



Intersticios sociales

ISSN: 2007-4964

El Colegio de Jalisco, A.C.

Acosta Rico, Fabián
Las estampas y los íconos religiosos y su reinvenCIÓN dentro del
mercado mundial de las religiones y del esoterismo de masas
Intersticios sociales, núm. 16, 2018, pp. 131-157
El Colegio de Jalisco, A.C.

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=421757148005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEM
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Resumen del artículo

Las estampas y los íconos religiosos y su reinención dentro del mercado mundial de las religiones y del esoterismo de masas

Religious stamps and icons and how they are re-invented in the global market of religion and mass esotericism

Fabián Acosta Rico

El Colegio de Jalisco, SNI c

fabian.acosta@coljal.edu.mx

<http://www.orcid.org/0000-0002-3935-4709>

Doctor en Antropología Social por el Centro de Investigaciones y Estudios Sociales en Antropología Social

Recibido: 25 de julio de 2017

Aceptado: 30 de abril de 2018

Este escrito trata de las imágenes religiosas de corte popular, las cuales remontan a un pasado reciente de la fe cristiana. Estos íconos religiosos remiten a una forma de devoción que va perdiendo vigencia, una que presume matices fetichistas y fanáticos. A las estampas e íconos se les reconocen milagros; es decir, el creyente o devoto sabe, con cierta antelación, que la imagen faculta ciertos favores, y pone a prueba su eficacia pidiéndole su amparo o socorro. El presente trabajo intenta explicar cómo las estampas religiosas siguen ocupando un lugar dentro del mercado mundial de las religiones y a la vez que se incorporan a lo que denomino el esoterismo de masas, precisamente por el carácter milagroso que se les atribuye dentro de la religiosidad popular.

Abstract

This article examines popular religious images associated with the recent past of the Christian faith. These religious icons refer to a form of devotion whose relevance is vanishing, but still displays significant nuances

Palabras clave:

estampas religiosas, íconos, esoterismo de masas, religiosidad popular, mercado mundial de las religiones

Keywords:

religious stamps, icons, mass esotericism, popular religiosity, global religion market

of both fetishism and fanaticism. These stamps and icons are believed to possess the ability to work miracles; that is, the believer knows, beforehand, that the image will propitiate certain favors; thus she/he puts it to the test by imploring it for protection, support or help. The text seeks to explain how it is that these religious stamps continue to occupy a place in the global market of religions while simultaneously being incorporated into what we call mass esotericism, precisely due to the miraculous nature that popular religiosity attributes to them.

Fabián Acosta Rico
El Colegio de Jalisco

Las estampas y los íconos religiosos y su reinvenCIÓN dentro del mercado mundial de las religiones y del esoterismo de masas

Religious stamps and icons and how they are re-invented in the global market of religion and mass esotericism

Introducción

¿Corresponde el acto de santiguarse ante una imagen religiosa o el suplicarle su socorro o auxilio a un tipo de piadosidad superada por la implantación de una modernidad secular que descalifica y niega cualquier intervención divina, por inexiste? Esta secularización exclama: “Dios no ha muerto”, pues jamás ha existido; es una arcaica invención imaginativa y emocional.

El encuentro devocional con estas imágenes trasciende la espacialidad sagrada templaría y se domicilia en el ámbito social profano gracias a las estampitas; estas imágenes de bolsillo (o bienes espirituales de consumo personal) le permiten al creyente insertar su práctica religiosa, culto o devoción en los laxos márgenes de la cotidianidad más secular.

Las estampitas (en su modestia sacra y estética), igual que las imágenes religiosas destinadas a un culto más oficial y público (como las resguardadas en los centro de fe y culto), recrean las figuras de advocaciones crísticas o marianas o, en su defecto, reproducen las imágenes de santos o ángeles.

En torno al retrato o la representación que objetiva el culto o devoción gravitan, en la composición de la estampa, otras figuras o elementos que pueden ser simples accesorios ornamentales o, por el contrario, quizás

funcionan como símbolos cuya significación añade, a la imagen principal, datos y pautas históricas, teológicas o incluso arquetípicas. Dichas estampas suelen mostrar esos significados mediante una narrativa semiótica sencilla, la mayoría de las veces reproducen y explicitan ideas provenientes del cuerpo de creencias doctrinales-religiosas que les dio origen y al que obviamente pertenecen: la doctrina católica.

Llama la atención que, a pesar de las refutaciones de la ciencia y del racionalismo heredado de la temprana modernidad, la fe en los íconos religiosos y en las estampitas persiste; estas últimas, al ser instrumentos de una religiosidad popular, tienen la ventaja o no de estar bajo el resguardo de una praxis religiosa espontánea que no busca justificarse ni legitimarse ante dichas refutaciones.

En ciertos públicos o consumidores de bienes religiosos, las estampitas siguen suscitando cierta fascinación estético-emocional consonante con ciertas necesidades de orden espiritual o religioso; soy de la idea de que estos bienes religiosos, a pesar de su aparente anacronismo y desenfoque contextual, o su estar fuera de la modernidad, poseen cierto “encantamiento psicológico” consistente en una capacidad de remontar, imaginativa o espiritualmente, al espectador predisposto a determinados trasmundos, intangibles y seguros, donde operan, según la creencia, seres y fuerzas benévolas que responden solícitas a sus necesidades, atendiendo a una sencilla regla de reciprocidad: mi devoción a cambio de tu protección.

La ortodoxia católica, en las prácticas religiosas personales, entiende de estas imágenes como recreaciones figurativas o, en su defecto, como claves simbólico-sagradas que remiten al creyente a una realidad divina; esta función de ventanas a la trascendencia, en la laxitud de la religiosidad popular, puede derivar casi de forma inercial y espontánea a la fetichización de la imagen; es decir, a confundirla con su representación, o en su defecto atribuirle objetivamente los favores supuestamente recibidos, en lo que sería una claro transito del culto a la imágenes a la idolatría.

En la idolatría hay un olvido voluntario o no del uso instrumental que debe dársele al artículo religioso como simple representación de una

supuesta manifestación sagrada trascendente. En el caso de las estampitas, la carga significativa que la devoción descarga sobre ellas puede conducir a su fetichización y a la creencia de que la representación (el ícono) y no lo representado (Cristo, la Virgen, los santos...) es el ejecutor objetivo del favor o el auxilio esperado por el creyente.

La imposibilidad de una fiscalización efectiva sobre el uso equivocado o idolátrico de las estampas religiosas obliga a los censores de la ortodoxia a no fomentar su uso y devoción; pero tampoco pueden, dichos censores, condenarlas abiertamente dado que, como veremos en el siguiente apartado, la religiosidad católica, históricamente, se caracterizó y distinguió de la protestante por el culto a las imágenes, las cuales, hasta la fecha, son todavía empleadas para lograr un mejor entendimiento y el arraigo de las creencias y verdades reveladas.

Estas imágenes son bienes espirituales y activos de un capital religioso perteneciente a la cultura católica a los que el mercado global religioso y la sociedad de la información se han encargado de expoliárselos con la desatención o el desinterés de la élite religiosa de la Iglesia. ¿Será este desinterés resultado de que las estrategias de adoctrinamiento y divulgación privilegiadas hoy en día por estos operadores religiosos necesitan cada vez menos del viejo arsenal de símbolos y oraciones impresos en dichas estampitas? No obstante, estas imágenes conservan su mercado y reaparecen, algunas de ellas, en nuevas y viejas expresiones y corrientes culturales como el esoterismo de masas y el esoterismo popular, se mantienen así, gracias a la post-secularización y la pluralidad religiosa, como una mercancía religiosa más, en el mercado mundial de las religiones, al margen de la ortodoxia y la fiscalización de la Iglesia.

