

LA RELIGIÓN CATÓLICA: UN ÁREA DE OPORTUNIDAD MERCANTIL

Margarita Rodríguez Falcón¹

Resumen:

El siglo XXI ha sido la puerta de entrada a nuevos cambios en todos los órdenes de la vida del ser humano, el cual se encuentra inmerso en la telaraña de la globalización y de todo lo que ésta implica. Los seres humanos no pueden soslayar, ser parte de las transiciones culturales, políticas, económicas, sociales, tecnológicas, alimentarias, académicas, religiosas. Esta última, ha sido motivo de reflexiones desde distintos campos del saber, así, los estudiosos de las ciencias sociales, en particular de la economía han ido deshilvanando cómo la religión ha sido una mercancía con valor de uso y de cambio prestando el planteo de Marx. Jeremías 7:11 nos lleva a recordar como a los ojos de Dios hacer negocios dentro y fuera de las iglesias era mal visto. Queremos pensar que esa “cueva de ladrones”, en este siglo XXI se transformó en mercaderes, vendedores, negociantes, sobre los cuales subyace un discurso socioeconómico que justifica posiblemente a los ojos de Dios, de las religiones y la sociedad esta forma de obtener utilidades. Identificar como la sociedad del siglo XXI construye los argumentos en torno al comercio alrededor de las religiones y en particular de la católica la cual es aquí nuestro objetivo. Pero, además, saber cómo estos credos se transforman en una mercancía bajo la cual se comercia con todo tipo de representaciones religiosas. Para el logro de este objetivo, el cuestionario nos permitirá realizar las aproximaciones que darán cuenta de estas construcciones socioeconómicas.

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

THE CATHOLIC RELIGION: AN AREA OF COMMERCIAL OPPORTUNITY

Abstract:

The 21st century has been the gateway to new changes in all spheres of human life, which is immersed in the web of globalization and all that it implies. Human beings cannot avoid, be part of cultural, political, economic, social, technological, food, academic, religious transitions. The latter has been the subject of reflections from different fields of knowledge, thus, scholars of the social sciences, particularly economics, have been unraveling how religion is and has been a commodity with use and exchange value, lending the silver of Marx and like all areas of

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

knowledge. Jeremiah 7:11 reminds us how, in the eyes of God, doing business inside and outside the churches was frowned upon. We want to think that this "thieves' den" in this 21st century has been transformed into merchants, vendors, dealers, on whom lies a socioeconomic discourse that possibly justifies this way of obtaining profits in the eyes of God, religions and society. Identifying how the society of the 21st century builds the arguments around trade around religions and in particular the Catholic religion is a priority here. But, in addition, knowing how these creeds are transformed is a commodity under which all kinds of religious representations are traded. To achieve this objective, the questionnaire will allow us to make the approximations that will account for these socioeconomic constructions.

Keywords: Religion, Commodification, Tourism, Virgin of Guadalupe

1. INTRODUCCIÓN

Una constante en la historia ha sido el interés de un sin número de investigadores por observar, conocer, saber, para generar nuevos conocimientos sobre temas diversos que pueden modificar creencias, supuestos que pueden transformar las nuevas realidades sociales. La construcción de nuevos saberes hace posible ir construyendo nuevos paradigmas, axiomas, postulados en aras de encontrar respuestas que pueden ampliar, fortalecer los planteamientos hechos o bien modificarlos.

Aproximarse y/o encontrar la verdad siempre ha sido uno de los móviles de toda investigación y en el caso que nos ocupa: la religión, ésta ha ocupado a cientos de investigadores a través de la historia que se han especializado en temas teológicos, filosóficos, históricos entre otros. Recordemos que las religiones han sido una constante desde el origen mismo de la humanidad. Así, abordar el tema de la religión es complicado porque subyace todo un halo de sacralidad que sobre ésta se ha tejido y que ha crecido a la par que la sociedad misma. Así, conocer, saber, estudiar sobre los temas religiosos es un reto, pero si a ello le sumamos que más allá de esa Fe que viene implícita en las diversas religiones le añadimos que esa misma sociedad la ha convertido en un espacio de oportunidad para generar riqueza, entonces, la complejidad de esta díada es lo que hoy nos lleva a plantear diversas interrogantes como ¿Es posible esta simbiosis religión y dinero? ¿la religión católica se ha convertido en una mercancía? ¿es posible tener la Fe ante una sociedad que te aprecia en función a tus donativos?, ¿se puede vender la Fe?...

El posicionamiento de las religiones en el mundo es visible, pues además de todo ese fervor, ese dogma, esa evangelización, los mandatos y demás van configurando y construyendo una cultura religiosa que van moldeando e influyendo en las conductas y comportamientos de los diferentes sujetos sociales que integran a la sociedad, esto es, la religión norma de una u otra forma la conducta de las personas. Así, los valores morales que todo sujeto social aprende pueden tener contenido estas leyes de Dios y/o sistemas de creencias.

Como bien dijimos, la religión ha estado presente en todos los ámbitos en los que el ser humano se ha desarrollado, pues como recién escribimos casi todos los seres humanos profesan alguna religión, como el cristianismo, budismo, hinduismo, judaísmo, confucianismo, taoísmo. También es válido decir, que al amparo de las religiones se han cometido y permitido múltiples violaciones de derechos humanos, se han conjurado guerras, reclamando, exigiendo se respeten usos y costumbres, se han cometido asesinatos, e incluso, persecuciones religiosas, e insistimos, todo por

pertenecer, profesar y practicar religiones diferentes y, por tanto, disentir cultural e ideológicamente de su religión.

