

Por qué los humanos necesitan magia y cómo la Iglesia y otros la venden.

Sobre la pulsión mágica, su explotación institucional y su pervivencia en la modernidad.

1. La razón tiene un límite, y allí empieza la magia.

Los seres humanos somos animales racionales, pero nuestra razón tiene un techo. Hay preguntas que la ciencia no responde o no responde con la rapidez que necesitamos, hay dolores que la lógica no alivia, hay miedos que el conocimiento no disipa. Y ahí, en esa frontera donde la razón se detiene, emerge la necesidad de lo mágico.

No se trata de una debilidad, sino de un rasgo adaptativo. Nuestros antepasados no podían explicar por qué el rayo caía sobre un árbol y no sobre otro, por qué una enfermedad se llevaba a unos y perdonaba a otros, por qué la cosecha era abundante un año y ruinosa el siguiente. Necesitaban respuestas, aunque fueran erróneas, porque la incertidumbre absoluta es paralizante. La magia, el rito, la plegaria o la ofrenda eran intentos de establecer un diálogo con lo desconocido, de ganar algún control sobre lo incontrolable.

Esa pulsión no ha desaparecido, ha cambiado de forma, se ha adaptado a los tiempos, pero sigue ahí. El científico que cree en la suerte, el ejecutivo que consulta el horóscopo, el paciente que acude a una terapia alternativa o el futbolista que hace un gesto supersticioso antes de salir al campo son herederos de aquel homo sapiens que ofrecía una ofrenda al dios de la lluvia.

Pero hay quien ha sabido leer esta necesidad como un libro abierto y ha construido a su alrededor un negocio, una estructura de poder y un sistema de control. La religión institucional, en cualquiera de sus variantes, es la forma más elaborada y persistente de esta explotación.

2. El politeísmo que nunca se fue.

El cristianismo es, oficialmente, una religión monoteísta. Un solo Dios y tres personas, un solo credo. Pero quien observa la práctica cotidiana de los creyentes (al menos en el catolicismo popular del sur de Europa y de América Latina) encuentra un panorama muy distinto. No hay un solo Dios, sino una galaxia de intermediarios.

Cada pueblo tiene su virgen, su santo patrón, su Cristo milagrero. Y cada uno de ellos tiene una especialidad: San Antonio para encontrar objetos perdidos, Santa Rita para los casos imposibles, la Virgen del Carmen para los marineros, San Pancracio para el trabajo, la Virgen de la Salud para los enfermos. El creyente no se dirige a Dios directamente, sino que elige la figura que mejor se adapta a su problema, como quien elige un especialista médico.

Esta práctica es, en esencia, un politeísmo funcional. El monoteísmo oficial se queda en la teoría; en la práctica, la devoción popular ha recreado el viejo panteón de dioses y semidioses, cada uno con su área de influencia. La Iglesia, lejos de combatir esta tendencia, la ha fomentado y canonizado, porque de ella obtiene beneficios: devoción, donaciones, peregrinaciones y un control más capilar sobre la vida de los fieles.

Es una paradoja que rara vez se menciona. El cristianismo, que nació como una religión sin templos y sin imágenes, se ha convertido en la más estatutaria y devocional de las religiones monoteístas. Y esa conversión no es casual, responde a una necesidad humana que la Iglesia aprendió a gestionar.

3. La bula de mi abuela y el negocio de la gracia.

Recuerdo que mi abuela, como muchas de su generación, pagaba una bula para que yo pudiera comer carne en Semana Santa. No era una transacción cualquiera, era un intercambio económico por un privilegio espiritual. La Iglesia, a través de la bula, eximía a su nieto de una obligación religiosa a cambio de unas monedas que engrosaban las arcas de la parroquia.

La anécdota es menor, pero revela un mecanismo profundo: la mercantilización de lo sagrado. La gracia divina, que en teoría es gratuita y universal, se convierte en un producto que se puede comprar, vender o alquilar. Una misa por un difunto, una donación por una promesa, una peregrinación por un favor concedido; todo tiene un precio, una tarifa.

No es un fenómeno exclusivo del catolicismo. En el budismo, las ofrendas a los monjes aseguran méritos para la próxima vida. En el islam, la limosna es uno de los pilares de la fe. En el hinduismo, las donaciones a los templos son una práctica extendida. La religión, en todas sus formas, ha sabido convertir la necesidad de lo sagrado en un flujo de ingresos estable y predecible.