Explicaciones históricas y sociológicas a la iconofilia católica

Desde sus orígenes, el instrumento de divulgación de la fe católica ha sido el fonema, es decir, la palabra. La predicación de Jesús, acompañada de los milagros, ganó aceptación y sumó creyentes a su grupo religioso. Sus discí-

1 Sobre la correspondencia entre el ícono y el fonema, Olaya Sanfuentes destaca el papel creativo del artista en su tarea de recrear en sus obras las figuras de los personajes ya no presentes; si bien las determinaciones subjetivas, como son la imaginación y talento del artista, son claves en la creación estética, esta no puede liberarse de las exigencias de todo arte sacro que demanda sujeción a la doctrina y fiscalización de los guardianes de la ortodoxia. Las fuentes de inspiración del arte sacro católico son variadas, al entender de Sanfuentes: la primera son las Escrituras; la vida de los santos, incluso, incluye en la lista los Evangelios apócrifos: “En definitiva, las imágenes religiosas no conllevan una interpretación unívoca. Al contrario, para poder entender las imágenes religiosas es indispensable realizar ejercicios iconográficos y culturales”. Olaya Sanfuentes Echeverría, “La iglesia católica y sus imágenes de devoción”, *Conserua*, núm. 15. (2010). Disponible en: http://www.dibam.cl/dinamicas/DocAd-junto_1680.pdf. Consultado: 18 de agosto del 2017.

pulos siguieron su ejemplo. Evangelizar es sinónimo de llevar la palabra, la buena nueva. El cisma que sufrió la Iglesia en el siglo XVI, resultado de la aparición de nuevos líderes religiosos que cuestionaban los intereses mundanos de la élite religiosa católica, implicó un cambio en las formas de propagar la Palabra sagrada, o el Evangelio. Bajo el paradigma reformista, el fonema (el sermón y la predicación), como instrumento bajo el control de los labios y la voluntad de la vieja élite religiosa, fue dejado de lado ante la primacía de la grafía (la Biblia impresa), y se inauguró así, en el cristianismo, una forma de espiritualidad individualista o cada vez más libre de tutelas sacerdotiales y de exégesis; el hombre frente a la palabra de Dios; el lector y la Biblia expresan, como imágenes históricas, la nueva espiritualidad.

La primacía de la grafía trajo consigo también el iconoclastismo. Aliado y complemento del fonema, el ícono religioso (como imagen de veneración, ilustración y ornamento templario) traducía en representaciones plásticas lo predicado, articuladas y puestos en paralelo por la ortodoxia; el fonema y el ícono se reafirmaban mutuamente en su función de darle elementos discursivos y figurativos a la fe o la credulidad de creyentes y de futuros conversos. El fonema explicaba el ícono, y viceversa, el ícono ilustraba al fonema en una suerte de relación biunívoca circunscrita en el círculo de la ortodoxia católica.¹ Olaya Sanfuentes comenta en su trabajo: *La iglesia católica y sus imágenes* (2010) que la imagen daba cuenta de la universalidad de la revelación cristiana católica; la Verdad es para todos, es visible, ya no está oculta en los templos paganos o en la cueva iniciática (están ciegos y no ven); pero, ¿en qué nivel se da este desarrollo, no en su profundidad teológica, sino en la sencillez de su mensaje redentor? Los cristos crucificados como representaciones del Mesías dando la vida por la salvación de la humanidad transmiten esta idea: la redención está dada por Jesús, quien es el camino, la verdad y la vida.

En efecto, la imagen de la crucifixión y la del mártir que da la vida por la fe (como la de san Felipe de Jesús atravesado por flechas) le transmiten al espectador, mediante su lenguaje icónico, un mensaje que articula símbolos, previamente traducidos por el fonema católico, que representan el

amor y la fidelidad al Dios de los Evangelios. El impacto sensorial del que contempla la imagen tiene la intencionalidad de incidir en él de forma emocional.² En esta capacidad objetivo-sensorial del ícono católico (potencializada por el fonema) reside su valor como bien espiritual e instrumento de predicación y de reforzamiento de la fe.

Desde siempre, pero en particular a partir de la Contrarreforma, la Iglesia fue consciente de dicho potencial y lo puso al servicio de su lucha en contra de las confesiones emergentes, de corte reformista, que en su disidencia y su actitud contestataria vulneraban su monopolio en la creación de bienes religiosos. A la reacción iconoclasta de la Reforma, la Iglesia respondió con una producción mayor de imágenes. El 3 de diciembre de 1563, el Concilio de Trento, sesión xxv, lanzó el decreto que ordenaba que los templos conservaran sus imágenes de Jesús, la Virgen, los santos, tributándoles honor y veneración.³ La veneración no conllevaría la idolatría o el confundir el objeto sagrado con su referente divino: se aclaraba en el decreto que la dignidad de las imágenes no residía en sus cualidades objetivas o posesión de una virtud o atributo divino, sino en su capacidad estética de remitir al observador a los seres divinos en ellas representados.

En este tenor, la apoteosis barroca de la imagen católica conllevó un desborde de preciosismo estilístico en la creación artística y una venida a menos en sus connotaciones simbólicas. Las imágenes religiosas ganaron realismo y belleza, de tal suerte que el espectador podía fácilmente empatizar con ellas y con sus representaciones, en un nivel estético-devocional. La imagen debía incitar a la piadosidad y facilitar las prácticas espirituales; en este tenor, uno de los campeones de la Contrarreforma, Ignacio de Loyola, recomendaba siembre rezar con una imagen a lado para facilitar la oración y servir de intermediaria entre lo divino y lo humano.⁴

El arte ligado a la vieja magia (combatida por el cristianismo en general) entendía que los trazos y dibujos de un símbolo sagrado no necesitan ser estilizados para ser operativos; es decir, que un mántrala sea llamativo no resulta relevante; lo que en verdad importa es que su diseño este apegado estrictamente a las pautas o reglas de las ciencias sagradas: la astrología, la

2 Sanfuentes Echeverría, “La iglesia católica y sus imágenes”.

3 Sanfuentes Echeverría, “La iglesia católica y sus imágenes”.

4 Sanfuentes Echeverría, “La iglesia católica y sus imágenes”.

alquimia, la taumaturgia... En este apego y esta perfección residía su carácter objetivo y su potencial; el objeto mágico se convertía en continente de alguna fuerza sobrenatural y superaba la condición de obra de arte para convertirse en un fetiche o en un ídolo.

El arte barroco católico tiene otros fines más ilustrativos, fue un arte de la representación; en él, el catálogo de formas históricas o culturales (reconocidas por el imaginario social) y la dimensión sensual o seductora de la imagen fueron destacados por encima de las connotaciones simbólico-teologales; es decir, la obra debía emocionar, apasionar al espectador: hacerle manifiesto en representaciones reconocibles (figuras de personajes, alegorías históricas o bíblicas...) el amor de Dios, la santidad de la Iglesia, la belleza de la espiritualidad católica... Si algo tenía de instrumental dicho arte era su condición de servir de ventana al cielo; detenerse en venerar los marcos, los lienzos y los cristales con olvido o desdén de los divinos seres figurados era un acto de la sinrazón y a la vez pecado impunitables al idólatra y al fetichista.

