

## *Mediatización televisiva de los rituales religiosos: Las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe*

Margarita Zires<sup>1</sup>

**Resumén:** En este artículo se reflexiona sobre la manera como los medios de comunicación y sobre todo la televisión impactan y configuran los procesos rituales religiosos. Es de interés ver la manera cómo la tecnología, los lenguajes audiovisuales y géneros discursivos que introduce la televisión en la transmisión de los rituales, alteran su significación social. El caso de estudio versa sobre la historia del programa y evento televisivo *Las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe* desde los inicios de la televisión en México hasta la actualidad. Se trata de un programa de corte musical, periodístico y publicitario sobre la ceremonia anual de celebración a la Virgen en la Basílica de Guadalupe de la ciudad de México. El análisis se basó sobre todo en: un estudio hemerográfico de 1952 a 2013; entrevistas a los productores del programa; trabajo etnográfico realizado en la Basílica de 2011 a 2013; y en una comparación de los programas producidos por dos cadenas televisivas en estos mismos años. El estudio permite ver - entre otros- cómo la lógica publicitaria, mercadotécnica y del espectáculo televisivo se han fusionado con la ceremonia religiosa anual a la Virgen; muestra cómo estas lógicas se han institucionalizado, de tal manera que el devoto las concibe como algo natural; asimismo exhibe la convergencia de intereses entre las instituciones televisivas y la jerarquía católica mexicana.

**Palabras clave:** mediatización, espectacularización, rituales religiosos, Virgen de Guadalupe

### **Religious rituals become a media and television event**

#### *Las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe*

**Abstract:** This article deals with the way mass media in particular television impacts religious ritual processes. It shows how the introduction of TV technology, and its audiovisual language from production to transmission of the rituals, has modified their social meaning. The case study focuses on the history of the TV program and media event called *Las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe* since the beginning of the television in Mexico till nowadays. It is a musical, commercial and news TV production about the annual celebration of the Virgin in the Basilica in Mexico City. The study is based on an analysis of the press from 1952 till 2013, interviews with the program producers, an ethnographic work done in the Basilica from 2011 to 2013; and a comparative analysis of different programs produced by the most influential Mexican TV chains during the same years. The study

<sup>1</sup> Profesora investigadora en el Posgrado en Comunicación y Política, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F. [zires@correo.xoc.uam.mx](mailto:zires@correo.xoc.uam.mx) y [margaritazires@gmail.com](mailto:margaritazires@gmail.com). Este texto forma parte también de mi colaboración al proyecto de investigación: 'The Roman Catholic Church, Mediation, Mediatization and Religious Subjects in Contemporary Latin America' funded by the Social Sciences and Humanities Research Council of Canada (SSHRC); coordinado por la antropóloga Kristin Norget, McGill University, Montreal, Canada.

allows to understand specially how the commercial, advertising and show business has merged with the religious celebration to the Virgin in such a way that the believer sees it as a natural phenomenon, an institution. It shows also the convergence of interests between the television companies and the catholic church hierarchy.

**Keyword:** media event, show business, religious rituals, Virgen de Guadalupe

*Recebido em 04/08/2014 - Aprovado em 27/08/2014*

En nuestras sociedades contemporáneas es fundamental analizar el papel que juegan los medios de comunicación en la construcción de los procesos rituales religiosos y sociopolíticos<sup>2</sup>. En este texto reflexionamos sobre la manera como los medios de comunicación y sobre todo la televisión impactan y configuran los rituales y performances religiosos. El caso de estudio se enfoca a analizar la manera como una parte de la ofrenda musical o serenata popular a la Guadalupeña el día 11 de diciembre en la noche se ha convertido a lo largo de varias décadas del siglo XX y XXI en el evento mediático llamado *Las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe*. Se trata de la apropiación televisiva de la ceremonia anual dedicada a la Virgen, el símbolo religioso más importante en la historia de México, cuyo culto ha trascendido las fronteras tanto hacia Estados Unidos como hacia América latina, entre otros países. El Vaticano ha tratado de estimular e implantar su devoción en el continente americano presentándola como la Emperatriz de las Américas a finales del siglo XIX y sobre todo en la segunda mitad del siglo XX en las múltiples visitas del Papa Juan Pablo II.

Por otra parte, en las últimas décadas ha crecido el interés por estudiar la relación entre los medios de comunicación masiva y la religión sobre todo en Estados Unidos y recientemente en América latina, lo cual ha generado múltiples investigaciones con diferentes enfoques (De Vries/Weber 2001, Hoover, Stewart y Schofield, Lynn (1997), Horsfield (2007), Meyer Birgit y Moors Annelie (2006). Gran parte de éstas han centrado su interés en mostrar la manera como distintas denominaciones religiosas han utilizado la prensa, el cine, la radio, la televisión y el Internet en sus estrategias de evangelización. En este artículo, el análisis se centra en el medio televisivo y su manera de incorporar la ceremonia religiosa dentro de su lógica de producción mercadotécnica y publicitaria, lo cual ha conllevado un proceso de espectacularización y comercialización exacerbada de la fiesta guadalupeña en años recientes. Para comprender mejor este fenómeno de apropiación fue necesario tomar en cuenta algunos de los acuerdos establecidos entre ciertos sectores jerárquicos de la iglesia católica en México y las instituciones televisivas

---

<sup>2</sup>Se entiende por ritual, un performance que conlleva una secuencia de actos formalizados, codificados, que implican reglas y encierran un proceso simbólico. Todo ritual se caracteriza por sus participantes (seres humanos, animales, plantas, objetos que poseen una carga simbólica) y se sitúa en un marco espacio- temporal. La configuración del espacio físico, geográfico y social en donde se realiza, así como los tiempos que lo rigen están marcados también por un proceso de simbolización que le otorga un sentido. En todo ritual público, la dimensión colectiva está presente, por lo cual, el tiempo individual y el colectivo se anudan; la memoria individual y colectiva se entretienen. Se habla de proceso ritual con el fin de subrayar su dinámica y etapas distintas que lo definen, pero también su provisionalidad y contingencia.

durante varias décadas en el contexto de una relación distante entre el estado mexicano y el Vaticano, la cual se modificó a partir de 1992.

En este artículo nos pareció fundamental no sólo analizar los programas actuales de *Las Mañanitas a la Virgen*, sino recuperar también la historia de este programa que inicia con el surgimiento de la televisión en México, con el fin de mostrar la manera como se ha convertido en una “institución”, en un tipo de fórmula narrativa inamovible por las expectativas que ha generado en el público en el trascurso de varias décadas, un género discursivo que tiene ciertas reglas que establecen lo que se debe y no se debe narrar sobre la fiesta guadalupana. Este análisis permitió ilustrar la forma cómo la producción y exhibición de dicho programa ha contribuido a la comercialización y espectacularización de la misma ceremonia anual dedicada a la Virgen de Guadalupe.

Este estudio histórico que se presenta aquí está basado en ciertas **estrategias metodológicas**:

-Entrevistas a personas que han intervenido en la producción del programa televisivo *Las Mañanitas a la Virgen* para Televisa y Televisión Azteca<sup>3</sup>;

-Revisión de anuncios y reportajes sobre las ceremonias guadalupanas en la Basílica y los programas radiofónicos y televisivos que tienen que ver con dichas ceremonias en los diarios *El Universal*, *La Prensa* los días 11, 12 y 13 de diciembre en 35 años seleccionados desde 1930 a 2013<sup>4</sup>; y

-Análisis detallados del programa televisivo *Las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe* de Televisa y TV Azteca en los años 2011, 2012 y 2013, así como algunos estudios llevados a cabo en otros años de dichos programas con otros objetivos de investigación<sup>5</sup>(Zires, 1992; 1994; 2004b).

### ***La mediatización de los rituales religiosos***

Partimos de la idea que los medios de comunicación masivas no son instancias neutras transparentes que brindan una visión total e imparcial de la realidad social que transmiten y difunden. El término de *mediatización* invita a reflexionar precisamente en las mediaciones, en la manera como las tecnologías de los medios de comunicación y sus lenguajes particulares (oral, escrito, visual, audiovisual) impactan los rituales de interacción comunicativa, formas de culto y tradiciones religiosas alterando normas, prácticas y creencias; configuran estrategias de evangelización en tanto estrategias de producción de mensajes con formatos particulares, géneros de discursos televisivos, radiofónicos o de historietas, entre otros. En este sentido, Margarita Reyna (2012) apunta

<sup>3</sup> Entrevistas al Sr. Carlos Salinas Saucedo, productor del programa *Las mañanitas a la Virgen de Guadalupe* en Televisa de 1951 a 1996 (el 01.04.2014 y 08.04.2014) y al Sr. Miguel Angel Herros, productor del mismo programa desde 1997 hasta la fecha, el 05.09.2013, así como al Sacerdote José de Jesús Aguilar, Subdirector del Área de Radio y Televisión del Arzobispado de México desde 2004 y conductor del Programa *Las mañanitas a la Virgen de Guadalupe* en Televisión Azteca en 2011-2013el día 29.07.2013.

<sup>4</sup> Años revisados : 1931, 1935, 1940, 1945, 1950-1957, 1959, 1960, 1963, 1966, 1969, 1972, 1975, 1976, 1976, 1979, 1983, 1985, 1988, 1991, 1994, 1997, 2000, 2003, 2006, 2009, 2010, 2011, 2012 y 2013. Trabajo de recopilación realizado por Elena Ledesma y Amanda Rueda.

<sup>5</sup> En este análisis colaboraron Gabriel Bárcenas, Elena Ledesma y Miroslava Callejas, estudiantes de la Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco.

a la necesidad de estudiar la religión tomando en cuenta las prácticas de mediación tecnológica; considera fundamental ver cómo los formatos y estilos impuestos por los medios “moldean los modos particulares en los que las religiones se hacen públicas”.

La concepción de los medios en tanto industrias invita también a reflexionar sobre los procesos de producción, distribución y consumo de sus discursos. En este estudio se enfoca en la manera como las lógicas de producción televisiva ligadas a la mercadotecnia y publicidad permean la apropiación de la ceremonia anual guadalupana.

Asimismo asumimos la idea que los medios median, encuadran y enmarcan los procesos rituales en los cuales participan, contribuyendo a definir su sentido social no sólo para los espectadores que los oyen y miran en su casa, sino también para los que están interactuando en estos mismos. Las tecnologías mediáticas alteran la estructuración espacial y temporal de los rituales en los que se insertan. En este punto nos preguntamos en qué medida la producción de *Las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe* ha alterado los procesos rituales que se celebran en la Basílica.

Karin Becker distingue dos tipos de intervención mediática: una en la que el medio, desde afuera del ritual, participa al seleccionar qué transmitir, cómo y cuándo e imponer cierto ángulo visual y foco auditivo que establece qué se ve, a quién se enfoca, a quién se escucha y se le da la palabra y quién queda fuera de foco y no se escucha (Becker 1995).

En otros casos, el papel de los medios es todavía más impactante: al ser usados en la misma estructuración interna de los procesos rituales. Las rutinas que estructuran el quehacer de los medios forman parte integral de éstos. La presencia de las cámaras, micrófonos, luces y otros dispositivos constituyen parte de su espacio. El medio y sus tiempos de programación contribuyen a otorgarles tiempos específicos. Las tecnologías mediáticas alteran, por lo tanto, la estructuración espacial y temporal de los rituales en los que se insertan.

En ese sentido, el medio introduce una lógica narrativa en el proceso ritual, tiempos que establecen cuándo empieza, cuándo termina, ordena el evento de acuerdo con los propios tiempos del medio, o sea, de acuerdo con su programación, y, posiblemente también, sus tiempos comerciales. El proceso ritual queda organizado según cierta secuencia de acciones que pueden respetar sus propias etapas o no respetarlas. Puede añadir secuencias, introducir personajes ajenos a éste y otras secuencias narrativas con las que puede quedar asociado. Además el medio no sólo interviene en la narración del evento ritual en el momento en que éste está sucediendo, sino también después, ya que lo tiene grabado, por lo que lo puede editar y reeditar, así como transmitirlo y retransmitirlo relacionándolo con otros eventos.