La crítica más obvia es ética: ¿cómo se puede poner precio a lo que es espiritual? Pero la pregunta más relevante es otra: ¿por qué los fieles aceptan este intercambio? La respuesta es que, para quien cree, el precio es un pequeño sacrificio que asegura un gran beneficio. La lógica es la misma que la de un seguro: pago ahora y, si algo malo ocurre, tengo una protección. La diferencia es que el seguro protege contra los riesgos materiales mientras que la religión nos preserva ante los riesgos espirituales.

4. La devoción como inversión emocional.

Hay otro aspecto que merece atención: la relación emocional que el creyente establece con su santo o su virgen. No es una relación fría ni contractual, es una relación personal, íntima, a menudo afectiva. El creyente habla con su santo, le pide, le agradece y le promete. A veces le regaña y a veces le hace ofrendas. Es una relación que se parece más a la que se tiene con un familiar querido que con una deidad lejana.

Esta relación no es espontánea, sino que ha sido cultivada por la Iglesia durante siglos. La iconografía, las leyendas, los milagros atribuidos a cada santo, las procesiones, las canciones y las promesas, todo crea un vínculo emocional difícil de romper. Y ese vínculo es, para la Iglesia, un activo. Un fiel emocionalmente vinculado a su santo es un fiel que dona, que peregrina, que asiste a las celebraciones y que educa a sus hijos en la fe.

La devoción, en este sentido, es una inversión emocional que produce rendimientos espirituales y también económicos. El creyente no lo ve así, por supuesto. Él o ella cree que está honrando a su santo, que está cumpliendo con una promesa y está expresando su fe. Pero el sistema que organiza esa expresión está diseñado para capitalizarla.

La pregunta que uno puede hacerse, sin ánimo de ofender, es: ¿qué pasaría si la Iglesia dejara de cobrar por misas, por bulas, por donaciones? ¿Sobreviviría como institución sin ese flujo de ingresos? La respuesta, probablemente, es que no. Y eso dice mucho sobre la naturaleza de la empresa espiritual.

5. La dimensión política: el control a través de lo sagrado.

La explotación de lo mágico no es solo económica, también es política. La religión institucional ha sido, durante siglos, un instrumento de control social. Quien controla el acceso a lo sagrado controla a quienes buscan ese acceso.

La historia está llena de ejemplos. La Iglesia católica ha legitimado monarquías, ha justificado guerras, ha bendecido ejércitos, ha excomulgado a reyes, ha levantado y derribado imperios. El Islam ha tenido sus califatos y el budismo ha tenido sus reinos sagrados. La conexión entre religión y poder es tan antigua como la propia religión.

Pero no se trata solo de alianzas con el poder político. La religión también es un instrumento de control a través de la promesa y la amenaza. Promete la salvación si se siguen sus preceptos y amenaza con la condenación si se incumplen. El miedo al infierno, al purgatorio o a la reencarnación en una vida peor, todo sirve para mantener a los fieles en el redil.

En el contexto español, la Iglesia ha sido un actor político fundamental. Su papel en la Guerra Civil, su alianza con el franquismo, su influencia en la educación y en la moral pública son capítulos conocidos. Pero incluso hoy, en una sociedad supuestamente secularizada, la Iglesia mantiene una influencia considerable. Concierta con el Estado, ocupa

espacio en los medios de información y en las instituciones formativas, y sigue siendo un referente moral para amplios sectores de la población.

Esta influencia no se basa solo en la fe, sino en la capacidad de movilizar. La Iglesia puede convocar a miles de personas, influir en el voto y condicionar el debate público. Y esa capacidad de movilización tiene un origen: la devoción popular, la necesidad mágica o la pulsión que hemos descrito.

6. La magia no se fue: el *new age* y las pseudociencias.

Si la religión institucional es la forma más elaborada de explotación de lo mágico, no es la única. En las últimas décadas, ha surgido una oferta espiritual más difusa, pero igualmente lucrativa: el llamado *new age*, las terapias alternativas, la astrología, la numerología, los cristales, las energías o los chakras. El *new age* y la medicina integrativa comparten un enfoque holístico que combina prácticas alternativas con el cuidado de la salud, buscando el equilibrio físico, emocional y espiritual, y se han difundido globalmente como respuesta a las limitaciones del modelo médico tradicional.