Extendiéndose hasta el recién encontrado continente americano, el amor al ícono de la Contrarreforma se encaró con las prácticas idolátricas de los pueblos nativos, en una suerte de guerra iconológica que, en un primer momento, como lo planteó en Monarquía india José de Torquemada, el español descalificó y satanizó las imágenes del “otro” (del nativo americano) al advertir que servían de depositarias de fuerzas maléficas antes vencidas en el viejo continente: los dioses paganos de la era precris-tiana reaparecían a los ojos de Torquemada en los ídolos de las religiones amerindias. Borrada la iconología indígena, el misionero español capitalizó las predisposiciones religiosas del indio; es decir, su gusto por adorar imágenes. El ícono católico llenó la ausencia del ídolo al tributársele ya no adoración, sino veneración.⁵

Por las predisposiciones culturales y la naturaleza propia de la práctica religiosa, el pasar de la veneración a la adoración fue para los sensores de la ortodoxia católica un riesgo latente en todos los fieles, y en particular desconfiaban de los nuevos conversos no europeos. Este tránsito del culto

5 José de Torquemada, *Monarquía india* (México: UNAM, 1983).

a las imágenes a su adoración, idolátrica o fetichista, se daría fuera de los espacios dictaminados por la ortodoxia como sagrados (santuarios y templos); es decir, en el amplio campo de las prácticas religiosas populares, espontáneas y desregularizadas.

Dentro del espacio sagrado, el legítimo dueño del fonema, el sacerdote, podía dar las explicaciones y marcar las pautas del culto a las imágenes. Sin embargo, aun estos recintos no están exentos de ser invadidos y tomados por la religiosidad popular cuando esta reconoce en ellos la presencia de un objeto o imagen revestido de signos divinos, entiéndase milagrosos. Las imágenes milagrosas y los objetos de adoración en general (relicias y lugares santos) dejan de ser representaciones de lo sagrado para convertirse en manifestaciones de lo divino; sus connotaciones simbólicas e incluso su capacidad estético-figurativa (o estético-simbólica) pierden valor ante las evidencias divinas; estas evidencia o milagros son para la fe popular más importantes o significativas que las explicaciones teológicas y los adoctrinamientos, dado que el creer del laico promedio prefiere guiar-se por una suerte de pragmatismo religioso que privilegia los resultados (o auxilios divinos efectivos) por encima de los rituales y los dogmas.

La búsqueda del favor divino inunda los santuarios o templos de peregrinos deseosos de entablar un acuerdo o contrato moral o devocional con la imagen trasmutada por su fe en objeto divino. En este acuerdo, como lo explican las doctoras Renée de la Torre y Cristina Gutiérrez, el solicitante intuye, a la luz de sus creencias o de la propia tradición religioso-popular, qué le puede agradar al Cristo, a la Virgen o al santo a cambio de un socorro sobrenatural:

Lo que los peregrinos intercambian pueden ser ofrendas, danzas, el costo y la organización de la fiesta religiosa, actos de penitencias, rezos, el cuidado del altar, etc., prácticas que en su conjunto permiten el mantenimiento y la reproducción del ritual en torno a la figura milagrosa. La ofrenda más socorrida es la llevada de exvotos que serán entregados en el altar de la Virgen o

- 6 Renée de la Torre, "La lógica del mercado y lógica de la creencia en la creación de mercancías simbólicas, *Des-acatos*, núm. 18 (mayo-agosto 2005): 53-70.
- 7 Diferencio un favor providencial de uno milagroso en el sentido de que este último suscita el asombro tanto de quien lo recibe como de aquel que lo presencia. El milagro golpea la incredulidad al presentarse como un hecho no explicable para la ciencia, o incluso para la razón misma. El auxilio providencial es más subjetivo en el entendido de que su significación emocional le es otorgada básicamente por el receptor del favor, dado su carácter personal y de buena fortuna. Un socorro providencial podría ser entendido desde la óptica del descreído como un simple hecho azaroso, un golpe de suerte, o en su defecto una consecuencia lógica. Que la mediación o influencia de una imagen o reliquia salven a un creyente de una enfermedad terminal califica obviamente como milagro. Que un devoto afirme que sus ascensos en el trabajo, el salir de sus deudas o incluso el encontrar pareja le fue dispensado por su objeto de culto, además de resultar irrelevante para el común de las personas, no puede ser tomado como milagroso en sí mismo; es el favorecido quien construye el factor causal animado por su fe: recé, pedí, ofrecí, entonces recibí; es su fe quien lo obliga a descalificar la intervención de otros factores
- frente a la imagen del santo patrono, y que sirven para pedir su intervención milagrosa o para agradecer o testimoniar por los favores recibidos.⁶
- El peregrinar a los santuarios y la petición de favores providenciales o milagrosos a los objetos sagrados domiciliados en ellos es una práctica religiosa antigua muy anterior al actual turismo religioso, entendido como una de tantas formas de la mercantilización de lo sagrado.⁷ Peregrinaciones y mandas son expresiones de una religiosidad popular socorrida históricamente por el catolicismo que trascienden el mundo religioso judío-cristiano y nos remite a las formas más ancestrales del culto a las imágenes y reliquias.⁸
- En religiones como el hinduismo, el budismo y el taoísmo, por ejemplo, encontramos prácticas religiosas populares en su estructura ritual y en su fundamento devocional idénticas o muy parecidas a las realizadas por los devotos católicos conocidos como romeros.
- El romero, el peregrino, el devoto, el creyente, van hasta el lugar santo, de preferencia a pie, se presentan ante la imagen u objeto sagrado para pedir o agradecer un favor. En la obtención y en la retribución del favor se refrenda el carácter sagrado del objeto de culto o devoción. Su eficacia y socorro dan prueba a los ojos del creyente de que la fe y el culto que tributa a la imagen o al objeto sagrado son correctos, más allá de cualquier objeción o cuestionamiento. Para facultarse un constante socorro o un auxilio futuro, o motivado por el agradecimiento, el devoto suele adquirir una reproducción de la imagen o reliquia venerada. Le construye un altar doméstico o la lleva consigo en forma de medalla o estampa.
- Es un error ver en estas prácticas religiosas una imitación de religiosidades no cristianas demasiado apartadas, en el tiempo y en el espacio, del contexto cultural de estos creyentes y devotos (que pueden saber y que les pueden informar sus tradiciones acerca del culto a las imágenes en Roma, Egipto, India o incluso en Mesoamérica); la simple aseveración resulta absurda. No obstante, la atribución de capacidades milagrosas, el culto y la veneración a reliquias, advocaciones marianas, imágenes patronales de san-

tos..., corresponden a un tipo de religiosidad antigua y universal a la vez, que persiste y da la impresión de ser inherente a cierto tipo de homo religioso.

El culto a las imágenes desafía en cierta forma, y va a contracorriente de ellas, la secularización y la religiosidad individualista y de consumo fácil, dado su grado de ritualidad y tradicionalismo, por un lado, y de espontaneidad colectiva y fervor religioso por el otro.

