

La Iglesia Dirigida por el Mercado – Parte III

Por Gary E. Gilley

(Agosto 2000 – Volumen 6, Número 8)

Todos Somos Dirigidos

Rick Warren, pastor de la Iglesia Comunidad del Valle de Saddleback en el Condado Orange, California, ha escrito el libro definitivo que promueve el concepto dirigido por el mercado del evangelismo y el iglecrecimiento. *La Iglesia con Propósito*, del cual hay que reconocer que tiene una cantidad considerable de consejo práctico y útil, no obstante, está embebido en una filosofía de la necesidad sentida que socava, en mi opinión, el valor del libro como un todo. Es la opinión de Warren que para alcanzar a los perdidos debemos comenzar con sus necesidades sentidas (p. 197ss). Warren escribe, “[Pues] todos pueden ser ganados para Cristo si descubres la clave hacia su corazón” (p. 219). Para descubrir las necesidades sentidas de los habitantes del Valle de Saddleback Warren organizó una encuesta en la comunidad dirigida a aquellos que no asistían a la iglesia (p. 139). Una vez que esas necesidades fueron descubiertas, se implementó un programa para alcanzar a la comunidad ofreciendo a Cristo, el evangelio y la iglesia como medios para llenar esas necesidades. Warren está tan comprometido con este enfoque que, escrita en las normas de Saddleback se encuentra esta oración, “Esta iglesia existe para beneficiar a los residentes del Valle de Saddleback al proveer para sus necesidades espirituales, físicas, emocionales, intelectuales y sociales” (p. 220).

Para apoyar esta filosofía Warren hace un par de cosas. Primero, ofrece el ejemplo de Jesús como modelo para alcanzar a los perdidos a través del portillo de las necesidades sentidas (ver pp. 197ss). Desdichadamente para la posición de Warren los pasajes que utiliza son malinterpretados, mal aplicados y simplemente no enseñan que Jesús alcanzara a los perdidos a través de sus necesidades sentidas. Muy al contrario, en el evangelismo de Jesús Él, siempre de manera muy rápida, llegaba al corazón de la necesidad real de su audiencia – su pecado, el cual les separaba de Dios (e.g. Juan 3; 4; Marcos 10:17-31) (en contraste con la soledad, la baja auto-estima, la falta de realización, etc.). Luego Warren se defiende declarando, “¡Comenzar un mensaje con las necesidades sentidas de la gente es más que una herramienta de marketing! Se basa en el hecho teológico que Dios escoge revelarse a Sí mismo al hombre según *nuestras* necesidades” (p. 295). Warren, claro está, no ofrece ninguna prueba teológica para esta afirmación, pues no existe ninguna. Los apóstoles estarían absolutamente anonadados al descubrir que sus enseñanzas “centradas en Dios” han sido torcidas para convertirlas en enseñanzas “centradas en el hombre.”

Este enfoque de la vida Cristiana orientado a las necesidades es tan frecuente en el campo sensible al buscador que el pequeño *jingle* publicitario, “Encuentra una necesidad y llénala, encuentra una herida y sánala” se ha convertido en el lema no oficial. Os Guinness señala, “Pocos estarían en desacuerdo en que la enseñanza del iglecrecimiento representa un giro de la dimensión vertical a la horizontal, de lo teológico a lo práctico, de lo profético a lo amistoso con el buscador, de lo eterno a lo relevante y contemporáneo, de la primacía

de la adoración a la primacía del evangelismo, y de la prioridad del discipulado Cristiano en la totalidad de la vida a la prioridad de los ministerios espirituales dentro de la iglesia. Pero, ¿qué es lo que sucede cuando los muy anunciados nuevos énfasis son vistos desde el punto de vista de las Escrituras y se ve que simplemente son erróneos? ¿Y qué pasa si la ‘necesidad’ de hoy es lo que se pasa por alto mañana” (*Cenando con el Diablo*, por Os Guinness, p. 84)?

