

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
CONSEJO NACIONAL DE HUMANIDADES CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS**

**ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LA IMAGEN DE LA VIRGEN DE GUADALUPE
COMO SÍMBOLO DE IDENTIDAD CULTURAL EN MÉXICO. PROPUESTA DE
MODELO DE ANÁLISIS SOBRE LA IMAGEN SIMBÓLICA PARA PROYECTOS DE
DISEÑO DE MARCA Y OTROS PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO.**

TRABAJO TERMINAL DE GRADO

PARA OBTENER EL GRADO DE:

MAESTRA EN DISEÑO

PRESENTA:

LDG. CLAUDIA LAURA CRUZ LEYVA

DIRECTOR:

DR. MIGUEL ÁNGEL RUBIO TOLEDO

CODIRECTORA:

DRA. ERIKA RIVERA GUTIERREZ

TUTORES:

DRA. SANDRA ALICIA UTRILLA COBOS

MTRO. ALEJANDRO SALES SÁNCHEZ

MTRO. JUAN LUIS RETANA OLVERA

TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO, MAYO 2024.

Contenido

Índice de Figuras y Tablas	4
Introducción.....	7
Capítulo 1. La Imagen Sagrada De La Virgen De Guadalupe	21
1.1 Orígenes y desarrollo de la imagen sagrada	21
1.1.1 Cosmovisión De Los Pueblos	22
1.1.2. Mitos Y Ritos De Lo Sagrado	30
1.1.3 Imágenes Religiosas	34
1.2 La Imagen De La Virgen De Guadalupe En La Conquista De México.....	37
1.2.1. Antecedentes Religiosos Y Visuales De La Imagen De La Virgen De Guadalupe.	41
1.2.2. Creación, Intención Y Discurso De La Imagen De La Virgen De Guadalupe	49
1.2.3. Apropiación De La Imagen Por Los Grupos Étnicos	51
Capítulo 2. Participación De La Imagen De La Virgen De Guadalupe En La Historia De México.....	58
2.1 La Imagen De La Virgen De Guadalupe Posterior A La Conquista De México. ...	58
2.1.1 La Imagen De La Virgen De Guadalupe En La Independencia De México... ..	59
2.1.2 La Imagen De La Virgen De Guadalupe En La Reforma	66
2.1.3 La Imagen De La Virgen De Guadalupe En la Revolución Mexicana.	66
2.2 La Imagen De La Virgen De Guadalupe En El Siglo XX.....	71
2.2.1 Los Cristeros	72
2.2.2 Los Años 60s Y 70s	77
2.2.3 El Fin Del Siglo XX Y El Principio Del Siglo XXI.....	81
2.3 Incidencia De La Religión En La Sociedad Mexicana.....	88

2.4 Expresiones Actuales De La Imagen De La Virgen Como Elemento De Identidad (Grafitti Y Tatuaje).	92
2.4.1 Expresiones Modernas De La Presencia De La Virgen De Guadalupe / Tatuajes En Honor A La Virgen De Guadalupe	93
2.4.2 La Virgen De Guadalupe En El Paisaje Urbano. Grafitis Guadalupanos.	97
2.5 Cualidades De La Imagen De La Virgen De Guadalupe Que La Convierten En Símbolo A Nivel Nacional/ Mundial.....	100
CAPÍTULO 3. Análisis Iconológico De La Evolución De La Imagen De La Virgen De Guadalupe.....	107
3.1 El Método De Análisis Iconográfico Panofsky	107
3.2 Primera Imagen De La Virgen Y Conquista Espiritual	112
3.3 Grito de Independencia, 1810	124
3.4 Maximiliano Y La Virgen De Guadalupe	132
3.5 Revolución Mexicana.....	138
3.6 Los Cristeros.....	144
3.7 La Imagen En Nuestros Días/ Uso Mediático (Distroller).....	151
3.8 Hallazgos Sobre La Imagen Simbólica Con Base En Los Análisis Realizados A La Iconografía Guadalupana.	157
Capítulo 4. La Fuerza Simbólica De La Imagen / Propuesta De Modelo De Análisis Sobre La Imagen Simbólica Para Proyectos De Diseño de marca y otros proyectos de diseño gráfico.....	161
4.1 Conceptos De Imagen Simbólica Y Su Influencia Social.....	162
4.1.1 Concepto De Imagen	162
4.1.2 El Proceso De Modelización	164
4.1.3 Imagen Simbólica.....	165
4.2. <i>Investigación De Campo</i>	168

