

La Casa de Dios y de Cash Luna: una megaiglesia centroamericana

Recibido: 10-02-2021

Revisado: 15-02-2021

Aprobado: 24-03-2021

DOI: 10.32870/cl.v2i25.7868

Edson Fernando Gomes*

Resumen

La Casa de Dios es una megaiglesia cristiana evangélica guatemalteca del tamaño de un estadio. Cash Luna es su fundador y pastor principal, y es reconocido en el medio cristiano latinoamericano por sus libros, predicaciones, carisma, situación financiera privilegiada, dones de sanación, y por tener su nombre asociado a polémicas sospechas de lavado de dinero y enriquecimiento ilícito. A través del trabajo de campo, la observación en servicios, y la revisión y análisis de la literatura, este trabajo presenta un primer acercamiento a esta institución; donde se buscó explicar cuáles son y cómo operan las estrategias de comunicación, la comunicación organizacional y las formas sensoriales generadas desde esta iglesia. La importancia de este acercamiento reside en la relevancia de esta institución y su líder en la realidad guatemalteca, así como una contribución al abordaje de este tipo de agrupaciones religiosas y liderazgos en términos académicos.

Palabras clave: Casa de Dios, Guatemala, Cash Luna, teología de la prosperidad, evangélicos

The House of God and Cash Luna: A Central American megachurch

Abstract

Casa de Dios is a stadium-sized Guatemalan evangelical Christian megachurch. Cash Luna is its founder and senior pastor, recognized in the Latin American Christian milieu for his books, preaching, charisma, privileged financial situation, gifts of healing, and for having his name associated with controversial suspicions of money laundering and illicit enrichment. Through fieldwork, observation in meetings, and literature review and analysis, this research presents a first approach to this institution; where it was sought to explain what are and how the communication strategies, organizational communication and sensory forms generated from this church operate. The importance of this approach lies in the relevance of this institution and its leader in the Guatemalan reality, as well as a contribution to addressing this type of religious groupings and leaderships in academic terms.

Keywords: Casa de Dios, Guatemala, Cash Luna, Theology of Prosperity, Evangelicals

* Maestro en Comunicación de la Ciencia y la Cultura por el ITESO (2018-2020) y licenciado en Ciencias Sociales por la Universidad de Brasilia (2013-2017), sus intereses de investigación abarcan las formas contemporáneas del cristianismo latinoamericano, el cristianismo protestante contemporáneo, la comunicación organizacional y la utilización de estrategias de comunicación en instituciones religiosas. Contacto: edsonbr.mex@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4726-2684

Introducción

La Casa de Dios es una megaglesia cristiana ubicada en la ciudad de Guatemala, institución que llama la atención por sus proporciones, poder financiero, número de miembros, poder de influencia, organización, alcance, y por la figura de su líder principal, el pastor *Cash Luna*.

La mejor manera de ilustrar a esta iglesia y lo que representa en la sociedad guatemalteca es tomando como ejemplo una pequeña iglesia evangélica local en la cual los propios fieles se dedican, de forma totalmente voluntaria, a la logística de la iglesia; lo que incluye cuidar la guardería, cuidar el estacionamiento, estar en la entrada para recibir personas y dar información e incluso dando clases a niños y adolescentes mientras se lleva a cabo el culto principal. Una iglesia en la cual el pastor principal representa un ejemplo de vida para los miembros y ejerce una importante influencia en la vida de los mismos. Una iglesia donde las donaciones de los miembros mantienen a la iglesia y al pastor. Una iglesia donde existen diversas actividades para que los miembros estén siempre activos. Ahora, tomando en cuenta estos puntos y elevándolos a la proporción y alcance de una empresa grande cuya organización emplea y sirve a miles de personas, esta iglesia es La Casa de Dios (Gomes, 2020).

Aproximarse al territorio de Casa de Dios, es una experiencia similar a la de llegar a un gran estadio de fútbol. Debido a su tamaño colosal, esta iglesia se encuentra a las afueras de la capital de Guatemala (kilómetro 22 del camino a El Salvador), inaugurada en 2013, es conocido como La Ciudad de Dios por los residentes de la capital guatemalteca. Al ingresar al estacionamiento, que cuenta con 3300 espacios para automóviles y 40 para autobuses, la logística de la iglesia comienza a notarse, ya que hay varios voluntarios uniformados que se encargan de este gigantesco estacionamiento al auxiliar a los carros a encontrar locales para estacionarse y apuntar las direcciones de la salida y entrada. Al salir del estacionamiento, se pueden ver los enormes jardines de la iglesia, que cuentan con 1200 árboles, 80 mil arbustos y 26 km de tubería interna para el cuidado de estas áreas verdes, las canchas deportivas y la bandera guatemalteca de 26 por 19 metros con un poste de 44 metros de altura que cuenta con un sistema motorizado para levantarla (Gomes, 2020).

El objetivo de este artículo es hacer una descripción de La Casa de Dios y un primer acercamiento analítico sobre esta organización religiosa desde la visión de la *comunicación organizacional* y la *sociología de la religión*. A partir de la unión de estos campos de las Ciencias Sociales, se pretende observar

que uno de los grandes aciertos de La Casa de Dios ha sido saber comunicarse con un público diverso de la sociedad guatemalteca, apelando a una identificación por medio de sus intereses, sus necesidades y, de un modo local, a las tendencias de moda y estilos más actuales del universo cristiano protestante. A continuación, se presentará la metodología utilizada en la investigación, los resultados de la misma acompañados por el marco teórico utilizado, para cerrar con las conclusiones de este trabajo.

Metodología

A partir de la exploración y búsqueda de información sobre esta iglesia a través de medios digitales se llegó a dos conclusiones: la primera es que el pastor *Cash Luna* y La Casa de Dios son ampliamente reconocidos y tanto la iglesia como su líder tienen gran relevancia entre el público cristiano latinoamericano; y, por otro lado, que hay escasa literatura académica que aborde este intrigante caso. Con excepción de un par de tesis que se enfocan en el discurso del Pastor Cash Luna (Phé Funchal, 2007; Cano Ramos, 2014), todavía no hay trabajos que, aún de manera exploratoria y descriptiva, aborden y analicen esta organización.

Tomando esto en consideración, se trazó un plan de trabajo de campo a partir del cual se realizaron observaciones presenciales y a distancia (por medio de videos puestos a disposición por la propia iglesia en internet) de los cultos de Casa de Dios durante el mes de enero y marzo del 2020. Para contar con narrativas, se privilegiaron las conversaciones informales con personas que son o fueron miembros de la iglesia y residentes de la Ciudad de Guatemala que no tienen relación directa con la iglesia.