Como antes señalé, las imágenes religiosas pueden reactivar el pensamiento religioso, pero también el mágico. El pensamiento mágico suele acreditarles poderes sobrenaturales a ciertos objetos, símbolos y gestos, o, en su defecto, les atribuye capacidades invocatorias o de albergue de fuerzas de orden psíquico o espiritual de origen humano o suprahumano.

Por el contrario, los objetos sagrados y las imágenes de culto popular, de entrada, deben ser legitimadas como hirofanías (o manifestaciones de lo sagrado) por una religión o culto con cierto crédito histórico, institucional y moral que, además, ostente una conexión, pacto, relación o cercanía con lo divino. Bajo esta lógica, se entiende que la sacralización de objetos, imágenes y prácticas no es ni arbitraria ni espontánea. Sin embargo, siempre existirá el riesgo de que ciertas formas de pensamiento mágico reinterpretan o revistan de connotaciones no teológicas a los objetos y símbolos sagrados de las iglesias tradicionales o históricas; en la actualidad, dicho riesgo proviene de dos corrientes religioso-culturales cuya influencia ha sido capitalizada por el mercado mundial de las religiones y por el pluralismo religioso. A estas corrientes las denomino esoterismo de masas y esoterismo de élites.

Magia y esoterismo, su asociación y su papel en la profanación de las imágenes religiosas

En el mercado mundial de las religiones los productos mágicos son comúnmente etiquetados como esotéricos. Su acreditación como dispensadores o portadores de alguna calidad mágica, sagrada o incluso milagrosa no les viene de una tradición religiosa instituida o, en términos de

no divinos ni sagrados: como la casualidad o el azar.

- 8 Como lo explica la investigadora del Instituto de Investigación Histórico-sociales, de la Universidad Veracruzana, Guadalupe Vargas Montero, en su artículo *Peregrinación y santuario*, desde el año 910 d. C. los monjes españoles del monasterio borgoñón de Cluny promovieron las peregrinaciones con la intención de fomentar la piadosidad y el ascetismo cristianos. En cuanto a los lugares de peregrinación, la investigadora refiere que durante el siglo XIV fueron tomados como santuarios religiosos los templos que albergaran la imagen o reliquia de un santo de especial devoción, reconocida masivamente como milagrosa.

Bourdieu, no les fue dispensada por los detentadores del monopolio de la gestión de lo sagrado, entiéndase los presbíteros, sacerdotes o, en general, la élite religiosa que resguarda, interpreta y ejecuta el dogma o la revelación. Desde una perspectiva llanamente sociológica, el esoterismo es una más de las denominaciones de lo mágico (otras serían el ocultismo y la brujería), y por tanto está posicionado, en la geografía social del creer, en la marginalidad con respecto a los cultos hegemónicos o mayoritarios; la magia, y con ella el esoterismo, son prácticas religiosas que ejercen “ilegítimamente” la manipulación de lo sagrado, al ofrecer bienes y prácticas religiosas no aprobados por los vigilantes de la ortodoxia de las iglesias y los cultos hegemónicos. La constitución de esas hegemones (o campos religiosos) para Bourdieu se da a través de consensos entre aquellos que se afirman como poseedores calificados (instruidos y consagrados) de un saber sagrado, oculto o simplemente desconocido para el fiel o laico, quien a su vez reconoce y asume su descalificación y su ignorancia religiosa.⁹

Las creencias y prácticas mágicas, ocultistas y neoespiritualistas y, en general, todas aquellas que entran en la denominada nebulosa esotérica (término por lo demás ambiguo y poco preciso que después analizaré) representan los resabios de viejas religiosidades, creencias y ritos consustanciales al culto a dioses, divinidades o principios espirituales olvidados o, en su defecto, corresponden a formas religiosas disímbolas, lejanas y ajenas a las religiones practicadas por los pueblos occidentales.

En la gama casi ilimitada de cultos y prácticas esotéricas entra todo tipo de expresiones de la espiritualidad y formas de lo religioso que van desde las más reaccionarias o contestatarias a la modernidad; hasta la más tecnófilicas, como aquellas que tienden a deificar a las máquinas mediante una neomitología fundada en la creencia en los platillos voladores, los alienígenas ancestrales y los seres interdimensionales.

En todos los casos, el esoterismo, como concepto que engloba al de magia, mantiene al igual que ella, en palabras de Bourdieu, su condición clandestina o marginal en el sentido de que su simple persistencia en la religiosidad popular y en las de tipo alternativo implica una contestación

9 Pierre Bourdieu, “Génesis y estructura del campo religioso”, *Relaciones*, núm. 108 (2008).

objetiva al monopolio de los gestores de lo sagrado, al presentarse como una alternativa que no reclama militancia ni pacto alguno de fidelidad.¹⁰

Por otro lado, estas disidencias con respecto a los campos religiosos imperantes; estos contestatarios a la hegemonía de los dogmas con mayor crédito histórico y social entran en la dinámica de crear su propio capital religioso dando a sus creencias también ese matiz de secreto, de verdad oculta e incomprendible para el común de los profanos. Los brujos, los magos, los nuevos profetas, presentan sus conocimientos esotéricos como arcanos, secretos y milenarios; esta labor de ocultamiento y automitificación se ha visto favorecida por la venida a menos de las hegemonías religiosas. El debilitamiento de las viejas religiones lo ha ocasionado, en buena medida, el avance de la secularización en las esferas de lo social y político; pero también ha influido en él la instauración de un mercado mundial de lo religioso atrincherado en los anchos márgenes de la globalización y la posmodernidad.

La pérdida del monopolio en la generación de bienes de salvación de parte de las religiones instituidas ha facilitado la incorporación, al mercado mundial de las religiones, de nuevos profetas, brujos y también de artistas y creativos autodidactas en los temas religiosos; estos nuevos actores religiosos, igual o a imitación de los clérigos tradicionales, se involucran comprometidamente y sin temor a ser anatemizados en la generación o recreación de imágenes, creencias y prácticas religiosa, y capitalizan a su favor los anchos márgenes de libertad religiosa, introducidos por una posmodernidad enemiga de los dogmatismos y de las imposiciones doctrinarias.

Las imágenes de santos, ángeles, vírgenes, cristos, desde siempre han sufrido la reappropriación moral de parte de los laicos, quienes las han incorporado a su propio universo de ideas y creencias religiosas; esta reappropriación se ha dado en dos ámbitos religiosos cuyos márgenes y puntos de deslinde en algunos casos son difíciles de marcar o reconocer. Uno es la religiosidad popular (inscrita pero no sometida del todo a los dictados de la ortodoxia institucional); el otro es el esoterismo popular.

10 Bourdieu, "Génesis y estructura", 49.

El capital simbólico-religioso consustancial a la religiosidad popular y al esoterismo popular es desvalorado por las instituciones religiosas históricas o reconocidas alegando el carácter derivado de los bienes de salvación que constituyen dicho capital, subrayando la procedencia y el hurto de estos bienes de una tradición religiosa fundacional legitimada por un dogma propio; el hurto o plagio, la más de las veces, resulta en realidad una apropiación espontánea que da margen a la reinvenCIÓN o la reinterpretación de símbolos, imágenes, rituales, ideas, decálogos...