De acuerdo con la narratología, todo orden narrativo conlleva cierto género discursivo que se rige por ciertas reglas que establecen lo que se puede y debe decir en un determinado contexto (Bajtín 1982); implica además una trama, un cierto orden de inteligibilidad, y por lo tanto una interpretación<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Ciertas referencias en relación con la narratología (Todorov 1969 y 1978, Bremond, 1966, Barthes 1987a, 1987b, 1987c, Ricoeur 1984, 2000).

El medio comunicativo incorpora además algo muy importante en el ritual: la imagen y/o la voz de los conductores de los distintos medios que lo van explicando e interpretando. De esta manera produce una meta-narración del mismo proceso ritual. En este caso, podemos hablar que los procesos rituales se convierten en *eventos mediáticos*. A todos estos aspectos dirigimos nuestra atención en el análisis de la ceremonia guadalupana y su apropiación televisiva.

Antes de presentar el estudio histórico del programa *Las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe*, brindaremos nuestra concepción sobre la fiesta guadalupana, así como las estrategias metodológicas que seguimos en su análisis.

### ***La ceremonia de la Virgen de Guadalupe como performance religioso y cultural***

La ceremonia anual guadalupana es un gran performance o puesta en escena de la creencia religiosa católica a la Virgen de Guadalupe que articula un conjunto innumerable de procesos culturales múltiples: los propiamente religiosos y otros procesos seculares (comerciales, mediáticos, de seguridad pública, entre otros). Una parte de esos procesos religiosos están vinculados a los rituales que controla la jerarquía de la Iglesia: las misas, los rosarios, las bendiciones; y otros se relacionan con prácticas y rituales religiosos, en cuya organización participa de manera más relevante el devoto y tienen un cierto grado de improvisación: las ofrendas, así como las múltiples peregrinaciones que llegan al sitio sagrado. Debido a esto, en esta investigación interesa subrayar la dimensión del poder en el performance, el cual es considerado por Conquergood como “un espacio de lucha en donde diferentes intereses compiten, interactúan y diferentes voces y puntos de vista se ven articulados” (1989: 84).

En la ceremonia anual dedicada a la Guadalupeana, difícilmente podemos dar cuenta de todos los procesos que suceden y coexisten en el espacio ampliado de la Basílica: adentro de la iglesia, en el atrio, en la Plaza de las Américas que está rodeada por las viejas y nuevas basílicas, así como el Convento y Capilla de las Capuchinas, la Plaza Mariana que incluye un área para los peregrinos y está rodeada por el mercado y las criptas, el cerro del Pocito y otras capillas más. Nosotros nos concentramos a observar el área que recorren muchos peregrinos y el espacio en donde se concentran las actividades rituales relacionadas con la ceremonia. Empezamos nuestra labor etnográfica en la Calzada de Guadalupe a la altura de la glorieta de Peralvillo, después entramos a la plaza principal, la Plaza de las Américas y a la nueva basílica, recorrimos el área donde está el ayate, salimos de la Basílica y subimos al cerrito del Pocito y a su capilla, bajamos nuevamente a la Plaza de las Américas y recorrimos la Plaza Mariana, para volver a empezar el recorrido en la Avenida Guadalupe o entrar directamente a la Basílica para asistir a algunas de las ceremonias religiosas que se estaban celebrando en ella.

Es difícil precisar también cuándo empieza la ceremonia a la Virgen de Guadalupe y cuándo termina. Las peregrinaciones empiezan a llegar desde principios de diciembre y algunas llegan después del 13 de diciembre. Sin embargo, podemos decir que el 11 y 12 de diciembre son los días más concurridos por los peregrinos y en donde se concentra una gran actividad ritual. En esas fechas llevamos a cabo el trabajo etnográfico.

Partimos de la idea que el centro sagrado de la Basílica no es tanto un lugar lleno de energía espiritual, al cual llega el devoto a cargarse solamente, estático, atemporal y con un sentido único social, sino un espacio semilleno o semivacío que posee –sin duda - una historia particular ligada al mito de aparición de la Virgen que le confiere una determinada sacralidad, pero que se carga permanentemente de las historias de los milagros que traen consigo sus devotos, lo cual contribuye a mantener su legitimidad; de esa manera es también un depósito, así como punto de convergencia y proyección de múltiples visiones de los devotos y peregrinos<sup>7</sup>.

El trabajo de observación etnográfica en la Basílica y sus alrededores se llevó a cabo durante los días 11 y 12 de diciembre con la antropóloga Kristin Norget y un equipo de asistentes los años 2011, 2012 y 2013<sup>8</sup>. Está basado también en observaciones etnográficas realizadas en 6 años no consecutivos entre 1992 y 2011 que perseguían otros objetivos de investigación (Zires, 1992; 1995/1996; 2004<sup>9</sup>).

### ***Historia del evento mediático “Las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe”***

El ritual de cantar a los santos y a todas las figuras religiosas no es algo nuevo, ha existido desde antes de la aparición de los medios de comunicación. La ofrenda musical, como la ofrenda poética, floral y otro tipo de ofrendas votivas son formas rituales de agradecimiento y petición divina que han tenido lugar en la Villa de Guadalupe desde siglos atrás<sup>9</sup>. Los cantantes llegaban y ofrecían su canto a la Virgen, ya sea afuera o adentro de la Basílica, según las cambiantes normas del recinto.

Desde que la radio y televisión nacieron como medios comerciales en México difundieron este ritual guadalupano para autopromoverse promocionando el culto a la Virgen y como un negocio publicitario que dejaba buenas ganancias. En los años treinta se tiene conocimiento de que la radiodifusión mexicana transmitía las celebraciones guadalupanas y creó sus propios programas dedicados a hablar del culto, entre ellos, programas musicales. Una de las emisoras más populares, la XEW celebró en 1931 “el Cuarto Centenario de la Aparición de la Virgen de Guadalupe” con un programa musical de todo el día<sup>10</sup>. Dicho programa ya contaba con su respectivo patrocinador: la Casa Bayer.

<sup>7</sup> Véase la polémica que plantea al respecto Eade y Sallnow (1991). Cabe aclarar que al entrevistar a los feligreses, se puede uno percatar de los sentidos múltiples de esas peregrinaciones. La lógica de sacrificio y mística individual que caracteriza a los peregrinos que recorren hincados la Avenida de Guadalupe difiere de la lógica religiosa y de sacrificio deportivo de los grupos crecientes de jóvenes ciclistas y corredores que llegan a la Basílica y de la interpretación que le otorgan ciertos grupos danzantes que intentan recobrar sentidos prehispánicos en el culto a la Guadalupe, y, por ello, interpelan a la Virgen como Tonantzin, deidad a la que se veneraba en el cerro del Tepeyac antes de la llegada de los españoles.

<sup>8</sup> Miriam Bautista, Miroslava Callejas, Gerardo Juárez, Amanda Rueda, estudiantes de la Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco.

<sup>9</sup> LA GAZETA DE MÉXICO, ejemplar del mes de diciembre de 1731.

<sup>10</sup> En ella participaron artistas reconocidos en ese momento: Pedro de Lille, Sordo Noriega, Manuel Bernal y Ricardo López Méndez, según recuerdos de Aurelio Pérez, vicepresidente de Asuntos Especiales de Televisa [https://www.facebook.com/note.php?note\\_id=236886813047326](https://www.facebook.com/note.php?note_id=236886813047326), Facebook de la revista *Desde la Fé*, consultado 01.12.2013.

Hoy 12 de diciembre desde las 5 de la madrugada los extraordinarios festejos que se celebrarán con motivo del IV Centenario de la Aparición de la Stma. Virgen de Guadalupe serán transmitidos por XEW (910 kels), la voz de la América Latina desde México. La conocida Casa Bayer, fabricantes de la CAFIASPIRINA ofrece a toda la república esta extraordinaria transmisión QUE DURARÁ TODO EL DÍA ... (LA PRENSA, 12/12/1931, pág.6).

A partir de los primeros años de la televisión en México, en los años cincuenta, nace el interés de transmitir desde la Basílica de parte del canal XEW-TV, perteneciente a la compañía Televimex de propiedad de Emilio Azcárraga, que deviene en 1955 parte del monopolio Telesistema Mexicano y en los setenta parte de un monopolio más amplio, Televisa. También surge la idea de promover los artistas cantantes que trabajaban tanto en la radiodifusora y televisora de XEW.

En 1951 se anuncia que se va a televisar por 4 horas las festividades religiosas con anuencia del abad de la Basílica y bajo el patrocinio de la industria Celanese Mexicana, sin embargo dicha transmisión se prohibió porque dicha difusión “contravenía los preceptos legales”, según la Secretaria de Comunicaciones a través de su Dirección de Telecomunicaciones.

poco antes de que principiara la transmisión, un inspector de la SCOP hizo saber a los interesados que quedaba suspendida en atención a que la Ley de Vías generales de Comunicación y el Reglamento de Radiodifusoras prohíben tal cosa. (LA PRENSA, pág.2 y 6, 13/12/51).

Conviene destacar que en esos tiempos la legislación de 1910 establecía que el derecho de cultos estaba limitado al orden privado, familiar o en los templos<sup>11</sup>, aunque esto no se respetaba siempre y presentaba muchas ambigüedades en la práctica, como veremos adelante. Además estaba prohibido transmitir ceremonias religiosas y desde el interior de la Iglesia. No había relaciones entre México y la Santa Sede.

De acuerdo con Carlos Salinas Saucedo, productor del programa de las Mañanitas a la Virgen durante 45 años, la situación en 1952 cambia un poco y empiezan las transmisiones televisivas de la celebración, por control remoto, aunque desde afuera de la iglesia: a las 11 de la noche, 5 de la mañana y a las 11 de la mañana. De las 5 a las 6 de la mañana acudían artistas que trabajaban en la XEW y de otras partes y le cantaban a la Virgen, se contaba sólo con un micrófono y la organización era espontánea en 1952<sup>12</sup>.

<sup>11</sup> “La policía se redujo ayer a evitar que algunos grupos de peregrinos llevaran imágenes descubiertas, pues se consideró que tal caso constituía una violación a la ley de cultos. [...] advirtiendo a los peregrinos que deberían cubrir sus imágenes y no llevar escapularios visibles”, Diario *El Universal*. 2da. sección (pág. 1. 13/12/34).

<sup>12</sup> [https://www.facebook.com/note.php?note\\_id=236886813047326](https://www.facebook.com/note.php?note_id=236886813047326), Facebook de la revista *Desde la Fé*, consultado 01.12.2013.

Según nuestros estudios hemerográficos, los artistas de la radio -junto con muchos otros artistas menos conocidos- acostumbraban a ir a la Basílica y participaban en peregrinaciones que iniciaban su recorrido en la Glorieta de Peralvillo. Cuando nace la televisión, los cantantes y artistas de este medio, algunos de los cuales ya trabajaban en la industria radiofónica se añadieron también a estas celebraciones y participaban en dichas peregrinaciones y en el programa de las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe en la madrugada (LA PRENSA, pág. 2, 13/12/51)<sup>13</sup>.

En 1955, según Salinas Saucedo, se invita de manera espontánea a la gente a cantar las mañanitas frente a las cámaras de televisión y un micrófono en la transmisión nocturna, poco antes de la media noche. Surge la versión televisada de “las primeras Mañanitas, improvisadas, a un costado del atrio de la recién inaugurada Plaza de las Américas”, o sea en la parte de afuera de la Basílica. Esta versión televisada no elimina las mañanitas populares de artistas desconocidos y de otros más conocidos que se celebraban en otras horas, por ejemplo en la madrugada, pero las televisadas se convierten en un punto de clímax de las ceremonias guadalupanas<sup>14</sup>.

En 1956, de acuerdo con el productor de esta transmisión, el abad da la autorización de que se realice un programa televisivo bien organizado y con artistas en el interior de la Basílica, pero éste tiene lugar en un rinconcito de la Iglesia<sup>15</sup> y no incluye la transmisión de ningún acto litúrgico religioso.