La metodología utilizada fue cualitativa y constó de dos etapas: la primera se basó en la observación de la celebración de los cultos de La Casa de Dios de manera virtual y de manera presencial; y la segunda etapa implicó la revisión bibliográfica sobre lo que ya se ha escrito sobre la iglesia y el análisis de lo observado a la luz de algunos conceptos de las Ciencias Sociales. Esta investigación entiende por observación la definición trabajada por Flick (2007):

...mantiene la distancia de los acontecimientos observados para evitar influirlos. Esto se puede lograr en parte sustituyendo la observación real en la situación por cintas de vídeo. Por otra parte, es posible efectuar intentos de distraer la atención de aquellos que están bajo la observación del investigador para que se olviden del proceso de observación del modo más rápido y completo posible. (Flick, 2007:150)

Partiendo de esta visión de observación, se buscó así analizar las estrategias de comunicación de Casa de Dios y las interacciones de los participantes en el

momento en el que estas se producen, también analizando documentos como textos, imágenes, videos y música.

Resultados

Una megaiglesia

El pensamiento más intuitivo y obvio al preguntarse qué es una megaiglesia no está del todo incorrecto, una megaiglesia tiene por primera característica el ser grande y tener un gran número de personas que asisten a sus cultos y que hacen parte de su comunidad: una frecuencia de al menos 2000 participantes en una semana, no de miembros registrados, sino que de personas que asisten a un culto dominical y actividades en la semana, y que no necesariamente son militantes de la organización. Pero más allá de ser simplemente grandes, las megaiglesias comparten otras características, dinámicas organizativas y de liderazgo.

De acuerdo con Eagle (2020) y Bazanini & Machado Junior (2018) las características principales que definen a una megaiglesia son:

- Poseen tradición protestante
- Una posición teológica conservadora
- Un líder carismático y con autoridad
- Ofrecen programas y actividades adaptados a las necesidades de su público
- Buscan lograr una importancia cultural en la sociedad
- Una comunidad congregacional muy activa los 7 días de la semana
- Ministerios enfocados a cuestiones sociales de los miembros y de divulgación de la organización y sus actividades
- Una estructura organizativa compleja y diferenciada

De las características aquí enlistadas, La Casa de Dios solamente difiere en no tener un posicionamiento teológico conservador. Esta iglesia se alinea con la teología de la prosperidad y tiene prácticas reconocidamente neopentecostales, hablaremos más adelante de estos conceptos y lo que representan.

Una iglesia Neopentecostal

La Casa de Dios es una iglesia protestante neopentecostal, y para entender lo que es una iglesia neopentecostal, es necesario ubicar al pentecostalismo dentro del universo evangélico-cristiano. Los pentecostales son una rama del protestantismo que se identifica por la creencia y práctica constante de los dones del Espíritu Santo. En 1906 en la Iglesia Metodista Episcopal Africana de California en los Estados Unidos, hubo un movimiento protestante de renovación de paradig-

mas de fe conocido como el Avivamiento espiritual de la calle Azusa (Calzato, 2008). Este movimiento consistió en hechos semejantes a los narrados en la Biblia, como el día de Pentecostés.¹ Dichas manifestaciones del Espíritu Santo incluían experiencias de éxtasis espiritual tales como hablar en lenguas desconocidas (glosolalia), decir profecías acerca del futuro, la sanación de enfermedades, etc. De este movimiento nace la teología pentecostal, que se enfoca en la posibilidad y capacidad de obtener esta experiencia con el Espíritu Santo (Semán, 2019; Oro & Tadvald, 2019).

Al interior de las iglesias pentecostales, nace una nueva manera de ser pentecostal, las iglesias neopentecostales, que de manera generalizada se enfocan en la Teología de la Prosperidad y en la doctrina de la guerra espiritual. Para una mejor comprensión de este fenómeno cito a Pablo Semán (2019) quien al abordar la relación de las iglesias neopentecostales de barrio y las megaiglesias neopentecostales menciona que:

En las últimas décadas se produjo una multiplicación de las pequeñas iglesias pentecostales. Este fenómeno ha sido menos observado, pero no es menos importante: la mayor parte de los convertidos al pentecostalismo se terminan agrupando en pequeñas iglesias autónomas en sus barrios, tras un paso por iglesias más grandes o más institucionalizadas. Muchos de los pastores barriales obtienen en esas grandes iglesias el know how para armar nuevos templos en sus áreas de residencia, a los que cada grupo de creyentes imprime el sello de la particularidad de su experiencia. En una dinámica que es parecida a la de la proliferación de bandas musicales, las pequeñas iglesias son la mayoría silenciosa en que decanta la sensibilidad pentecostal. En esas pequeñas iglesias, cualquier observador podrá encontrar casi todo aquello que se asegura que es propio del neopentecostalismo (Semán, 2019:33).

Siguiendo a este autor, las iglesias neopentecostales provienen de movimientos e iglesias pentecostales que “comenzaron a hacer un marcado uso de todas las innovaciones comunicacionales disponibles y aplicaron también técnicas de «iglecrecimiento» (*church growth*) que habían sido exitosas en Corea del Sur” (Semán, 2019:33). El desarrollo de este nuevo estilo de protestantismo pentecostal posibilitó el desarrollo de megaiglesias como el caso de La Casa de Dios. Semán deja claro que por más que el neopentecostalismo prefiera las megaiglesias, no todas las megaiglesias son neopentecostales, esto concuerda con las afirmaciones que hacen Eagle (2020) y Bazanini & Machado Junior (2018) cuando ven que en Estados Unidos las megaiglesias son normalmente de teología conservadora, que es lo contrario a la postura neopentecostal en América Latina.

La Comunicación Organizacional

La Casa de Dios es una iglesia que usa estrategias de comunicación organizacional similares a las de una empresa con fines lucrativos por más que, en esencia, no se trate de una. Por lo que abordar estas estrategias desde la comunicación organizacional permite una mejor comprensión de sus formas comunicativas, sobre todo siendo este un primer acercamiento al fenómeno. A partir de que el hombre se agrupa y crea instituciones existe la comunicación organizacional. El papel de la comunicación organizacional en esta investigación y en el campo de la Comunicación es, en sí, aportar más conocimiento sobre la relación entre la comunicación y las instituciones. Por esto se propone explicar, a grandes rasgos, el uso de la comunicación organizacional en Casa de Dios y su relación con los miembros de la iglesia.

La Porte (2005) define la comunicación organizacional como un tipo de comunicación realizada de forma organizada por una institución o sus representantes y dirigida a las personas y grupos del entorno social en el que desarrolla sus actividades. Así, la comunicación organizacional consiste en una serie de prácticas, técnicas e intervenciones que permiten, habilitan y articulan el diálogo entre la institución y sus públicos. Para una institución, el diálogo con su público meta tiene la finalidad de transmitir su identidad, su reputación y sus ideales, para con ello lograr un mayor éxito en el cumplimiento de sus metas y una mayor participación en las actividades que realiza y convoca.

Al observar los servicios de La Casa de Dios tanto de forma presencial como no presencial y sus estrategias de comunicación, queda clara la necesidad y relevancia de utilizar el concepto de *formas sensoriales*, ya que refiere a la religiosidad relacionada con cuestiones materiales, sensitivas y emocionales para explicar este fenómeno.