El abandono de las estampas religiosas por parte de las autoridades eclesiásticas pudo deberse a su intención de prevenir más profanaciones o apropiaciones furtivas de sus bienes religiosos. Sus defensas ante estas expoliaciones están claramente debilitadas por la pérdida de hegemonía religiosa y de influencia social que han sufrido a raíz de un proceso histórico de secularización que ha afectado a casi todos los pueblos del orbe, en menor o mayor medida; esta venida a menos del poder y la influencia de las instituciones y élites religiosas, obviamente, facilitó el surgimiento de capitales religiosos independientes que tomaron prestado, y que tentativamente pueden seguirlo haciéndolo, imágenes del arsenal simbólico sagrado de religiones como la católica y el cristianismo en general. La secularización como proceso histórico y cultural parece estar revirtiéndose a consecuencia de la entrada en juego de nuevas tendencias e inercias culturales echadas a andar por la globalización económica y cultural.

El golpe dado por la ola secularizadora a la hegemonía moral de las religiones se muestra irreversible; pero el ímpetu desmitificador y desacralizador esgrimido por las revoluciones liberales y progresistas en contra de la revelaciones y de las doctrinas religiosas fue decreciendo en la medida en que el radicalismo racionalista y científico decimonónico perdió terreno ante la consolidación de una agnosticismo desideologizado al que poco le interesa rebatir lo ya rebatido (el valor de la revelación).

Este desinterés, sumado a las disidencias epistemológicas que dentro de la ciencia sostienen, con Paul Feyerabend¹¹, el hecho de que existe más de un método para llegar a la verdad, creó la coyuntura para un reemer-

11 Paul Feyerabend. Tratado contra el método. (España: Tecnos, 2003).

ger de lo religioso y lo espiritual bajo un nuevo modelo de religiosidad menos rígido, asumido por un también nuevo *homo religiosus* marcado por la translocalidad de las religiones y por un creciente mercado mundial de las religiones. En este sentido, José María Mardones habla de una post-secularización. Es en esta etapa de la modernidad cuando los símbolos, las imágenes y los íconos religiosos reaparecen fuera de sus contextos devocionales habituales; son redomiciliados por las neorreligiosidades y neoespirituualidades en aras de las demandas y expectativas del mercado mundial de las religiones. En el siguiente apartado hablaré sobre cómo fue emergiendo la post-secularización y de qué manera coadyuvó a la expoliación moral y la inserción de las imágenes religiosas en el mercado mundial de las religiones.

La post-secularización y el mercado mundial de las religiones

Mardones define la secularización como concepto y proceso, como la pérdida de importancia social de los signos y símbolos religiosos; el ámbito de lo sagrado es contraído y delimitado a sus esferas más internas: el templo y la propia casa.¹² Como se señaló líneas atrás, la secularización ha implicado pérdida de la hegemonía moral de la religión cristiana, pues, tras siglos de reformismo, dejó de ser temida y respetada, al grado de que sus verdades reveladas perdieron su carácter de fundamentos y de puntos referencia obligados para la ciencia, la política, el arte, la ética, la filosofía...

La razón emancipada de la fe se potencializa en distintas disciplinas y corrientes científicas y filosóficas y genera nuevas teorías y doctrinas que dan sus propias interpretaciones del mundo y reconstruyen, al margen del cristianismo, el sentido de la realidad y ofrecen a los seres humanos nuevas expectativas de redención y salvación.¹³ Tenemos el ejemplo de la sociedad ateo-militante inspirada en la teoría marxista que no solo negó lo sagrado, sino, además, a la luz de su doctrina progresista y de la ciencia, le reimprimió nuevos significados a la realidad; literalmente, le creó una nueva epidermis semiótica al mundo en la que Dios y cualquier otra con-

12 José María Mardones, *¿Hacia dónde va la religión?* (México: ITESO, 2004).

13 Mardones, *¿Hacia dónde va...?:* 21.

cepción de lo sagrado pasaban a ser simples figuraciones y construcciones culturales integradas en la superestructura y, por ende, al servicio de las clases dueñas del capital y controladoras del Estado. El intento emprendido por los régímenes comunistas de crear una sociedad de una laicismo radical donde la simple idea de Dios era calificada de perniciosa tuvo su oportunidad histórica y al final fracasó, pero la secularización siguió su cauce, más mesurado o menos militante, con tan buen éxito que la religión y las iglesias vieron acotados sus espacios y su libertad de hacer proselitismo religioso al oficializarse el carácter laico y ateo del Estado.

Como dice Mardones, la separación Iglesia-Estado liberó a la primera de sus responsabilidades sociales legitimadoras, como la caridad pública y la asistencia social (aunque jamás renunció a ninguna de las dos del todo: orfelinatos, asilos de ancianos, dispensarios, entre otros, siguieron siendo auspiciados por instituciones o congregaciones religiosas).¹⁴ Además, si bien la voz de la Iglesia y de las instituciones religiosas perdió fuerza y mando en una sociedad cada vez más secular; no por eso los eclesiásticos, pastores y demás guías espirituales enmudecieron públicamente; antes bien, siguieron desempeñando su función de líderes de opinión, sobre todo en asuntos de moral, y no pocas veces aventuraron comentarios sobre política y economía.

Salvo el experimento soviético de construir una sociedad más que secular atea, la modernidad jamás logró, a pesar de su ímpetu racionalista, científica y pragmatista, negar completamente la realidad sagrada. La acotó al ámbito del templo; silenció públicamente a sus defensores, y negó la seriedad y validez de los argumentos que afirmaban su existencia o necesidad. Sin embargo, el valor de lo sagrado sobrevivió y resurgió en las sociedades modernas. Los ritos, los símbolos, las ideas religiosas y las imágenes o representaciones de lo sagrado permanecieron y, en algunos casos, volvieron a tomar su lugar en los espacios públicos y privados. La posmodernidad, sustancialmente menos fría y racionalista, se presenta como una época propicia para la inventiva y la imaginación creadora, que acude sin mayores reticencias logocéntricas al encuentro con los símbolos

14 Mardones, *¿Hacia dónde va...?*: 21.

sagrados y los mitos. No obstante, esta creatividad o imaginación creadora ya no fue la de los antiguos hierofantes ni la mitopoyética de las sociedades preindustriales; ahora pertenece a los profetas de las neorreligiones y neoespiritualidades y creativos o inventores (guionistas, novelistas, publicistas, ilustradores, cineastas...) de los mundos de fantasía residentes en la cultura de masas. Estos creativos laboran para un mercado mundial de las religiones, cuyo catálogo de bienes espirituales es cada más extenso conforme profanan y desacralizan el patrimonio simbólico, doctrinario, literario y ritual de las viejas religiones.¹⁵

Es incorrecto hablar de una sacralización de las mercancías. Ideas, prácticas y objetos profanos no pueden ser transformados por el capricho, la inventiva y el interés mercadológico o estético de los creativos, en objetos sagrados o hierofanías. Un creativo no tiene la facultad ni la autoridad para sacralizar nada, entendiendo que, para hacerlo, requeriría no solo apegarse al discernimiento de una revelación o doctrina sagrada que le marque una pauta de deslinde entre sagrado y lo profano; además, tendría que ser parte de las élites religiosas o espirituales que resguardan el mensaje divino y los símbolos sagrados (que le son consustanciales) y que, como dice Bourdieu, monopolizan las creación de bienes espirituales y religiosos. Claro que pueden surgir nuevos profetas, pero, como tales, tendrán como prioridad legitimarse (mediante prácticas milagrosas) y acto seguido darán su mensaje o revelación para conformar su propia doctrina, pues, sin ella, como ya se dijo, no pueden sacralizar ningún aspecto de la realidad ni de la vida.