Debemos reconocer, la presencia de la religión en todas las estructuras de la sociedad, así creemos que recién nos aproximamos a la de los sujetos sociales, donde nos dimos una ligera idea de la injerencia religiosa en su actuar cotidiano, pues es un hecho social como plantearía Emile Durkheim, que es externo al ser humano, pero creemos que se da una especie de simbiosis entre sociedad-religión y religión-sociedad, (Fernández, 1994) y aquí no nos atrevemos a plantear que son mutuamente excluyente. La religión es un conductor, catalizador que controla y mueve a cada uno de los miembros de la sociedad, algo así como decía Marx en el siglo XIX: la religión es el opio de la humanidad, aunque aquí no lo ocuparemos en el sentido estricto que lo empleó Marx — control de la clase adinerada hacia el pueblo—, sino, para dar cuenta de esa simbiosis, pues tanto la sociedad modifica los contenidos religiosos, como la religión establece, cambia, renueva los dogmas religiosos y éstos son abrevados y vividos de manera diferente por los creyentes (Cordero, 2001).

Hasta este momento aún no hemos relacionado como este fenómeno religioso, —el cual aquí lo trataremos como un hecho social externo, tiende sus raíces en los escenarios económicos, políticos y de Estado. Así que consideramos conveniente internarnos en parte de las entrañas de la biblia y detenemos en el libro de Lucas capítulo 16 versículo 13 que a la letra dice: Ningún siervo puede servir a dos señores; porque o aborrecerá al uno y amará al otro, o estimará al uno y menospreciará al otro. No podéis servir a Dios y a las riquezas (Lucas:16-13 en Biblia Reina Valera). Estamos ante una encrucijada o bueno, en este siglo XXI no estamos seguros de hablar de encrucijada sino de una realidad que subyace a todas las religiones en el mundo, y es que llámese cristianismo, budista, protestante, hoy tienen que servirse del dinero expresado en diezmo, limosna, donaciones, comercio y demás para subsistir en este capitalismo inmerso en una burbuja llamada globalización.

Si googulemos cuantos versículos de la biblia hablan sobre el dinero, dicha búsqueda arroja aproximadamente 46 partes hacen alusión a la acumulación de la riqueza (Proverbios 23:4), a la tentación de enriquecerse, lo cual puede provocar su destrucción (Timoteo 6:10) y llama la atención la que consideramos aquí una invitación a mantenerse lejos del dinero (Hebreos 13:5), y algo más fuerte lo encontramos en Eclesiastés (5:10) cuando expone; quien ama el dinero nunca se sacia de éste, y lo que aquí llamamos una amenaza velada lo encontramos en Proverbios (11:4), al referir que cuando llegue la ira de Dios, de nada servirá ser rico. Sin duda, estos versículos que podemos decir aquí en este artículo son señales, axiomas, postulados, premisas, principios o mandatos divinos que los seres terrenales deberían ponerlos en práctica en su día a día, ser parte inalienable de su existencia. Pero aquí viene la pregunta que consideramos obligada ¿en este siglo XXI donde el capitalismo global es el sistema que rige las relaciones socioeconómicas de la sociedad y por ende de los individuos, se pueden anteponer estos mandatos divinos al bienestar y la competencia a la que impele dicho sistema capitalista?

Pues bien, bajo estas premisas es que iniciaremos este artículo contextualizando los orígenes de la religión, sin entrar en las entrañas de ésta, después haremos un alto para saber acerca de la religión católica, hablaremos del turismo religioso y como penúltima etapa explicaremos en base a un trabajo empírico cómo la religión católica además de ser un bastión importante en México es

un espacio donde hay cabida para las relaciones mercantiles. Por último, en la conclusión habremos de compartir los hallazgos que consideramos más importantes en este trabajo.

1.1 La Religión.

A partir del siglo XX surgió una tendencia orientada a entender las funciones sociales de la religión, es decir, se analizaba a la religión como un elemento central de la mente, la cultura, y la sociedad, en donde se entendía a la religión como un fenómeno necesario frente a las inseguridades humanas y como una expresión cultural que necesita ser comprendida y aceptada.

Procesos históricos como la ilustración, la revolución industrial, el capitalismo, la era de la información y la tecnología, entre otros, tienen un gran impacto sobre el fenómeno de la religión, así como también, la globalización que a finales del siglo XX se convirtió en un proceso que ha ejercido un gran impacto sobre todas las esferas de la vida social.

Como nos damos cuenta la religión nos lleva por avatares diversos, pero en este espacio queremos ir precisando y planteando que debemos entender por este hecho que es histórico y continúa haciendo historia. Aclaremos que existe un abanico amplio de definiciones en torno a nuestro objeto de estudio — religión— así el conjunto de las expresiones religiosas del mundo se ha desarrollado en épocas pre-modernas y por ende previas al proceso de globalización. De acuerdo, con Schaffalitzky “la religión es una creencia con un alto grado de internalización de una teoría acerca de algo sobrenatural, con una trayectoria amplia y con consecuencias sistemáticas y prácticas” (2014, p.24). Una definición más la obtenemos de Durkheim (1993), cuando hace alusión de la religión como un sistema conformado por dogmas, cosas sagradas, ceremonias, ritos, y donde la solidaridad media en todo momento.