Formas Sensoriales

El concepto de formas sensoriales se incorpora al abordaje de la religión con el fin de valorar y dimensionar la importancia de la materialidad y las formas estéticas presentes en las expresiones y prácticas religiosas. Retomando la investigación de Meyer (2018) sobre el pentecostalismo en Gana, las mediaciones materiales son pieza clave en la configuración de sensaciones, ya que son capaces de producir una experiencia religiosa que logra conectar a las personas con el mensaje que la organización religiosa promueve, genera relaciones entre pares y también vínculos con lo trascendental. Estas materialidades van desde el escenario, la escenografía y arquitectura del templo

hasta la música y la ambientación presente en los cultos, todos estos elementos buscan en conjunto llevar a las personas a una experiencia religiosa que los acerque a lo sagrado.

Meyer observó cómo lo material y lo espiritual tiene una relación estrecha dentro de la religiosidad pentecostal. Partiendo de este principio, la autora construyó el concepto de forma sensorial basándose en la comprensión de la religión como una práctica de mediación entre los humanos y una divinidad. La mediación expresa la existencia de una separación previa que necesita de una unión, y las formas sensoriales se convierten en ese elemento bisagra que la genera. Esta mediación define entonces una estética religiosa comprometida con lo sensorial del humano y su conexión con lo trascendental.

Al ver la religión como la relación de una colectividad de creyentes con seres considerados como sagrados a los cuales se dan atributos trascendentales, y un sistema de creencias y prácticas enfocadas a la relación entre el ser humano y lo sobrenatural de acuerdo con elementos simbólicos (Garma, 2004), las formas sensoriales son la mediación persuasiva que permite esta relación con lo divino y su experimentación para así ser entendida como real. Para Meyer las formas sensoriales son:

...modos autorizados de organizar e invocar acceso a lo trascendental que construyen el contenido (creencias, doctrinas, conjunto de símbolos) y las normas religiosas. Esas formas poseen un papel central en la modulación de los practicantes como sujetos religiosos, envolviéndolos en prácticas particulares de culto y estándares de sentimiento. En consecuencia, las formas sensoriales son parte de una estética religiosa específica, a la cual comanda un compromiso sensorial de los seres humanos entre sí y con lo divino, generando sensibilidades específicas (Meyer, 2018, p.29-30).

Esta autora concluye que las formas religiosas cargan una cierta estética de persuasión, por medio de la cual el ser trascendental debe ser percibido como real y poderoso. El concepto de estética de persuasión de Meyer auxilia en la explicación de cómo la religión permite formas de incorporación de lo divino por medio de formas sensoriales; ya que la estética religiosa “autoriza una distribución específica de lo sensible que propicia la experiencia religiosa” (Meyer 2018, p.36) lo cual entiendo como la existencia de sensaciones y experiencias activadas y propiciadas por la estética religiosa específica.

La estética de la persuasión es una herramienta de convencimiento para lo religioso y la conexión con lo divino, ejerciendo así una influencia tanto en la permanencia religiosa de los sujetos como en su participación e involucramiento. Así, este tipo de iglesias,

al promover las formas sensoriales y al recurrir a la estética de persuasión, habilitan experiencias que permiten a las personas vivir y sentir una conexión real con lo trascendental.

Contexto y Estratificación Social en Guatemala

Guillermo Díaz (2012) en su artículo sobre la estratificación y movilidad social guatemalteca, afirma que en las décadas de los 90's y 2000 la sociedad guatemalteca experimentó una fuerte inserción económica mundial debido a la inversión extranjera. La población económicamente menos favorecida de la sociedad empezó a vivir un aumento en su nivel de educación y desde la pobreza surgieron ascensos a la clase media. En su visión, la clase media de Guatemala es "incipiente" debido a que, de acuerdo con sus datos, representaba en ese entonces sólo el 9.2% de la población, lo significa que aproximadamente uno de cada diez guatemaltecos era miembro de esta clase social. Una clase media compuesta por profesionales con educación universitaria y media. La clase baja guatemalteca representaba la base de su pirámide social, y estaba compuesta por el 85.9% de la población, en su mayoría profesionales no calificados, lo que Díaz apunta como un fuerte indicio de las reducidas oportunidades de movilidad social en el país.

Sobre la estratificación social de Guatemala, Díaz afirma que:

Guatemala tiene una estructura social muy jerárquica, con una reducida élite social y una clase media incipiente, ambas de carácter urbano, así como baja movilidad educativa y ocupacional. La movilidad educativa es mayor en hombres que en mujeres, así como en el grupo étnico no indígena que en el indígena. En la movilidad ocupacional se manifiesta el fenómeno contrario en los dos anteriores casos (Díaz, 2012).

Con esto, el autor deja clara su posición al afirmar que por lo menos mitad de la población de Guatemala vive en pobreza de acuerdo con los datos de la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (ENCOVI) de 2006 (INE, 2007). La clase alta de Guatemala está conformada en su mayoría por empleadores. La educación de las generaciones más jóvenes está determinada en su mayoría por la educación de los padres, nuevamente apuntando a una baja movilidad educativa y, por ende, social. Es en este contexto social donde existe la iglesia cristiana La Casa de Dios, armada por la teología de la prosperidad y por una estrategia de comunicación organizacional que apela a los sentidos, emociones y a un anhelo aspiracional de lo bien visto en la clase social dominante.

En Guatemala, así como los demás países latinoamericanos de habla hispana, la influencia española se ve reflejada en la religión. Influencia que resistió

por buen tiempo a los primeros misioneros protestantes que empezaron siendo tratados como herejes y, de acuerdo con Cano Ramos (2014), poco a poco ganaron espacio por tener clínicas médicas, escuelas, y por presentarse como una especie de competencia contra el catolicismo romano que era detentor del monopolio religioso. De esta manera, el protestantismo empezó a tener un número de conversos relevante hasta los años sesenta.

La militarización del Estado guatemalteco, en conjunto con la violencia pública y la globalización de las políticas nacionales contribuyó para que los lazos tradicionales de costumbres y creencias se deterioraran, siendo este uno de los motivos por los cuales muchos guatemaltecos buscaron en la conversión al protestantismo recuperar un sentido de identidad, orden y pertenencia (Garrard-Burnett, 1998). Siguiendo a Cano Ramos, cinco de cada diez guatemaltecos son adeptos al cristianismo protestante (entre el 70% y el 80% de ellos son pentecostales o neopentecostales). La autora afirma que existen aproximadamente 300 denominaciones evangélicas en Guatemala y entre 14 y 18 mil iglesias evangélicas locales, lo cual representa una mayor presencia que la misma iglesia católica aún con su importancia desde la conquista de los españoles.

La Casa de Dios

La Casa de Dios es una iglesia que fue fundada en 1994, cuenta con 3 campus: el principal a las afueras de la Ciudad de Guatemala, el de San José de Pinula y el más nuevo en Antigua Guatemala. El templo San José de Pinula fue por mucho tiempo el templo central, y hoy en día es utilizado para eventos o reuniones de pocas personas, como las reuniones para los líderes de los Grupos de Amistad, como se verá más adelante.