La radio y la televisión lanzaron al aire de toda la República voz e imágenes del primer acto popular del día: las “Mañanitas” de los artistas de la Reina de México, a las doce de la noche; ahí estaban Lola Beltrán, Miguel Aceves Mejía, Amelia Mendoza “La Tariatúri” y muchos otros personajes conocidos por su voz o sus composiciones musicales, sin faltar mariachis, los tríos, los conjuntos regionales y los simples trovadores populares (LA PRENSA, pág. 27, 13/12/56)<sup>16</sup>.

<sup>13</sup> Según La Prensa, en 1955, la Asociación Nacional de Actores, organizó una peregrinación de los actores a la Basílica (LA PRENSA, pág. 42, 11/12/55). Seguramente dicha peregrinación continuó celebrándose años siguientes, se convirtió en una costumbre y parte del ritual para algunos devotos, ya que en 1958 “miles de fieles, recibieron una decepción, pues velaron toda la noche esperando la llegada de los miembros de la Asociación Nacional de Actores que anualmente llevaban serenata a la Virgen. En esta ocasión, por razones desconocidas, los artistas no hicieron su aparición y, por el contrario, fueron los músicos humildes y las artistas que apenas comienzan a sobresalir, quienes acudieron al santuario”. (El Universal. 1ª. Sección. Pág. 11, 13/12/58).

<sup>14</sup> [https://www.facebook.com/note.php?note\\_id=236886813047326](https://www.facebook.com/note.php?note_id=236886813047326), Facebook de la revista *Desde la Fé*, consultado 01.12.2013.

<sup>15</sup> Idem. Tenemos duda de que este programa se haya producido adentro de la Basílica en 1956, ya que Salinas Saucedo, asegura que fue el abad Monseñor Schulemburg el que dio la autorización y este abad entró a administrar la Basílica a partir de 1963. Por otra parte, no hay referencia periodística que refiera este hecho. Lo que sí queda claro es que con Monseñor Schulemburg se produce el programa adentro y frente al altar, como veremos más adelante.

<sup>16</sup> Había otras mañanitas y serenatas populares que precedían y sucedían a las televisadas en ese momento: “A las cinco de la mañana hubo otras “Mañanitas”, en las que también tomaron parte artistas como “El Charro” Avitía y muchos más.” (LA PRENSA, pág. 27, 13/12/56).

Desde ese momento, el programa adquirió un conductor oficial Paco Malgesto y algunos invitados (un sacerdote o especialista en temas guadalupanos) que hacían comentarios sobre el culto a la Virgen. Resultó tener éxito y gustar al público televisivo, según el productor. Se repitió por varios años y se constituyó en una fórmula televisiva de gran difusión. Se empezó a transmitir no sólo en México, sino en otros países, como Estados Unidos y se agregaron más cámaras de otros países. Todos los artistas querían participar, era una manera de darse a conocer visualmente. El Bukí llegó a ver al productor en una ocasión y le dijo “que quería cantar para la Virgen y después de su presentación vendió 750 mil discos de su canción”<sup>17</sup>. Se empezaron a establecer ciertas reglas discursivas que establecían a quién permitir cantar e invitar a cantar y a quién no, así como lo que debían cantar. Algunas de esas reglas tenían que ver claramente con el orden comercial y productivo: se invitaba a los cantantes ligados a la empresa radiofónica y televisiva que producía el programa. Otras estaban articuladas con el orden propiamente local y religioso, por ello, fue necesario adaptar un poco la fórmula del género musical televisivo al recinto guadalupano:

Hay que decir que los primeros años la gente cantaba, además de las Mañanitas, todo tipo de canciones. El Pirulí, por ejemplo, cantó Felicidad<sup>18</sup>. Entonces empezamos a buscar que los compositores abordaran temas más propios para la Basílica. María Victoria, por ejemplo, estrenó más de 25 canciones para la Virgen de Guadalupe<sup>19</sup>.

Una norma importante: todos los artistas aparecían cantándole con fervor a la Guadalupana, como verdaderos creyentes que, por lo tanto, merecían estar ahí. En algunos casos se mencionaba de parte del conductor su religiosidad. Sus atuendos tendían a ser festivos, pero sin subrayar los atributos sexuales de los cantantes. Asimismo debían enfatizar el carácter nacional: por ello, sobresalen los trajes de mariachis y distintos vestidos y trajes regionales. Los ritmos de la música popular se mezclaban: las distintas mañanitas y el himno guadalupano junto con música romántica, ranchera, sones y de corte folklórico.

Las convenciones, sin embargo, a veces se han interpretado de diferentes maneras y se han alterado, como se verá más adelante. Esas alteraciones han generado molestias y expresiones de rechazo de parte de la opinión pública en determinados momentos.

Asimismo las reglas del género televisivo de corte musical se impusieron en el centro de peregrinación más importante de México. El orden narrativo alteró las etapas del ritual de la misa y lo que le antecedía que se circunscribía solamente a la llegada de los peregrinos.

---

<sup>17</sup> [https://www.facebook.com/note.php?note\\_id=236886813047326](https://www.facebook.com/note.php?note_id=236886813047326), Facebook de la revista *Desde la Fé* consultado 01.12.2013.

<sup>18</sup> Canción de corte amoroso.

<sup>19</sup> Idem.

Con el paso del tiempo este programa ya no se realizaba ni afuera, ni en un rincón de la catedral, sino en el centro del altar frente al ayate. Las concepciones de la celebración guadalupana y del programa televisivo fueron cambiando, de acuerdo con las diferentes administraciones de la Basílica. Monseñor Guillermo Schulemburg, abad de la Basílica de 1963 a 1996 brindó facilidades al medio televisivo en un principio y permitió que sus cantantes incursionaran cada vez más al área del altar a medianoche. Las relaciones entre la Basílica y la empresa televisiva se estrecharon. Emilio Azcárraga Milmo, presidente del monopolio Televisa apoyó la construcción de la nueva basílica que se inauguró en 1976.

El diario La Prensa señala que en 1963 los cantantes ingresan al “ interior del templo” y que “Lucha Villa, encabezó el primer grupo de artistas del cine, radio y televisión que ofrecieron las tradicionales “Mañanitas” a la Virgen Morena, desde el primer minuto del día...” (LA PRENSA, pág. 12. 13/12/63). En 1972 este mismo diario da cuenta de que las tradicionales “Mañanitas” se celebraron “al pie del altar guadalupano”:

En medio de un júbilo desbordante y con la asistencia de renombrados artistas nacionales de teatro, radio, cine y televisión, la Basílica de la Virgen de Guadalupe recibió a miles de fieles quienes cantaron fervorosamente las tradicionales “Mañanitas” al pie del altar guadalupano (...). A las doce de la noche, el cantante José José interpretó varias melodías. “Aquí estoy Virgencita de Guadalupe...” murmuró en tono humilde al terminar su actuación ante la sagrada imagen. Amalia Mendoza, “La Tariácuri” también entonó varias canciones. Víctor Iturbe, “El Pirulí”, fue el tercer artista que rindió homenaje a la Virgen Guadalupana con su canción “Felicidad”. (PRENSA, págs. 2 y 47. 12/12/72).

Dos canales de televisión y sus repetidoras transmiten el evento mediático a diferentes partes de la República y dos almacenes patrocinan el evento mediático: Telas Junco y Súper almacén Junco (El Universal, tercera sección.-pág 14. 11/12/63).

El dispositivo tecnológico televisivo empezó a formar parte de la escenografía del propio altar: las cámaras, la iluminación especial y los micrófonos pasaron a ser un personaje fundamental de la puesta en escena de la creencia masiva en la Virgen de Guadalupe cada 11 de diciembre en la noche. A ello, como señalamos antes, se añadió el dispositivo humano del género musical: los artistas y conocidos conductores de la empresa de Televisa. Una reseña del diario El Universal es elocuente al señalar que el altar mayor de la Basílica parecía un “set de televisión”, por el que todos los artistas habían desfilado el 11 de diciembre de 1985:

“En el altar mayor, justo frente a la mesa donde oficiará hoy la celebración de la eucaristía el cardenal Ernesto Corripio Ahumada, era anoche un “set” de televisión [...] luego de que por el altar desfilaron media docena de artistas desde María Victoria hasta Jorge Vargas y de que los mariachis interpretaron las usuales “Mañanitas”, el sacerdote

Carlos Warnholtz ofició la primera misa a las que seguirían otras en el transcurso de la madrugada...” (El Universal. 1ra sección, págs. 19 y 22, 12/12/85).

La lógica del espectáculo televisivo penetró de manera contundente, y, con ello, aparecieron lentamente los aplausos como premio de la buena actuación. Esto llama la atención, ya que en 1949, el aplauso resultaba impensable en el interior de la Basílica, según lo escrito en el diario El Universal:

La orquesta formada por sesenta maestros de capitalinos, hubiera recibido por su magnífica interpretación, cálidos aplausos de no estar prohibidas tales muestras de aprobación en el interior del templo (El Universal, Primera Sección, pág. 25. 13/12/49).

Sin embargo, el “set de la televisión” no se ha instalado todos los años en el altar. A partir del momento en que la técnica del *video tape* nació alrededor de 1960, Televisa la empezó a usar en ciertas ocasiones. Hubo años en que esta empresa decidió pregrabar la parte del programa musical por razones técnicas y de calidad, como por ejemplo en 1976, aunque esto generara cierta decepción en los fieles guadalupanos que no sólo pensaban acudir a la basílica por devoción, sino también por interés en ver de cerca a los artistas de la televisión<sup>20</sup>. Esto sucedió no sólo en 1976, sino también en algunos años de la década de los ochenta y en noventa. De hecho, en el último período en que estuvo el Monseñor Schulemburg como abad de la Basílica, también se pregrabaron dichos programas. El aludió a otras razones de índole religiosa para decidir que no se realizara el programa musical en vivo:

Las otras mañanitas, las de la televisión privada, fueron grabadas previamente el viernes por la noche, debido a que la presencia de los artistas acaparaba la atención de la multitud y el sentido religioso de la fiesta se perdía, según explica el abad Guillermo Schulemburg. (EL UNIVERSAL, sección Nuestra Ciudad, pág. 2, 12/12/94).

La declaración de Monseñor Schulemburg manifiesta la tensión existente entre la lógica del espectáculo ligada a la actuación de los artistas y la lógica del fervor religioso. En 1966, el periódico La Prensa apuntaba a esta tensión permanente desde décadas anteriores:

<sup>20</sup> “Tras muchas horas de espera, la gente se mostró desilusionada al darse cuenta que sus cantantes preferidos no estaban presentes, ya que la transmisión fue un video tape, grabado con anterioridad” (LA PRENSA, pág.42, 13/12/76). La versión de El Universal era un poco diferente: “...Por primera vez en muchos años, las grandes figuras de la canción no estuvieron presentes en la Basílica, pero su ausencia entre el pueblo no se notó; la gente cantaba en un coro gigantesco de miles de voces “estas son las mañanitas... Los “Navegantes del Bajío”, Rafael Buendía, María Elena “La Fronteriza”, Salvador García y el “El Charro” Avitia, durante más de una hora – a partir de las cero horas- acompañaron a la gente del pueblo que “despertaba a la Virgencita” (El Universal. 1ra secc.-Pág 15. 12/12/76).

La entrada de artistas al santuario, como Lucha Villa, La Turiácuri, Demetrio González, Miguel Ojeda, quien tocó “Las mañanitas” en un serrucho; Amalia Macías, Irma Dorantes, “El Charro” Avitia, Salvador García, Las Conchitas, apenas si despertó el interés de las personas que, fervorosas, elevaban sus oraciones a la Guadalupana. (LA PRENSA, págs.3, 22. 13/12/66).

