabo este plan, aunque sí terminó de-



dicándose al negocio de sanar. Lo hace en la televisión, donde comandó el primer programa evangélico nacional brasileño en Rede Tupi. Era 1977. Ese mismo año fundó la Iglesia Universal del Reino de Dios (la más conocida de las iglesias evangélicas brasileñas) con Edir Macedo, su cuñado y hoy también gurú mediático, dueño de un canal religioso de transmisión abierta. Juntos, predicando y administrando templos, Soares y Macedo pronto descubrieron que manejaban estilos diferentes. A Soares le parecía que el esposo de su hermana evangelizaba de forma muy «agresiva». Poco tiempo después dejaron de ser socios en la Iglesia Universal, y Soares fundó su propia empresa, la Iglesia Internacional de la Gracia de Dios. Hoy maneja casi tres mil iglesias en todo el país y alrededor de cuarenta más en países vecinos, como Argentina y Perú, pero también en tierras más lejanas, como España y Japón. Al contrario de Macedo, a quien el «Misionário» considera un auténtico hombre de negocios, él prefiere dedicarse en persona a la conquista de fieles a través de sus *shows* en vivo que mezclan predicación, curas de las más diversas enfermedades y, claro, rescate de almas para Jesús. Suele reunir al menos a cuatrocientas personas por encuentro. Muchas más de las que como médico podría atender en una consulta durante toda una quincena.

Hoy el programa de R. R. Soares en la televisión, SHOW DA FE, es emitido en horarios estelares por dos televisoras de señal abierta (Band y Rede TV!) y en su propio canal por cable, RIT. Los patrocinadores de la producción no son marcas de autos ni de ropa, sino los

fieles. Al final de cada emisión los televidentes pueden llamar y registrarse para hacer pagos electrónicos y contribuciones de débito automático para depositar sus donaciones a la obra del Señor. El misionero electrónico sabe que, mientras sea auspiciada, la fe no tiene límites. Por ello existe «GRACIA», un *holding* que reúne una imprenta, una editorial de libros, una productora de música y otra de cine. También está en internet. Allí brinda atención *online* a feligreses, consejos en video, búsquedas de pasajes bíblicos, un periódico electrónico y tarjetas de crédito para los seguidores de la iglesia, como las que ofrecen supermercados y grandes almacenes. Además hay una tienda virtual de productos como CDs, DVDs y libros en idiomas que van del portugués al árabe. Después de absorber de forma tan prematura el poder de la televisión, el Misionário migró sin dificultad a otros medios electrónicos y maneja modernos y complicados conceptos de negocios *online* que algunos todavía intentan comprender. Soares no necesitó ninguna epifanía frente a la pantalla de la computadora para eso.

Con modales contenidos pero seguros, R. R. Soares mueve la boca al predicar, pero lo que pronuncia no coincide con lo que se escucha. Es un doblaje descompasado que se vuelve irrelevante al oír la entonación y firmeza del mensaje que sí se reproducen a la perfección. El SHOW DE LA FE en español. Basta con un cambio de canal para encontrar otro de tan-

tos programas del género. Ahora sin superposición de voz, un pastor habla a la audiencia y a los televidentes con un cantar que se reconoce en otra situación: las entrevistas a futbolistas brasileños hablando en portugués. En las iglesias evangélicas de América Latina, como en el fútbol, impera el producto de exportación «made in Brazil».

Pero el talento —para la palabra o para la pelota— necesita espacios propicios para crecer. La dictadura militar que se instaló en el país en 1964 abrió las puertas a las iglesias evangélicas del modelo norteamericano, porque eran coherentes con el crecimiento de la industria ligada al capital extranjero y sobre todo, porque ayudaban a contrarrestar a los curas izquierdistas de la época. Durante los años sesenta, Brasil fue cuna de los teólogos de la liberación, esos católicos revolucionarios que admiraban las ideas de Cuba y predicaban en el campo y los barrios pobres llamando a la equidad y, algunas veces, causando agitación. La preocupación de algu-

homenaje al país que poco a poco deja de ser conocido solo como la tierra del fútbol para convertirse en productor líder de sermones inspiradores pero también, algunas veces, de modelos de estafas en nombre del Señor.

En la grabación en vivo de un culto, se siente en la piel el contenido de un eslogan en apariencia sencillo, pero tan eficaz como el principio activo de una droga poderosa. «Pare de Sufrir» es la marca del cuñado de R.R. Soares, en la Iglesia Universal, pero también es una fórmula en la que otros cultos evangélicos se inspiraron para lograr una manera clara y precisa de transmitir su especialidad. Es un imperativo al estilo publicitario. A todos nos sirve: queremos y necesitamos dejar de sufrir. Lo compramos.