Esta es una iglesia que cuenta con 2.2 km de circunvalación interna en el templo principal, esto sin contar las otras partes de la propiedad. La recepción de la iglesia es parecida a la recepción de un hotel, y es inevitable no impresionarse con el tamaño del lugar. En los pasillos dentro del templo se pueden encontrar los espacios destinados para los infantes, librerías, una cafetería, varias tiendas donde se pueden adquirir prédicas de los pastores y más productos de La Casa de Dios. La cafetería de la iglesia tiene el monopolio de la venta de comida en el recinto y sus alrededores, incluso no hay lugares para beber agua gratis, para tomar agua se debe comprarla en la cafetería (Gomes, 2020).

Los espacios destinados para el público infantil de hasta 4 años son bastante amplios y acondicio-

gados, destacan también los espacios destinados para los infantes de 4 a 15 años de edad, en tanto que son verdaderas escuelas en su estructura física. Al entrar al templo en sí, lo primero que se ve es el *stage* con algunas pantallas gigantes. Son sillas y más sillas, al principio del culto las gradas están con las luces apagadas para que se llene primero la parte central del auditorio. La oscuridad inicial del recinto da la impresión de que el lugar es un poco menor, pero al correr del culto se puede ver cómo el auditorio entero se va llenando de miles de personas. Para describir de forma aproximada la escala de alcance de esta iglesia propongo hacer una pequeña estimativa. En La Casa de Dios existen 3300 lugares para estacionamiento de carros, suponiendo que acudan la mitad, 1500 carros con una familia de 4, estamos hablando de 6 mil personas, eso sin contar aquellas que van en transporte público o privado, y las personas que ven el servicio por televisión.

Los voluntarios se identifican con un uniforme, adultos y niños lo utilizan en el día que les toca participar de la logística del culto. Este atuendo recuerda al de un hospital o una escuela. La vestimenta se conforma por: zapatos negros, pantalones de vestir negros, cinturón negro, camisa de vestir blanca (algunas con manga corta y otras con manga larga) con una corbata (pañuelo en lugar de la corbata para las mujeres), un suéter sin mangas azul (azul claro y otros azul oscuro) y una placa de identificación. De acuerdo con los voluntarios con los que hablé, todas las personas que hacen que este lugar enorme funcione son voluntarios, apenas los funcionarios de la limpieza son contratados por medio de una empresa ajena a la iglesia (Gomes, 2020).

La cantidad de miembros oficiales de Casa de Dios de acuerdo con su página web oficial es de más de 25,000 personas, por este motivo y para que la iglesia funcione es necesaria una organización compleja. La estrategia que utilizan para suplir la falta de un acercamiento directo con su líder, como sería en una iglesia pequeña, es el modelo de organización llamado por ellos “El modelo de Jesús”. Este modelo consiste en un modelo de iglesia que Cash Luna afirma le fue entregado mientras oraba por la iglesia para encontrar una forma de atender al número de personas con el que trabaja La Casa de Dios. Este modelo es un sistema de crecimiento similar al modelo de organización de células, que fue muy popular en el medio cristiano protestante en los años 90-2000 en América Latina, y que era conocido como el modelo G12 (Boechat, Dutra y Py, 2018), que cuenta con adaptaciones más recientes como la visión Modelo de Discipulado Apostólico (MDA). La idea central del

Discipulado Apostólico (MDA).ⁱⁱ La idea central del modelo es que en los Grupos de Amistad cada persona es un discípulo, pero también discípula a alguien más. Estos grupos buscan un constante crecimiento y multiplicarse por la ciudad a través de otros grupos más pequeños.

El modelo en el cual funciona La Casa de Dios busca enfocar la vida cristiana en pequeños grupos que durante la semana se reúnen para diversas actividades como platicar sobre lo que les fue enseñado el domingo, cenar juntos, orar, hacer lecturas bíblicas y en sí, inspirados en los 12 discípulos de Jesús Cristo, buscan tener una experiencia lo más cercana posible a lo que llaman de iglesia primitiva, que sería la vida de los primeros cristianos presentada en el nuevo testamento.

El modelo de organización de La Casa de Dios puede ser comparado con una especie de burocratización weberiana, entendida como una forma de organización que aumenta la eficiencia, rapidez y exactitud en la que se logran objetivos por medio de la división jerárquica de actividades, la supervisión, y de un sistema de regulaciones (Weber, 1982). Sin embargo, no presentaré el modelo de organización de La Casa de Dios de esta manera, en tanto que el concepto no se ajusta del todo, esto porque demuestra una preocupación por un trato personalizado para cada persona, alejándose de una visión meramente cuantitativa de la división de tareas. Por más que el sistema tenga características de burocratización, no llega a serlo por completo, pero sí desarrolla una forma administrativa y organizacional. La propia visión de la iglesia está enfocada en alcanzar a cada vez más miembros de la sociedad guatemalteca, conectarla con su modelo de organización, buscando ir más allá de solamente un aumento de miembros: “Id y hacer discípulos a todos los guatemaltecos, enseñándoles a guardar lo que Jesús nos mandó, por medio de grupos de amistad, donde se nos enseña a dar la vida por los amigos”.ⁱⁱⁱ

El servicio dominical de La Casa de Dios

Al entrar al templo se puede observar el inmenso auditorio donde, al centro, se encuentra un *stage* con características similares al de un *TED Talk* con los telones donde es reproducido el servicio por un equipo de grabación profesional que cuenta con todo el equipo tecnológico para grabar un programa de televisión en vivo; lo cual sucede ya que el servicio es reproducido por internet y por el canal de televisión Enlace.^{iv} Al llegar a La Casa de Dios, los asientos de las primeras filas que están más cercanos al *stage* están separados; sin embargo, la mayoría de los asientos del auditorio no lo están.

La Casa de Dios además de ser una iglesia reconocida por su poder adquisitivo y su pastor principal, también es reconocida por los milagros, acontecimientos místicos y sobrenaturales. Antes de que empiece el culto, abajo del stage se colocan personas del equipo de La Casa de Dios, líderes y pastoras(es), con pequeñas filas de otras personas adelante de ellas para recibir oración. Al acercarse a estas filas las personas son recibidas por los voluntarios de la iglesia, quienes explican que quienes quieran recibir oración se deben formar en las filas y esperar a que las otras personas oren por ellas, con el adeudo de que, si son una pareja, solo se puede orar por los dos al mismo tiempo si están casados.

El culto empieza con un tiempo de música, aproximadamente 40 minutos. El tiempo de alabanza de La Casa de Dios es similar a un show de música secular con una banda que se asemeja a cualquier banda de pop rock de éxito, canciones tanto con ritmos animados como ritmos lentos y letras pegajosas similares a un mantra. En la última canción del momento de alabanza un pastor sube al stage para guiar a la iglesia en una oración acompañada musicalmente por la banda. El momento de alabanza culmina con el fin de la oración y la repetición de una parte central de la canción. De ahí en adelante todo sucede como es previsto en una iglesia evangélica común, pero con los toques específicos de la magnitud de La Casa de Dios.