Sin embargo, esta concepción sobre el programa televisivo musical que expresara Schulemburg en 1994, se transformó a partir de 1997 con la entrada de Monseñor Macedo, una nueva administración que reflejaba también otras relaciones de poder entre la Basílica, la Arquidiócesis y el arzobispado de la ciudad de México a partir del momento en que Norberto Rivera se convierte en Arzobispo Primado de México en 1995<sup>21</sup>. Además por esas fechas hubo un cambio importante de dirección y de enfoque en Televisa al morir Emilio Azcárraga Milmo y asumir la dirección su hijo, Emilio Azcárraga Jean. Un nuevo productor entró a ocuparse del programa de las Mañanitas a la Virgen, Miguel Angel Herros. De acuerdo con éste, se trató de recuperar el carácter festivo del programa, lo cual implicaba volverlo a hacer en vivo<sup>22</sup>. En los siguientes años, por lo tanto, se revivió la fórmula anterior de realizar el programa en el centro del altar a la Virgen y con los artistas de Televisa presentes. Se instalaron además pantallas grandes afuera de la Iglesia con la idea de que se pudiera contemplar lo que sucedía adentro en el recinto:

Propiamente las cámaras de televisión marcaron el inicio, las 23:00 horas, y las mañanitas con Lucero y otros artistas, festividad para el mercadeo que provocó gran revuelo entre los feligreses, los de afuera, que no aceptaban ser testigos, sólo a través de las gigantes pantallas de televisión, de lo que al interior del recinto acontecía. (EL UNIVERSAL, sección Nuestra Ciudad, pág. 8, 12/12/97).

Según el productor de este programa, Monseñor Diego Monroy, rector de la Basílica de 2000 a 2010 tenía el concepto de que la ceremonia guadalupana era “una gran fiesta” y que así debía celebrarse. Reunió a la gente de Televisa con la gente de la Delegación Gustavo Madero para que hubiera más seguridad para los fieles y las televisoras<sup>23</sup>. Permitió que el espectáculo de las mañanitas televisivas se expandiera. El mismo rector les daba la bienvenida a los artistas en el interior de la Basílica, como

---

<sup>21</sup> En 1998 llega a ser cardenal también. Cabe recordar que la institución de la Iglesia católica no es monolítica, ni a nivel mundial, ni a nivel local en México. Barranco reconoce dos tendencias en la Iglesia católica local: una relacionado con la línea vaticana con el Nuncio Apostólico Jerónimo Prigione en ese momento, ala a la cual pertenecía Norberto Rivera y otro sector más autónomo del Vaticano, un ala mexicanista en el cual estaba el cardenal y arzobispo Corripio Ahumada, quien fue reemplazado por Norberto Rivera. <https://bernardobarranco.wordpress.com/tag/norberto-rivera/> visitado el 08.05.2014

Para ver las relaciones conflictivas entre el abad Schulemburg y el arzobispado véase Zires 2004<sup>3</sup>.

<sup>22</sup> Entrevista realizada a Miguel Angel Herros el 05.09.2013.

<sup>23</sup> Idem.

sucedió en 2003<sup>24</sup>. En algunos años se asistió a una fusión en el mismo espacio del altar entre los sacerdotes, acólitos, conductores del programa y las estrellas televisivas, como en 2010, cuando Monseñor Monroy Ponce entonó las mañanitas junto con las estrellas más conocidas: Lucero, María Victoria, el Buki, entre muchos otros adquiriendo éste también el carácter de vedette del entretenimiento<sup>25</sup>. Se traían artistas como el tenor Fernando de la Mora o Guadalupe Pineda para que cantara durante la misa con el coro de infantes de la Basílica<sup>26</sup>.

Cabe destacar que en los inicios del programa de Las Mañanitas, no se transmitía la misa dedicada a la Virgen de Guadalupe y las cámaras registraban después de las 12 el ambiente festivo y piadoso afuera de la Iglesia. Fue hasta después de 1992 con la reforma constitucional al artículo 130 (la cual permitió el reestablecimiento de las relaciones con el Vaticano), que se permitió la difusión de los ritos religiosos y Televisa empezó a transmitir también la misa de medianoche, articulada cada vez más al programa televisivo musical. El Sr. Miguel Angel Herros relata como un verdadero logro que en los últimos años se pudiera transmitir el momento de la comunión en la misa, lo cual estuvo prohibido por muchos años: “Tengo autorizado todo, nos cerramos, vemos la comunión, vemos como la gente comulga. Toda la celebración eucarística se fotografía tal y como la genera la Iglesia”<sup>27</sup>.

Televisa acaparó la producción de este evento mediático hasta el año 1997. A partir de 1998, otra compañía televisiva en expansión, Televisión Azteca que había nacido en 1993, se apropia de la fórmula del programa musical, aunque no lo transmite en vivo en la Basílica el 11 de diciembre, sino lo pregrababa días antes y se concentra en realizar más reportajes en las afueras a la iglesia en vivo que difunde por sus canales. Además retoma y difunde la señal de la misa de Televisa.

En 2009, hubo un intento –promovido por el Cardenal Norberto Rivera- de que ambas televisoras pudieran compartir el espacio del altar con sus respectivos artistas contratados por exclusividad, pero ambas compañías no aceptaron, por lo que terminaron pregrabando sus programas y se regresó en 2010 y 2011 al esquema pasado, en el que Televisa graba su programa en vivo y Televisión Azteca pregrababa días antes<sup>28</sup>.

La nueva conducción de la Basílica ha cambiado las reglas del juego en 2012 y 2013. A partir de ella, no se permite más que ninguna televisora grabe en vivo su programa musical desde el interior de la Basílica el 11 de diciembre. Según el productor de Televisa, el nuevo rector de la Basílica desde 2011 tiene otra idea “que difiere totalmente de lo que habíamos manejado con Monseñor Monroy. Monseñor Glennie dice: *La Basílica es un templo de oración. Por mucha fiesta que quieran ustedes hacerle a la Virgen,*

<sup>24</sup> “...Para abrir la velada, las figuras del espectáculo junto con los feligreses y monseñor Diego Monroy entraron en el templo, al mismo tiempo que cantaron el tema “la Guadalupeana”...” (LA PRENSA, pág. 4, 12/12/2003).

<sup>25</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=fdsJKrv8T8M> consultado el 03.01.2014

<sup>26</sup> Entrevista realizada a Miguel Angel Herros el 05.09.2013.

<sup>27</sup> Idem.

<sup>28</sup> Idem.

*aquí la gente tiene que venir a orar.* Y bueno, pues tuvimos que decir que sí<sup>29</sup>. Nuevamente la tensión entra la lógica del espectáculo televisivo y la lógica del fervor religioso entra en contradicción.

En la situación actual, las dos televisoras pregrababan sus programas musicales en la misma Basílica algunos días antes de la celebración oficial. Los conductores de dichos programas se encuentran en la misma Basílica y graban en vivo, pero en el área de los palcos, un lugar ideal para poder apreciar desde arriba el altar y el interior de casi toda la Basílica. Televisión Azteca además tiene otros conductores en la parte de afuera de la Iglesia para sus reportajes en vivo. Las diferentes concepciones de los programas de ambas televisoras se analizarán más adelante.

La Iglesia permite que algunos cantantes seleccionados por ella canten antes de la misa, en la “serenata popular” y es el coro de la Basílica el que acompaña la misa, la cual es difundida en vivo por Televisa y su señal la retoman otros canales televisivos.

En esta nueva etapa, Televisa y TV Azteca han establecido una alianza duopólica, si bien hay competencia comercial, hay muchos intereses políticos que comparten. Se defienden de cualquier atentado que afecte dichos intereses, van juntas contra una teleradiofusión verdaderamente pública y se protegen de las políticas gubernamentales contra los monopolios comunicativos en México<sup>30</sup>. La imagen de Jorge Zarza de TV Azteca y de Julieta Lujambio de Televisa en 2011 rodeando a Monseñor Glennie como nuevo rector de la Basílica antes de la celebración de la misa fue muy elocuente. Asimismo la frase de Edith González, una de las conductoras del programa de Televisión Azteca, poco antes de ese momento, es aclaratoria de esa alianza que se interpreta como un milagro guadalupano: “dos de las principales televisoras se unen, algo que solamente la Virgencita puede lograr”.

Después de realizar este breve recorrido histórico sobre el programa *Las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe*, presentaremos un análisis de su estructura narrativa para entender más claramente cómo la industria televisiva adapta el performance guadalupano a un formato comercial y musical. Se mostrarán dos diferentes aplicaciones y variaciones de este formato discursivo en Televisa y TV Azteca así como la metanarración que permea los programas y exhibe más claramente la interpretación que realizan estas distintas empresas mediáticas sobre dicho performance. Además se presentará el análisis comparativo de la observación participante llevada a cabo en la Basílica en los años 2011, 2012 y 2013, tanto adentro de la iglesia como en los alrededores, lo cual permite mostrar distintos procesos de espectacularización de la fiesta guadalupana adentro y afuera del recinto religioso; todo esto en comparación con lo proyectado en las pantallas televisivas.

<sup>29</sup> Idem.

<sup>30</sup> Véase revista *Proceso*, 08.03.2014.

## ***Lógica narrativa del Programa Mañanitas a la Virgen***

En primer lugar es necesario decir que el programa introduce una estructura narrativa, compuesta por 3 diferentes tipos de secuencias que responden a géneros televisivos distintos y que establecen qué se puede narrar: las secuencias musicales, -de cuyas reglas ya hablamos arriba-, las propias del noticiero y las publicitarias, todas ellas articuladas por las secuencias en donde los conductores del programa intervienen.

El programa se proyecta como un pequeño reportaje de lo que está sucediendo en la Basílica el 11 de diciembre en la noche. En ese sentido, sigue las reglas de un programa de corte noticiero que debe mostrar que el reportero o la cámara están en el lugar de los hechos. Ahora bien, frente a la cantidad innumerable de prácticas religiosas, sucesos culturales, comerciales y de seguridad pública que coexisten afuera y adentro de la Basílica, hay algunos que tienen el valor de noticia porque le confieren un carácter excepcional a la ceremonia guadalupana: los miles de peregrinos que quieren entrar a la Basílica. Las cámaras captan sobre todo eso: las multitudes a través de tomas amplias. Las tomas más cerradas tienden a enfocar el fervor y especialmente el sacrificio del peregrino que llega de rodillas, la ofrenda del sacrificio corporal, la devoción más exaltada y los relatos que hablan de la milagrosidad de la Virgen frente a conflictos imposibles de resolver. Todo ello permite ensalzar el drama y el espectáculo. No se fotografía a quien no da signos de esa calidad excepcional. Aquí vemos las rutinas del noticiero en pleno funcionamiento adaptadas a una ceremonia religiosa.

El programa de las Mañanitas es un evento publicitario también. La lógica comercial de la programación de una institución privada mediática se introdujo en la versión televisada del ritual católico como algo natural que nadie cuestionó: tenía que tener promotores, por lo tanto, el programa es interrumpido por los comerciales que ya están pregrabados: los símbolos de los productos y los símbolos de las estrellas de Televisa quedan articulados al símbolo guadalupano: así es, amén.

Las secuencias en las que intervienen los conductores y especialistas religiosos aparecieron desde los inicios del programa articulando el orden narrativo musical, del reportaje y de la publicidad. Ellos aparecían y aparecen hablando siempre de la importancia histórica del culto guadalupano en la construcción de la identidad del mexicano.

### ***Variaciones de una fórmula narrativa rentable en dos estaciones televisivas***

A través de un análisis comparativo de los programas de las *Mañanitas a la Virgen* en 2011 de Televisa y Televisión Azteca pudimos establecer muchas similitudes y algunas diferencias que muestran la dinámica de variación de la fórmula genérica del programa.

Las dos producciones siguieron como siempre el modelo de un programa musical religioso guadalupano, salpicado con secuencias tipo reportaje e inserciones publicitarias. Televisa le dio una gran prioridad en sus tiempos a los anuncios comerciales: 21 minutos en el espacio de una hora, frente a aproximadamente 6 minutos en TV Azteca. La cortinilla de Televisa, esa parte que sirve para anunciar la entrada y salida del programa y los comerciales, muestra la visión mercadotécnica de la compañía televisiva: bajo un fondo musical de cantos gregorianos se ven peregrinos entrar a la Basílica, con gran

devoción, escenas que aluden a cierto misticismo. Dicha cortinilla que inducía recogimiento religioso era interrumpida súbitamente por los comerciales. No había ninguna mediación o puente auditivo o visual, ninguna baja de decibeles y lenta inserción en los comerciales. Como si todo fuera lo mismo, el misticismo religioso y la publicidad comercial se equiparaban y los productos se veían sacralizados y envueltos de un espíritu místico. La articulación entre lo sagrado y lo profano no es inamovible. Las sociedades viven procesos cambiantes de sacralización y desacralización. Tal vez en este caso, se desacraliza el culto, pero se sacralizan los productos y las empresas que lo publicitan.