Consideramos que para entender el fenómeno religioso es necesario abordarlo como un hecho histórico que ha moldeado el sistema de prácticas y creencias hasta la actualidad, algo parecido a lo que Durkheim planteaba.

La religión como fenómeno social, no es algo que el individuo adquiera genéticamente, sino que es transferida y enseñada a través de la cultura, desempeñando una función socializadora, de control, de valores y de normas tácitas como lo pueden ser los diez mandamientos que en la religión católica son un decálogo a seguir y respetar: entre ellos se citan: No matarás, no robarás, no desearás a la mujer de tu prójimo, no codiciarás bienes ajenos, etcétera, y el principal “Amarás a Dios sobre todas las cosas”. Si nos damos cuenta para los lectores mexicanos y conocedores de manera general de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), estos mandamientos enunciados, bien lo podríamos encontrar implícitos de alguna manera en esta norma suprema. Por ejemplo, el artículo 24 de la CPEUM², refiere que toda persona tiene derecho a la libertad de profesar el culto o religión que desee, en el caso de robarás o matarás, enunciamos el artículo 17 que expresa que toda persona tiene derecho a que se le administre justicia, etcétera. No olvidemos que México por muchos años estuvo de cierta forma controlado por la invasión de los españoles quienes impusieron la religión católica y muchos años después hubo de ser un sacerdote — Miguel Hidalgo y Costilla — el que enarbolará la independencia de México.

² Se recomienda revisar la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Como nos damos cuenta la complejidad en el tema nos lleva por diferentes caminos, pero regresando al tema citamos a Vidal quien postula que religión se refiere “al sistema de creencias tomadas con valor de verdad absoluta que permiten y marcan una forma concreta de vivir la Espiritualidad. Es un camino concreto de relacionarse con Dios y, por lo tanto, debería llevar implícito el carácter de lo espiritual” (2011, p.8).

Por consiguiente, la religión constituye una de las reseñas culturales más importantes de la humanidad y una fuente de sabiduría. En ella se encuentra almacenadas algunas de las grandes preguntas sobre el origen y futuro del universo, el destino de la historia y el sentido o sinsentido de la existencia humana.

La religión, por el hecho de ser parte inalienable en una sociedad, la organiza, marca las pautas de las relaciones interpersonales, fomenta los valores, los derechos humanos, marca las pautas de convivencia en los miembros de una comunidad, invita a la sororidad, la solidaridad, al respeto, la fraternidad, el perdón, la ayuda mutua, etcétera. No olvidemos que unos de los discursos y/o sermones reiterativos en las religiones es prodigar el amor al prójimo. Así, creemos y estamos convencidos que la religión como todo sistema social es compleja, tiene una estructura, perviven las jerarquías, el poder permea en todas las esferas, y el dinero forma parte importante en su estructura organizacional.

Planteamos que la religión católica tiene múltiples propósitos orientados en su mayoría a fomentar la Fe, preservar la dignidad de las personas, tal como lo hacen los Derechos Humanos, las normas supremas de cada país, aunque la religión católica es sui generis en ciertos objetivos y propósitos que persigue. Esto es sin duda una de las diferencias de la religión —enseñar, sacrificio y Fe, — con respecto a las demás instituciones que forman parte de la sociedad tal como veremos a continuación.

1.2 Religión Católica.

Quizás debamos empezar este apartado buscando el origen de la humanidad, y ellos nos remitiría a la teoría del big bang, la teoría de Charles Darwin conocida como la transformación del mono a hombre y desde luego, la que nos tiene en este momento escribiendo estas líneas, la religión católica con sus representantes celestiales y terrenales léase Dios, sus ángeles, santos beatificados, el Papa, obispos, arzobispos, sacerdotes y demás miembros del clero.

La religión católica es un espacio importante y significativo en la sociedad como ya ha quedado expuesto, pues ha cumplido una función cultural y normativa, brindando sentido y propósito a sus integrantes, asimismo, cumple funciones de cohesión y control social, teniendo un carácter moral intrínseco, aportando normas, valores y principios.

Lo anterior nos remite a Trigilio y Brighenti (2010) donde 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” (p.36).

Por consiguiente, se ha considerado a la religión como universal pues ha existido desde siempre, por lo tanto, está presente en todo aquel ser vivo que haya decidido profesar alguna religión

y que se guíe de esos preceptos para conducirse en familia, en sociedad y en cualquier relación interpersonal.

En el caso que nos ocupa en este espacio y mirando nuevamente la historia de la Iglesia Católica se han mencionado 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, además, que ha reunido en todas las generaciones hombres y mujeres de pueblos y culturas diversas en todos los rincones del mundo. Otra característica para señalar es la constante evangelización de todas las religiones en el mundo y desde luego, la religión católica no se ha quedado al margen de esta difusión tocando mucho cada uno de los rincones del mundo en este siglo XXI.

Las religiones en el mundo y no vamos a hablar en este párrafo solo de la religión católica, pues consideramos todas tienen como objetivo dar a la humanidad un sentido de pertenencia en ese mundo complejo, lleno de situaciones inadmisibles, donde el ser humano ha privilegiado su bienestar personal, el dinero, el poder, por encima de aquellos preceptos religiosos, divinos que han emanado de ese ser etéreo, que nadie conoce físicamente y tampoco se sabe de dónde vino o quiénes son sus padres y demás interrogantes que surgen de ese ser llamado Dios, Jehová, Yahveh, Joshua, Elohim, u otros nombres sagrados que le dan al ser al que se recurre en cientos de escenarios para recibir de Él una respuesta o un milagro. Dios ese ser sobrenatural a través de las diferentes religiones ha logrado conceder sentido de pertenencia a muchas personas en este mundo.