Al preguntar por los visitantes, la persona que guía el servicio pregunta exactamente por las nacionalidades de las cuales tienen visitantes en cada reunión, todo en un ambiente de mucha animación, aplausos y sonrisas. Después de esto se incentiva a que las personas se levanten y se saluden entre ellas, este momento es acompañado de música de fondo. El culto sigue con un momento informativo sobre lo que está sucediendo en la iglesia. Esto es un método recurrente en las iglesias contemporáneas, ya que se trata de un video institucional interactivo y producido a nivel profesional que pasa la información de la misma forma en la que se hace en programas de televisión y en anuncios de *YouTube*, y lo hacen de forma rápida, efectiva y concisa. La calidad y estilo de la producción del culto dominical de Casa de Dios se asemeja a la mezcla de un programa de televisión y un video de un *influencer* de alguna red social.

Seguido del momento informativo, la persona que guía el servicio sube al stage para hacer una mini prédica, donde explica un pasaje bíblico y lo contrasta con una vivencia personal o a un acontecimiento del cotidiano de las personas para introducir las y prepararlas para el momento de las ofrendas y diezmos.

Este momento del culto lleva un acompañamiento musical, al finalizar se da inicio la prédica.

Todos los momentos del servicio de La Casa de Dios son siempre intercalados por aplausos de la audiencia. La presencia de formas sensoriales en el servicio religioso es constante, las formas en las cuales la religiosidad vivida en esta iglesia organiza el acceso a lo trascendental poseen una relación directa con las emociones, sentimientos y sensaciones que son transmitidos y proporcionados por medio de la estética, la música, la oración, la alabanza y las prácticas religiosas pentecostales relacionadas a los dones del Espíritu Santo.

Teología de la Prosperidad

Es imposible elaborar una descripción de La Casa de Dios y del pastor Cash Luna sin hacer mención a la Teología de la Prosperidad y el gran poder adquisitivo de esta iglesia. De acuerdo con Boechat, Dutra y Py (2018), en los Estados Unidos a partir de los años 40 surgió un movimiento que tendría relación directa con la teología de la prosperidad, conocido como el movimiento neopentecostal, que une el sistema de sanación, la prosperidad y el poder de la fe, siendo Kenneth Hagin^v el principal nombre detrás de esta visión.

La teología de la prosperidad hizo una reinterpretación de la revelación divina, poniendo en evidencia al mundo profano como algo ya no posible de ser rechazado, sino conquistado, como lo analizó Aguiar (2020) en el caso de la Cultura del Reino. De acuerdo con Arenari (2013), los teólogos detrás de la teología de la prosperidad afirman que el sacrificio hecho por Jesucristo liberó a sus seguidores del mal y les dio el derecho divino de disfrutar de los bienes materiales disponibles en el mundo. El cristiano, de acuerdo con esta teología, debe gozar de éxito, salud y conquistas de acuerdo con su obediencia y, por tanto, su donación material y espiritual a Dios.

Para Semán (2005) la teología de la prosperidad es un conjunto de proposiciones dogmáticas, rituales y eclesiológicas en las que se afirma una relación entre la comunión con Dios y el bienestar material y donde la bendición divina incluye el bienestar material y la vida de comunión con Dios donando dinero en la iglesia es retribuida con creces en bienes materiales. Este autor afirma que la teología de la prosperidad tiene influencia tanto en el desarrollo personal de cada miembro como en los asuntos que involucran el colectivo. La influencia de la cual habla Semán, presente en el discurso de la teología de la prosperidad, encontró gran recepción del público de clase baja latinoamericano y en Guatemala esto no fue diferente. Cuando se analiza el discurso emitido

desde el púlpito en La Casa de Dios, es evidente que el resultado del estar en comunión con Dios, asistir como voluntario en la iglesia, y hacer donaciones financieras, tiene como dadora el bienestar espiritual y material.

La base bíblica principal de la teología de la prosperidad, de acuerdo con Mariano (2016) se encuentra en el libro de Malaquías. En el capítulo 3 del libro de Malaquías, del versículo 8 al 10, dice lo siguiente:

8 ¿Robará el hombre a Dios? Pues vosotros me habéis robado. Y dijisteis: ¿En qué te hemos robado? En vuestros diezmos y ofrendas. **9** Malditos sois con maldición, porque vosotros, la nación toda, me habéis robado. **10** Traed todos los diezmos al alfolí y haya alimento en mi casa; y probadme ahora en esto, dice Jehová de los ejércitos, si no os abriré las ventanas de los cielos, y derramaré sobre vosotros bendición hasta que sobreabunde.” (Reina-Valera, 1960, Malaquías 3, p.8-10).

En este pasaje bíblico se trata el asunto del diezmo, Malaquías habla de parte de Dios acusando al pueblo de Israel de ser negligente en su práctica religiosa de diezmos y ofrendas. El versículo diez es utilizado por los defensores de la teología de la prosperidad para la afirmación de las promesas de bienestar material a los que diezman y ofrendan. Es común que en iglesias pentecostales y neopentecostales, así como en La Casa de Dios, sea algo común que las personas que donan se levanten en el momento de la donación para recibir una oración especialmente para ellos.

El tema de la vida financiera de los miembros de Casa de Dios es un asunto recurrente, además de la prédica principal existe una mini prédica dedicada exclusivamente a la donación, a cómo hacerla, y las razones y beneficios de realizarla. Acaba siendo inevitable en una realidad social como la guatemalteca, y en general la latinoamericana, que las personas se sientan atraídas por un discurso que habla del éxito financiero junto a la salvación, contradiciendo el censo común difundido por la iglesia católica a partir de la parábola presente en Lucas capítulo 16, versículos 19 a 31, donde Jesús Cristo habla sobre el rico y Lázaro. La teología de la prosperidad no promete tesoros espirituales o tesoros que serán poseídos en el cielo, sino que defiende que sean cristianos el pobre y el rico, que obedezcan a sus líderes, que sean presentes y actuantes en sus iglesias, y donen por medio de los diezmos y ofrendas; con esto harán usufructo de lo mejor que hay en la tierra y su vida financiera/empresarial tendrá más y mayor éxito que el obtenido antes de seguir estas prácticas.

