

VIRGEN DE GUADALUPE COMO IMAGEN DE LA IDENTIDAD LATINOAMERICANA Y SUS NUEVAS LÓGICAS DE CONSUMO

BELÉN GARCÉS

- Estudiante de la Maestría en Estudios de la Cultura, con mención en Comunicación, de la UASB-E. Diseñadora, con mención en Diseño Gráfico y Comunicación Visual, por la PUCE.

Correo electrónico: <belengarcescustode@gmail.com>.

▪ **Resumen**

El presente artículo girará en torno a dos ideas básicas. Primero, cómo se ha construido la identidad mexicana y latinoamericana en general, en torno a la imagen de la Virgen de Guadalupe, convirtiéndola en un símbolo de identidad; y, segundo, cómo esta imagen en la Modernidad, a través de los objetos de consumo, ha sido hasta cierto punto modernizada y difundida en un sinnúmero de soportes, permitiendo de esta manera su consumo masivo.

- **Palabras clave:** **religión, identidad, imagen, consumo, Latinoamérica, Virgen de Guadalupe.**

Históricamente, con la Conquista, vino también una imposición artística por parte de España, imposición que en aras de evangelizar empezó a desplazar las manifestaciones artísticas y religiosas que hasta esa época se daban en nuestro territorio. En el marco de esta imposición artística, nuestros indígenas empezaron a realizar una mezcla entre lo que era el arte español y el arte precolombino, plasmando subrepticamente al Dios Sol en las iglesias, colocando como manjar de la última cena a un cuy, o situando mazorca de maíz entre las uvas esculpidas en las columnas barrocas de nuestras iglesias, entre otras cosas, como una forma de resistencia ante la Conquista y como una manera de tratar de mantener así sea de modo oculto sus costumbres.

Para poder lograr la conversión al cristianismo, la Iglesia utilizó sobre todo la imagen, ya que era una forma más clara e impactante para que la mayoría de la población originaria que en su mayoría poco entendía de español y nada de latín, pudiera comprender las historias sagradas relatadas en la Biblia. Por ello, la Iglesia tuvo que crear imágenes de santos, cristos y vírgenes.

Poco a poco con la conversión a la religión católica de todos los habitantes que poblaban lo que ahora se conoce como Latinoamérica, empezó a surgir una ferviente devoción a imágenes de santos y vírgenes. Es así que la gente empezó a apropiarse de ellas, pedirles favores para la intercesión en problemas de toda índole, desde cosas tan mundanas como encontrar objetos perdidos, a cosas tan trascendentales como la recuperación de un familiar enfermo. Tal fue la inserción de la Iglesia en nuestras culturas, que fueron sobre todo los indígenas quienes empezaron a defenderlas de aquellos iconoclastas que querían dañarlas (Gruzinski 2003, 165). También las imágenes religiosas empezaron a fundirse con los objetos cotidianos, por ejemplo se empezó a popularizar abanicos, relojes, bordados, bizcochos, golosinas con los rostros de santos, imágenes de la cruz, etc., los cuales brindaban a su portador cierta protección, concepción que se tiene aún hasta nuestros días (Gruzinski 2003, 160).

En este contexto surge la imagen de la Virgen de Guadalupe, una imagen que para los creyentes tiene una connotación milagrosa, pero para otros más escépticos no pasa de ser una de tantas imágenes religiosas. Con respecto al surgimiento de la Virgen de Guadalupe

se ha especulado mucho debido a la connotación de milagro que acompaña a la imagen, pero también se han realizado estudios sobre su origen dentro de la cosmovisión azteca y muchos estudiosos la relacionan con Tonantzin, una diosa azteca, considerada como madre de todos los dioses cuya veneración se realizaba en el mismo monte Tepeyac (Sánchez Hernández, s.f.).

A partir del surgimiento de esta imagen empieza toda una identificación con ella sobre todo del pueblo mexicano y, posteriormente, del pueblo latinoamericano. Pero ¿por qué esta identificación con la imagen de la Virgen? Considero que puede ser porque visualmente representa al latinoamericano ya que es una imagen dual y mestiza (es una figura de la religión española pero sus rasgos son indígenas). Además, al ser la única Virgen india que hay en el mundo produce sentimientos de identificación con aquellos tradicionalmente relegados por el poder, y en cierta forma permite la visibilización y la enunciación ya no desde la élite mestizo-criolla, sino que permite enunciar lo subalterno, entre lo que figuraba principalmente lo indígena.

