

EL CULTO A LA VIRGEN DE GUADALUPE: UNA CELEBRACIÓN CON DIVIDENDOS ESPIRITUALES ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS

Margarita Rodríguez Falcón¹

Dalila de Asís Rueda Vázquez²

Resumen:

La religión siempre ha estado presente y ha sido testigo de la conformación del sistema mundo. Las religiones en el mundo también han sido incluidas en la propia globalización, son parte de las economías y política de los estados. Marx aducía que la religión es el opio del pueblo, un medio de control y pese a ese contexto en el que lo planteó Marx, sigue siendo una esperanza de paz y expiación de culpas. Esto último, es un motor que moviliza a millones de personas para ser testigos, por ejemplo, de la celebración y/o festividad de la Virgen de Guadalupe cada 12 de diciembre en México, escenario que habremos de analizar en este trabajo. Lo anterior nos lleva a dar cuenta de esta conmemoración no solo desde la parte histórica, espiritual, sino desde sus prácticas comerciales y turísticas después de la pandemia del COVID-19 en el municipio de Centro, Tabasco, México. Para conocer de cerca la realidad, empleamos la fenomenología de Husserl y recurrimos a la teoría de Marx y Clauss Offe para plantear el contexto económico donde la observación y el cuestionario fueron esenciales para hilar una postura respecto de la posible mercantilización y el turismo de Fe, de la que no han escapado las religiones en el mundo.

Palabras Claves: Religión, Mercantilización, Turismo, Virgen de Guadalupe

THE CULT OF THE VIRGEN DE GUADALUPE: A CELEBRATION WITH ECONOMIC AND TOURIST SPIRITUAL DIVIDENDS

Abstract:

Religion has always been present and has witnessed the formation of the world system. Religions in the world have also been included in globalization itself, they are part of the

¹ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. División Académica de Ciencias Sociales y Humanidades (DACSYH) Email: ghv1299@hotmail.com

² Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. División Académica de Ciencias Económicas Administrativas (DACEA) Email dalilarueda@hotmail.com

economies and politics of states. Marx argued that religion is the opium of the people, a means of control and despite the context in which Marx raised it, it remains a hope for peace and expiation of guilt. The latter is an engine that mobilizes millions of people to witness, for example, the celebration and/or festivity of the Virgin of Guadalupe every December 12 in Mexico, a scenario that we will analyze in this work.

The foregoing does not lead to an account of this commemoration not only from the historical, spiritual part, but also from its commercial and tourist practices after the COVID-19 pandemic in the Centro municipality, Tabasco, Mexico. To get closer to reality, we use Husserl's phenomenology and resort to the theory of Marx and Clauss Offe to propose the economic context where observation and the questionnaire were essential to build a position on the possible commodification and tourism of Faith, from which the religions of the world have not escaped.

Keywords: Religion, Commodification, Tourism, Virgen de Guadalupe

1. INTRODUCCIÓN

La religión ha jugado un papel importante en la historia de la humanidad. La religión considerada como un sistema de creencias y visión del mundo que relaciona a la humanidad con la espiritualidad busca darle sentido o explicar el origen de la vida o el universo. Las prácticas religiosas van desde sermones, la celebración de actividades de un dios o dioses, sacrificios, festivales, fiestas, meditación, la música, el arte, la danza, entre otros aspectos de la cultura humana que busca influir en la manera de percibir el mundo que nos rodea, los valores, los comportamientos éticos, morales que las personas adjudican como su estilo de vida.

El sociólogo Lenski propone a la religión como “sistema compartido de creencias y prácticas asociadas, que se articulan en torno a la naturaleza de las fuerzas que configuran el destino de los seres humanos” (1961, p.316). Por ello, la religión describe la relación de los seres humanos con aquello que ellos consideran como santo, sagrado, espiritual o divino, logrando fomentar una comunidad de personas que comparten la misma fe.

Las creencias en la dimensión espiritual de la vida han existido desde tiempos muy antiguos. Muchas sociedades a lo largo de su evolución han dejado pruebas históricas de sus sistemas de creencias, entre ellas citamos: a) La adoración del sol, b) Adoración de la santa muerte, c) Adoración al Dios de la lluvia (Tláloc), d) Al dios de la serpiente emplumada Kukulcán. También se cuentan aquellos dioses y diosas poseedores del conocimiento del bien y del mal o de lo sagrado. Todas estas deidades que además son testimonios de la experiencia humana junto con la espiritualidad ejercieron en su momento cierta influencia en el proceder de las personas; en la conformación de sus identidades, dándoles, además, sentido a su existencia, fuesen religiosos, espirituales. Lo destacable en lo anterior, es el sentido que le confiere la religión, las creencias y la fe a la vida de las personas en este mundo terrenal.