La Casa de Dios es una institución religiosa que se ha puesto como ejemplo modelo de la teología de la prosperidad. Un eslogan que habla mucho sobre esto es “Dios da semilla al que siembra”. En la página web de La Casa de Dios, además de un espacio destinado para diezmos y ofrendas, también cuenta con el espacio “Haz tu promesa de fe aquí”. En este espacio los miembros de la iglesia son invitados y animados a demostrar su confianza en Dios haciendo un pacto voluntario que, en la visión de la institución y sus líderes, pone en práctica su fe. La persona rellena un formulario con sus datos personales, incluyendo los bancarios, y define las tres fechas de los pagos y la cantidad de los mismos, que juntos constituyen la promesa de fe. El penúltimo paso para rellenar el formulario es un espacio que indica “por favor orar por la siguiente cosecha” donde la persona que dona esta promesa de fe, indica el motivo especial por el cual el staff de Casa de Dios debe orar por esta persona. Para terminar este formulario la persona necesita dar su consentimiento siguiente: “declaro que mis diezmos, ofrendas y promesas de fe son voluntarias, y son entregadas con amor al ministerio Casa de Dios”. Esta práctica es realizada una vez al año con base en la afirmación que Dios honra el esfuerzo de los miembros por “sembrar una semilla” en la Casa de Dios. Es innegable que la cuestión financiera es un tema recurrente en esta iglesia, ya que cuenta con un alto poder adquisitivo y donde sus líderes, principalmente el pastor *Cash Luna*, son personas de alto poder adquisitivo también.

El pastor *Cash Luna*

Cash Luna es pastor, líder y fundador de La Casa de Dios, figura conocida en Guatemala entre las más diversas clases sociales con opiniones igual de diversas. El nombre de *Cash* es Carlos Enrique Luna Lam, es licenciado *cum laude* en administración de sistemas de información por la Universidad Francisco Marroquín de Guatemala y doctor en ministerios pastorales por la California Christian University de Estados Unidos. *Cash* es admirado por muchos, pero criticado y considerado por otros tantos como una persona que se aprovecha de los cristianos, y de sus diezmos y ofrendas para llevar un estilo de vida de altos ingresos. Fundó La Casa de Dios en 1994 y ganó notoriedad por promover milagros de sanación en su programa de televisión llamado “Noches de Gloria”, que realizaba en diferentes partes de América Latina y Estados Unidos y donde, además de exhibir su elocuencia en la prédica, realizaba demostraciones del poder del Espíritu Santo al realizar milagros y hacer que personas cayeran en el suelo, todo esto realizado en nombre del poder de Dios.

La figura del pastor *Cash* Luna incluye controversias relacionadas con su estilo de vida de ostentación y la fuente de la cual provienen sus recursos financieros y los de La Casa de Dios. El estilo de vida lujoso del pastor deja claro el poder adquisitivo que posee, entre las controversias más escandalosas en las que su nombre se ha visto involucrado, se encuentran sospechas de lavado de dinero y críticas constantes a declaraciones polémicas como aquella que se volvió noticia internacional: "...me enseñó un apóstol, dijo, '*Cash*' a la iglesia uno siempre lleva dos cosas, biblia y chequera, la biblia para que aprendas lo que Dios te va a decir, y la chequera para que lo adores".

De acuerdo con el reportaje de Univisión Noticias, además de contar con bienes que incluyen un avión, casas, atuendos y autos de lujo, lo cual ya origina críticas debido a que su única fuente de dinero es ser pastor, *Cash* Luna se aprovechó de su amistad con Marllory Chacón, más conocida como la Reina del Sur, condenada en 2015 a 12 años de prisión en los Estados Unidos por narcotráfico. Las fuentes de Univisión Noticias afirman que Marllory Chacón entregaba grandes cantidades de dinero al pastor Luna.

Autor de varios libros e incluso galardonado con el premio al mejor libro del año 2010 por la Asociación de Editores Evangélicos de habla hispana en América Latina, *Cash* es sin duda, un comunicador que además de llevar su iglesia a un nivel macro, a los 58 años ha sabido mantener su vigencia y relevancia en las tendencias de moda del universo cristiano protestante y conectarse con audiencias de diferentes generaciones. Meyer (2018:38) relaciona la persuasión con la retórica, la cual es un medio de comunicación que posee una conexión entre el emisor (en este caso el pastor) y los receptores del mensaje. Entendiendo que la retórica hace uso de "estilos particulares que apelan a los sentidos e invocan emociones" para así efectuar su objetivo de persuasión y convencimiento, en la visión de las formas sensoriales y la estética de persuasión de Meyer, es por medio de la retórica presente en la prédica del pastor Luna en las reuniones de Casa de Dios que su mensaje llega a los sentidos y emociones de los participantes del culto.

Cash Luna es un pastor que se asemeja mucho a lo que se espera de líder carismático desde el punto de vista weberiano. El término carisma fue definido por Max Weber como un don que el objeto o la persona posee por naturaleza. Weber consideró incluso que al poseer el carisma un líder religioso tiene influencia sobre el Dios que invoca, con esto gana legitimidad entre la comunidad religiosa como una autoridad. Dicha comunidad legitima al líder a través de la fe y la devoción, y se alimentan de la "demostración" de la cualidad carismática del líder por medio de acciones

hechas por él, tales como milagros, triunfos y otras hazañas. Entre otras características del líder que posee carisma, esta persona generalmente se hace del poder para reformular las estructuras y tradiciones de la organización, y suele obtener un liderazgo ininterrumpido y sin previsión o idea de necesidad de alternancia en el poder.

La organización religiosa ejercida por *Cash* Luna en La Casa de Dios es del tipo carismático, ya que supone una relación personal entre el adepto y la iglesia, tanto en el sentido espiritual como social y material. El éxito, la trascendencia y viabilidad de una organización de este tipo se condiciona por la legitimidad dada por la creencia de los adeptos tanto en la propia organización religiosa como en la autoridad carismática (Phé Funchal, 2007). Para Weber la autoridad basada en el carisma es irracional, por basarse en revelaciones, milagros, profecías e inspiraciones (Weber, 1922).

Estrategias de Comunicación de La Casa de Dios

La comunicación es un punto clave para la visión/misión de Casa de Dios y en su éxito de atracción de personas a su comunidad. Dentro del templo, se pueden encontrar algunas librerías y tiendas donde se pueden comprar CD's y DVD's de prédicas de *Cash* Luna y más productos de la iglesia (Gomes, 2020). La Casa de Dios se presenta a sí misma como una iglesia que busca hacer llegar su mensaje por medio de las siguientes estrategias de comunicación: grupos de amistad, programas de televisión y radio, literatura, organizando congresos internacionales, cruzadas de sanidad, redes sociales, y videos en su canal de YouTube, siendo esto lo que llaman de iglesia en línea.^{vi}

Los grupos de amistad son grupos pequeños de la iglesia, organizados bajo el modelo de células en el cual en medio de la semana las personas se reúnen en casa para repasar los temas vistos en la prédica el domingo y orar. Para participar de estos grupos se debe rellenar un formulario y esperar a que te llamen por teléfono diciendo a qué grupo asistirás. Estos grupos tienen el objetivo principal de cuidar de toda la comunidad en un sistema de discipulado donde una persona se encarga de cuidar de otra. En el mismo sistema las personas se reúnen y empiezan a hacer lazos de amistad entre ellos, que refuerza el sentimiento de identificación y pertenencia a la iglesia.