Lo que en realidad hacen los creativos es tomar cualquiera representación de lo sagrado, por ejemplo un símbolo o una imagen religiosa, sacarla de su ámbito hierofánico e la insertarla y recrearla en sus alegorías o mundos imaginativos. Son innumerables las series de televisión, películas, novelas, videojuegos, comics, mangas, animes que involucran en sus historias y recreaciones símbolos, imágenes e ideas de tradiciones espirituales o religiones, como ocurre en el popular anime Saint Seiya (más conocido

15 Las doctoras Renée de la Torre y Cristina Gutiérrez señalan que en: “el discurso de la sociología religiosa utilizamos continuamente conceptos que articulan el sentido económico de las prácticas religiosas. Muchos de los conceptos que utilizamos sugieren que las religiones y las prácticas religiosas han ido adecuando sus reglas del juego a las reglas propias con que funciona la economía del mercado. Por ejemplo, Peter Berger introdujo el concepto de mercado religioso para explicar que la religión contemporánea se caracteriza por una diversidad de ofertas religiosas y que la competitividad entre unas y otras funciona bajo el esquema liberal de la oferta y la demanda, y que las religiones van perdiendo progresivamente su carácter obligatorio para convertirse en una opción de elección individual” (De la Torre, 2005).

en Latinoamérica como los Santos o Caballeros del Zodíaco) y con el tan polémico Evangelio.

Se da también el caso de que muchos artistas o creativos, gracias a las libertades seculares y a los permisos o demandas del mercado, más que plagiar, crean dentro de sus ficciones símbolos, creencias y prácticas que imitan en lo formal, estético y emocional las experiencias y las formas religiosas.

Como se dijo líneas atrás, en un contexto religioso, lo sagrado se sustenta en el dogma y en la revelación acreditada por la ortodoxia espiritual o religiosa impuesta por un grupo de hierofantes o sacerdotes.

Con la posmodernidad, las nociones y concreciones de lo sagrado pueden surgir indistintamente de la experiencia o la inventiva individual o colectiva de creadores y nuevos profetas.

Las connotaciones teológicas y metafísicas que sustentaban y daban significado a conceptos como religión, sagrado, espiritual, han perdido parte de su fuerza semántica ante la resignificación que han sufrido estos conceptos dentro de las dinámicas económicas, culturales y sociales de la posmodernidad. De tal suerte que, en el habla común, dichos conceptos sirven para expresar lo que es digno de devoción, asombro o culto o para referirse a ellos, al grado de atribuirles a prácticas tan profanas como el deporte el atributo o rango de religión, por el grado de devoción y pasión que experimentan los seguidores de ciertos equipos.

El hecho es que estamos frente a nuevas formas de entender lo sagrado y presenciamos, a la par y casi como un efecto correlativo, el surgimiento de nuevas religiosidades y espiritualidades que inciden en la manera de entender las imágenes y los íconos religiosos en general; la mirada del nuevo *homo religiosus* los permuta a capricho y en un parpadeo: de objetos religiosos pasan a ser piezas ornamentales, y viceversa. Es decir, lo que en un momento o contexto es un objeto de devoción, en otro cambia a simple pieza decorativa. Tómese por ejemplo el caso de una imagen de Buda, en una discoteca de nombre Mándala, colocada en la entrada sirviendo como pieza de ambientación que refuerza el concepto oriental ostentado por el lugar; esa misma imagen u otra parecida (quizás menos llamativa)

en un templo Mahayana sería venerada y tomada como un instrumento espiritual para alcanzar el desapego, a diferencia de la ornamental indiferencia que sufre en el contexto anterior.

El plagio que sufren estas y muchas otras imágenes se presenta por igual en el plano fáctico (la imagen en bulto, lienzo, grabado, litografía...) y en el virtual (la imagen y el ícono como símbolos son sacados de su ámbito sagrado y reutilizados en la historia, la trama, la ambientación de un video juego, película, serie, novela...). En ambos casos las imágenes y por igual las ideas, prácticas y ritos sagrados están expuestos a la mercantilización, la cual extiende, cada vez más, sus redes de intercambio hacia un mercado global donde estos bienes religiosos circulan de forma translocal y transculturalmente.

En el caso del plagio en el plano fáctico (el otro será abordado más adelante), el mercado global de las religiones les resta valor simbólico sagrado a los objetos de culto o devoción al asignarles un valor de cambio, o monetario, fuera del imaginario social y cultural que los creó. En este tenor, los expone a un proceso de intercambio mercantil translocal (se exportan a tierras lejanas) en el que son adquiridos por compradores de otras latitudes que, de común, desconocen los valores, significados y usos religiosos o mágicos de los objetos; de tal suerte que estos terminan reducidos a la condición de simples productos cuyo poseedor los apetece y valora por razones estético-emocionales: le resultan llamativos por su rareza, exotismo o valor ornamental.

Las reglas del mercado son claras en lo referente a los derechos del comprador: puede este hacer con su posesión lo que le plazca; de tal suerte que, libre de toda sanción moral o ignorándola, hará con el objeto sagrado lo que le venga en gana; bien dijo el filósofo español José Ortega y Gasset: las cosas son pragmata.

En ciertos contextos culturales, las autoridades espirituales poseen elementos eficaces para sancionar el sacrilegio y para exigir, bajo los cánones de la ortodoxia, el uso adecuado, y demandar el respeto debido a los símbolos sagrados, a las imágenes religiosas y a los objetos de culto.

Pero el desarraigo, la descontextualización y la translocalidad que sufren los objetos sagrados, los símbolos, las creencias y las prácticas religiosas dejan a estos bienes religiosos en la indefensión moral y a expensas del capricho del comprador. No es extraño, como se citó líneas atrás, que un empresario decore su negocio con mándalas y figuras de Buda y que no esté preocupado por ningún tipo de sanción de los rinponshes o de cualquier autoridad budistas.

Igual suerte corren las imágenes pertenecientes a las tradiciones religiosas occidentales, pues, dado el grado de secularización y libertad religiosa que el Estado y el mercado han impuesto, no están exentas de ser utilizadas para fines distintos a los devocionales o religiosos. Sirva de ejemplo el caso de la empresa mexicana Distroller, que produce y vende un sinfín de artículos de ornato y calcomanías grabadas con imágenes kitsch; entre ellas destaca su versión pop y pueril de la Virgen de la Guadalupe.¹⁶

16 Su puede consultar el catálogo de la empresa Distroller por Internet en la siguiente dirección: <http://www.distroller.com/distroller.html#regreso>.

El individualismo y la pluralidad religiosa

El desencuentro y posterior reencuentro con lo sagrado sembró actitudes ambiguas frente a lo religioso. El retorno a la religiosidad se dio bajo contexto y circunstancias distintos a los de antaño. La sociedad había cambiado y el individuo también. Estos cambios afectaron el concepto de Dios y modificaron la actitud frente a lo sagrado. Además, el orden y las reglas para acceder a los bienes espirituales y religiosos (como se vio) también habían sido trastocados por el progreso tecnológico y la globalización.

En lo referente al contexto de la modernidad y a su repercusión en la forma de pensar y concebir la religión, una manera de entender el hecho parte de un determinismo al estilo del materialismo dialéctico. Se parte de la idea de que el desarrollo tecnológico acentuó la división del trabajo y obligó al mercado laboral a definir sus accesos e incorporaciones sobre la base de la lógica de la especialización. El técnico desplazó al proletario estandarizado (o listo para trabajar en lo que fuera y donde fuera).