Justamente una de esas creencias que estudiaremos en este trabajo, es el culto a la Virgen de Guadalupe, en el que se pretende analizar no solo como conmemoración desde lo histórico o como festejo religioso importante en la cultura mexicana, sino desde su posible

representación como un motor económico importante, donde todas las personas involucradas más allá de la fe, pueden ver en esta festividad una actividad especial relacionada con un auge o un crecimiento económico para el turismo de tipo religioso.

Entonces en este trabajo pondremos especial atención lo que representa para los mexicanos principalmente la Virgen de Guadalupe y daremos cuenta de todo lo que se entreteje alrededor de la celebración cada 12 de diciembre. Es así que nos surgen muchas interrogantes en el tema de la Virgen de Guadalupe, pero como ya expusimos nos interesa resaltar lo que en su entorno se construye para movilizar, dinamizar o potenciar la economía durante esta celebración. Lo anterior nos lleva a realizar la siguiente interrogante: ¿Qué influencia tiene el culto de la Virgen de Guadalupe en la religión, el turismo y la economía?

1.1 Historia de la Iglesia Católica.

A lo largo de la historia, la iglesia católica ha tenido una influencia innegable en la sociedad, calificada como la única iglesia fundada por Cristo, por el cual se considera a sí misma como un signo e instrumento de la unión íntima de Dios y de la unidad de todos los seres humanos. La iglesia católica es la institución internacional más antigua del mundo con influencia en la ciencia, arte, cultura, filosofía, entre otros. Kelh sostiene que "la Iglesia católica constituye siempre el espacio vital que posibilita concretamente esa fe, el espacio donde los individuos reciben la fe y la amplían mediante la colaboración en todas las actuaciones elementales de la Iglesia" (2013, p.20). Por consiguiente, la iglesia católica se proclama como una institución divina y a la vez humana que tiene como misión elaborar, impartir y propagar la enseñanza cristiana, así como de vigilar la unidad de los devotos.

Mirando los anales de la historia, damos cuenta que el catolicismo tiene sus inicios en la Europa occidental del siglo XVI con Lutero (<https://www.edx.org/es/aprende/catolicismo>). Es entonces que a partir de ese siglo se fueron formando varias expresiones del cristianismo, sin embargo, el catolicismo contó con una aceptación masiva a nivel global, siendo bastante popular en América Latina.

Se menciona en la historia de la Iglesia Católica aspectos que se han mantenido a lo largo del tiempo y que la diferencian de otras instituciones religiosas, como su doctrina, su fe, sacramentos, jerarquía por la sucesión apostólica, organización, administración, etcétera. Además, algo a destacar, es que la religión ha reunido a través de la historia a un sinnúmero de generaciones de hombres y mujeres de pueblos y culturas diversas en todos los rincones del mundo. Otra característica para destacar es la acción misionera pues en cada momento de la historia encontramos evidencias de cómo se han dado a conocer las diferentes religiones en el mundo.

Lo anterior nos remite a Trigilio y Brighenti cuando refieren que "la visión fundamental de la iglesia católica se basa en la educación inculcada a sus feligreses, brindando la capacidad de razonamiento a lo largo de los distintos escenarios de la vida, con ética y valores" (2010, p.36).

Es decir, la iglesia católica ha trabajado en la idea de ser una religión universal, compartiendo varias creencias y ritos, donde Jesucristo es el camino que conduce a la verdad y la vida.

1.2 Enfoque Teórico de la religión desde la sociología.

Quizás una de las definiciones más difíciles en las ciencias sociales sea la definición de la religión y de lo religioso como fenómeno social y como campo de estudio. En el presente trabajo se intenta recoger algunos de los aportes más importantes que ha hecho la sociología, a través de diferentes teóricos, para comprender y explicar el fenómeno religioso y su incidencia en las dimensiones de la vida social.

Las ideas religiosas constituyen un fenómeno fundamental en el análisis sociológico por los diferentes valores, ideas y creencias que orientan y estructuran la acción humana, que ha hecho que grandes pensadores de la disciplina de la sociología hayan dedicado parte fundamental de sus trabajos al análisis sociológico de la religión.

Cipriani afirma que la sociología de la religión consiste en “alegar qué analiza la fenomenología religiosa con el apoyo de herramientas teóricas y empíricas que son típicos de la sociología” (2011, p.14). Por ello, la sociología de la religión junto con diversas disciplinas como la antropología, la historia y la teología, estudia los comportamientos, estructuras sociales, evolución y los roles de las religiones en las sociedades humanas, intentando explicar la influencia de la religión en el comportamiento colectivo del ser humano y viceversa, es decir, las interacciones mutuas entre religión y sociedad.