Los programas de televisión y radio, y la organización de eventos internacionales y cruzadas de sanidad, todavía son vestigio de una receta de estrategias de comunicación que tuvieron mucho éxito en los 90's e inicios de los años 2000. La fama de La Casa de Dios y del propio pastor *Cash* Luna surgió

debido a sus apariciones en la televisión y en la radio. Por medio de Radio Actitud, La Casa de Dios transmite todos los domingos sus servicios dominicales, y entre semana emite distintas prédicas del pastor *Cash Luna* para alcanzar a las personas que no puedan asistir de forma presencial, esta estrategia fue utilizada aún más en los tiempos de distanciamiento social que trajo la pandemia del COVID-19 en el año 2020.

La literatura del pastor *Cash Luna* le ha rendido un gran retorno tanto en críticas positivas como negativas; sin embargo, con los números de ventas que alcanza, es innegable el éxito de su producción literaria en ese aspecto. Algo que queda en cuestión es si el pastor tendría el mismo record en ventas si no fuera líder de una de las iglesias más grandes de América Latina.

Las redes sociales son ahora el punto principal de la estrategia de comunicación de La Casa de Dios, que debido a su poderío no ha dejado de prestar atención a sus otras estrategias para alimentar su versión digital. Incluso la propia apariencia del pastor *Cash Luna*, su vestimenta y estilo de predicar es totalmente diferente comparado con el de los años 90's e inicios de los años 2000; ya que antes se vestía en un estilo más empresarial y hoy se encuentra inserto en la moda más cercana a lo *hipster*. Los hijos del pastor *Cash* también se han encargado de representar a la iglesia en las redes sociales, posicionándose como modelos a seguir por los jóvenes, incluso apareciendo en tendencias de moda en comunicación tales como *podcast* y en *Instagram* como *influencers*.

La Cantera y *Lumination Music Fest*

Existen dos eventos particulares de La Casa de Dios que hablan mucho de sus estrategias de comunicación, estos eventos son La Cantera^{vii} y *Lumination Music Fest*.^{viii} La Cantera es un evento de capacitación para equipos estratégicos y *Lumination* es una fiesta de música electrónica. En la Cantera, La Casa de Dios ofrece un centro de formación profesional para equipos estratégicos, esta es una capacitación para pastores, equipos de administración y comunicación donde se comparten métodos, técnicas y conocimientos con el objetivo de compartir, fortalecer y desarrollar otras instituciones religiosas cristianas. Se enfocan en desarrollar dos áreas: comunicación creativa y administración efectiva.

El *Lumination Music Fest* consiste en un festival de música donde se busca, de acuerdo con los organizadores: ser el “festival cristiano de música electrónica más grande de la región, cuyo propósito es celebrar la luz de Jesús el 31 de octubre”. Es un festival que ha sido celebrado en países como: Guate-

mala, México, Perú y Costa Rica. El concierto, celebrado bajo una influencia totalmente secular se realiza el 31 de octubre, día en el que también se festeja la tradición estadounidense del día de brujas.

Conclusiones

La Casa de Dios es una megaglesia ubicada Guatemala que ha logrado llevar su estilo de religiosidad a un nivel macro: siempre que las personas aplauden en Casa de Dios se genera una experiencia realmente impresionante, comparable a un mar de aplausos que da la noción de un coliseo eufórico en el que la persona se encuentra al ir a esta iglesia. Para lograr el tipo de involucramiento y organización con el número imponente de miembros con el que La Casa de Dios trata, esta iglesia trabaja en pequeños grupos y discipulados que garantizan su influencia en la vida diaria de las personas. Meyer (2018) entiende que las formas sensoriales proporcionan experiencias individuales; sin embargo, estas sensaciones son producidas socialmente. Las formas sensoriales presentes en Casa de Dios posibilitan e inducen la reproducción de experiencias individuales que parten de la comunidad macro y micro. Estas experiencias son visibles en las sensaciones corporales que en el pentecostalismo y neopentecostalismo son la prueba que define si las personas presenciaron y probaron la presencia y poder del Espíritu Santo; experiencia tal que transforma al cuerpo del sujeto en prueba de su identidad como un cristiano fervoroso.

La búsqueda por más adeptos es un aspecto inherente del cristianismo, ya que desde sus orígenes la misión que les fue dejada por Jesús Cristo es la de anunciar el evangelio. La Casa de Dios busca las maneras más efectivas de llevar este mensaje a su público meta por medio de las diferentes estrategias de comunicación presentes en la organización, donde se pueden observar que los públicos deseados por la iglesia son los más diversos; desde los jóvenes asiduos a las redes sociales, y el festival de música electrónica, hasta la persona que todavía escucha radio como su principal fuente de información.

La incoherencia principal que se pone de relieve en esta iglesia, es la situación económica de los líderes de esta iglesia que contrasta con la sociedad guatemalteca. El discurso de la teología de la prosperidad se presenta de forma atractiva para la población latinoamericana que tiene una historia cultural cristiano-católica y, en su mayoría, viven en una situación socioeconómica de riesgo. Con esto, La Casa de Dios busca conectar a través de un modelo de iglesia que demuestra algo sofisticado, su servicio religioso temperado de formas sensoriales, una estética de persua-

sión presente en la retórica de su pastor, y las constantes demostraciones de poder espiritual a través de milagros de sanación.

Las estrategias de comunicación de esta iglesia muestran una institución que utiliza la comunicación organizacional como herramienta para estructurar su sistema, a fin de que todos los participantes y miembros de la iglesia tengan una experiencia individual y al mismo tiempo colectiva tanto al ir a un servicio dominical como al participar en la semana de un grupo de amistad. El trabajo voluntario es una de las bases fuertes del sentimiento de pertenencia de los miembros para con la iglesia y de la identificación de estos con la misión y visión de la institución, que se vuelve suya también.

Una megaiglesia en Centroamérica, con apariencia similar a un intento de Taj Mahal guatemalteco, un lugar donde se aprovecha el modelo de comunicación organizacional al interior y exterior, capacitando a otras iglesias para que trabajen de la misma forma que ellos la cuestión administrativa y de comunicación creativa. Una institución religiosa donde las formas sensoriales están en el núcleo de su religiosidad directamente relacionada con milagros y prácticas místicas/sobrenaturales provenientes del poder del Espíritu Santo. Una iglesia con un líder que dice abiertamente que las personas deben adorar a Dios con sus chequeras, un nombre involucrado en diversas polémicas, que posee una retórica y poder de convencimiento innegable, que vive una vida de lujos que contrasta directamente con la realidad socioeconómica de la mayoría de sus fieles.

Hay mucho aún que entender sobre esta iglesia, por lo que todavía se dejan abiertas diversas cuestiones: ¿cómo se administra tanto dinero?, ¿cuál es la influencia política de esta iglesia?, ¿cómo afectan los valores de La Casa de Dios a sus miembros y estos a la sociedad guatemalteca?, ¿cuál es el alcance internacional de esta iglesia y su modelo?, y, ¿qué nos dice el hecho de que las megaiglesias estadounidenses sean más comúnmente relacionadas con la teología conservadora y una megaiglesia como La Casa de Dios sea neopentecostal?