Ambas empresas promovieron, como es costumbre, a sus propios cantantes y sus programas. Televisa enfatizó la larga tradición de sus artistas de ir a la Basílica el 11 de diciembre y su religiosidad, como la de María Victoria<sup>31</sup> y, por otra parte, subrayó la presencia de Pedro Fernández y Lucero, “quienes desde niños como tantos y tantos mexicanos han crecido bajo el amparo y la protección de nuestra Señora de Guadalupe, escuchemos”<sup>32</sup>. TV Azteca presentó también a los artistas que participan y han participado en su programa de *La Academia* como fieles guadalupanos para promover también este programa, un reality show de competencia musical que inició en 2002: “los alumnos y maestros de la Generación 2012 de La Academia le agradecen a la Virgencita del Tepeyac cantando. ¿Qué otro tema? La Guadalupeana”<sup>33</sup>. Asimismo los conductores se la pasaron enfatizando “el talento azteca” que se encontraba en la Basílica. “Y todo el talento Azteca, todo se reúne para cantar *Las Mañanitas* a nuestra Virgen de Guadalupe”.

Televisa se dedicó a promover la serie *Rosa de Guadalupe* que inició en 2008, la cual está dedicada a promover la creencia en la milagrosidad guadalupana en algunos dramas cotidianos de la sociedad actual mexicana. Sigue las pautas de un melodrama con final feliz. Retoma los conflictos típicos de desamor, de reconocimiento social, de infidelidad, de violencia conyugal, pero incluye también otros temas nuevos que tienen que ver con dramas más actuales vividos en la adolescencia: la drogadicción, el bullying, la discriminación por ser diferente, por ser *emo* o pertenecer a otro grupo, así como la violencia sexual, algunos de ellos vividos en el marco de la escuela<sup>34</sup>.

<sup>31</sup> Cantante ranchera mexicana muy famosa con contrato con Televisa que ha participado desde el surgimiento del programa de las Mañanitas a la Virgen casi todos los años.

<sup>32</sup> Palabras de la conductora. Entre los artistas estaban también: Guadalupe Pineda, Marco Antonio Solís “El Buki”, María Victoria, Aracely Arámbula, Fernando de la Mora, Olivia Gorra, Alexander Acha, Aída Cuevas, Fernando Allende, Filippa Giordano y el mariachi Gama Mil bajo la dirección del maestro Jesús Gama.

<sup>33</sup> En dicho programa se invita a que el televidente vote por el alumno favorito del programa para que en los conciertos que se celebran el domingo no tenga una baja puntuación y deba, por ello, abandonar el programa.

<sup>34</sup> En todos los programas, una vez expuesto el conflicto que se presenta como irresoluble, uno de los personajes principales más afectados, le pide ayuda a la Virgen y le reza, al poco tiempo aparece de una manera sorpresiva una rosa blanca sobre un altar casero que tiene una imagen de la Virgen de Guadalupe. Mientras el conflicto no se resuelve, la rosa permanece intacta y no se marchita, de una forma también sorprendente para los personajes; cuando éste se resuelve, la rosa se desvanece en una brisa que se eleva al cielo y se escucha una melodía orquestal en su momento final. Frecuentemente, mientras se desvanece la rosa, el personaje beneficiado por el milagro brinda alguna moraleja, una enseñanza abierta.

La promoción de la milagrosidad guadalupana no se puede desligar de la lucha de la Iglesia Católica por promover a sus figuras religiosas, sobre en todo en un ambiente de competencia con otros grupos religiosos que promueven otras milagrosidades y plantean que sus religiones son más eficaces.

La conductora del programa, Julieta Lujambio señaló que meses antes se había lanzado una invitación en el programa *Rosa de Guadalupe* para que la gente que lo veía mandara pensamientos sobre la Virgen. Algunos de esos pensamientos fueron leídos por artistas y cantantes de Televisa en el programa de Las Mañanitas, lo cual induce la identificación del televidente con el programa *Rosa de Guadalupe*, con la Virgen y con Televisa.

### ***La metanarración: La televisión como médium directo entre el fiel y la Virgen***

El proceso ritual convertido en un evento mediático conlleva también una metanarración, lo señalamos antes. ¿En qué consiste? Se trata de una narración en la que se explica lo que está sucediendo “en el lugar de los hechos”. El evento mediático siempre viene acompañado de la presencia de uno o más locutores o conductores del medio, así como de especialistas ligados al tema del proceso ritual que fungen como metanarradores, los que explican el proceso ritual y su importancia para la sociedad, van comentando el mismo proceso, brindan información al respecto e introducen posibles comparaciones con otros eventos mediáticos parecidos, ya antes sucedidos. El foco del ritual se ve desplazado: del mismo ritual al medio que aparentemente sólo lo difunde, a los locutores, al especialista. Estos se ponen en el centro del ritual otorgando claramente una interpretación. El medio habla además de su propio papel en la configuración del ritual, es su propio tema y motivo de atención y su propio promotor.

La conducción de *Las Mañanitas a La Virgen de Guadalupe* de Televisa en 2011 se caracterizó por ser escueta. El tiempo era reducido, ya que iban a ocupar 21 minutos para comerciales. Como ya señalamos antes, el programa fue conducido por una mujer solamente, Julieta Lujambio, una mujer madura, sonriente, que despierta seriedad, la cual ha desempeñado el mismo papel en otros eventos mediáticos religiosos. Su estilo fue parco. Presentó el programa con solemnidad, alegría y sus comentarios sobre el ambiente festivo en la Basílica fueron cortos. Introdujo a todos los artistas con gran reconocimiento. Llamó la atención que no se brindó casi ningún tipo de información sobre el mito aparicionista, ni sobre la legendaria tradición del culto como se acostumbraba en los inicios del programa y durante décadas. Ni siquiera hubo subtítulos que ayudaran a identificar a la misma conductora, ni ningún comentario durante la misa que transmitieron<sup>35</sup>. Un tratamiento mediático que da la impresión de distancia y objetividad.

La versión de TV Azteca destacó por todo lo contrario: un tratamiento muy espectacular. Recurrió a dos *vedettes* televisivas y a una figura importante del clero católico mexicano, como especialista en el tema que legitima el evento: Jorge Zarza, conocido conductor del noticiero matutino *Hechos* de TV Azteca, una estrella sin duda de las noticias; Edith González, vedette de telenovelas y del cabaret, llamativa por su belleza que trabajó en Televisa y se pasó en 2010 a TV Azteca, la cual provocó un escándalo al

<sup>35</sup> Televisa no reprodujo ningún comentario seguramente porque su señal era la única que transmitía directo, en vivo y las demás estaciones o canales retomaban su señal.

confesar que el padre de su hija era un conocido político panista; y el Padre José de Jesús Aguilar, promotor de la Pastoral de los medios de la Iglesia en México<sup>36</sup>.

Una buena parte del programa estuvo dedicada a que los conductores contaran otra vez el mito fundacional guadalupano de las apariciones de la Virgen al indígena Juan Diego, la leyenda oficial de este indígena que llegó a la santidad y la historia de las visitas del Papa Juan Pablo II a México. De esa manera se ligó otra vez el mito aparicionista al mito del Papa considerado guadalupano y mexicano, al mito del actual santo Juan Pablo II, el que le sigue devolviendo todavía ahora una identidad legítima al católico mexicano guadalupano. Las frases de los conductores fueron significativas: “El Papa Juan Pablo II visitó México en cinco ocasiones llamándolo su segundo hogar y siendo parte de su primera gira al extranjero por una sola razón: su devoción por la Virgen de Guadalupe. En 1979 besó tierra azteca, este acto y su frase salida del corazón “México siempre fiel” marcaron para siempre a los católicos mexicanos”. “Sabemos todos que siempre se dijo Guadalupano”. Esa parte del programa coronó con la canción “Amigo”, un hit musical dedicado al Papa en una de sus visitas a México, la cual fue cantada por artistas de TV Azteca. La promoción del mito del papa mexicano sirvió para promover a sus artistas y para promover la visita que se acercaba de Benedictus XVI a México en marzo, visita que sería televisada también por TV Azteca. La lógica mercadotécnica ya estaba encaminada y había que preparar el terreno: retomar la canción tan exitosa y asociarla al acontecimiento venidero; la canción debía ser dedicada entonces no sólo a Juan Pablo: “por supuesto a Benedicto XVI como a Juan Pablo II le vamos a dedicar el tema de “Amigo” que representa el cariño de México a los pontífices que tanto quieren al país”<sup>37</sup>.

Aunque cada vez más otras religiones adquieren relevancia numérica y cultural, según las estadísticas, la articulación del nacionalismo mexicano con la religión católica y con la figura de la Virgen de Guadalupe sigue siendo explotada en estos eventos mediáticos, ya que vende. Esto queda subrayado en los comentarios de Edith González:

Yo creo que algo que logra la Virgencita de Guadalupe es que no importa que edad tengamos, cuál sea nuestra condición social, cuál sea nuestra religión, todos somos Guadalupanos, es algo grande que ella ha logrado, la unión de los seres humanos, de las almas, de los corazones, que fue capaz de unir corazones”. “Es preciosa y además se identifica con niños, con hombres, con mujeres, con ricos, con pobres, con cualquier religión.

<sup>36</sup> También es Subdirector del Área de Radio y Televisión de la Dirección de Comunicación Social del Arzobispado de México.

<sup>37</sup> En este contexto es interesante dirigir la atención a los subtítulos que acompañaban esta parte del programa, los cuales acompañaban las imágenes de las visitas del Papa. Por si acaso, el sentido de las imágenes fuera confuso y no bastara con los comentarios de los conductores, había que anclarlo y fijar una interpretación clara, como dice Barthes (1976). Entre ellos sobresalen éstos: “El Papa Juan Pablo II siempre al lado por los mexicanos”; “El Papa reafirmó su amor por México”; “Juan Pablo II fue devoto de la “Morenita del Tepeyac”; “El Papa nombró a la Guadalupeana “Virgen de toda América”; “Hizo santo a Juan Diego”; “Los mexicanos lo llevamos en el corazón”.

La visión católica de la nación mexicana, de la unión de todos los diferentes sectores sociales a través de la Guadalupana no se esconde. Este es el símbolo más poderoso en la batalla contra los demás grupos religiosos y ahí cabalgan junto con el clero católico Televisa, TV Azteca y gran parte de los medios más masivos. Las palabras de Edith Gonzalez son significativas al tratar de nulificar las diferencias religiosas: somos guadalupanos sin importar la religión que tengamos. La nación es guadalupana.

Es interesante destacar que en la parte que antecedió a la misa, antes de cantar las Mañanitas a la Virgen, Zarza equiparara el Himno nacional con el himno de las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe (pag. 11):

le voy a pedir a toda la gente que en este momento se ha unido a la transmisión de Azteca que justo a las doce cante con nosotros las Mañanitas de Guadalupe, no importa dónde esté, así como mexicanos nos levantamos a cantar el Himno Nacional este es el otro Himno, el Himno de las mañanitas a la Virgen de Guadalupe del 12 de diciembre.

La metanarración de todo evento mediático tiende a dirigir la atención sobre el medio mismo, se desplaza del ritual al medio, dirige la mirada y atención del ritual que es su aparente objetivo al medio mismo. TV Azteca se puso en el centro del evento mediático y se llenó de autoelogios al describir su papel en dicho evento: “Pues esta imagen de la Virgen de Guadalupe va a llegar a todos los rincones del país gracias a la transmisión de Azteca” afirmó Zarza y el sacerdote Aguilar contestó casi inmediatamente para legitimar ese autoelogio y promover a la empresa televisiva: “Muchas gracias por estar uniéndonos en una cadena de oración y de honor a la Virgen de Guadalupe”.