Dentro de las definiciones características sobre religión debemos mencionar autores como Weber, Durkheim, Marx, Berger, por mencionar algunos, que asumieron el análisis religioso desde una perspectiva transdisciplinaria.

Comenzaremos a deshilvanar algunas de las ideas de estos autores, para ello creemos pertinente iniciar con Karl Marx, que, aunque nunca estudió la religión a detalle, sus ideas han influido en el desarrollo de los estudios en el campo religioso. De acuerdo con Marx, la religión consistía en un “medio de doctrinas que encubren y regularizan la dominación y la exclusión social, justificando el poder de los dominantes y domesticando a los dominados” (2009, p. 77). Esta idea la sintetiza en su frase conocida “la religión como opio del pueblo”. Para Marx, los aparatos religiosos eran considerados como ideologías en la que la religión se constituía como pilar fundamental para mantener una estructura de dominación social.

El gran aporte de Durkheim a la sociología de la religión lo encontramos en su trabajo titulado “Las formas elementales de la vida religiosa”, en el que sostiene que la religión es “un medio de creencias y prácticas que unen en una misma sociedad moral, llamada iglesia, a todos los que se adhieren a ella” (Durkheim, 2014 p. 664). Por consiguiente, las experiencias religiosas colectivas para Durkheim, como los ritos, cultos, entre otros, permiten cohesionar a un grupo alrededor de un conjunto de prácticas que trascienden a los individuos.

La propuesta de Durkheim aduce entonces, que los distintos aspectos de los rituales de una religión sólo deben ser entendidos como actos materiales que disfrazan operaciones mentales. En tal sentido, la función de toda religión es actuar sobre la vida íntegra de los miembros de una colectividad.

Otro teórico que dice presente es Weber, quien ha trabajado y considerado a la religión como objeto de estudio de la sociología, considerando a la religión no en su naturaleza, si no en sus afirmaciones externas, como un hecho social. Weber (1998) sostiene que:

La religión es una fuerza legitimadora de la existencia humana. Por una parte, existe un universo real, empírico, que es captado por los sentidos y por otra, un universo invisible, pero igualmente real, que es captado por los ideales religiosos y que es muy importante para entender y conservar en orden el mundo visible. (p. 215).

En este sentido, la religión se convierte para Weber, en la única fuerza que capacita al hombre para redefinir el sentido de su vida, convirtiéndose en un enorme potencial para cambiar radicalmente la sociedad.

A partir de las contribuciones hechas por Marx, Durkheim y Weber, varios autores han intentado construir una síntesis teórica que recojan los aportes de estos tres clásicos a la sociología de la religión. Uno de ellos es Berger, quien logra ubicar a la sociología de la religión como un capítulo de la sociología del conocimiento, donde las ideas religiosas alcanzan el carácter de autenticidad en un contexto social determinado. Lo anterior nos remite a Berger (2010) donde afirma que:

Todo medio religioso es un producto de la actividad humana, y solamente eso; sin embargo, este producto se objetiva, es decir, obtiene vida propia independiente de sus autores, hasta el punto de que puede reaccionar sobre ellos determinándolos y sometiénolos y constituyéndose en una realidad sui generis. (p.83).

Por consiguiente, para Berger, la religión es un producto social humano que alcanza un carácter de objetividad, en la medida en el que el sujeto aprende del mundo religioso, la religión deja de ser un objeto exterior y se transforma en un elemento más de su mundo interior, como parte de su conciencia que orienta su acción.

En base a este recorrido rápido realizado, concluimos, que la religión es un fenómeno social y por lo mismo, objeto de estudio de la sociología, de la economía de la antropología, el derecho y de cualquier campo del saber. Pero como todo campo del saber no podemos abarcar el todo sino una de las partes tal como lo expresa la mayéutica y por ello en este artículo se privilegió al culto que se profesa en todo México a la Virgen de Guadalupe, en particular, nos enfocaremos en uno de sus estados tal como iremos dando cuenta en páginas posteriores.

1.3 Historia de la Virgen de Guadalupe.

Diversas condiciones como su naturaleza y manifestaciones han puesto a la religión como objeto fundamental de estudio en la sociología, intentando comprender la importancia de este hecho social y su incidencia significativa en la vida social del ser humano.