Referencias Bibliográficas

- Aguiar, T. P. (2020). *A “cultura” para o Reino: materialidades e sentidos da adoração em uma juventude evangélica em Porto Alegre*. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Arenari, B. (2013). *Pentecostalism as religion of the periphery: an analysis of the Brazilian case*. Tesis de Doctorado.
- Bazanini, R., & Machado Junior, C. (2018). Market as Religion: The Dynamics of Business Network in Megachurches. *Brazilian Business Review*, 15(3), 262–283. <https://doi.org/10.15728/bbr.2018.15.3.4>
- Boechat, J; Dutra, R.; Py, F. (2018). Teologia da prosperidade campista: Apóstolo Luciano e suas ressignificações religiosas na Igreja Pentecostal Semear. *Religião & Sociedade*, 38(2), 198-220. <https://dx.doi.org/10.1590/0100-85872018v38n2cap07>
- Calzato, W.A. (2008). El poder desde el espíritu: La visión política del pentecostalismo en el México contemporáneo. *LiminaR*, 6(1), 166-169. Recuperado en 14 de abril de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-80272008000100015&lng=es&tlng=es.
- Cano Ramos, I.Y.M. (2014) *Análisis crítico del discurso del Pastor Carlos Cash Luna, titulado: “lo mío es tuyo”*, Universidad de San Carlos de Guatemala <http://www.repositorio.usac.edu.gt/1850/>
- Díaz, G. (2012). Estratificación y movilidad social en Guatemala. *Nova scientia*, 4(7), 205-236. Recuperado en 21 de septiembre de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052012000100009&lng=es&tlng=es.
- Eagle, D. E. (2020). “Chapter 2 The Growth of the Megachurch”. In *Handbook of Megachurches*. Leiden, The Netherlands: Brill. doi: https://doi.org/10.1163/9789004412927_004
- Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Editorial Morata. España.
- Garma, C. (2004). *Buscando el espíritu: pentecostalismo en Iztapalapa y la ciudad de México*. México: UAM, Unidad Iztapalapa, División de Ciencias Sociales y Humanidades.

- Garrard-Burnett, V. (1998) *Protestantism in Guatemala: Living in the New Jerusalem*, University of Texas Press.
- Gomes, E.F. (25 de mayo del 2020). *Casa de Dios, uma mega igreja na América Central*. Laboratório de Antropologia da Religião. <https://www.larunicamp.com.br/novidades/casa-de-dios-uma-mega-igreja-na-america-central/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2007). *Encuesta Nacional de Condiciones de Vida 2006*. Guatemala: Autor.
- La Porte, J.M. (2005). Introducción a la comunicación institucional. *Perspectives on communication*, no 4, 1-5.
- Mariano, R. (2014). *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. 5. ed. São Paulo: Edições Loyola.
- Meyer, B. (2018). Debates do NER, Porto Alegre, ano 19, n. 34, p. 13-45, ago./dez. 2018 <http://hdl.handle.net/10183/188850>
- Oro, A.P. & Tadvald, M. (2019). Consideraciones sobre el campo evangélico brasileño en *El nuevo evangelismo político*, Nueva Sociedad (280), 55-67.
- Reina Valera. (1960). <https://pray.baboony.com/es/reina-valera/antiguo-testamento/libro-malaquias/capitulo-3/>
- Phé Funchal, D. P. (2007). *El recurso del discurso o los recursos gracias al discurso. Análisis de contenido del discurso de la iglesia neopentecostal guatemalteca “Casa de Dios”*, Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Semán, P. (2005). Del ¿Por qué no?: el matrimonio entre espiritualidad y confort. Mundo evangélico a los bestsellers. *Desacatos*, (18), 71-86. Recuperado en 23 de septiembre de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-050X2005000200005&lng=es&tlng=es.
- _____. (2019). Del ¿Quiénes son? ¿Por qué crecen? ¿En qué creen? Pentecostalismo y política en América Latina en *El nuevo evangelismo político*, Nueva Sociedad (280), 26-46.
- Weber, M. (1977). *¿Qué es la Burocracia?* Buenos Aires: La pléyade.
- _____. (1982). Burocracia. In: MILLS, W. & GEERTH, H. (orgs.). *Max Weber ensaios de sociologia*. Rio de Janeiro, Zahar, p. 229-282.
- _____. (1922). *Categorías sociológicas de la vida económica en Economía y sociedad* (1922). México: Fondo de Cultura Económica, 4ta edición.1996.
- ⁱ Cuando llegó el día de Pentecostés, estaban todos juntos en un mismo lugar. **2** De repente vino del cielo un ruido como el de una ráfaga de viento impetuoso que llenó toda la casa donde estaban sentados, **3** y se les aparecieron lenguas como de fuego que, repartiéndose, se posaron sobre cada uno de ellos. **4** Todos fueron llenos del Espíritu Santo y comenzaron a hablar en otras lenguas, según el Espíritu les daba habilidad para expresarse. **5** Y había judíos que moraban en Jerusalén, hombres piadosos, procedentes de todas las naciones bajo el cielo. **6** Y al ocurrir este estruendo, la multitud se juntó; y estaban desconcertados porque cada uno les oía hablar en su propia lengua. **7** Y estaban asombrados y se maravillaban, diciendo: Mirad, ¿no son galileos todos estos que están hablando? **8** ¿Cómo es que cada uno de nosotros les oímos hablar en nuestra lengua en la que hemos nacido? **9** Partos, medos y elamitas, habitantes de Mesopotamia, de Judea y de Capadocia, del Ponto y de Asia, **10** de Frigia y de Panfilia, de Egipto y de las regiones de Libia alrededor de Cirene, viajeros de Roma, tanto judíos como prosélitos, **11** cretenses y árabes, les oímos hablar en nuestros idiomas de las maravillas de Dios. **12** Todos estaban asombrados y perplejos, diciéndose unos a otros: ¿Qué quiere decir esto? **13** Pero otros se burlaban y decían: Están borrachos.” Hechos 2:1-13 <https://www.biblestudytools.com/bla/hechos/passage/?q=hechos+2:1-13> Recuperado el 14 de abril del 2021.
- ⁱⁱ <https://www.revistamda.com/conheca-a-historia-da-vi-sao-mds/> (2021, 14 de abril).
- ⁱⁱⁱ <https://casadedios.org/quienes-somos/> (2021, 14 de abril).
- ^{iv} <https://www.enlace.org/casa-de-dios/> (2021, 14 de abril).
- ^v https://www.rhema.org/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=136 (2021, 14 de abril).
- ^{vi} <https://live.casadedios.tv> (2021, 14 de abril).
- ^{vii} <https://cantera.casadedios.org> (2021, 14 de abril).
- “El festival cristiano de música electrónica más grande de la región cuyo propósito es celebrar la luz de Jesús el 31 de octubre.”
- ^{viii} <http://luminationfestival.com> (2021, 14 de abril).