Las habilidades productivas, laborales y profesionales fueron modelando a la persona a través de un conjunto de estatus adquiridos que lo rotulaban o etiquetaban ante la sociedad. Este cambio socioeconómico estructural propició una visión cada vez más plural de la realidad; visión que se trasvasó del entorno inmanente al trascendente, de tal suerte que resultaba complicado pregonar a favor de un Dios único bajo la mentalidad creada por esta especialización individualista.

El mercado y su diversidad de posibilidades de consumo acentúo este individualismo. El ser humano, troquelado por estas tendencias económico-culturales, estaba predispuesto para adoptar una religiosidad plural; asumió una actitud abierta y receptiva a la idea de una también especialización y diversificación de lo sagrado. El mercado y la división del trabajo le acentuaron una predisposición a aceptar la pluralidad religiosa, a abrir sus ojos a las “mil caras de Dios” bosquejadas en los infinitos dioses o ángeles que encarnan sus tributos, en los cientos de santos que vehiculan sus favores y auxilios providenciales.

Si nuestro nuevo *homo religiosus* es cada vez más individualista en su profesar, y plural en su creer; con el mayor desenfado mira también el desfile de las creencias y prácticas religiosas desde una panorámica cada más abierta y receptiva; el propio espectáculo que tiene de frente, las distintas formas de la sagrado y los mil modos de lo religioso, se le presentan así, diversos y a la vez indefinidos. O, como dice el propio Mardones:

Lo sagrado aparece hoy como ambiguo, ambivalente y múltiple. No recorre un solo sendero, en la dirección de las religiones institucionalizadas, sino que prolifera a la vera de esos caminos más consagrados y en manifestaciones más o menos inesperadas. Tiene el carácter de algo abierto y hasta versátil y desestructurado. Es un redescubrimiento de lo sagrado que, no se puede olvidar, aparece en un cuadro de crisis social y cultural generalizada.¹⁷

17 Mardones, *¿Hacia dónde va?*, 21.

Esta confusión e indefinición de lo sagrado toca fondo en el rubro de las creencias esotéricas; en é, el caos de ideas y prácticas se presenta con

más dinamismo que en el circuito de las religiones históricas, al darse con más frecuencia y sin orden alguno la incorporación de nuevas expresiones de lo sagrado o la reinserción de otras ya olvidadas o tachadas de profanas. Esta maraña de credos y rituales esotéricos fue conceptualizada por los sociólogos como *nebulosa esotérica*.

La sociología de las religiones emplea el concepto de *nebulosa* para describir el fenómeno de una pluralidad religiosa organizada con atención al consumo de una clientela de lo religioso, que elige y compra con libertad y con atención a sus necesidades y deseos. Sin embargo, la libertad y la tolerancia religiosa aún son una aspiración y un ideal deseable en muchas partes del mundo; hay países en Medio Oriente que parecen ir en la dirección contraria. Ya lo advertía el teólogo Hans Küng: “No habrá paz en el Mundo, si no hay paz entre las religiones”, y prueba de ello lo dan las declaraciones del jeque y muftí de Arabia Saudita, Abdullah bin Abdul Aziz; quien ve necesario “destruir todas las iglesias” cristianas de su región (Ruiz, 2013).¹⁸

18 Nínro Ruiz Peña, “El mundo mira impasible la extinción del cristianismo en Oriente, advierte historiador” (octubre de 2013). Disponible en: <http://www.noticiacristiana.com/sociedad/persecuciones/2013/10/el-mundo-mira-impasible-la-extincion-del-cristianismo-en-orientemedio-advierte-historiador.html>. Consultado: 3 de septiembre de 2017.

Si bien el radicalismo religioso parece tomar nueva fuerza tras la post-secularización; por otra parte, la llamada religión a la carta (inscrita en la *nebulosa esotérica*) es una tendencia que se va imponiendo en los pueblos cuyo proceso de modernización llevó una pérdida de poder e influencia de las religiones históricas. Creer y dejar de creer, sin mayores consecuencias ni riesgo. Aceptar una práctica o idea (religiosa o espiritual) hasta que deje de funcionarme o agradarme. Las sanciones y recriminaciones morales por la veleidad religiosa intimidan cada vez menos al nuevo homo religiosus, que revisa el menú de nuevas y viejas confesiones y creencias que compiten entre sí para ganarse su credulidad y aceptación. Como antes se indicó, el menú se le presenta como un abigarrado desfile o, mejor dicho, como un caos de opciones religiosas confrontadas entre sí en una guerra de mercadeos y estrategias proselitistas. Soy de la idea de que dentro de esta *nebulosa esotérica* existe un orden más allá del caos del bullicio publicitario; aunque las ideas que alimentan al esoterismo contemporáneo fluyen con rapidez y libertad (de la mente de los neoprofetas y creativos a los monitores y a la red) existen campos acotados en el universo esotérito.

co que se diferencian entre sí por sus orígenes e intenciones y grados de restricción. Estos campos a los que me referí anteriormente son esoterismo popular, de élites y de masas.

Las imágenes religiosas y las tres formas del esoterismo

En el contexto de la posmodernidad y de las sociedades que experimental la post-secularización, las imágenes religiosas, como las estampitas devocionales, pasan a ser un bien espiritual o producto religioso entre muchos dentro del mercado mundial de las religiones. El nuevo *homo religiosus* las puede comprar y utilizar a placer sin necesidad de pisar el templo; el que estén bendecidas es también una opción.

Dado el clima de libertad, tolerancia y pluralidad religiosa, estas imágenes pueden por igual presidir el rezo del rosario de una comunidad de fieles católicos, ser parte de un talismán elaborado por un chamán afroamericano, servir de ilustración en algún libro escrito por un neopropeta de la Era de Acuario o, incluso, adornar el celular de una estudiante de secundaria.

La iglesia católica se valió de las imágenes para explicitar su doctrina y en su estrategia de predicar la fe entre conversos y descreídos. Ante los riesgos de que su uso popular (sin fiscalización clerical) se transformara en fetichización, la iglesia fue moderando su uso y fomento institucional; mostró un claro y progresivo desinterés por ellas. Algunos fieles pudieran calificar este moderado y focalizado iconoclastismo de la iglesia como un signo de modernización, y otros como una desviación de su tradición iconológica.

Cierto tipo de esoterismo popular capitalizó la secularización de las sociedades para hacer manifiesta su apropiación de muchas de estas imágenes que, ya de tiempo y de manera clandestina, formaban parte ya de su arsenal de bienes religiosos. Retomando el caso de las representaciones angelicales, estas son de uso común dentro del esoterismo popular, y las encontramos también en cultos y prácticas neoespirituales que se venden,

dentro del mercado de las religiones, en el campo del esoterismo de masas, como terapias de ángeles o angelología.

Dadas las necesidades mercadológicas, a las que se aparejan los requerimientos del gusto estético-emocional de los consumidores, el esoterismo de masas altera, reconstruye y hasta reinventa los productos culturales que plaga del esoterismo popular, de élites, de la religiosidad popular y de las religiones tradicionales. Cabe mencionar que las representaciones angelicales, a diferencia de las imágenes de los santos, se han prestado perfectamente a este trabajo de “embazado” y “reetiquetación” para ponerlas a circular en el mercado mundial de las religiones.