Por otro lado, esa Deidad de la que hablamos, y que habita tanto en el mundo terrenal a través de las creencias que cada persona profesa en sus respectivas iglesias, templos, ermitas, capillas etcétera, también se cree, existe un mundo divino donde las personas que algún día morirán, o bien partirán del mundo terrenal y como refieren las culturas populares después de hacer todo un rito alrededor de la muerte y que dicho sea de paso depende de cada municipio, estado, país, los espera un mundo celestial, dependiendo de cómo fue su vida en la tierra podrá ser parte de ese mundo idílico o tendrá que expiar primero sus pecados. Desde luego, necesitamos aclarar que lo anterior forma parte de la cultura popular tabasqueña, pues aún no se cuentan con las evidencias que permitan afirmar lo anterior.

No quisiéramos dejar de mencionar y/o dar a conocer la otra parte de ese Dios amoroso que muchos conocemos, pero que en palabras del ruso Bakunin (2009) refiere y citamos textualmente:

Jehová que de todos los buenos dioses que han sido adorados por los hombres, es ciertamente el más envidioso, el más vanidoso, el más feroz, el más injusto, el más sanguinario el más déspota y el más enemigo de la dignidad y de la libertad humana, que creó a Adán y a Eva por no sé qué capricho (sin duda para engañar su hastío, que debía de ser terrible en su eternamente egoísta soledad, o para procurarse nuevos esclavos), había puesto generosamente a su disposición toda la Tierra, con todos sus frutos y todos los animales, y no había puesto a ese goce completo más que un límite. Les había prohibido expresamente que tocaran los frutos del árbol de la ciencia (p:10).

Indudablemente se deja ver el matiz ateo y anarquista como citará en su momento Emma Goldman (2011: p 34), quien, ajustándose a esa ideología, teoría de Bakunin, nos habla de un Dios que pocos conocemos y fue creado a modo, pero que hoy de acuerdo con estos autores ha perdido la fuerza que tenía en el pasado, pero como la misma Goldman dice (2011):

La idea de un Dios resucitado, reajustado, y ampliado o reducido, de acuerdo con la necesidad de la época, ha dominado la humanidad y seguirá haciéndolo hasta que el hombre levante la cabeza hacia el día soleado, sin miedo y con la voluntad despierta en él. A medida que el hombre aprende a realizarse y a moldear su propio destino, el teísmo se convierte en superfluo (p: 34-35).

Indudablemente en estas proposiciones se observa a la ciencia versus la religión, Dios, la Fe y cada ser humano es libre de profesar y ser afín a alguna de estas ideologías, teorías, con las cuales justifique su existencia, su razón de ser y su tranquilidad.

Como nos damos cuenta hablar de religión resulta sumamente difícil y delicado ya que ésta tal como ya Aristóteles lo refería A.C., la sociedad debe seguir dos caminos a saber: el bien o el mal. De acuerdo con Kapitan la religión católica, “busca la aceptación de una teoría acerca del mal, del bien, de la evolución requerida para vencer el mal y participar en el bien, y de las formas y prácticas pretendidas para esta transformación. (2008, p.95).

Es decir, la religión católica 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, trabajando 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. Dios es y ha sido signo de amor, paz, protección, respuestas a problemas, es camino, pero también precisa referir, que este mismo camino hacia Él, ha significado en los últimos siglos un área de oportunidad de enriquecimiento, tal como veremos en los siguientes apartados.

1.3 Turismo Religioso.

En esta etapa del trabajo nos adentramos a aguas profundas y un tanto de cuidado, y decimos de cuidado porque cuando se menciona la palabra dinero, saltan dudas, privilegios, procedencia, aportaciones y/o donaciones en efectivo o especie, diezmos, limosnas que se dan a las diferentes instituciones religiosas. Es del conocimiento general que el dinero atraviesa a toda la sociedad, a todo el gobierno, a todas las instituciones incluyendo la religiosa, en suma, está presente en la vida y en el día a día de todos los que habitamos en este planeta.

En la religión católica concretamente, la circulación de dinero no es ajena a ésta, toda vez que mantener las iglesias, implica un gasto y este suele ser oneroso, además no solo se cuenta mantener la infraestructura y lo que esto implica: construcción de iglesias, ermitas, mantenimiento de los inmuebles, además el pago de luz, agua, teléfono, y demás impuestos, etcétera. Aquí se cuenta también, la manutención de los sacerdotes, diáconos, religiosas, las ayudas que esta institución ofrece a los que necesitan, el salario de contadores, y demás personal que requiere para mantener tanto las finanzas sanas como las instalaciones limpias y en óptimas condiciones.

La pregunta obligada es ¿cómo se hace de recursos la iglesia católica para solventar sus gastos? Llegamos entonces a esa etapa de Jeremías 7:11 donde se comerciaba fuera de la casa de Dios, y esto sucede hoy día, sólo por mencionar una pequeña forma que tiene la iglesia de hacerse de recursos.