4.2.1 Aplicación De Encuestas Sobre Percepción De Marca Y De Personaje “Virgencita Plis”	168
4.2.2 Presencia Actual De La Imagen De La Virgen De Guadalupe	175
4.3 Las Marcas Como Nuevas Figuras De Identidad E Influencia Social	183
4.3.1 Que Es Una Marca.....	184
4.3.2 La Relación Entre Las Marcas Y La Identidad Cultural	185
4.4 Propuesta De Modelo Para El Análisis De Proyectos De Diseño Y Otros Proyectos de Diseño Gráfico	192
4.4.1 Hallazgos Obtenidos Del Análisis Iconográfico E Iconológico De Las 6 Representaciones Elegidas De La Virgen A Través De La Historia.....	192
4.4.2 Hallazgos Obtenidos De La Investigación De Campo.....	194
4.4.3 Propuesta De Lineamientos Para Conformar El Modelo De Análisis Para Proyectos De Diseño De Marca Y Otros Proyectos De Diseño Gráfico	196
Conclusiones.....	229
Bibliografía	234
Anexo A. Encuesta Rápida Acerca de Distroller	243
Anexo B Análisis de Entrevista Profunda.....	289

Índice de Figuras y Tablas

Figura 1	8
Figura 2	10
Figura 3	25
Figura 4	27
Figura 5	28
Figura 6	31
Figura 7	33

Figura 8.....	43
Figura 9.....	44
Figura 10.....	45
Figura 11.....	55
Figura 12.....	65
Figura 13.....	70
Figura 14.....	71
Figura 15.....	76
Figura 16.....	80
Figura 17.....	80
Figura 18.....	83
Figura 19.....	83
Figura 20.....	85
Figura 21.....	86
Figura 22.....	90
Figura 23.....	91
Figura 24.....	94
Figura 25.....	96
Figura 26.....	96
Figura 27.....	98
Figura 28.....	99
Figura 29.....	101
Figura 30.....	103
Figura 31.....	104
Figura 32.....	113

Figura 33	114
Figura 34	124
Figura 35	132
Figura 36	139
Figura 37	144
Figura 38	151
Figura 39	168
Figura 40	170
Figura 41	176
Figura 42	177
Figura 43	178
Figura 44	179
Figura 45	180
Figura 46	181
Figura 47	182
Figura 48	187
Figura 49	190
Figura 50	191
Figura 51	197
Figura 52	201
Figura 53	209
Figura 54	226
Figura 55	227
Tabla 1	171
Tabla 2	210

Introducción

Mediante el presente proyecto, se realizó el análisis de la influencia e impacto que la imagen de la Virgen de Guadalupe ha tenido desde su origen, el papel fundamental que tuvo dentro de la conquista por parte de España en tierras mexicanas, y el cómo la imagen de la virgen fue concebida y generada para construir un puente cultural entre españoles y los pueblos prehispánicos. El análisis de dicho fenómeno en diversos momentos históricos, desde la postura iconológica, permite comprender la fuerza de la imagen simbólica desde fundamentos dogmáticos, lo cual servirá de base y argumento para el desarrollo de proyectos de diseño de marca, así como otros proyectos de diseño gráfico; es decir, al conocer los motivos que mueven a las personas a actuar de ciertas formas desde sus creencias, se otorga la posibilidad de generar un modelo de análisis que proporciona elementos para conceptualizar y determinar las formas e imágenes simbólicas que deberán llevar los proyectos de diseño para lograr su fin. A partir de dicho análisis de la imagen simbólica, es que sustraen componentes con los cuales estructurar el modelo de análisis, y por medio de este modelo se realiza el análisis de elementos, conceptos, contextos. A partir de esto se pueden generar proyectos de diseño, en especial aquellos destinados a la creación de marca con mayor profundidad e identidad entre los objetos creados y el usuario.

En este sentido, en términos sucintos, se entiende que la manera en la que la imagen se integró en los habitantes de nuestro país fue sutil y paulatina, ya que al ser el cerro del Tepeyac el lugar original de la aparición que daría nacimiento a su culto, y al ser precisamente ese lugar en dónde se veneraba a Tonantzin deidad femenina azteca, se generó este vínculo entre ambas imágenes fortaleciendo el impacto causado por la imagen de la Virgen en los pueblos indígenas, convirtiéndose poco a poco en símbolo de fe y esperanza en el pueblo mexicano, se realizó la inserción de esta divinidad con fines de conquista, pero al paso del tiempo se transformaría en estandarte de fe “El caso del culto a Tonantzin-Guadalupe es un buen ejemplo. Existían diferentes concepciones sobre la manera de sustituir o aniquilar la religión indígena e imponer el culto a la Virgen María (Zires, 1994 p. 284-p.285). La Virgen morena pretendía suavizar el trato con los indígenas al acercarlos y después convertirlos a una nueva fe, evitar enfrentamientos entre éstos y los españoles logrando una conquista espiritual.