En este apartado, mencionaremos el culto e historia de la Virgen de Guadalupe, tema central de este artículo. Para nadie es un secreto que la Virgen de Guadalupe aparte de ser un símbolo religioso es también un emblema nacional de la mayoría de la población mexicana, esto, por la influencia que ha tenido desde el ámbito religioso en la vida social y espiritual del mexicano.

México, un país multicultural, heterogéneo y con una innegable riqueza cultural que alberga diversas tradiciones como son, la del día de muertos, el dos de noviembre, el dos de febrero día de la Candelaria, Semana Santa, etcétera, en todas ellas está presente desde

nuestra perspectiva la fe que mueve a cientos y cientos de personas en busca de ese sentimiento de confort, perdón, refugio, paz, seguridad. Pero se precisa aclarar que la población católica posee un amplio abanico de santos a los cuales les rinden pleitesía, pero ninguno iguala en México quizás la devoción que se le profesa a la Virgen del Tepeyac a la siempre Virgen de Guadalupe y, que hoy continúa arraigada en cada esquina y que muchos denominan como “la morenita del Tepeyac”.

La historia de la Virgen de Guadalupe se remonta en el año 1531, cuenta la tradición que entre los días 9 al 12 de diciembre, se le apareció en cuatro ocasiones a un indígena de nombre Juan Diego, en un cerro llamado Tepeyac, en el que le solicitó a Juan Diego, le notificara al obispo de ese entonces, que se le construyera una iglesia y convertirse en patrona e intermediaria ante Dios.

Figura 1. Virgen de Guadalupe



Fuente: Elaboración propia tomada en el culto a la morenita del Tepeyac

Estas apariciones de la Virgen de Guadalupe al indígena Juan Diego cuyo mensaje era de amor y salvación, detonó muy probablemente más la religión católica en México. El pueblo mexicano se sintió identificado con la figura materna de la Virgen, quien en cierta forma les hacía recordar a la venerada diosa Tonantzin, que, para los mexicas, era la madre de todo lo que existía, de los hombres y, lo más importante, parte de la pareja divina que creó al mundo y a todos los seres vivos.

Desde entonces, cada 12 de diciembre, los mexicanos celebran a lo grande a la Virgen de Guadalupe quien ha sido el símbolo religioso más poderoso de México, capaz de unir a mexicanos de todos los rincones del país y de diversos estratos sociales, así como también, a diversos extranjeros. La Virgen de Guadalupe es tradición e historia, herencia y destino que

liga firmemente a la patria, a la Iglesia, la cultura nacional y la catolicidad. De acuerdo con Salmeán (2016):

Las peticiones a la Virgen de Guadalupe y sus milagros, legitimados por innumerables personas, le han dado la vuelta al mundo rebasando las fronteras mexicanas y regándose por tierras de América Latina para luego girar por todo el planeta. Los fieles creyentes de la Virgen de Guadalupe pertenecen a todas las razas, son de todos los estratos socioeconómicos, de todas las edades y todos los continentes. (p.184).

Figura 2. Feligreses visitando la Iglesia



Fuente: Elaboración propia tomada en la visita al Santuario de la Virgen de Guadalupe en Villahermosa.

El culto a la Virgen de Guadalupe abarca diferentes manifestaciones o tradiciones que van desde altares caseros, mañanitas de medianoche, misa con mariachi, peregrinaciones, representaciones teatrales, danzas, bailes, cantos, procesiones con carros alegóricos, rezos, entre otros. Es por ello, que la celebración de la Virgen de Guadalupe es considerada la gran fiesta de México llegando a concentrar más de 7 millones de personas. Pero también como señala Fernández (2018):

De acuerdo con la tradición guadalupana y su consolidación, con el paso del tiempo, se ha utilizado la imagen de la Virgen como una estrategia de marketing para la comercialización de diferentes bienes y servicios que ponen en circulación objetos religiosos convertidos en mercancías que suplen los símbolos consagrados por la iglesia y la religión. Estas nuevas prácticas han generado un cambio y han tenido un impacto enorme entre el consumo y el aspecto religioso. (p. 108).

La celebración a la Virgen de Guadalupe es un culto que rebasa el ámbito religioso, pues forma parte de la identidad de los mexicanos y es también una fuente importante de comercio tal como refiere Fernández. Aclaramos que en este artículo no queremos revivir la historia

misma, porque para ellos hay especialistas que han estudiado minuciosamente desde diferentes campos del saber, no sólo la aparición de la siempre Virgen María, la cual también han puesto en duda, sino todo lo que se ha tejido alrededor de esta aparición de la llamada madre de Dios.