La iglesia católica, como toda institución, porque en este artículo así la asumimos como una institución, tiene diversas formas de hacerse de recursos, y como dijimos, uno de ellos son las donaciones que le realizan, pero también existe un comercio que ésta ha establecido al interior de

sus espacios y que consisten por ejemplo en la venta de imágenes, aguas benditas, los recorridos turísticos por las abadías más reconocidas, desde luego, estos ingresos no se comparan con las donaciones directas de particulares o las herencias que a estas iglesias les dejan. Pero aquí hablaremos del turismo religioso que es una veta importante que últimamente ha potenciado la iglesia católica.

El turismo se ha considerado como uno de los grandes pilares económicos del mundo contemporáneo. El turismo es uno de los principales motores que genera, potencia y/o contribuye al desarrollo socioeconómico y empleo en el país que lo impulsa. Durante las últimas décadas, el turismo se presentó como una estrategia económica segura, en la que se formaban grandes beneficios sin necesidad de invertir desmedidamente, puesto que en muchas ocasiones el lugar con sus paisajes, monumentos y valores culturales era la principal atracción.

Con el paso del tiempo se empezaron a demandar nuevas formas de turismo, entre ellas se encuentra el turismo religioso. Así, de acuerdo con Parellada, el turismo religioso “se trata de un concepto, formado por dos entidades, turismo y religión, que tienen valor en sí mismas y que dan lugar a una nueva realidad o entidad que comparte las características o los elementos de ambas entidades (2009, p. 16).

El turismo religioso ha ido en crecimiento en el mercado turístico, este tipo de turismo contempla actividades turísticas vinculadas a las prácticas religiosas en determinados lugares con un significado religioso, como por ejemplo el recorrido por los monasterios, por las iglesias con una historia importante, un clásico ejemplo es el Vaticano.

Martínez (2013) sostiene que “el turismo religioso es una actividad turística a través de la cual los turistas que la realizan intentan alcanzar gracias espirituales, buscando la proximidad, la inmersión o el acercamiento con lo sacrosanto. (p.135).

Por consiguiente, el turismo religioso se ha convertido en una oportunidad para utilizarlo en beneficio del desarrollo económico, tanto de las iglesias como de los habitantes que viven donde se encuentran estos lugares icónicos.

Queremos aclarar que el turismo religioso se compone por tradiciones religiosas que se realizan para ofrendar, cumplir o pedir un favor, en las que se renueva la fe y se busca una cierta paz interior, afianzando la creencia, involucrando sentimientos de esperanza, agradecimiento, convivencia y acercamiento a las distintas creencias. Al respecto Tobón y Tobón (2013) señalan que:

El turismo religioso como un fenómeno social y económico ha cobrado interés entre académicos y empresarios, para académicos por el estudio de las motivaciones, intereses y necesidades espirituales o culturales que se viven en los centros religiosos, para los empresarios, representa un impacto económico y oportunidades de rentas adicionales que generan los visitantes, creando nuevas oportunidades de negocios y fuentes de ingresos y empleos. (p:237).

Como podemos darnos cuenta, el turismo religioso es considerado un segmento de negocio que busca desarrollarse con el fin de generar progreso económico y contribuir al rescate y promoción del patrimonio cultural y para beneficio de la institución religiosa de alguna manera. Una opinión más al respecto nos lleva a Lanquar (2007) cuando señala que el turismo religioso “se

compone de patrones religiosos, culturales, tradicionales, espirituales, paisajísticos, que muchas veces interactúan en la intención y la decisión de emprender el viaje donde los destinos de esta tipología turística son los lugares santos que representan devoción y peregrinaje” (p.30).

En la actualidad, el turismo religioso es considerado como un fenómeno tanto social como económico, social por la afluencia de turistas que se sienten motivados por las peregrinaciones y temas relacionados con la espiritualidad y económico porque es una fuente de ingresos considerable para el país destino.

México, es considerado uno de los tantos países con un turismo religioso significativo a nivel mundial, y de eso nos percatamos cada 12 de diciembre, cuando millones tanto de feligreses como visitantes del interior de la República como del extranjero, acuden a la Basílica de Guadalupe, en la ciudad de México, a visitar o conocer a la llamada morenita del Tepeyac, la Virgen de Guadalupe, patrona de los mexicanos. Hemos de precisar que algunos acuden por Fe, algunos más por promesas, o mandas, entre otros. La curiosidad también mueve a muchas personas en esas fechas pues la representación más importante y significativa de México, capaz de unir a mexicanos de todos los rincones del país y de diversos estratos sociales, así como también a diversos extranjeros, es como ya referíamos: La Virgen de Guadalupe.

Para los mexicanos el 12 de diciembre es una fecha memorable, pero aclaramos que durante todo el año este templo religioso donde se asume apareció la Virgen de Guadalupe es visitado todo el año. También existen otros templos como el de Izamal en el estado de Mérida, donde alguna vez estuvo Juan Pablo segundo. También debemos mencionar, la Catedral de la Ciudad de Puebla de los Ángeles, un estado que cuenta con poco más de 364 iglesias y cuya catedral fue construida en el año XV, y así como este ejemplo, en toda la República Mexicana se cuentan con monumentos y/o iglesias que son visitas obligadas por los turistas.

Sin embargo, la celebración a la Virgen de Guadalupe se ha convertido en una de las manifestaciones de turismo religioso en México, un culto que trasciende el ámbito religioso, debido a que forma parte de la identidad de los mexicanos. Y más allá de la tradición religiosa, queremos dar cuenta, que la religión católica se ha convertido en una fuente de divisas y también de consumo social e indudablemente mueve la economía del lugar donde se localice una iglesia.

