

La Virgen de Guadalupe es un símbolo más para comercializar

La fe no se vende, es sólo una estrategia comercial

Medallitas, llaveros, camisetas, calcomanías, encendedores, relojes, estatuillas de madera, carteles, estampas, veladoras y muchos otros productos con la imagen de la virgen de Guadalupe, se volverán a ver afuera de los templos este próximo 12 de diciembre, día en que se conmemora en la religión católica, a la Guadalupana.

Al respecto, el maestro Darío Armando Flores Soria, investigador del Departamento de Cultura Regional del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH), de la Universidad de Guadalajara, señaló que la imagen de la virgen de Guadalupe es un símbolo más de los que se venden y se comercializan.

Explicó que la oferta religiosa ha llegado a altos niveles de ventas, “la imagen guadalupana es un símbolo más de los que se venden. Existen otros objetos religiosos que también comercializan en tiendas y librerías. No se trata de vender fe. No se hace negocio con la fe, sino con un símbolo. Lo que hacen los comerciantes es buscar ese mercado de las creencias y venderles sus productos.

“Si la gente lo compra es porque cree en ello y le gusta, lo que han hecho los comerciantes no es vender la virgen, sino el empaque en sí. Es como cualquier otro producto que busca su mercado. Lo que llama la atención es que con los años el mercado ha crecido y de ser en un inicio pañuelos o libretas, ahora se ha extendido a productos más duraderos como una camiseta o la calcomanía para el carro”.

El también miembro del Centro de Estudios de Religión y Sociedad insistió en que no hay engaño, pues quienes ya creen son los que adquieren ese objeto. “Por una parte están los que vieron a los católicos como mercado para negociar y los católicos que consumen este tipo de productos. Pero es sólo una estrategia de ventas, no hay nada más allá de vender una fe”.

Resaltó que el hecho de que el fenómeno de comercialización de la imagen de la virgen de Guadalupe, sea mayor que el de cualquier otra virgen se debe a su reconocimiento nacional. “Por qué la imagen de la virgen de Guadalupe y no la de Zapopan o la de Talpa o la de Lagos, porque son vírgenes más regionales y la de Guadalupe es considerada como de la nación”.

Sin embargo, indicó, la imagen guadalupana “fue introducida, fue una cuestión de difusión que se llevó varios siglos, que todos la aceptaron como la patrona de México, a través de muchas campañas de órdenes religiosas de gobiernos. Así se ha implementado esta idea, como la virgen de la nación”.

Agregó que aunque los chinos tienen la marca registrada de la imagen, cualquier persona puede hacer uso de ella. “La marca registrada habla de que ya hay reglas en el mundo de las imágenes, donde la Iglesia es la autoridad. Los chinos obtuvieron la marca registrada, aunque aquí en México cualquiera puede estamparla y demás, yo no he visto que vengan a reclamar”.

Guadalajara, Jal., 8 de diciembre de 2009

Texto: Lorena Ortiz

Fotografía: Internet

Edición de noticias: Lupita Cárdenas Cuevas

Etiquetas:

[Opinión](#) [1]

[Símbolos religiosos](#) [2]

URL Fuente: <https://comsoc.udg.mx/noticia/la-virgen-de-guadalupe-es-un-simbolo-mas-para-comercializar>

Links

[1] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/opinion>

[2] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/simbolos-religiosos>