La “Morenita” permitió una ruptura con la representación tradicional de las vírgenes rubias, blancas y de canon europeo. Sus ojos oscuros, su piel morena y cabellos oscuros, se vuelve una reivindicación de un canon de belleza indígena o mestizo, convirtiéndose en cierto modo como un símbolo de la resistencia (Sánchez Hernández, s. f.). También se vuelve un objeto de condensación de los valores más altos de los latinoamericanos, obteniendo el lugar de una especie de súper heroína que permitirá a su pueblo salir de la miseria, y volviéndola una especie de guardiana protectora frente a todos los peligros a los que la gente se encuentra expuesta en el día a día.

Tal ha sido la identificación de la gente con la imagen que su consumo o veneración no ha sido solo a través de la imagen original, sino que se lo ha hecho en las propias casas y hasta en objetos cotidianos. También se ha hecho partícipe a la imagen de movimientos de liberación como el movimiento de independencia de México y la Revolución mexicana. Asimismo, en protestas como las de United Farm workers y las de Farm Labor Organizing Committee en Estados Unidos. Y se la ha hecho incursionar en política a través del despliegue de la imagen de la Virgen en los mítines y eventos de los partidos políticos mexicanos (Díaz Barriga 2002, 37).

También surge un consumo de la imagen de la Virgen sobre todo con los migrantes, ya que al haber tanta migración de Latinoamérica a otros lugares del mundo, siendo uno de los principales destinos los Estados Unidos, los migrantes necesitan algo que les recuerde su lugar de origen, por ello anhelan su comida, su bandera, y tratan de mantener sus costumbres, utilizando objetos pequeños y a veces casi invisibles como una pequeña representación de la Virgen en estampas o escapularios que se puede siempre llevar consigo y que permite al migrante tener un trozo de su identidad y su cultura, en su cartera, en su cuello, o en la intimidad de su casa. Y a la vez esta imagen, en este caso, cumple una doble función: ser una imagen de identificación con su tierra y una imagen de protección. De esta manera, el rol que desempeña es completo.

El mercado ha permitido que hasta cierto punto el objeto religioso se vuelva un objeto de consumo, ya que actualmente la religiosidad y la veneración que se le tiene a la imagen es aprovechada por el mercado para fomentar la venta de diferentes artículos, pero en muchos casos sin que exista ya la mediación de la Iglesia y de la propia religión, permitiendo que la gente establezca un nexo personal y físico con la imagen a través de su compra y su utilización (Gruzinski 2003, 171). Y al estar las imágenes insertas en este mercado necesitan la espectacularidad, estimulación visual, es decir necesitan modernizarse, volverse novedosas, infalibles (Ewen 1988, 146), que con su consumo constante proveen servicios, los que pueden ser la protección o los milagros.

Es por ello que se puede ver como actualmente a la imagen religiosa, en el caso concreto de la Virgen de Guadalupe (pero existen muchas más), se le ha quitado su profundidad de significación y su trascendentalidad, puesto que no se deja espacio para la elaboración de sentido por parte del espectador, la imagen ya no es intelectual, reflexiva o de contemplación interior, sino que se trata de volverla más bien sensual y divertida (Darley 2002, 263). En el mundo moderno, tan inestable cambiante y líquido, la imagen de la Virgen se convierte en una especie de amuleto como un mecanismo de defensa, evasión de las dificultades, complejidades y amenazas del mundo real (Darley 2002, 276).

Actualmente se pueden ver imágenes de la Virgen en casi todos los soportes y estilos pictóricos. Uno que es muy interesante y que vale la pena recalcar es el caso

de Distroller, una empresa mexicana creada por la diseñadora Amparo Serrano, cuyo personaje principal de mercadería es la Virgen de Guadalupe, diseñada en un estilo de caricatura, acompañada de una gran cantidad de colores y de frases muy utilizadas por los jóvenes de las áreas urbanas en México. Con este personaje, la marca Distroller ha logrado posicionarse en el mercado desde *wallpapers*, cuadernos, mochilas, edredones, pulseras, collares, etc. Se podría decir hasta cierto punto que se maneja a la Virgen como un estilo diferenciador, dentro de la cultura de consumo y este estilo da una especie de estatus y define una manera de ver a la sociedad desde la devoción (Ewen 1988, 136).