Pero más allá de esta historia llena de religiosidad queremos dar cuenta si la Virgen de Guadalupe se ha convertido en una fuente de divisas, si lo que se comercializa es un objeto más, que los creyentes y devotos de la Virgen del Tepeyac compran para sentirse más cerca e identificados con el día y la celebración o es sólo parte del ambiente y el entorno. Pues para saber y/o conocer al respecto decidimos aprovechar la fecha y la celebración para realizar nuestro trabajo de campo, no sin antes enunciar nuestro objetivo que a continuación describimos.

2. OBJETIVO

El presente trabajo tiene como objetivo principal, dar cuenta cómo la celebración del día 12 de diciembre, fecha en que se celebra en México a la patrona de los mexicanos, la siempre Virgen María o Virgen de Guadalupe como se le conoce, se celebra por fe o es una conmemoración que se realiza con fines económicos.

3. METODOLOGÍA

Para dirigir esta parte del trabajo y obtener buenos resultados decidimos decantarnos por la fenomenología como metodología ya que consideramos nos alimentaba de una serie de conceptos y principios que nos permitieron encauzar y comprender mejor las opiniones vertidas por nuestros sujetos de estudio.

La fenomenología de la religión ha sido uno de los instrumentos más importante para el estudio racional de las religiones, constituyendo de esa forma una referencia necesaria en cualquier reflexión que se haga sobre ellas. Núñez (2012), sostiene que la fenomenología permite entender de manera específica la acción y experiencia humana con respecto a un fenómeno o proceso.

Ahora bien, de acuerdo con Edmund Husserl (1992) en la fenomenología lo más importante es captar la esencia del fenómeno y de esa forma, conocer de cerca la realidad. Es en ese sentido que nos interesó la postura teórica de Husserl ya que nos tendía un puente para entender todo lo que alrededor del culto de la Virgen de Guadalupe se ha tejido. Husserl (1992) señala que “para conocer la realidad se debe adentrar en la esfera interna de las cosas, para captar su verdadero sentido, olvidando lo externo o lo evidente” (Husserl, 1992). Es decir, que solo alcanzando la naturaleza de las cosas éstas pueden ser conocidas verdaderamente.

De igual forma, recurrimos a la teoría de Marx y Clauss Offe para plantear el contexto económico y poder hilar una postura a través de la observación y cuestionario de la posible mercantilización y el turismo de fe en el culto que se realiza a la Virgen de Guadalupe. Por ello, como tarea propia del método fenomenológico, intentamos describir e investigar cómo

las personas viven el fenómeno religioso, en este caso, el culto a la Virgen de Guadalupe, qué experiencia tienen, su vivencia y los elementos fundamentales de la misma.

Para este trabajo se realizaron entrevistas y conforme a lo que señala Sampieri (2014), la entrevista se realiza con un cuestionario que se responde a lo largo de su contenido, donde las respuestas obtenidas se deben transcribir tal y como fueron transmitidas manteniendo un orden.

El cuestionario contó con la participación de 25 personas, entre jóvenes y adultos mayores, en edades comprendidas entre los 25 a 60 años, contando con una población femenina con mayor participación en responder las 11 preguntas abiertas de nuestro instrumento.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Llegamos ahora a la parte más importante de este trabajo, es decir, dar cuenta del alcance de las respuestas obtenidas y de esa forma proceder a su análisis e interpretación lo más objetivamente posible, sin postura alguna que interfiera en el razonamiento de las opiniones vertidas por nuestros informantes.

Como enunciamos anteriormente, en este trabajo participaron 25 personas, donde el 92% de nuestra población fue femenina (23 mujeres) y el 8% de la población fue masculina (2 hombres). Nuestros informantes contaban con una preparación académica que iba desde Licenciatura, pasando por maestrías hasta doctorado, es decir, su formación universitaria era lo bastante amplia. El 72% refirió estar trabajando, mientras que el 28% manifestaron estar desempleado.

La práctica religiosa en el mundo es un hecho sociocultural que permea y ha permeado todos los estratos sociales a lo largo de la historia. Hacemos notar que pervive la libertad de religión, donde cada sujeto social es libre de profesar cualquier creencia. La religión es una oportunidad para fomentar la tolerancia, la solidaridad, el respeto, la fraternidad y el perdón.