Pero esto no es un fenómeno reciente ni aislado como pudimos constatar en ese breve pasaje bíblico, no obstante, ahora se ha acentuado, toda vez que estamos aproximadamente desde el siglo XII en una sociedad, donde el comercio ya empezaba a fluir, pero en este siglo XXI y gracias a la llamada globalización, la religión católica también ha sido parte de este proceso de cambio, y lo sagrado es parte de este comercio iniciado hace siglos atrás, que bien vale decir que se daba a través de un intercambio no monetario como se da hoy día.

Como sostiene Brown (1994) “la globalización no es un proceso reciente, por el contrario, en el momento en que las sociedades aisladas comienzan a interconectarse entre sí, se inicia el proceso de globalización” (p.64).

Hoy existe una nueva forma de consumo de las religiones en general, pues estamos ante sujetos sociales diferentes, en sociedades donde lo líquido -prestando el término de Bauman- se ha vuelto algo cotidiano.

Hoy el consumo cultural religioso se ha diversificado, y no sólo se consume la palabra de Dios escrita en la Biblia, pues esta misma palabra llega hasta los espacios más apartados del mundo a través de las redes sociales, por ejemplo, durante la pandemia y ante la imposibilidad de asistir a los templos, pero para no perder presencia y recaudar fondos, las iglesias transmitían las misas a través de canales de YouTube, esto es una estrategia mercantilista para seguir presente entre la congregación de feligreses.

En este sentido, el estudio de cualquier fenómeno ya sea político, económico, cultural, aprendizaje o religioso, no puede pasar por alto los procesos globales que caracterizan a este siglo, esto nos queda más que claro.

Pero para dar más soporte a estos planteamientos vertidos en este artículo que analiza la religión católica como un área de oportunidad mercantil generadora de dividendos económicos, comerciales y de consumo, decidimos realizar un pequeño trabajo de campo que a continuación referimos, no sin antes dar cuenta de nuestro objetivo.

2. OBJETIVO

Este trabajo pretende concretamente dar cuenta si la religión católica se ha convertido en una oportunidad mercantil o no ha perdido su esencia, su sustancia de hace más de 2022 años atrás.

3. METODOLOGÍA

En este artículo que presentamos, consideramos pertinente intentar recopilar información que nos permitiera contrastar la teoría con la realidad, por lo que procedimos a diseñar un instrumento que nos ayudara a encontrar algunas respuestas que nos permitiera verificar, rechazar o enriquecer lo expuesto a nivel teórico. Consideramos entonces apoyarnos en el análisis cualitativo, el cual en términos de González (2013), nos permite dar cuenta que la investigación cualitativa construye el conocimiento basado en la realidad social, a partir de las diferentes situaciones específicas que viven las personas y los diferentes razonamientos o puntos de vista que se producen a raíz de estos espacios.

Lo expuesto en líneas anteriores nos llevó a construir un cuestionario con preguntas abiertas el cual se adaptó a las necesidades de este conciso trabajo, permitiéndonos aplicarlo en el municipio de Centro, Tabasco, México.

Referimos que en el cuestionario aplicado participaron 31 personas, entre hombres y mujeres, en edades comprendidas entre 30 a 60 años, donde el 67.7% fueron mujeres y el 32.3% hombres. Cabe destacar que el 80.7% de la población entrevistada manifestó pertenecer a la religión católica.

Dicho cuestionario nos permitió plantear el contexto económico, describir e indagar si las personas consideran que la religión católica se ha convertido en un área de oportunidad mercantil y en base a ello confirmar o rechazar lo que hemos estado planteado acerca de la religión católica.

A continuación, procederemos a compartir las respuestas obtenidas de las entrevistas realizadas, tratando en todo momento de ser lo más objetiva posible, en su análisis e interpretación para de esta manera no interferir en las opiniones compartidas por nuestros informantes.

4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Conforme a lo señalado anteriormente, procedemos a continuación a contextualizar a nuestros informantes. Cabe mencionar que fue una población heterogénea ya que contamos con la participación de 31 personas, entre hombres (32.3%) y mujeres (67.7%), de los cuales un gran porcentaje sino es que la mayoría contaba con un nivel académico a nivel Licenciatura, de este universo el 74.2% refirió estar trabajando, mientras que el 25.8% se encontraba desempleado.

Recordemos que la religión a lo largo de la historia se ha considerado como un sistema de creencias en las que las personas se vinculan con lo sagrado y lo trascendente, donde también se fomenta la tolerancia, la solidaridad, el respeto y el perdón. Es así que nuestros sujetos de estudio y/o informantes en un 80.7% manifestó profesar la religión católica, un 3.2% la religión espiritualista trinitario mariano, otro 3.2% la religión protestante y un 12.9% declaró no profesar alguna religión. Podemos declarar en base a estos datos, que sigue siendo la religión católica la que aún sigue posicionada entre la sociedad Tabasqueña.

Por otro lado, cuando se les cuestionó a nuestros informantes qué significaba para ellos el turismo religioso, expresaron frases como: fe, peregrinaciones, visitar iglesias, lugares sagrados, santos o afines a la religión, conocer la historia de templos religiosos y las obras de arte de los mismos, viajar para rendir culto a las religiones sagradas e interactuar con otros hermanos en la fe, creer en Dios y la virgen María, atracciones y actividades de manera religiosa y probar cada una de las religiones.