Estas prácticas tienen un denominador común: ofrecen respuestas mágicas a problemas que la ciencia no resuelve o no resuelve con la rapidez que se desea o se requiere. ¿Tienes ansiedad? La meditación cuántica. ¿Tienes problemas económicos? La ley de la atracción. ¿Te duele la espalda? Una sesión de reiki. En todos los casos, el mecanismo es el mismo: se promete una solución sin esfuerzo, sin evidencia y sin el coste (emocional o material) de un tratamiento convencional.

El negocio es inmenso. Terapeutas alternativos, gurús, astrólogos, vendedores de amuletos y de cristales mueven millones de euros en todo el mundo. Las redes sociales están llenas de "influencers" que prometen la felicidad a través de métodos mágicos. Y la pandemia, con su incertidumbre, su miedo y su aislamiento, ha sido un caldo de cultivo perfecto para estas prácticas.

La paradoja es que estas ofertas suelen presentarse como "científicas" u "holísticas", aunque en realidad no lo son. La ciencia se basa en la evidencia, en la reproducibilidad, en el error corregible. El *new age* se basa en la fe, en la experiencia personal y en el testimonio. Es, en esencia, una religión sin dios, una magia sin institución, pero con los mismos mecanismos de captación y los mismos efectos de control.

7. ¿Por qué persiste? La razón y la magia como socios.

Cabría preguntarse por qué persiste la necesidad de lo mágico a pesar de los avances de la ciencia y de la secularización de la sociedad. La respuesta es sencilla: porque la ciencia no da respuestas a todo y porque el ser humano necesita dar sentido a su vida.

La ciencia explica cómo funciona el mundo, pero no por qué existe. La ciencia cura enfermedades, pero no elimina el miedo a la muerte. La ciencia proporciona bienestar, pero no responde a la pregunta de qué hacemos aquí. Y ahí, en ese vacío, la magia, bajo cualquiera de sus formas, encuentra su lugar.

El error es pensar que la razón y la magia son opuestas. En realidad, son complementarias: una responde a lo que se puede medir, la otra a lo que se puede sentir. Una explica los fenómenos, la otra da sentido a la experiencia. Por eso conviven en la misma persona: el médico que opera con precisión quirúrgica pero que reza antes de empezar, el científico que confía en el método pero que tiene un amuleto de la suerte.

Las instituciones religiosas y los vendedores de magia no crean la necesidad, la encuentran, la gestionan, la organizan y la canalizan. Y, en el proceso, obtienen beneficios: económicos, políticos y simbólicos. No son los responsables de la pulsión mágica, pero son sus mejores explotadores.

8. La devoción, espejo de nuestra humanidad.

La tendencia a creer en lo mágico no es una aberración ni una debilidad, es un rasgo humano. La pregunta no es por qué existe, sino por qué no

la reconocemos como tal. Nos gusta pensar que somos racionales, que somos modernos y que hemos superado las supersticiones. Pero la realidad es tozuda: seguimos buscando explicaciones mágicas, recurriendo a intermediarios y pagando por la gracia.

La Iglesia lo sabe. Los vendedores de amuletos lo saben. Los gurús y los astrólogos lo saben. Todos han construido su negocio sobre esa necesidad. Y, mientras no seamos conscientes, seguiremos pagando por lo que debería ser gratuito: la capacidad de enfrentarnos a lo desconocido sin necesidad de una explicación mágica, de aceptar la incertidumbre sin buscar un intermediario, de vivir sin promesas ni amenazas.

La bula de mi abuela no es más que un ejemplo de este mecanismo. Una pequeña transacción que, en su momento, parecía razonable. Pero, mirada con perspectiva, revela una verdad incómoda: que la fe se ha convertido en un producto, que la gracia se comercializa en el mercado y que la devoción se ha monetizado. Y nosotros, los creyentes y los no creyentes, seguimos participando en ese mercado, a veces sin saberlo ni quererlo, a veces porque no hay otra alternativa.

Quizás lo que necesitemos, más que una reforma de la Iglesia, es una conciencia lúcida, saber que lo mágico es una necesidad y que cualquier oferta de lo mágico es, en parte, un negocio. Eso no significa renunciar a la fe, sino mirarla con ojos críticos, despojarla de su envoltura comercial y devolverle su gratuidad, si es que alguna vez la tuvo.