Con respecto a nuestros informantes de si profesaban alguna religión, el 72% de nuestros entrevistados expresaron pertenecer a la religión católica, un 4% señaló pertenecer a la religión bautista, otro 4% a la religión cristiana, otro 4% a la religión adventista, otro 4% la religión espiritualista trinitario mariano y un 12% manifestó no profesar alguna religión. Es evidente de acuerdo con nuestros sujetos de estudio que la religión dominante en el municipio del Centro, Tabasco, México es sin duda el catolicismo, también nos damos cuenta de acuerdo con el nivel académico de nuestros informantes que asumen una libertad ideológica, donde muy probablemente la tradición familiar la continúen o bien ocupen su propia visión de la relación entre lo divino y lo terrenal.

Lo anterior se formula en función a las expresiones que nos compartieron en torno a lo que para ellos significa la religión, así, entre las palabras vertidas tenemos: fe, creencia, amor, respeto, paz, confianza en Dios, y dos consideraron que significa manipulación. Nos damos cuenta entonces, como a través de más de 2022 años, el catolicismo sigue siendo una de las religiones que aún sigue siendo privilegiada por los feligreses, cuando sabemos que hoy, hay

un incremento sustancioso de religiones, sectas con las cuales compite el cristianismo. Mencionamos: el judaísmo, protestantismo, hinduismo, islamismo, etcétera.

En lo tocante a la Virgen de Guadalupe esta imagen es considerada una figura histórico-religiosa para el pueblo mexicano, y así lo confirmaron las respuestas a la interrogante de si eran devotos a la Virgen de Guadalupe, solamente respondieron 18 personas, 12 de ellas afirmaron ser devotos a la Virgen por amor, por cariño, por fe, por ser la madre de todos los mexicanos, por promesas, por ser la madre de Dios, por herencia, entre otros, mientras que las 6 personas restantes expresaron no ser devotos de la Virgen, recordemos que del total de nuestros informantes el 12% refirió no profesar religión alguna y otros no pertenecían a la religión católica. Pero sigue quedando de manifiesto el amor, la devoción a la morenita del Tepeyac: La Siempre Virgen María.

Figura 3. Procesiones en carros alegóricos



Fuente: Elaboración propia tomada en la procesión en carro alegórico a la Virgen de Guadalupe en Villahermosa

Es así como la Virgen de Guadalupe es un referente obligado de la fe en Latinoamérica por todo lo que representa y ha representado para el pueblo mexicano. Sin embargo, a pesar de que no todos los entrevistados pertenecen a la religión católica y no son devotos a la Virgen, 23 de nuestros informantes afirmaron tener conocimiento de la fecha de celebración de la virgen de Guadalupe, todos expresaron que el 12 de diciembre es el día de la patrona de México, solamente 2 personas desconocían de tal fecha. Estos datos indican lo sagrado que para los mexicanos significa el doce de diciembre, pues es la celebración de la llamada emperatriz de las américas, rompe fronteras ideológicas, aunque hemos de referir que la Basílica de Guadalupe es visitada por millones de personas durante todo el año.

Siguiendo con nuestras indagaciones llegó el momento de cuestionar si realizaban algún tipo de tradición o culto a la Virgen de Guadalupe a lo que un 52 % respondió realizar rezos y un 12% refirió que le hacen misas, solamente un 4% manifestó efectuar peregrinaciones, el 32% restante de las personas entrevistadas manifestaron no realizar ningún tipo de culto. Sin lugar a duda, el fervor por la patrona de México, la morenita del Tepeyac, la Virgen de Guadalupe, La Siempre Virgen María, la Emperatriz de las Américas y demás nombres como se le conoce a esta imagen de la cual los chinos tienen la marca registrada. Pues bien, este emblema que une a millones de personas durante su celebración es sin duda una gran fuente de divisas que salta a la vista por doquier y que se potencia en los días previos a su celebración.

Hay que aclarar que en México se realizan muchas celebraciones como a la Virgen de Juquila, a la de la Candelaria, a la Virgen de Izamal, solo por citar algunas, pero ninguna celebración se equipara con la de la Virgen de Guadalupe. También hemos de decir, que se llevan a cabo muchas celebraciones en torno a la Virgen de Guadalupe, tanto en comunidades como en la Basílica que como la mayoría de las personas saben se localiza en la ciudad de México. En este sentido, dentro de nuestros informantes el 50% expresó haber asistido a la celebración de la morenita del Tepeyac a la ciudad de México, el 30% nos compartió que asisten a las celebraciones en su comunidad y el 20% restante manifestó no haber acudido a ningún tipo de celebración. Aquí bien vale mencionar la cita de Garcés cuando afirma que “La Virgen de Guadalupe más que un símbolo religioso es un emblema nacional, puesto que una mayoría significativa de los mexicanos se ven influenciados por la corriente del guadalupanismo” (2015, p.1).