Siguiendo con la línea de argumentación de Guinness podríamos preguntar: ¿Qué es lo que en realidad están ofreciendo las iglesias del nuevo paradigma que atrae a grandes multitudes de personas? ¿Es este ofrecimiento el mismo antiguo mensaje (el mensaje bíblico) en una nueva envoltura, o es una mutación del mensaje real? Y si se prueba que es una mutación, ¿qué efecto está teniendo y llegará a tener sobre la iglesia moderna?

El Nuevo Mensaje

A. W. Tozer advirtió hace décadas acerca de un nuevo viento que cruzaría los campos de la iglesia evangélica,

Si veo correctamente, la cruz del evangelicalismo popular no es la cruz del Nuevo Testamento. Es, más bien, un nuevo adorno brillante sobre el pecho de un Cristianismo carnal y seguro de sí mismo. La antigua cruz mataba a los hombres; la nueva cruz los entretiene. La antigua cruz condenaba; la nueva cruz divierte. La antigua cruz destruía la confianza en la carne; la nueva cruz la alienta.

– Si tan solo Tozer pudiera vernos ahora.

En nuestro siguiente escrito examinaremos el mensaje del evangelio en sí. En éste queremos dar una mirada al corolario y al asunto coincidente de las necesidades de la humanidad. Lo que ha sucedido, creo, es que la iglesia evangélica se ha convertido en un reflector de nuestros tiempos en lugar de ser una reveladora. “El problema no es que los Cristianos han desaparecido, sino que la fe Cristiana se ha deformado en gran manera. Bajo la influencia de la modernidad, nosotros los Cristianos modernos somos literalmente capaces de ganar al mundo mientras perdemos nuestras propias almas” (Guinness, p. 43).

Un Relato Personal

¿Cómo ha sucedido esto? ¿Qué ha cambiado nuestro mensaje de ser una fuerza a ser una farsa? Gran parte de la respuesta se encuentra en la adopción casi absoluta de la psicología por parte de la comunidad Cristiana. Mi primer encuentro con la invasión de la psicología en la iglesia fue durante mi año superior en el Seminario Bíblico en 1972. Mientras me preparaba para el pastoreo en el Instituto Bíblico Moody me hallaba inmerso en el estudio de la Escritura y la teología. Como estudiante de último año se me requirió que tomara un curso de “consejería pastoral,” que resultó casi idéntico al curso de psicología que había tomado en la Universidad de Virginia. Ese mismo año se me pidió, junto con muchos otros, que fungiera como consejero de cuarto en el dormitorio. Como parte de nuestra preparación se nos daba entrenamiento en la moda más reciente de la pop-psicología, que por cierto ha sido relegada desde entonces al basurero psicológico. Ahora recuerdo el gran asombro que

tenía entonces de que todos mis estudios de la Escritura aparentemente no me equipaban para tratar con los problemas reales con los que me enfrentaría en mi futuro ministerio. El estudio y conocimiento de la Biblia eran grandiosos para la salvación y la santificación, pero aparentemente existía un conjunto de problemas y necesidades “allá afuera” que necesitaban algo más que las soluciones “simplistas” que se encontraban en la Palabra de Dios. La Escritura, después que la nube de polvo se ha aclarado, necesitaba la ayuda de Freud. Incapaz y muy poco equipado para tratar con mi conocimiento recién descubierto, me dediqué a él con toda seriedad. Más tarde, en los primeros días del pastorado, decidí obtener una maestría en psicología con el objetivo de ayudar a la gente con sus “verdaderos” problemas. Pero pronto se hizo sumamente claro que algo andaba muy mal. Casi todo lo que aprendía en mis cursos de psicología contradecía las Escrituras. Así que terminé mi ilustre carrera como aspirante a pastor/psicólogo y regresé al estudio de la Escritura, que ha probado ser más que adecuada a lo largo de los años para todas las necesidades e intereses que se han cruzado por mi camino. Mientras tanto, inmerso en mi propio ministerio y estudio de la Escritura, me hallaba algo ignorante del secuestro de la iglesia evangélica por parte de la psicología durante los años 1970s y 80s. Un día desperté, un tipo de experiencia a lo Rip Van Winkle, para descubrir que mi mundo, el mundo de la iglesia, había cambiado, y yo me había quedado atrás. ¿Adónde se habían ido todos? La mayor parte de las iglesias ahora hablaban de familias disfuncionales, pobre auto-imagen, co-dependencia, adicciones, programas de 12 pasos, y necesidades, montones y montones de necesidades que la iglesia supuestamente debía llenar. Más Cristianos estaban obteniendo su filosofía de vida de parte de Oprah y Sally Jesse que de Jesús y Pablo.