Como podemos darnos cuenta, lo expuesto a nivel teórico, no dista de la realidad encontrada, donde lo sagrado y la fe se comercializa y lo más importante es que no se señala, o no causa un incordio que se extienda ni ocasione ese enojo que manifestó Jesucristo a su salida del templo de su padre.

El turismo basado en la fe se compone de tradiciones religiosas y espirituales en el que las personas viven diferentes experiencias cumpliendo promesas en apoyo a alguna causa particular ideológica. Por su parte, Robles (2005) señala que “el turismo religioso representa alternativas de usos recreativos y de esparcimiento a la comunidad local” (p.33). Por consiguiente, el turismo religioso es considerado una actividad turística en la que, a través de sus manifestaciones como el peregrinaje, visita a santuarios, lugares sagrados, tumbas de santos o asistencia y participación en celebraciones religiosas, entre otros, las personas renuevan su fe, buscan cierta paz interior y afianzan sus creencias.

En otro momento se les cuestionó si consideraban que la iglesia católica impulsa el turismo religioso, a esta pregunta solamente respondieron 28 personas, en las que 15 de ellas afirmaron que sí. Entre sus argumentos mencionaron que la iglesia católica a través de las peregrinaciones, paseos, viajes a tierras y lugares santos, misas, celebraciones y retiros impulsan el turismo religioso, permitiendo que se tenga más conocimiento de las ideologías religiosas, se gane a un mayor número de creyentes y la fe y espiritualidad se mantenga o aumente.

Pero también encontramos que diez de nuestros informantes alegaron que la iglesia católica no impulsa el turismo religioso, porque que quien lo hace son las empresas turísticas y los gobiernos municipales o estatales y el ayuntamiento. Las tres personas restantes indicaron no tener idea acerca de lo que era turismo religioso.

En general, sí se comulga con la idea que hemos estado externando de que la iglesia es un motor que promueve sutilmente el turismo religioso, pero es verdad también, que existen personas que desconocen el término que hoy se usa para designar a esta actividad que mueve la economía y beneficia tanto a la comunidad donde reside el templo como a esta institución religiosa.

No está fuera de contexto recordar a Fernández (2012) en cuanto a que el turismo religioso es una “fuente de recursos que permite la conservación y preservación del patrimonio material e inmaterial que representan los lugares de culto o peregrinación y adicionalmente una fuente de ingresos y oportunidades de empleo que aumenta la economía del lugar” (p.38).

Siguiendo entonces la ruta de nuestro instrumento compartimos que el 50% de los entrevistados indicaron que sí consideran a las diferentes acciones, actividades religiosas de la iglesia católica como fuente de divisas, ya que todos los eventos que se realizan generan ingresos para la misma. Dieron cuenta además que la iglesia a través de los diferentes medios de comunicación difunde todo tipo de información sobre sus celebraciones y también cuenta con la participación de políticos y empresarios que ayudan a la difusión del conocimiento de la historia de la iglesia y su riqueza arquitectónica.

Sin embargo, el otro 50% restante de los informantes, alegaron que no consideran a la iglesia católica como fuente de divisas, ya que esa no es su intencionalidad ni hace algún tipo de negocios, que, aunque la feligresía contribuye en los eventos no representan grandes volúmenes monetarios. En este punto y en nuestro caso en particular, existe, sino un disenso, si opiniones compartidas respecto de las acciones y/o actividades que la iglesia católica emprende para hacerse de recursos, dejamos abierta la posibilidad o a consideración del lector si la iglesia es en sus respectivos lugares generadora de dinero.

Quizás una de las preguntas torales de este trabajo consistió en cuestionar si la religión católica se ha convertido en un área de oportunidad mercantil donde la fe y espiritualidad han quedado quizás en un segundo término pues se ha privilegiado más al comercio y consumo. Ante esta sugerencia, pudimos darnos cuenta que se debatieron entre la Fe, el miedo a Dios de expresarse más de la religión y la institución —iglesia— ya que un 40% de nuestros entrevistados manifestaron que no, que la iglesia tiene muy claro el papel que debe desarrollar para difundir la palabra de Dios, que la iglesia promueve la Fe y que la mercadotecnia existente no parte de la iglesia si no de fuentes particulares o gubernamentales.

En cambio, el 60% de los informantes indicaron que sí, que la iglesia se ha abocado más al consumo y comercio, y dijeron que los que la gobiernan como los obispos, sacerdotes son los principales que promueven los negocios, las ventas, que originan el comercio religioso desvirtuándose lo principal que es la fe y la espiritualidad, ergo, todo se ha convertido en un negocio donde predomina el consumismo.

Pese a lo anterior creemos que la imagen de la iglesia católica tiene una connotación de fe, devoción y espiritualidad para algunos creyentes, pero para otros, no pasa de ser más que un área de oportunidad mercantil que está presente en muchos de los ámbitos de la sociedad impulsando el turismo religioso y la economía.

5. CONCLUSIONES

Este artículo nos deja más áreas de análisis que las que aquí se presentaron, puesto que aquí sólo conocimos el contexto que subyace con respecto a la religión católica como un área de oportunidad mercantil, en la que las opiniones de nuestros informantes se encuentran divididas, y como ya referimos, quizás por miedo, temor al castigo divino, para evitar blasfemar, no pecar escenarios que quizás los llevó a abstenerse de expresar libremente lo que meditaban, o bien, sí fueron congruentes con sus creencias y pensamientos.