Llegamos así a la parte más significativa de las preguntas realizadas a nuestros informantes y la cual consistió en saber si la celebración a la Virgen de Guadalupe se ha convertido en un evento más de consumo que de fe, a lo que un 50% de nuestros informantes consideraron que no, que sigue siendo un evento de fe, ya que muchas personas hacen su esfuerzo por cumplir alguna promesa a la Virgen y van con fervor, también por los muchos milagros de sanación que la Virgen ha realizado y que al ver los peregrinos se dan cuenta que la fe es lo que los mueve.

Por otro lado, el 50% de los entrevistados manifestaron que, si se ha convertido en un evento más de consumo, debido a que se ha considerado un pretexto de las personas para tomar alcohol, lo hacen más por fiesta que por fe, consideran que muchas personas lucran con la festividad de la Virgen de Guadalupe y se ha perdido el misticismo de la fe, otros manifestaron que todo es parte de una mercadotecnia por la cantidad de cosas que se venden y que el catolicismo ha perdido muchos devotos.

Nuestros informantes nos colocaron en una encrucijada importante, que nos hace replantear nuestro planteamiento teórico, desde luego, debemos considerar el tamaño de la muestra, sin embargo, este es un punto de referencia e invitación para una investigación más exhaustiva en este tema. Ahora bien, sí pervive un alto sentido de religiosidad, de fe, de sentido de pertenencia hacia la imagen de la Virgen de Guadalupe, pero, por otro lado, tal como lo expresaron nuestros informantes, no pasa de ser más que una imagen religiosa, que como cualquier otro hecho cultural, histórico y social que atrae masas, se acompaña de otros

elementos que le aportan y se nutren de ella, como es el caso del comercio que se mueve alrededor de todo ese fervor religioso.

Dentro de los elementos que nuestros informantes mencionan como parte de este comercio que les genera dividendos señalan, la venta de comida, souvenirs relacionados con la Virgen de Guadalupe el cual va desde playeras, gorras, diferentes tipos de imágenes y estampas, adornos, flores, collares, rosarios, trajes de Juan Diego, veladoras, dijes, cadenas etcétera, se cuenta también el aumento de hospedajes y servicios de transporte por las diferentes visitas de peregrinos de todo el país y de turistas a la basílica, por los cobros que realizan para efectuar los rezos, entre otros. Definitivamente la balanza de la fe y el comercio está equilibrada en esta sociedad líquida como diría Bauman, no sabemos a dónde ni cómo se seguirá sosteniendo entre las nuevas generaciones la imagen de la llamada patrona de los mexicanos.

Figura 4. Venta de Souvenirs



Fuente: Elaboración propia tomada en la venta de escapularios, rosarios, pulseras de la Virgen de Guadalupe.

5. CONCLUSIÓN

Esta investigación nos permitió conocer el contexto que subyace en el proceso que se vive en el culto a la Virgen de Guadalupe, siendo ésta una figura icónica y cultural de México que se ha consolidado con el transcurrir de los años. La Virgen de Guadalupe sigue siendo más que un símbolo religioso un emblema nacional, ya que una mayoría significativa de la población mexicana se ve representada e influenciada por la corriente del guadalupanismo. Pero, por otro lado, si bien es cierto aún pervive un fuerte fervor guadalupano, quedo demostrado que en este siglo XXI esta devoción tiende a convertirse en una fuente importante de divisas que pudiese empañar ese halo de compasión, fe, amor, devoción, esperanza,

ternura de la que tanto se ha hablado y que por generaciones se ha transmitido convirtiéndose ya en una cultura religiosa de los mexicanos.

Aquí valdría la pena discutir cómo sostener de cara a este siglo XXI donde estamos frente a una globalización y una llamada modernidad líquida este fervor guadalupano si las opiniones vertidas por nuestros informantes se encuentran divididas, ya que unos alegan que el culto a la Virgen de Guadalupe sigue siendo un festejo religioso importante en donde lo que predomina es la fe de sus devotos, y, la otra parte manifiesta que la Virgen de Guadalupe por ser un fenómeno de aceptación social, favorece el turismo y la economía. Ante este dilema y tal como lo expresamos estamos ante una balanza donde la herencia cultural generacional muy probablemente incida en el cultivo de la fe en esta Virgen de los mexicanos, o se convierta sólo en un festejo más del cual ser parte.

Figura 5. Celebración Virgen de Guadalupe



Fuente: Elaboración propia tomada en la procesión a la Virgen de Guadalupe

Queda claro también que la imagen de la Virgen de Guadalupe es usada como una estrategia de marketing para la comercialización de objetos religiosos convertidos en bienes de extenso reconocimiento aprovechando la pasión y la fe que despierta entre los creyentes católicos. Pero también para muchos cumple el rol de protección, de defensa frente a todos los males.