Durante el programa se fue creando la noción de TV Azteca como la de un medio directo con la Virgen, con la Basílica, con el lugar del acontecimiento que permitía que el televidente estuviera “ahí”, en la Basílica, convirtiéndose de esa manera en un peregrino más, como los mismos peregrinos que sacaba en pantalla y que estaban entrando a la Basílica en la proyección en vivo: “que sientan que TV Azteca es el puente donde quiera que usted esté si están enfermitos, todos tenemos algo que pedirle a la Virgencita, todos tenemos muchas gracias que darle por algún favor que nos ha hecho que TV Azteca sea el conducto, no se preocupe si usted está en su casa es como si estuviera aquí en la Basílica ¿verdad Padre?” preguntó Edith González y Zarza más adelante añadió que la misa a través de la televisión le valía a todo televidente como si estuviera presente. El sacerdote Aguilar incitó además a la teleaudicencia a realizar sus peticiones en el momento de la ofrenda del pan y vino y a recibir la comunión de una manera espiritual a través de la televisión durante la transmisión comentada de la misa:

Señor Jesús, quisiera recibirte en comunión sacramental y no pudiendo hacerlo en este momento quiero que vengas espiritualmente a mi corazón, te pido por mi familia y por mis seres queridos, amén...De esta manera le damos un espacio de corazón a Cristo y a la Virgen.

## ***La simulación del programa musical en vivo: necesidad comercial inminente***

En 2012 y 2013 se asistió a otros tipos de procesos de mediatización tanto del ritual que se celebra adentro de la Iglesia, como de los distintos performances y actos múltiples de los peregrinos que se llevan a cabo en la plaza de la Basílica.

Como ya señalamos antes, desaparece el programa en vivo de las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe frente al altar. Entra una nueva administración en la Basílica con Monseñor Enrique Glennie y una nueva visión de la ceremonia guadalupana.

En la casa los receptores no se percatan de eso y siguen viendo un programa muy parecido al año anterior con el mismo formato musical, comercial y de noticiero que describimos antes.

En los hogares todo parece que es el mismo programa y que todas las secuencias musicales son “en vivo”. El tipo de tomas dan la impresión de ello, de que los cantantes se encuentran adentro de la Basílica y frente al altar, un tipo de recreación televisiva que reproduce el esquema que ha usado Televisa desde los cincuenta y que ha utilizado siempre Televisión Azteca desde 1998 al no tener autorización de entrar a la Basílica con sus artistas el 11 de diciembre<sup>38</sup>. En este tipo de manejo televisivo, se utilizan tomas de cámaras cerradas y cercanas a los artistas que no permiten captar en donde se encuentran los cantantes enfocados; éstos miran hacia arriba y adelante como si estuvieran frente al ayate guadalupano. Asimismo las tomas al ayate de la Virgen se realizan desde la perspectiva subjetiva del cantante y se insertan en la edición del programa, lo cual contribuye a confirmar la idea de que el cantante se encuentra precisamente frente al ayate, o sea, frente a la misma Virgen. Otro tipo de inserciones de corte informativo colaboran a esta simulación: las tomas del ambiente afuera de la Basílica, las cuales pueden ser en vivo o pueden ser tomas de archivo de años anteriores guardadas, en donde se ven peregrinos llegar a la Basílica; y sobre todo las tomas dirigidas a los conductores, ya que ellos sí se encuentran “en el lugar de los hechos”, en los palcos exclusivos de la Basílica, así como en las afueras de ésta y las cámaras los enfocan a ellos. En estas partes del programa se afirma además que es “en vivo”, pero no se aclara qué escenas no están siendo transmitidas en vivo.

¿Por qué esa simulación? Todo indica que la fórmula construida por Televisa durante décadas ha conformado un parámetro de verosimilitud<sup>39</sup>, un modelo de lo que se debe presentar sobre la fiesta a la Virgen en televisión y de la manera como presentarla, una fórmula inamovible, en donde el espectáculo musical en vivo es parte fundamental de la versión mediática televisiva. Modificarla significaría traicionarla y perder televidentes: los géneros discursivos crean ciertas expectativas en los públicos a los que están dirigidos,

<sup>38</sup> Televisa ha tenido un arreglo con las autoridades de la Basílica de transmisión exclusiva del evento musical de Las Mañanitas el 11 de diciembre desde sus inicios. Sólo sus artistas podían entrar. De ahí que Televisión Azteca haya grabado en general su programa musical en días anteriores en la Basílica o en otros escenarios, como parece ser el caso en 2012. De ahí que siempre haya simulado estar con sus artistas en la Villa, “estar ahí”.

<sup>39</sup> Para indagar más en el concepto de verosimilitud utilizado aquí, véase Metz (1970) y Zires (2004a y 2004b).

pactos más o menos explícitos de lo que se puede esperar. Traicionar estos pactos trae consecuencias: la baja en el rating.

Como señalamos anteriormente, los reportajes periodísticos de muchas décadas dan cuenta de que uno de los intereses que tenían y tienen algunos devotos al acudir a la Basílica en la noche es captar el espectáculo musical: ver cantar a sus artistas renombrados en el recinto guadalupano. Cuando esto se instauró como una convención legítima y legitimada por la institución religiosa y por la institución de los medios, pasó a ser una regla inamovible. Por ello surgen los reclamos de los devotos por no haber visto a los artistas de la industria televisiva en los años que se pregrabó éste, como vimos antes.

Esa versión de realidad creada en la televisión durante tantos años al no existir en 2012 ni para Televisa, ni para TV Azteca se fabrica sin problema, se simula. Simular es fingir algo que no existe, pero que puede cobrar una realidad más eficaz que “la realidad religiosa” que se celebraba en la Basílica ese día: las misas, los rosarios y las mismas serenatas populares con gente devota, las cuales no son igual de taquilleras. La simulación se impone: por ningún motivo fallarle al público y quebrar esa ilusión de la que se nutre comercialmente la institución televisiva.

### ***La pantalla de TV Azteca como altar mediático e hiperrealidad***

En 2012 también se modificó la estructuración física e imaginaria del atrio y de la plaza de la Basílica. Además de los escenarios mediáticos del espectáculo de la noticia que se encuentran cada año compuestos por las cámaras, los reflectores y los micrófonos que están dirigidos hacia los locutores de las diferentes televisoras comerciales, religiosas o culturales se añadieron varias pantallas reconfigurando el espacio físico de la plaza y de la entrada a la Basílica. Esto ya había sucedido en años anteriores, como señalamos antes: Televisa había colocado pantallas en el atrio con la idea de que el peregrino que se encontraba afuera de la iglesia pudiera ver lo que sucedía en el centro del altar: el espectáculo musical y la misa<sup>40</sup>.

En 2012 se colocaron en el camino de entrada de las peregrinaciones a la Basílica sobre la Calzada de Guadalupe algunas cámaras y varias pantallas grandes. Según información de la Delegación, esas pantallas fueron instaladas para que los peregrinos que iban llegando en la noche pudieran ver *Las Mañanitas* y la misa y evitar aglomeraciones, tal como se lleva a cabo en espectáculos deportivos, musicales y políticos, a los que llegan grandes multitudes<sup>41</sup>. Sin embargo, su función no se redujo a eso. En esas pantallas los peregrinos se podían ver a sí mismos en su andar al cruzar la avenida Talismán, ya que estaban conectadas a unas cámaras. Algunos sonreían frente a las pantallas, otros sólo se quedaban viendo y los que tenían celulares con cámaras tomaban fotos de las pantallas y

<sup>40</sup> Después de 1997, cuando entra Miguel Angel Herros como productor del programa. Entrevista realizada a él 05.09.2013.

<sup>41</sup> La jefa de la Delegación Gustavo Madero afirmó: “En esta ocasión se instalarán cuatro pantallas gigantes en Calzada de Guadalupe y Talismán, para que los peregrinos que no puedan ingresar al recinto religioso observen el desarrollo de *Las Mañanitas* y la misa, lo cual ayudará a garantizar el orden”. <http://noticias.terra.com.mx/mexico/virgen-de-guadalupe/gustavo-a-madero-activa-operativo-villa-mariana-2012,2b574e64f028b310VgnVCM3000009acceb0aRCRD.html>

de ellos mismos en esas pantallas sacando fotos. La mística se alteraba. El flujo de la gente se paraba por unos segundos que estaban “en pantalla”, se podían ver como peregrinos, como actores y a su vez espectadores de ese ritual que estaban cumpliendo.

Pero lo que fue más impactante fue la megapantalla de Televisión Azteca en una esquina del primer cuadrado que enmarca la plaza principal frente a la Basílica nueva y al lado del santuario viejo. En la pantalla se reprodujo de las 11 de la noche a la 1 hora de la mañana lo que era transmitido por el mismo canal: *Las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe* en la versión dirigida para “la preciosa familia azteca”, como señaló Edith González por el canal 13. La versión mediática pensada para el devoto en su hogar se reproducía en la misma plaza como una realidad más verdadera a la que no tuviera acceso el peregrino, como si la gente no estuviera ahí en la Basílica experimentando algo suficientemente vital y necesitara que le contaran *algo más*, algo que estaba sucediendo para el televidente en su casa.

El peregrino pudo ver y escuchar las secuencias de los locutores (con Jorge Zarza, Edith González y el padre José de Jesús Aguilar y otros más), las secuencias musicales con los cantantes promocionados por TV Azteca como si realmente estuvieran adentro de la Iglesia y hasta las secuencias comerciales<sup>42</sup>, así como la misa con las explicaciones e interpretaciones del Padre José de Jesús Aguilar en plena plaza guadalupana. Las imágenes y sonidos que emergían de la pantalla se constituyeron inmediatamente en un foco de interés. En el momento en que se empezó a transmitir, los peregrinos que yacían en el suelo descansando o ya dormidos se despertaron, algunos se sentaron y la mayoría se levantó para mirar el programa. Había algo que ver, lo que sucedía en el interior de la Basílica, según TV Azteca. Algunos sacaron fotos de la pantalla, de los conductores del programa en la pantalla, de los cantantes. Las 20 personas que fueron interrogadas en ese momento sobre lo que opinaban en relación con la presencia de la pantalla respondieron que era “muy bonito”; lindo”; “Está bonito, está maravilloso”; “Está muy bien porque hay mucha gente que, como nosotros, no pudo entrar a la Basílica”. En un momento corto en que el sonido falló, la gente en la plaza reclamó abucheando, demandaba más de esa realidad.

La pantalla de TV Azteca reconfiguró no sólo el espacio físico, sino imaginario. Por un lado, se constituyó en un centro de atención al que se dirigía la mirada estableciendo hacia dónde ver, qué ver y escuchar imponiendo su versión de “la realidad”; por otro lado, se convirtió en una especie de altar mediático, hacia el cual la gente se persignaba en algún momento de la misa y aplaudía al ver y escuchar a los cantantes de “la familia azteca”. El polo de atracción estaba desplazado a afuera del recinto. Los peregrinos se convirtieron por unas horas en una especie de espectadores de

<sup>42</sup> Con los anuncios de: ELEKTRA; MASECA. (Línea para tamales); TV AZTECA, Anuncio de su programa “Cada quién su santo”; JUST FOR MEN (Tinte para canas); CICATRICURE (Maquillaje); DALAY (Pastillas relajantes); SHOT B GS. (Multivitamínico); POMADA DRAGÓN. (Para pies); TIO NACHO (Shampoo contra canas); QGS (Pastillas contra colitis); X RAY (Pomada artritis); OSSART. (Shampoo); MILCH. (Chocolate); TV AZTECA. Adelanto de la telenovela “Ángel rebelde”; TV AZTECA. Adelanto de la telenovela “Los Rey”.

una obra, en donde ellos, si bien actuaban y eran parte fundamental, resultaban ajenos al verla de lejos, desde afuera, nuevamente como un receptor más de la televisión. Como si estuvieran en sus hogares y hubieran prendido la televisión y hubieran seleccionado el canal 13 para ver las Mañanitas a la Virgen en la versión azteca. Se encontraban viendo la televisión, sin embargo, en una modalidad particular, inmersos en un proceso de recepción colectiva: otros cuerpos estaban a su lado, viendo y oyendo al mismo tiempo y en el mismo espacio las imágenes y sonidos que emanaban de esa gran pantalla televisiva. La presencia de los otros permite reafirmar el sentido de que “estuvieron ahí?”, participaron junto con otros de ese simulacro; además tomaron fotos de él, ya que era algo memorable.