Así podemos afirmar que la iglesia católica sigue siendo ese lugar donde la fe y espiritualidad está por encima de cualquier actividad de negocio, comercialización o consumismo. La iglesia católica sigue promoviendo la fe en todos sus actos cotidianos como las misas, oraciones, grupo de catequesis, acción social y todas las actividades que busca mantener y aumentar la fe en Dios.

Sin embargo, no podemos dejar pasar y compartir que la iglesia católica sí realiza actividades que invitan al turismo religioso como un acto no de lucro en su totalidad, porque recordemos que esta institución religiosa católica, tiene como finalidad la difusión de la fe, la enseñanza de la palabra de Dios, del conocimiento de la biblia, pero, además, de ayuda humanitaria en sus diferentes expresiones. Existe una cultura religiosa en el mundo, pero también en ésta subyace el negocio, que trasciende fronteras, muros y que hoy es parte de ese folclor místico.

Podría considerarse entonces que la religión católica encierra dos escenarios, uno que guarda la fe, la devoción y el fervor de lo religioso y lo espiritual, acompañado de lo tradicional que va de generación en generación y otro que engloba 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 religión católica. El mercado que se mueve en torno a la religión fomenta la venta de diferentes artículos, paquetes turísticos, entre otros, logrando fortalecer la economía a través del turismo religioso. En estos paseos se definen generalmente las actividades turísticas vinculadas a las prácticas religiosas en lugares determinados con un significado religioso.

Por consiguiente, encontramos que perviven diferentes razones que mueven a las personas a realizar visitas a los lugares sagrados, pues como en el caso de la visita que realizan los feligreses a la Basílica de Guadalupe, algunos acuden a este recinto religioso con la intención de cumplir alguna penitencia o devoción, o de acercamiento a lo divino, y están los que visitan por razones estrictamente culturales.

En el marco de este estudio, queda abierta la invitación a seguir divulgando e indagando, desde la economía y la sociología, esta dupla -religión y comercio- que conlleva una carga cultural, religiosa, simbólica y económica y que se ha convertido en un área de oportunidad mercantil.

BIBLIOGRAFÍA

Brown, R. (1994). *Perspectivas historiográficas*. Ediciones Jersey. Belleville.

Cordero del Castillo, P. (2001). La religión y su lugar en la Sociología. En *BARATARIA. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociale*, 4, 239-257, 2001, <http://dx.doi.org/10.20932/barataria.v0i4.280>

- Durkheim, E. (1993) *Las formas elementales de la vida religiosa*, Alianza Editorial, Madrid.
- Fernández, A. M. (2012). La Virgen de Talpa: Religiosidad, turismo y sociedad. *Política y Cultura*, 38, 30-48.
- Fernández, A. (2016). El Turismo Religioso mueve anualmente casi 30 Millones de personas en México. *Boletín* 1174, Cámara de Diputados. México.
- Fernández, F., (1994). Los niveles de desarrollo social humano y su correspondiente tipo de religiosidad: modelo sociológico general de Ken Willber. *Sociedad y Utopía, Revista de Ciencias Sociales*, 4, 206
- González, E. (2013). Acerca del estado de la cuestión o sobre un pasado reciente en la investigación cualitativa con enfoque hermenéutico. Unipluriversidad.
- Kapitan, T. (2008). Evaluación de la religión. Estudios de Oxford. *Filosofía de la Religión*, 2, 80-104.
- Lanquar, R. (2007). La nueva dinámica del turismo religioso y espiritual. Resumen del informe general de la OMT preparado por el autor en el contexto de la Conferencia internacional de Córdoba sobre “Turismo y Religiones: una contribución al dialogo de religiones, culturas y civilizaciones”, OMT, 29-31 de octubre de 2007. España.
- Martínez, R. (2013). Turismo espiritual una visión en Iberoamérica. Introducción. Coordinador. Editado por la Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso para eumed.net. España.
- Nervi, M. (2011). Espiritualidad, Religiosidad y Bienestar. Una aproximación empírica a las diferencias entre espiritualidad y religiosidad y su relación con otras variables. Reduciendo la controversia. *Psicología*, 64(15), 1-15.
- Parellada, J. (2009). El turismo religioso. Sus perfiles. Jornadas de Delegados de Pastoral de Turismo, Ávila. Conferencia Episcopal Española. España.
- Roble, J. (2001). Turismo religioso. Alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y desarrollo. *Biblio 3w: revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, 6, <https://raco.cat/index.php/Biblio3w/article/view/65749>.
- Schaffalitzky, C. (2014). Sobre el esencialismo y las definiciones reales de la religión”, *Diario de la Academia Americana de Religión*, 82, 1-26.
- Trigilio, J. y Brighenti, K. (2010). *Catolicismo para tontos*. Mini edición. Indianápolis.
- Tobón, S.M. y Tobón, N. (2013). Turismo religioso: fenómeno social y económico. *Turismo y Sociedad*, (14), 237-249.
- Vidal, D. (2011). Proyecto Catalonia Sacra. Secretariado Inerdiocesano de Custodia y Promoción del Arte Sagrado de la Conferencia Episcopal Tarraconense. España.
- (<https://www.bible.com/es/bible/149/LUK.16.10-13.RVR1960>)