Forma es fondo; en estas adecuaciones de las imágenes de ángeles, la reelaboración estética de la figura angelical le agrega o quita elementos simbólicos a capricho del artista, el empresario o consumidor; con estos cambios viene aparejada la reinvencción del mito o de la teología angelical dentro de los causes de lo que podríamos llamar un neo-esoterismo.

Hay que ser cuidadosos con el término neoesoterismo, pues no significa ni conlleva, necesariamente, el traslado de viejas o tradicionales ideas y prácticas mágicas al presente; puede implicar, en realidad, la reinvencción de una ancestral creencia o mitología o, incluso, intervendrá, como crisol de la inventiva religiosa, en la creación de nuevas expresiones o ideas de lo divino, lo sagrado, lo psíquico y lo mágico...

Las imágenes de santos, dado su carácter de hierofanías con una marcada localización cultural e histórica de índole católica, no han podido ser reclutadas mercantilmente con éxito por un esoterismo de masas con pretensiones globales. El esoterismo popular posee mayor flexibilidad para incorporar las imágenes de los santos a su menú de figuras sagradas junto con la de los ángeles; incluso es capaz de inventar nuevas figuras e íconos religiosos, como el de Jesús Malverde y la Santa Muerte.

Un posible futuro para las estampitas religiosas, dentro de la posmodernidad

Recapitulando, las imágenes religiosas populares, es decir, las estampitas y sus versiones de mayor tamaño, aún son un capital religioso significativo e importante para la iglesia; aunque hay una tendencia a irlas relegando a su lugar en el templo (su lugar de destinación natural) o, en su defecto, la religiosidad popular las sigue procurando y fomentando con escaso apoyo clerical. El porqué de la marginación y el gradual desprecio de dichas imágenes habrá que buscarlo en la iglesia, como productora de dichos bienes religiosos, y en los fieles, en su condición de receptores y consumidores de ellas.

Desde la posición de la iglesia, pudo ocurrir que las imágenes de estas estampitas, junto con el culto que inspiran, no fueran ya del todo concordantes con su imaginario iconológico y con su renovada praxis religiosa; de allí que le prestara cada vez menos atención, o que incluso a algunas de ellas, las nacidas de la religiosidad popular más marginal, terminara desacreditándolas abiertamente, como las de Jesús Malverde o Juan Soldado. Extremando precauciones, quizás los censores eclesiásticos han visto en el culto a estas imágenes el remanente de una religiosidad quasi idolátrica antagónica con la modernización emprendida por las jerarquías eclesiásticas de las estrategias de propagación y fomento del culto.

Se entiende que la modernización de la iglesia ha requerido una adecuación de la praxis religiosa institucional a la mentalidad y las necesidades de creyentes cada vez más insensibles a la seducción icónico-religiosa de las estampitas de santos. Tómese en cuenta que las estampitas religiosas corresponden a un tipo de religiosidad cada vez más en desuso y olvido; practicada, antaño, por hombres y mujeres para quienes la sacralidad de cada aspecto de la vida quedaba perfectamente representada en las advocaciones de los santos, las vírgenes y los cristos. En un mundo desacralizado, los santos y sus estampitas han perdido mucho de su valor semiótico sagrado; poco a poco dejan de ser relevantes para los nuevos creyentes.

Es probable que el esoterismo popular y el de masas vengan en su rescate bajo las formas de una religiosidad marginal, alternativa e informal.

Las generaciones más actuales están cada vez más habituadas a la iconología y a los paradigmas estéticos propios de la modernidad, de allí que encuentren retrógradas, fuera de contexto, o simplemente pasadas de moda, las estampitas religiosas. Sobre todo el nuevo *homo religiosus* ha desarrollado, dentro del imaginario cultural moderno, un gusto un tanto refractario a estas expresiones de lo sagrado, cuya manufactura cuasi artesanal, sencillez e inocencia estética resultan disímbolas y sin cabida en los imaginarios más actualizados dispensados por la cultura de masas, generosa esta en neomitologías de ficción pobladas por robots tripulados, visitantes intergalácticos, ángeles de anime, vampiros retro-futuristas...

No obstante, el imaginario cultural moderno no es del todo hegemónico ni excluyente en la conformación del gusto colectivo; ciertos consumidores de productos religiosos se han reencontrado con las imágenes religiosas en los canales de mercadeo del esoterismo popular o el de masas.

El traslado de las imágenes religiosas al campo de los esoterismos implica una profanación de la imagen y, por derivación, de los símbolos sagrados en ella representados. De entrada, como antes se afirmó, hay una reinterpretación del ícono a criterio y necesidad del creativo (dígase artista, profeta o brujo) que plagió y oferta el símbolo o la imagen.

Suele ocurrir, sobre todo en el esoterismo de masas, que los ejecutores de la usurpación, por lo regular creativos (diseñadores y literatos) y líderes religiosos, actúen con indolencia o ignorancia respecto de la procedencia de los símbolos o imágenes que plagian y recrean, por ejemplo, en alguna animación, película, ritual o fetiche. Por la intervención y el uso profano a que someten a los íconos o símbolos sagrados se puede entrever que les es indiferente, o simplemente no les importa que estos sean objetos de culto y pertenezcan a una tradición religiosa. La desacralización de los bienes religiosos acometida por el espíritu de la modernidad les ha permitido sortear las recriminaciones cléricas y devocionales. El que sus híbridos mundos de ficción (modernidad y esoterismo; tecnología y magia) tengan

mercado y gusten, sobre todo, a los públicos jóvenes, ha facultado a estos creativos para continuar con su labor de apropiación, reinención y comercialización del viejo arsenal iconológico de las religiones tradicionales. De seguir las cosas así, es posible anticipar nuevos plagios a este arsenal perpetuados tanto por el esoterismo de masas como por el esoterismo popular.

En el caso de muchos brujos, es común que reconozcan la propiedad original del capital iconológico religioso que emplean y que, incluso, apelen en sus prácticas al amparo de la tradición espiritual y religiosa de la iglesia católica; pero el plagio persiste en la medida en que sus prácticas dan cabida a concepciones mágicas, pues en ellas se fetichizan las imágenes atribuyéndoles gracias o dones, sin precisar que “todo bien” que puedan facultar debe ser atribuido a una concepción y representación de Dios o de lo divino reconocida y autorizada por la iglesia.

Además, la imagen en la praxis religiosa del brujo pasa a cumplir una función complementaria a la del culto o devoción al santo o a la advocación mariana, crística o angelical. En la praxis de este esoterismo popular la imagen se transforma en un talismán o en parte de uno, en un ingrediente o instrumento (invocador o catalizador) de alguna fuerza o facultad suprahumana.

Debilitado en su sacralidad, el ícono cristiano, la estampita religiosa, la imagen del santo o de la Virgen son rescatados por el creativo, el brujo o el líder religioso, quienes, desde la heterodoxia o la simple recreación literaria o estética, exhuman o reactivan su riqueza semántica y semiótica con intenciones muchas veces ajenas a la religión o a la espiritualidad. Estoy convencido de que el culto a este tipo de imágenes se irá reduciendo a una pocas estampas, como la de San Judas Tadeo, San Martín Caballero, San Miguel Arcángel..., y que las demás serán olvidadas o parcialmente retomadas por el esoterismo de masas y por el popular.