Cuando los líderes Cristianos vieron esta metamorfosis del pueblo de Dios, metamorfosis que ellos mismos habían ayudado a crear, podían o jalar las riendas, denunciar esta caricatura de la fe Cristiana y arrepentirse de su parte en su nacimiento, o podían subir abordo y unirse al desfile. La mayoría, reconociendo que esto era lo que ahora quería la gente, lo que esperaban, lo que habían sido entrenados a “necesitar,” escogieron el enfoque de subir abordo. Decidieron darles a los Cristianos la psicología *pop* orientada a las necesidades que habían llegado a amar, solo cámbienla un poquito con algunas referencias bíblicas y mencionando a Jesús aquí y allá – ellos nunca se darían cuenta de que lo que se estaban tragando no era el Cristianismo bíblico en lo absoluto, sino una perversión casi irreconocible. No importa mucho si este enfoque fue calculado o ingenuamente asumido, el resultado es el mismo: una comunidad Cristiana psicologizada que ya no reconoce la diferencia entre las enseñanzas de la Escritura y las enseñanzas de Carl Rogers, y ya no le importa.

Puesto que el Cristiano ya no se distinguía del mundo (en cuanto a filosofía), al haberse enamorado ambos del psico-bla-bla, la ofensa de la cruz se hizo mucho menos... bueno, ofensiva. Solo había un paso muy corto para que alguien (Robert Schuller es un digno candidato, como veremos) desarrollara una iglesia psicologizada para el ya psicologizado *Harry el Sin Iglesia* (como lo llama la gente de Willow Creek). Esta sería una iglesia que le ofrecería a Harry las mismas cosas que la sociedad secular ya le ofrecía, solo que mejor, pues Jesús era mejor que Carl Rogers, Oprah y Freud combinados. Y así fue – “Las iglesias del nuevo paradigma, entonces, parecen estar teniendo éxito, no porque le estén ofreciendo una alternativa a nuestra cultura moderna, sino porque hablan con su voz, remedando sus movimientos” (*Perdiendo Nuestra Virtud*, por David Wells, p. 32).

Un Poco de Historia

El movimiento de iglecrecimiento le debe mucho a Robert Schuller, quien afirma ser su fundador, al menos en este país, por ser el primero en impulsar el enfoque del *marketing* en el Cristianismo. “El secreto para ganar a la gente sin iglesia y atraerla a ella,” dijo Schuller, “es en realidad bastante simple. Averigüe qué es lo que impresionaría a la gente sin iglesia en su comunidad” y luego déselo (como se cita en *Willow Creek Seeker Services*, por G. S. Pritchard, p. 51). Creyendo que la predicación expositiva es una pérdida de tiempo, y tomando prestada la filosofía de su mentor Norman Vincent Peale, Schuller “comenzó a comunicar un mensaje del Cristianismo que se enfocaba en llenar las necesidades emocionales y psicológicas de la gente” (Pritchard, p. 53). Schuller estableció su filosofía de ministerio en su libro de 1982 *La Auto-Estima: La Nueva Reforma*, en el que hizo un llamado a hacer un giro radical en el punto focal de la iglesia moviéndose de Dios a las necesidades humanas. El asunto más importante para Schuller era determinar, a través de ciertos medios, cuál era la necesidad humana más profunda en la que debía enfocarse la iglesia. Él decidió que la necesidad más profunda de la humanidad era la auto-estima, una “necesidad,” por cierto, que no se menciona en ninguna parte, ni se alude a ella ni se insinúa para nada en las Escrituras. Luego continuó y empacó su teología y su estrategia para el crecimiento de la iglesia alrededor de esta necesidad tan importante. Originalmente, la filosofía para el crecimiento de la iglesia que Schuller abrazaba se topó con el desprecio y la denuncia por parte de los Cristianos conservadores por todas partes. Pero mientras los líderes Cristianos sostenían el frente teológico en contra de este Cristianismo orientado a la necesidad fueron asaltados por el flanco por el pragmatismo. Sucedió que la metodología de Schuller sí funcionaba, y aquellos que la empleaban estaban viendo un crecimiento numérico exponencial en sus iglesias. En la mayoría de los ruidos la verdad no tiene ninguna oportunidad frente al éxito; esto quedó demostrado en el caso de las guerras del iglecrecimiento.