Podría considerarse entonces tal como ya quedó de manifiesto que el culto a la Virgen de Guadalupe encierra dos escenarios, uno que guarda la fe, la devoción y el fervor de lo

religioso y lo espiritual, acompañado de lo tradicional que se trasmite de generación en generación. El otro escenario ya descrito, es el que se asocia a la Virgen de Guadalupe como una fuente de divisas donde aspectos como el turismo y lo económico, desde la identidad, la cultura, lo simbólico y el consumo contribuyen a comercializar la imagen de la patrona de los mexicanos, por ello, la veneración que se le tiene a la imagen es aprovechada por el mercadeo para fomentar la venta de diferentes artículos, fortalecer la economía, en un contexto de marketing religioso. Según lo planteado por Vallverdú (2011) “la estrategia es volver a la imagen de la Guadalupe más visual y atractiva al público con el fin de generar un ganar-ganar tanto espiritual como monetario”. (p.6).

Por esta y muchas otras razones, se le ha dado trascendencia a la imagen religiosa de la Virgen de Guadalupe, ya que detrás del interés personal de sus fieles, están los intereses económicos, políticos y de negocios que se mueven en torno a la religión.

Queda aquí abierta la invitación para continuar analizando y difundiendo, desde la sociología, la economía, la historia, la filosofía y cualquier campo del saber lo que conlleva estos ejes de análisis, en donde la fe, la religión y el dinero se entrelazan y tienden a confundirse de cara a un nuevo siglo, a una nueva generación de personas, a una nueva forma de cultura líquida. Estamos quizás ante un nuevo reto y/o proyecto o reinención de la iglesia, de la religión de la fe, pues como refiere Bauman en Béjar (2007) estamos frente a la desaparición del sujeto histórico.

BIBLIOGRAFÍA

- Béjar, H. (2007), *Identidades Inciertas: Zygmunt Bauman*. Barcelona, Herder Editorial
- Berger, P. (2010). *El dosel sagrado: para una teoría sociología de la religión*. Barcelona, Editorial Kairós.
- Cipriani, R. (2011). *Manual de Sociología de la Religión*. Argentina, Editorial Siglo XXI.
- Cursos sobre catolicismo y religión (s/f). <https://www.edx.org/es/aprende/catolicismo#:~:text=El%20catolicismo%20como%20lo%20conocemos,aceptación%20masiva%20a%20nivel%20global>.
- Durkheim, É. (2014). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Madrid, Alianza editorial.
- Fernández, F. (2018) *El mercado de la fe en Toluca. Análisis sociocultural de los productos religiosos y esotéricos en el mercado*. Toluca, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Garcés, B. (2015). Virgen de Guadalupe como imagen de la identidad latinoamericana y sus nuevas lógicas de consumo. *Resistencia: revista de los estudiantes de la Universidad Andina Simón Bolívar*, (marzo 2015), 58-61..
- González, E. (2013). Acerca del estado de la cuestión o sobre un pasado reciente en la investigación cualitativa con enfoque hermenéutico. *Unipluriversidad*.13(1),60-63

- Husserl, E. (1992). El artículo “fenomenología”. En: *Invitación a la fenomenología*. Barcelona: Paidós, 35-73.
- Kelh, M. (2013). *La iglesia*. Salamanca, Editorial Sígueme. Salamanca.
- Lenski, G. (1961). *El factor religioso: un estudio sociológico del impacto de la religión en la política, la economía y la vida familiar*. Barcelona, Editorial Labor.
- Núñez, M. (2012). Una aproximación desde la sociología fenomenológica de Alfred Schütz a las transformaciones de la experiencia de la alteridad en las sociedades contemporáneas. *Sociológica*, 27(75), 49-67.
- Salmeán, S. (2016). *Peregrinaciones religiosas y ciudadanía. Estudio comparativo de dos casos: la devoción guadalupana en Ciudad de México y San Diego (EEUU), con anotaciones sobre el Camino de Santiago*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico, McGraw Hill.
- Trigilio, J. y Brighenti, K. (2010). *Catolicismo para tontos*. Indianápolis, Mini edición.
- Vallverdú, J. (2001). *Gazeta de Antropología*. Obtenido de Mercado religioso y movimientos carismáticos en la modernidad. *Gazeta de Antropología*.17, 22.
- Weber, M. (1998). *Ensayos sobre sociología de la religión*, Tomo 1, Madrid, Taurus.