Por las reacciones de los peregrinos, podríamos pensar que lo que se presentaba ahí, en la pantalla, gozaba de mayor legitimidad, tenía la bendición de los medios, de las autoridades de la Iglesia, era una realidad que superaba posiblemente su propia vivencia, que suscitaba atención, emoción colectiva, aplausos, la ilusión de estar en *otra* realidad más verdadera. En ese sentido, consideramos que era una hiperrealidad, que la pantalla se montaba sobre lo que cada peregrino estaba viviendo (con múltiples sentidos religiosos y sociales en general, de diferente naturaleza y difícil de ahondar aquí); se sobreponía, por lo menos temporalmente a su vivencia religiosa, individual y colectiva.

Esto nos lleva a repensar lo que Eco reflexiona sobre las estrategias de la ilusión y la hiperrealidad al examinar diferentes museos de Estados Unidos como ejemplos de ella. Para este autor la hiperrealidad es una realidad *sígnica* que aparece como más verdadera que la misma realidad a la que se refiere. Desde esa perspectiva, el programa televisivo de *Las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe* aparece como una realidad *sígnica* más verdadera, con la cual el peregrino parece estar identificado; aunque lo que aparenta reproducir el programa sea evidentemente falso para el peregrino que está ahí en la Basílica, como son “el espectáculo musical” y “publicitario”, éstos merecen ser vistos y vívidos; en ese sentido el “todo falso” de la versión de Televisión Azteca aparece como “la copia perfecta” de “la realidad” de ese momento en la Plaza Mariana. La “irrealidad absoluta” se ofrece como presencia real. Se ofrece un signo como “la cosa”, “la realidad” y queda abolida la diferencia de la remisión, el mecanismo de la sustitución (Eco, 1973: 19).

La molestia que sentía la autora de este artículo ante la espectacularización y comercialización que representaba haber puesto la pantalla de Televisión Azteca en el centro de la plaza se corroboró como una visión particular de una académica, una noción que no era compartida por los devotos peregrinos guadalupanos. Esto me lleva a plantear que los procesos de comercialización y espectacularización de la religión en la televisión se viven como algo familiar, naturalizado. No representaban ninguna profanación ni del espacio, ni del símbolo sagrados. Tampoco se podía pensar que ese proceso significara una desacralización del símbolo o culto guadalupano, ni mucho menos, sino una diferente sacralización a partir de las lógicas mediáticas y sus narrativas musicales y comerciales.

## ***The show must go on: las pantallas y escenarios se multiplican***

Minutos después de que la transmisión de las Mañanitas de Televisión Azteca se acabara y su megapantalla se apagara, se iluminaron los edificios de la antigua basílica, así como de la Parroquia Capuchinas que está a su lado. Empezó un nuevo espectáculo de luz y sonido en la Plaza Mariana que jamás se había visto y que se parecía al que se había presentado en el zócalo en el Bicentenario de la Independencia en 2010 y en muchas iglesias en el mundo en la última década, como se puede apreciar en *Youtube*<sup>43</sup>. Nuevamente los peregrinos se despertaron, se despabilaron y dirigieron sus ojos hacia los edificios convertidos en pantallas gigantes y escenarios de la obra teatral: *El Milagro de Tepeyac*. A través de luces blancas que parecían resbalar de la Basílica se simulaba rosas cayendo hacia el suelo mientras la voz de una mujer entonaba dos veces la primera estrofa del himno guadalupano: “Desde el cielo una hermosa mañana/ La Guadalupana, la Guadalupana/La Guadalupana bajó al Tepeyac”.

La letra de la canción fue proyectada en colores blancos y rojos sobre la pantalla de los edificios invitando a que los espectadores pudiéramos cantarla, tal como sucede en los bares de karaoke. Los tonos rojos mostraban exactamente las palabras que debían ser recitadas en ese instante, en el que la voz femenina *en off* las cantaba. A esas secuencias les siguieron otras secuencias de luces multicolores y apareció proyectado un colibrí que iba y venía como en las películas de Walt Disney. En esos momentos se reprodujo el diálogo entre la Virgen y Juan Diego hablado en náhuatl, dando a entender que el diálogo original se había llevado a cabo en esa lengua, el cual merecía ser traducido:

La Virgen: “Les escucharé su llanto, su tristeza, para remediar, para curar todas sus diferentes penas, sus miserias, sus dolores”.

Juan Diego: “Señora mía, niña, ya voy a realizar tu venerable aliento, tu venerable palabra. Por ahora de ti me aparto, yo, tu pobre indito.”

A esas escenas les sucedieron muchas luces multicolores que iban iluminando los contornos de los edificios y, de repente, se escucharon sonidos como de rayos y truenos, música electrónica y tipo *new age* que anunciaban un drama. Nuevamente luces blancas empiezan a delinear los contornos de la antigua Basílica y se van convirtiendo en lluvia que resbala por el edificio. En la parte inferior, luces en distintos tonos de azul van subiendo rápidamente, simulando una inundación que cubre incluso los campanarios. Se recrea la leyenda del milagro de la Virgen por haber controlado las inundaciones acaecidas en 1629<sup>44</sup>.

---

<sup>43</sup> El video en donde se plasma el espectáculo que se reseña en este apartado es: “Basílica de Guadalupe. Espectáculo de luces.” Duración: 9:24 minutos. En [http://youtu.be/ocoGp3q2\]BU](http://youtu.be/ocoGp3q2]BU), consultado el 04 de febrero de 2014. Este espectáculo que dura alrededor de 15 minutos fue inaugurado oficialmente por el Arzobispo Primado de México cardenal Norberto Rivera, así como por Monseñor Glennie, rector de la Basílica el 13.12.2012, pero desde el 12 en la madrugada se presentó y estaban anunciadas del 13 de diciembre hasta el 5 de enero. En la inauguración el cardenal agradeció a los productores de este espectáculo que eligieron este sagrado recinto para presentarlo, de manera gratuita. <http://www.siamex.mx/apps/aspnsmn/templates/?z=32&a=9173>, consultado el 04 de febrero de 2014.

<sup>44</sup> [http://www.demisiones.com/archivos/milagros\\_virgenguadalupe.pdf](http://www.demisiones.com/archivos/milagros_virgenguadalupe.pdf) consultado el 05.02.2014

Las luces azules después de unos segundos parpadean y desaparecen, dando paso a otras que simulan los colores cálidos que acompañan los primeros momentos del día. Se escucha el trinar de unos pajaritos que anuncian que el milagro sucedió, la inundación se paró gracias a la Virgen, la vida prosigue: luces verdes simulan plantas y enredaderas; la tonada de la primera estrofa del himno guadalupano se repite; una imagen de la Virgen es proyectada sobre el edificio de la vieja basílica, como si fuera el ayate guadalupano mientras se escuchan los mariachis cantar las “Mañanitas” y algunas estrofas del himno guadalupano por tercera vez. Al final la imagen de la Virgen se difumina, se proyecta por último el rostro de Juan Pablo II y por varios minutos los fuegos artificiales que emergen de la nueva basílica iluminan el cielo, la plaza y los peregrinos terminan aplaudiendo calurosamente.

### ***Las lógicas del espectáculo se unen en aplausos a la Virgen***

Nuestra observación etnográfica en la Villa de Guadalupe en 2013 nos permitió constatar algunos cambios en la organización de la fiesta guadalupana. Como antes señalamos, no se permitió producir el programa musical a Televisa frente al altar el 11 de diciembre, pero se le dejó transmitir la misa. Televisión Azteca no pudo colocar una megapantalla en el atrio para proyectar su versión de Las Mañanitas en el atrio de la Basílica, como había sucedido el año pasado. Pero en el camino de los peregrinos hacia la iglesia, sobre la Calzada de Guadalupe, nos encontramos nuevamente con dos pantallas muy grandes, puestas por la Delegación<sup>45</sup>, en donde la gente podía verse al caminar y a la hora del programa de Las Mañanitas proyectaron la versión de Televisión Azteca tal como sucedió en 2012. Esto indica un acuerdo seguramente entre la Delegación y TV Azteca.

En el atrio se colocó además una pantalla que reproducía exactamente lo que estaba sucediendo en el altar, su programa religioso y musical: el rosario, las diferentes misas y las serenatas programadas, lo cual indica que hubo un mayor control de la administración de la Basílica sobre lo que sucedía en el altar y se proyectaba en el atrio y en la Plaza de las Américas.

Lo que llamó la atención también en 2013 fue el tipo de conducción y animación espectacular que se dio en la “serenata popular” celebrada adentro de la Basílica, frente al altar<sup>46</sup>. Dicha serenata está organizada por la misma administración de la Basílica, la cual convoca a que los devotos laicos y clérigos reciten poesías, alabanzas y canten canciones a la Virgen. Los interesados deben mandar un video de su propuesta y se eligen algunas de las enviadas. En 2013 se invitó a dos figuras religiosas a la serenata popular (un seminarista del Seminario Conciliar de México y un hermano que ayuda en el coro de adultos de la Basílica) para que fungieran como maestros de ceremonias y “animadores” de ésta. Así se les presentó: “nos van a apoyar para ir animando este momento” y desde

<sup>45</sup> Yo pregunté a una persona de la Delegación Gustavo Madero y me dijo que las pantallas las había puesto la Delegación.

<sup>46</sup> Dicha ceremonia tuvo lugar el 11 de diciembre de 18 a 21 horas y de 22 a 23 horas.

su inicio comenzaron a exaltar a los feligreses para que participaran en la ceremonia con aplausos, porras e interpeándolos para que expresaran su alegría colectivamente:

Seminarista: ¿Estamos contentos?

Feligreses: (En coro). ¡Sí!

Seminarista: No se escucha. ¡Viva la Virgen de Guadalupe!

Feligreses: (En coro). ¡Viva!

Seminarista: Damos un fuerte aplauso a nuestra Señora.

Feligreses: (Aplausos y vítores).

Se pedían aplausos para los cantantes, los recitadores y para todos los participantes, así como para la Virgen, para “Nuestra Señora”, “la Virgen de Guadalupe” incitando a que la gente gritara y aplaudiera lo más fuerte: “Hasta el cielo ese aplauso” (...) ¡qué nos ardan las manos, qué este aplauso sea para la Virgen, más fuerte, más fuerte! (Aplausos de los feligreses) ¡Viva la Virgen María! ¡Viva! ¡No se oye!”. Y las porras a la Virgen no faltaron, como en toda fiesta de cumpleaños, de graduación o bodas:

Seminarista: A ver, una porra a la Virgen, ¡qué se escuche! Una, dos, tres: (al unísono con los feligreses) ¡Chiquiti-bum, a la bim-bom-bam...!

Feligreses: (A coro) ¡... chiquiti-búm, a la bim-bom-bam...!

Seminarista: ¡A la bio, a la bao, a la bim-bom-bam, la Virgen María...!

Feligreses: (A coro) ¡... rá-rá-rá! (Aplausos).

Más tarde se invitó a los fieles a que produjeran una “ola” como aquéllas que según el animador, le habían impresionado tanto al “Papa Juan Pablo II cuando venía a México”. Entonces dio órdenes de que iniciaran los devotos de la derecha, que siguieran los del centro y terminaran los de la izquierda, pero los feligreses no sabían bien qué hacer y no reaccionaron a su ritmo, por lo que el mismo seminarista consideró que la ola había estado “muy aguada” y había que practicarla más tarde, por lo que regresó a la petición de aplausos y porras después de cada interpretación musical. Esto nos lleva a pensar que los fieles no estaban familiarizados con este tipo de animación en la Basílica. Debemos recordar que en 1949, como señalamos antes, se consideraba impropio aplaudir en ese recinto, era algo prohibido. Sin embargo, en observaciones etnográficas llevadas a cabo en la década de los noventa -con otros objetivos de investigación- llegamos a ver aplausos dirigidos a los artistas, pero nunca porras, ni olas a la Virgen, nunca habíamos visto este tipo de animación, aunque en 2012 nos llamó la atención que el hombre que recibía a las distintas peregrinaciones en la puerta principal de la Basílica invitaba a todos los grupos a aplaudir a la Virgen enfáticamente, como un animador.