Si Robert Schuller fue el arquitecto de la iglesia amistosa con el usuario, entonces Bill Hybels, pastor de la iglesia de la Comunidad de Willow Creek, llegó a ser el contratista. Funcionando a partir de la premisa que, “Los mensajes más efectivos para los buscadores con aquellos que se dirigen a su necesidad sentida” (*Dentro de la Mente de Harry y Mary los Sin-Iglesia*, por Lee Strobel, pp. 214, 215) quedó para Hybels y compañía determinar cuáles necesidades sentidas necesitaban la mayor atención. Siguiendo con el asunto, Hybels decidió que no era la auto-estima, aunque no la rechazó, sino más bien la autorrealización personal (o la búsqueda de la felicidad) seguida por la identidad, la compañía, el matrimonio, la familia, el alivio del stress, el significado y la moralidad (ibid., pp. 70-73). Para Hybels, la auto-realización era la necesidad sentida que abarcaba y definía a todas las demás.

Por lo tanto, para los fundadores de la iglesia del nuevo paradigma, las necesidades sentidas son la fuerza impulsora detrás de las acciones y actitudes de la gente, y puesto que el Cristianismo, diría Hybels, es el mejor medio para resolver los problemas y satisfacer el deseo de autorrealización (ibid., p. 143), desarrolló el evangelio de la autorrealización

personal. Según el libro investigativo *Willow Creek Seeker Services*¹, escrito por G. A. Pritchard, el canon dentro del canon en Willow Creek es que los seres humanos pueden autor realizarse. La autorrealización impregna todos los rincones en Willow Creek, dirigiendo incluso a una redefinición del pecado. “En lugar de describir al pecado solamente como egoísmo y una rebelión contra Dios, Hybels también lo describe como una estrategia fallida para conseguir la autorrealización” (ibid., p. 177).

Se debe señalar que, aunque esta estrategia de la necesidad sentida no se deriva de la Escritura, sino que proviene claramente de la psicología secular, no obstante debe llegar a convertirse en el fundamento de la iglesia del nuevo paradigma.

Las Repercusiones

El resultado de la invasión de nuestra cultura por parte de la psicología ha sido, como señaló R. Albert Mohler, Jr., que “los estadounidenses son ahora devotos fanáticos del culto de la autorrealización y la autonomía personal” (*La Próxima Crisis Evangélica*, editado por John H. Armstrong, ‘Evangélico’: ¿Qué Hay en un Nombre?’ por R. Albert Mohler, Jr., p. 40). El papel de la iglesia ha sido el de desafiar el espíritu de la época, pues como señala Wells, “La iglesia está en el negocio de la verdad, no en el de las ganancias” (*Dios en el Páramo*, por David Wells, p. 76). Desdichadamente, “los sanadores de nuestro tiempo – los psicoterapeutas y consejeros – han extendido su largo alcance hasta la vida de la iglesia. Nuestros sanadores seculares han poblado la Iglesia con sus primos más cercanos” (*Perdiendo Nuestra Virtud*, por David Wells, p. 197). Incluso “el lenguaje de la teología ha sido reemplazado por el vocabulario del terapeuta” (Mohler).