Estamos en el centro (histórico, gris, amenazante y por momentos degradante) de la ciudad de Sao

De exportador de espectáculos televisivos para las masas, como fútbol y telenovelas, Brasil se ha convertido en proveedor de modelos rentables de religión. Más allá de ocupar de forma estratégica viejos cines y transformarlos en templos, en el Perú, Nicaragua y México se aseguran de que sus pastores locales prediquen con acento brasileño

nos católicos por la expansión —sobre todo en los barrios pobres— de las iglesias neopentecostales no es reciente. El país católico más grande del mundo ha sido tierra de oportunidades para los cultos que enfatizan la prosperidad como resultado material de la vida cristiana. Brasil no tardó en aprovechar el poder del entretenimiento, y hoy, de exportador de espectáculos televisivos para las masas, como fútbol y telenovelas, se ha convertido en proveedor de modelos (rentables) de religión. Estos días no es raro encontrar en los diarios latinoamericanos denuncias de cultos que operan bajo el sistema de las célebres iglesias evangélicas de Brasil. Más allá de ocupar de forma estratégica viejos cines y transformarlos en templos o copiar la oferta de productos y servicios «benditos», empresas religiosas en el Perú, Nicaragua y México se aseguran de que sus pastores locales prediquen con acento brasileño. Es casi un

Paulo, la capital industrial de Brasil. La baja temperatura y vientos húmedos de hoy no figuran en las guías turísticas de un país tropical. Los que llegan en carro ya no encuentran sitios disponibles para aparcar. Los que vienen caminando se aglomeran en la puerta de lo que parece ser un teatro o un cine, todos muy bien vestidos, las mujeres maquilladas, los hombres peinados con gel y los niños como si estuvieran listos para una fiesta infantil. Todos llevan puestas con orgullo la sonrisa y la ropa de domingo. Adentro se guarda silencio, como en las misas tradicionales, y la gente se va organizando en cómodas sillas. La decoración del local es mínima y se asemeja a un salón de conferencias, equipado, eso sí, con suficiente tecnología audiovisual para un *show* televisivo. En seis horarios distintos a lo largo del día, empezando a las siete de la mañana, aquí se graba el *SHOW DA FÉ*, casi siempre con la presencia de R. R.

Soares. Un capítulo de telenovela de una hora, en cambio, requiere unos cinco días de grabación.

Asistir al servicio dominical hecho para la televisión no es una experiencia intimidante en términos religiosos. No requiere postrarse en un gran templo frente a velas. No hay incienso. Hay sí una cortesía casi de etiqueta con la que se trata a los asistentes, y orar de forma colectiva es como encontrarse con los amigos el fin de semana. Las palabras se eligen con cuidado, pero jamás son pronunciadas en latín y tampoco formarán frases solemnes de contrato con el Señor, sino que transmiten la sensación de estar en una fiesta, aunque respetuosa, entre camaradas cercanos. Cuando una bella mujer sube a cantar al escenario, R.R. Soares halaga su aspecto con una precisa y respetuosa selección de palabras: «¡está toda sobresaliente!», y de inmediato agrega «en Jesús». Todos ríen. Aquí el Señor no sólo es el anfitrión, sino el mejor amigo de uno. A los de la casa les dicen «hermanos». A los recién llegados los dejan cómodos para que se ubiquen con tranquilidad, y, a la gente mayor o con niños, se le ofrece un mejor asiento. Bajo las ropas elegantes están los más distintos orígenes y las más complicadas historias de vida, pero se trata de un día especial, y el traje traduce la única exigencia de la ocasión: querer ser mejor de lo que se es.

Como producción de TV, en cambio, el servicio religioso podría hacer temblar a los feligreses más introspectivos. La imagen del escenario armado con instrumentos musicales, equipos de sonido e iluminación, al lado de la imponente grúa, nos transporta a un set de grabación cinematográfico. Las canciones de alabanza son interpretadas en vivo con los ritmos del momento, como rap y música romántica. Aquí todo está orquestado para hacer la conexión entre cuadro y cuadro del programa,

que se arma con un *timing* perfecto. Delante de un público variado, R. R. Soares impresiona con carisma y seguridad que pocos personajes son capaces de transmitir en vivo.

Estamos en un estudio, pero el objetivo es orar. Bajo el mando de Soares, que luego transmitirá la batuta a un colega, se inicia con una invitación a expulsar las tentaciones y los demonios interiores. Al ritmo creciente del sermón del pastor, todos los que antes tenían los ojos abiertos y puestos sobre el escenario ahora los cierran para concentrarse en un automurmullo que, poco a poco, se transforma en una nube sonora y penetrante que estalla en un grito que nos despierta a todos del trance. Hay una cura, determina el pastor. En nombre de Jesús desaparecen los dolores: los que no se podían mover se agachan, se levantan y empiezan a brincar. Se comprueba el efecto de la sanación con los testimonios que los asistentes de producción solicitan a la audiencia con sus micrófonos en mano. Todo sucede muy deprisa. De repente, por los tres pasillos del salón surge una treintena de personas alzando terminales de tarjetas de débito y crédito. Se aceptan Visa, Mastercard y otras. Los feligreses atienden al llamado del pastor, que recuerda que la obra del Señor debe continuarse. Quienes hoy tienen poco o nada para contribuir no deben sentirse intimidados. Para ellos, que acaban de experimentar la cura, el *show*, la catarsis, hay una promesa: las cosas están a punto de cambiar. Mañana podrán ser patrocinadores. Después de una hora, el encuentro termina. La gente

se ve satisfecha y relajada. Saliendo del recinto, tal vez se asomen otra vez los miedos y las frustraciones del mundo real. Pero no tienen que esperar a volver a venir para experimentar lo que acaba de suceder aquí. Para eso en casa podrán sintonizar el *show*. Sin entretenimiento televisivo es difícil parar de sufrir. ♦