La administración de Monseñor Glennie parece marcar otra concepción de la fiesta guadalupana; desplaza el espectáculo propiamente televisivo afuera del altar y de la Plaza Mariana; pero se apropia de parte de su lógica y la introduce en el altar nuevamente al crear un espectáculo de animación de la “serenata popular”; todo indica que se

consideró necesario que la serenata debía adquirir algo de lo que daba el show musical televisivo: entusiasmar y animar al feligrés, como si a eso fuera a la Basílica. La lógica de este tipo espectáculo, sin embargo, no es exactamente la misma que la de Televisa, en la cual la mirada estaba puesta solamente en los artistas que cantaban a la Virgen y los aplausos iban dirigidos a ellos. En ese espectáculo, el feligrés se convertía en un espectador y en parte de una coreografía de un *show* mediático producido para las cámaras.

La lógica de la animación que se ha introducido en la Basílica en 2013 si bien incita a animar a los cantantes y devotos para que participen en la serenata con aplausos efusivos, pone el acento en la participación emocional del feligrés, en su involucramiento afectivo con “Nuestra Señora”, una Virgen más cercana, menos formal que necesita de aplausos y porras de sus devotos.

### **Reflexiones finales:**

A partir del análisis de la historia del programa televisivo de *Las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe*, hemos explorado distintos tipos de intervención mediática del performance que constituye la ceremonia guadalupana el 11 y 12 de diciembre, así como de algunos de los rituales que se celebran adentro de la Basílica en la noche del 11. Por un lado, hemos tratado de mostrar cómo el medio televisivo media o adapta el performance a un formato de programa comercial, musical y tipo noticiero transmitiendo sólo ciertos aspectos de dicha ceremonia, lo que las rutinas del noticiero y del programa musical permiten rescatar del performance: la devoción multitudinaria, la ofrenda musical y la ofrenda del sacrificio corporal articuladas al discurso de la eficacia milagrosa de la Virgen. Se analizó también la metanarración que introducen los conductores del programa otorgándole sentidos diversos a la ceremonia y poniendo al canal televisivo en el centro de la atención como médium entre el devoto y la Virgen para autopromocionarse.

Por otro lado, hemos presentado el impacto directo de la intervención televisiva en la configuración espacial y temporal de los mismos rituales que se llevan a cabo tanto adentro como afuera del recinto: de las ofrendas musicales y de la misma misa a media noche. Asistimos a una apropiación de la ofrenda musical popular en la antigua Basílica por parte de la industria radiofónica y televisiva al colocar a sus artistas en el foco de la mirada de los devotos, primero solamente en el atrio y después enfrente del altar, convirtiéndose éste en un set de televisión para la realización del espectáculo musical televisivo de *Las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe*.

La práctica del aplauso, como reconocimiento a la buena actuación de los artistas se introdujo lentamente hasta llegar a lo que se vivió en 2013: aplaudir a la misma Virgen y echarle porras dentro de una lógica más amplia de animación de la “serenata popular” transformada en un *show* de entretenimiento musical.

Todo indica que la fórmula del programa televisivo musical y comercial se ha fusionado de tal manera con el performance guadalupano decembrino que no sólo el devoto televidente espera ver en la televisión dicho programa en sus hogares, sino también algunos devotos y peregrinos ansían vivirlo en la Basílica. La “serenata televisada” con la participación de los cantantes de la industria televisiva en el centro del

altar es un género discursivo que se ha institucionalizado, forma parte de un verosímil cultural, de lo que se puede y debe decir de la ceremonia guadalupana. En ese sentido, forma parte de una historia cultural religiosa incuestionable (Bajtin, 1982).

Los géneros discursivos crean un horizonte de interpretación de la realidad, y, en ese sentido, la fórmula discursiva de “Las Mañanitas a la Virgen” actúa no sólo sobre la realidad televisiva, sino sobre el mismo evento guadalupano religioso imponiendo la presencia de los artistas en el centro del altar en la noche del 11 de diciembre. Por ello, cuando no se produce “en vivo” el programa, la televisora simula que la producción “es en vivo” porque no se quiere traicionar las expectativas de los devotos y televidentes, lo que representaría pérdida de rating. Por ello, las megapantallas dispuestas en 2012 en la plaza de la Basílica al transmitir a cielo abierto la versión de TV Azteca de *Las Mañanitas a la Virgen* -junto con todos sus comerciales- no suscitaron alguna reacción de rechazo o extrañeza de parte de los peregrinos que estaban ahí.

Las tesis de Becker sobre la mediatización de los rituales nos han parecido muy sugerentes en este análisis (1995). Para este estudio hemos profundizado algunos elementos narratológicos y discursivos que la autora no desarrolla, por ejemplo, a partir de la noción de géneros discursivos, expuesta arriba.

La historia del programa *Las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe* muestra la convergencia de intereses entre los sectores jerárquicos de la institución católica y las empresas televisivas, fusión de poderes para promover el culto guadalupano y, por ende, a la institución católica que desde hace algunas décadas ha perdido el monopolio de la fe y trata de competir con otros grupos de afiliaciones religiosas en expansión; y, fusión también para promover los cantantes de las televisoras, los productos que se comercializan en ellas y para promoverse las mismas televisoras como instituciones que hacen posible que llegue a la casa de los televidentes el milagro guadalupano.

Ahora bien, esta fusión conlleva también ciertas tensiones que en determinados momentos se han hecho manifiestas y que hemos señalado antes: presiones entre la administración eclesiástica y la televisiva; distintas concepciones de lo que debe ser una celebración religiosa guadalupana y del papel del medio en el mismo proceso ritual que la difunde. Por ejemplo, cuando Schulemburg que había alentado la presencia de Televisa en la Basílica el 11 de diciembre, decide en 1994 que no se haga más la producción “en vivo” del programa musical el mismo 11 de diciembre porque considera “que la presencia de los artistas acaparaba la atención de la multitud y el sentido religioso de la fiesta se perdía”. Algo parecido sucedió cuando Monseñor Glennie en 2012 le dice al productor del programa que la Basílica es un templo de oración y reimpone la regla de pregrabar el programa. La lógica de la oración y del fervor religioso se ve enfrentada a la lógica del entretenimiento televisivo.

El estudio nos llevó a distinguir diferentes tipos de lógicas del espectáculo en relación con el performance guadalupano: la lógica de la puesta en escena o teatralización ligadas a los rituales y liturgias religiosas; la lógica del espectáculo premediático ligado a la fiesta popular más o menos mercantilizada que se celebra sobre todo afuera de la iglesia y que rompe, en general, con la formalidad del rito y la liturgia, con el recogimiento espiritual o mística íntima del creyente, pero que contribuye a llenar de emoción al

feligres; y está la lógica del espectáculo mediático, radiofónico y sobre todo televisivo que se hace para las cámaras, en donde el devoto deviene en gran parte un espectador, una parte de una coreografía y la mercantilización está vinculada a la práctica publicitaria y promocional del canal televisivo y de la fe católica. A lo largo de este análisis hemos podido constatar que estas distintas lógicas han coexistido de diferentes maneras, conforme la vida cotidiana en México se ha mediatizado y convergen los intereses televisivos y de la jerarquía de la Iglesia Católica mexicana.

### ***Bibliografía citada:***

- Bajtín, M.M. (1982), *Estética de la creación verbal, Siglo XXI, México.*
- Barthes, Roland (1976), “El mensaje fotográfico”, en: Barthes, Roland / Bremond, Claude / Todorov, Tzvetan / Metz, Christian, *La Semiología*, Tiempo Contemporáneo, Argentina, 115-126.
- Barthes, Roland (1987a), “El discurso de la historia”, en: *El Susurro del lenguaje*, Paidós, Barcelona, 163-177.
- Barthes, Roland (1987b), “El efecto de realidad”, en: *El Susurro del lenguaje*, Paidós, Barcelona, 179-187.
- Barthes, Roland (1987c), “La escritura del suceso”, en: *El Susurro del lenguaje*, Paidós, Barcelona, 190-195.
- Becker, Karin (1995), “Media and the ritual process” en *Media, Culture & Society*, Sage, London, Thousand Oaks and New Delhi, Vol. 17: 629-646.
- Bremond, Claude (1970) “La lógica de los posibles narrativos”, en: *Análisis estructural del relato*, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires.
- Conquergood, Dwight (1989), “Poetics, Play, Process and Power: The performative Turn in Anthropology”, *Text and Performance Quarterly*, Routledge, London, 1: 82-95.
- De Vries, Hent/Weber, Samuel (2001), *Religion and Media*, Stanford University Press, California.
- Eco, Umberto (1986), *La estrategia de la ilusión*, Editorial Lumen, Barcelona.
- Eade, John y Sallnow, Michael J. (1991) (editores), *Contesting the sacred. The Anthropology of Christian Pilgrimage*, Routledge, London y Nueva York: 1-29.
- Hoover, Stewart y Schofield, Lynn (1997). “At the intersection of Media, Culture, and Religion: A Bibliographic Essay” en Hoover Stewart y Lundby Knut (eds.) *Rethinking Media, Religion and Culture*. California: Sage publications, Inc., p. 15-36.
- Horsfield, Peter (2007). “Medios, Cultura y religión: una introducción”, en Horsfield P., Hess M., Medrano A. y Hernández J. (eds.) *Medios y Creencias. Perspectivas culturales del cristianismo en el entorno mediático*. México: UIA y Plaza y Valdés , p. 19-29.

Metz, Christian (1970), “El decir y lo dicho en el cine: ¿hacia la decadencia de un cierto verosímil?”, en: Barthes, Roland / Burgelin, Olivier / Kristeva, Julia et. al., *Lo Verosímil*, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 17-31.

Meyer, Birgit y Moors, Annelies (2006). “Introduction” en Meyer Birgit y Moors Annelies (eds.) *Religion, Media, and the Public Sphere*. Bloomington: Indiana University, pp. 2-25.

Reyna, Margarita (2012), *Las Frecuencias de Dios: Programas con contenido religioso en la radio del Valle de México*, Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco.

Ricoeur, Paul (1995), *Tiempo y narración. Configuración del tiempo en el relato de ficción*. Tomo II, Siglo XXI, México.

Ricoeur, Paul (2004), *La memoria, la historia, el olvido*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

Todorov, Tzvetan (1969), *Grammaire du 'Décaméron'*, Mouton, París.

Todorov, Tzvetan (1978), *Les Genres du discours*, Seuil, París.

Zires, Margarita (1992), "Nuevas estrategias político-religiosas. -Cuando Heidi, Walt Disney y Marilyn Monroe hablan por la Virgen", en: *Versión*, UAM Xochimilco, México, No 2: 57-94.

Zires, Margarita (1994), "Los mitos de la Virgen de Guadalupe, su proceso de construcción y reinterpretación en el México pasado y contemporáneo" en: *Mexican Studies/ Estudios Mexicanos*, Universidad de California, E.U.A., Vol 10, Número 2: 281-313.

Zires Roldán, Margarita (1995/1996), "Reflexiones sobre los símbolos contemporáneos: la Virgen de Guadalupe en el barrio de Santa Julia de la ciudad de México" en: *Bulletin de la Société Suisse des Americanistes*, Suiza, 59- 60: 81-89.

Zires Roldán, Margarita (2004a), “La generación del mito de San Juan Diego. Una reapropiación y transformación del mito guadalupano” en: Hoffman, Sabine/Wehrheim, Sabine, *Latinamerika. Orte und Ordnungen des Wissens*, Gunter Narr Verlag, Tübingen, Alemania, 143-166.

Zires Roldán, Margarita (2004b) “El racismo toma cuerpo en las representaciones pictóricas del indígena San Juan Diego“, *Leer y pensar el racismo*, Universidad de Guadalajara, Municipio de Zapopan y UAM-X, México, 48-74.