Estos nuevos primos han afectado todos los aspectos de la vida de la iglesia. Por ejemplo, tome la adoración – el pastor del nuevo paradigma, Wes Dubin, va a la ofensiva cuando se critican sus servicios de adoración dirigidos al entretenimiento. “La adoración no es todo penumbras y fatalidad,” declara, “y todos nosotros agarramos nuestras Biblias y solamente nos soportamos los unos a los otros. Mostrémosles que también podemos divertirnos” (*En el Nombre de Dios*, video con Peter Jennings). Hay un tiempo para la diversión en la iglesia, pero ciertamente, “está claro que el propósito de la adoración es expresar la grandeza de Dios y no simplemente encontrar liberación interior, o, aún menos, la distracción. La adoración es teológica antes que psicológica” (*Perdiendo Nuestra Virtud*, p. 40).

Y luego está el tema del pecado. En un mundo psicológico el pecado se reduce a la enfermedad y la adicción. El pecado no es visto como un depravado, sino como una víctima. Lo que entonces se pierde es nuestra capacidad para entender la vida, y a nosotros mismos, como seres pecaminosos. Cuando la iglesia sensible al buscador adopta el lenguaje y la teología de la psicología luego trata de dispensar prescripciones psicológicas para los asuntos de la vida en lugar de las soluciones bíblicas, pues, después de todo – razona – el mundo ahora piensa en un marco de psicología y debemos ser relevantes. En lugar de desafiar y confrontar la sabiduría del mundo la iglesia moderna está buscando como

¹ *Los Servicios Dirigidos al Buscador en Willow Creek* (N. del Tr.)

santificarla. El resultado es, como advirtió el profeta Jeremías en su época, “Curan la herida de mi pueblo con liviandad” (Jeremías 6:14).

El énfasis en la psicología también está cambiando el punto de atención focal de la iglesia. Pritchard está en lo correcto cuando dice, “En lugar de mirar al rostro de Dios, esta enseñanza sugiere que los individuos se miran en el espacio distorsionado de la psicología moderna” (Pritchard, p. 233). Pritchard afirma que cuando asistía a la iglesia (ibid., pp. 227, 235), la mayoría de los libros que se vendían en la librería de Willow Creek eran libros psicológicos y de auto-ayuda, junto con el libro decididamente anti-Cristiano, *Codependent No More [Ya no Más Co-Dependencia]*, escrito por Melody Beattie. De paso, era el libro de mayor venta en esa librería. Esta acentuación en la psicología, “en lugar de alentar a la gente de Willow Creek a conocer y amar a Dios, les alienta a conocerse y aceptarse a sí mismos y a desarrollar una fuerte auto-estima. Las metas y medios de la ética de uno cambian desde una orientación centrada en Dios a una centrada en el hombre... Los Cristianos de Willow Creek han aceptado el marco psicológico como algo fundamental para el entendimiento de sí mismos y como una guía fidedigna para la vida diaria” (Pritchard, p. 234).

La evaluación realizada por Pritchard de la influencia psicológica en Willow Creek es letal. “Irónicamente, mientras Hybels evangeliza a aquellos que están en el mundo hacia el Cristianismo, también está evangelizando a los Cristianos *hacia* el mundo. A medida que los Harrys sin Iglesia en la audiencia (10 por ciento) se acercan cada vez más al Cristianismo, los Cristianos en la audiencia (90 por ciento) se están volviendo cada vez más psicológicos y mundanos... En el esfuerzo por ser relevantes Willow Creek irónicamente está en peligro de llegar a ser irrelevante” (Pritchard, p. 238-239 – Los porcentajes de Cristianos y no-Cristianos que asisten a Willow Creek son cálculos basados en la investigación del autor.)

La crítica de Pritchard de la forma de “hacer iglesia” según el enfoque orientado a las necesidades es digno de ser citada de manera extensa:

Las consecuencias no planeadas de este enfoque son que Hybels incorpora grandes trozos de la cosmovisión psicológica estadounidense en su enseñanza básica y enseña que la autorrealización es una consecuencia de la vida Cristiana. Hace falta una evaluación crítica al enfoque de Willow Creek con respecto a la relevancia. Este enfoque de la necesidad sentida hacia la relevancia distorsiona en última instancia su Cristianismo.