Insertando el imaginario de la Virgen de Guadalupe dentro de los medios masivos, surge otro producto muy interesante cuya finalidad es generar consumo y masificar la veneración a la imagen de la Virgen: el programa de televisión *La Rosa de Guadalupe*, el cual en cada capítulo trata de problemas comunes y algunos bastante fantásticos que tienen las personas y como la veneración a la Virgen les ayuda a solucionarlos. En base a lo que Darley menciona en su libro *Cultura visual digital* se podría decir que este programa busca seducir a la audiencia a través de la espectacularidad de los milagros que la Virgen realiza, y desarrollando en cierta forma un juego de identificación y traslación al mundo real con los televidentes. El televidente empieza a trasladar sus problemas cotidianos al problema que tiene el personaje en el capítulo y hasta cierto punto lo que le suceda al personaje, el televidente lo convertirá en su propia historia, permitiendo así que el programa lo “enganche”. Por otro lado, como parte del juego, el televidente relacionará lo que sucede en el programa a su vida real, es decir cuando tenga un problema similar recordará el programa de televisión y desplazará la devoción a esta Virgen mediática para que le de protección en el mundo real. Es muy interesante, ya que dentro de la lógica del ocular centrismo los milagros se pueden ver, y de cierto modo palpar, son virtuales pero a la vez al ser visibles a través de la televisión, se vuelven reales.

Esta imagen de la Virgen televisiva y comercial irrumpe en los hogares, en los ámbitos privados de consumo de la gente, hasta lo más íntimo de sus vulnerabilidades. Infunde modelos de comportamiento y creencias y permitirá que exista una nueva *religiosidad difusa*, una devoción que se disuelve en el consumo tanto de obje-

tos como de milagros, que mientras más consumo hay de esta imagen, se genera la posibilidad de que existan más milagros (Gruzinski 2003, 213).

Desde una figura histórica, llena de misterio y en torno a la cual existe una profunda devoción, se ha visto como a lo largo del tiempo esta imagen ha sido venerada, llegando a convertirse en un elemento muy importante en la identificación de los latinoamericanos, como una suerte de reivindicación de grupos étnicos que tradicionalmente han sido maltratados y relegados. Y ahora como un elemento modernizado, inserto en la lógica del mercado se lo vuelve más atractivo al público, y, de esta manera, se lo incluye en un mercado global de consumo, logrando mayor difusión y volviéndolo un elemento mediático de gran acogida en el mundo entero.

Es claro que la imagen ha perdido su significado original, como elemento de devoción religiosa. Esta esencia es reemplazada por nuevos conceptos destinados para el consumo de esa imagen, como es el de la protección y la diferenciación. Sin embargo, con el consumo no es que la imagen pierde valor, sino que este se traslada, se masifica, se diversifica y se globaliza, para llegar ya no tanto a creyentes sino más bien a usuarios que por su compra sienten un bienestar y una especie de protección divina y un fuerte enraizamiento con su identidad latinoamericana. Siendo esta sensación por sí misma un justificativo para la existencia y consumo de estos objetos religiosos.

La identificación que a lo largo de la historia ha surgido en torno a la imagen de la Virgen de Guadalupe resulta interesante, ya que es considerada un objeto de manifestación del orgullo de ser latinoamericano, también ha permitido la creación de un imaginario colectivo en el que los latinoamericanos tenemos una especie de protección divina, y posteriormente se convirtió en una imagen de reivindicación y lucha por las clases más oprimidas. Actualmente, al volverse una imagen de consumo, depende más bien de cada persona la interpretación que se le quiera dar. Para unos puede ser solamente una imagen bella, pero también hay gente que deposita sus esperanzas en la imagen de una manera verdadera, y hay otra cantidad de personas que, por la espectacularización de la imagen, empiezan a depositar sus esperanzas en un objeto que quizás al inicio sea producto de la novedad, pero a fin de cuentas para creyentes sean reales o por moda, esta imagen

les permite modificar su forma de enfrentar sus problemas cotidianos, de tener una suerte de inmunidad en sus vidas, saber que tienen una ayuda divina que les permite salir de problemas, y afrontar la vida de una manera un poco más optimista.

Referencias bibliográficas

- Darley, Andrew. 2002. "Juegos de superficie y espacios de consumo". En *Cultura visual digital: Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Díaz Barriga, Miguel. 2002. "Repensando a la Virgen de Guadalupe: devoción, 'empoderamiento', e identidad masculina chicana". En *Alteridades* (edición digital) 12, No. 23. México DF: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. <<http://www.redalyc.org/pdf/747/74702304.pdf>>.
- Ewen, Stuart. 1988. "La barbarie embellecida". En *Todas las imágenes del consumismo: La política del estilo en la cultura contemporánea*. México DF: Grijalbo.
- Gruzinski, Serge. 2003. "Los consumidores de imágenes". En *La guerra de las imágenes: De Cristóbal Colón a "Blade Runner" (1492-2019)*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Sánchez Hernández, Francisco Xavier. s. f. "La Virgen de Guadalupe y nuestra identidad nacional". <<http://franciscoxaviersanchez.wordpress.com/filosofia-y-religion/virgen-de-guadalupe/>>.