Un enfoque más bíblico a la actual fijación estadounidense con la autorrealización es llamarla por su nombre: *idolatría*. Jesús no garantiza que al seguirle uno encontrará su autorrealización. De hecho, en muchos puntos, lo que se comunica es exactamente lo opuesto: “yo os elegí del mundo, por eso el mundo os aborrece” (Juan 15:19); “no he venido para traer paz, sino espada” (Mateo 10:34); “Si a mí me han perseguido, también a vosotros os perseguirán” (Juan 15:20). La tentación de decir que el Cristianismo llenará todas las necesidades de uno, y que proveerá autorrealización, no es fiel al Cristianismo bíblico (Pritchard, p. 200 – el énfasis es mío).

Las fallas no planeadas de Willow Creek resultan de un uso, con falta de sentido crítico, de varias herramientas e ideas culturales (el marketing, la psicología, los medios de comunicación). En particular, sus errores se originan en un entendimiento superficial de la cultura estadounidense y de una comprensión inadecuada de la teología Cristiana (Pritchard, p. 207).

Los expertos sensibles al buscador van a defender el marketing como una herramienta que utilizan para atraer más Harrys sin Iglesia para que escuchen el evangelio. Los métodos cambian, el mensaje sigue siendo el mismo, es lo que dice el cliché. Lo que ingenuamente no parecen entender es que el mensaje será influenciado, en última instancia, por el método. Esto es especialmente cierto del marketing pues, “moldea la manera en que uno mira el mundo. Las personas se convierten en ‘consumidores’ y en ‘audiencias blanco.’ Estos consumidores tienen ‘necesidades sentidas,’ que las ‘investigaciones’ descubren con el propósito de modificar el ‘producto’ para que este llene esas necesidades” (Pritchard, p. 244).

Existe allí una diferencia sutil, pero importante, entre la iglesia del Nuevo Testamento y la iglesia del nuevo paradigma. El Nuevo Testamento enseña que la iglesia, existe para glorificar a Dios e instruir a las personas en cuanto a como agradarle. En el proceso bien se pueden llenar varias necesidades, pero el propósito de la iglesia no es llenar las necesidades de la gente (excepto la necesidad de santidad). En la iglesia moderna, las necesidades reinan; Dios existe para llenar las necesidades de Harry. Harry viene a Cristo, no para glorificarle, sino para encontrar la autorrealización y la felicidad prometidas en esta vida. Cuando Harry es atraído por medio de una filosofía de la necesidad sentida, no será retenido cuando ya no se use este enfoque. En otras palabras, si Harry es atraído a la iglesia con el objetivo de *recibir*, para poder satisfacer su carne, es probable que no se quede cuando descubra que Cristo le llama a perder su vida por causa de Cristo (Mateo 16:25). El resultado es que las iglesias que se han edificado sobre el lodazal de lo superficial deben seguir siendo superficiales si es que esperan retener a sus Harrys y Marías.

Sumario

David Wells hizo la pregunta correcta con respecto a estas iglesias sensibles al buscador, “¿Tiene la iglesia la valentía de llegar a ser relevante al hacerse más bíblico? ¿Está dispuesta a romper con los hábitos culturales del momento y proponer algo bastante absurdo, como recuperar tanto la palabra como el significado del pecado?” (*Perdiendo Nuestra Virtud*, p. 199) “Me temo que las semillas de un verdadero liberalismo ya han sido sembradas, y con toda seguridad llegarán a su madurez en la próxima generación” (ibid., p. 205). Estoy de acuerdo con la oración final del libro *Perdiendo Nuestra Virtud*, “Necesitamos la fe de las edades, no las reconstrucciones de una fe impulsada por lo terapéutico o inspirada por lo comercial. Y la necesitamos, no menos, porque sin ella nuestro mundo postmoderno se quedará hambriento de la Palabra de Dios” (ibid., p. 209).

Por Gary E. Gilley

Traducción de Donald Herrera Terán, para www.contra-mundum.org

La versión original en inglés de este artículo fue tomada de www.monergism.com