A partir de dicho análisis de la imagen simbólica, es que sustrajeron componentes con los cuales estructurar el modelo de análisis, y por medio de este modelo se realizará el análisis de elementos, conceptos, contextos. A partir de esto se pueden generar proyectos de diseño gráfico, con mayor profundidad e identidad entre los objetos creados y el usuario. En la Figura 1 se puede observar una fotografía de la que se conoce como la representación tradicional de la Virgen de Guadalupe, la cual fue estudiada y analizada como elemento simbólico.

Figura 1

Virgen de Guadalupe



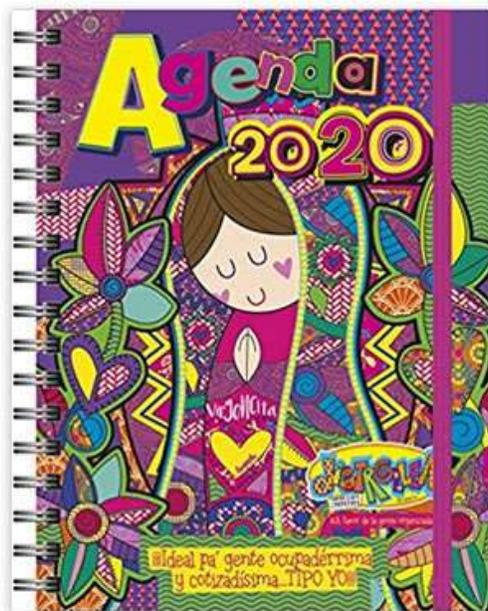
Nota. Recuperado de Virgen de Guadalupe [Pintura de Caballete], por Anónimo, Siglo XVIII, Mediateca INAH (http://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/pintura%3A2632)

Por medio del análisis de la Virgen de Guadalupe se argumentará cómo históricamente este símbolo de origen religioso que pretendía la conversión y conquista psicológica de un pueblo por medio del uso de sus creencias ocasionó un gran impacto a nivel visual y sígnico, logrando un éxito tal que dicha conquista por medio de la imagen diera origen a un símbolo que alentaría y confortaría al pueblo mexicano, a tal punto que verían la Imagen de la Virgen de Guadalupe como algo perteneciente a México que algo de origen español, tomándola para sí mismos, viéndola como parte de ellos, percibiendo en ella cualidades de madre, de aquella que los protegería de los mismos invasores que la trajeron. “las imágenes colectivas significan que no sólo percibimos el mundo como individuos, sino que lo hacemos de manera colectiva, lo que supedita nuestra percepción a una forma que está determinada por la época. (Belting, 2007, p. 24)

Actualmente la imagen de la Virgen ha sido utilizada en programas televisivos, e incluso ha sido caricaturizada en varias ocasiones para su uso comercial, su fuerza no ha decrecido debido a esto, al contrario, esto la ha colocado aún más cerca de la gente, siendo justamente esta situación de cercanía lo la convirtió en el Icono que es hoy alrededor del mundo. Por todo lo anterior es que esta imagen ha sido elegida caso de análisis para el presente proyecto. En la Figura 2 se aprecia un ejemplo de la caricaturización de la imagen de la Virgen llevada a cabo por Distroller, plasmando este símbolo incluso en artículos de papelería, sorpresivamente causando que su popularidad se extendiera rápidamente.

Figura 2

Agenda Distroller Virgencita plis pasta blanda



Nota. Recuperado de (2020) Agenda Distroller Virgencita plis Pasta blanda – 1 de enero 2019, por Distroller [Imagen de internet], 2019, Amazon.com.mx (<https://www.amazon.com.mx/agenda-distroller-virgencita-plis-Distroller/dp/8408214152>)

A partir del análisis iconológico e iconográfico que se realizó se comprendió como se lleva a cabo la estructuración de componentes sobre la imagen simbólica, y con esto permitió establecer parámetros y características propias de este tipo de imágenes que no son encontradas únicamente en el ámbito religioso, sino que también se pueden observar en aquellas creaciones de índole comercial tanto en la creación de imagen de una personalidad pública como en las grandes marcas comerciales, en donde se observa cómo la influencia simbólica de la imagen dota de un poder visual y emocional a los elementos o personalidades que lo poseen, generando en sus receptores una fuerte respuesta que se ve reflejada en acciones tales como: ventas, generación de emociones e incluso movimientos masivos. “Lo que llamamos símbolo es un término, un nombre o aun una pintura que puede ser conocido en la vida diaria, aunque posea connotaciones específicas además de su significado corriente y obvio. Representa algo vago, desconocido u oculto para nosotros”. (Jung, 1995, p. 14). Los símbolos han estado presentes en la vida del ser humano desde siempre, el hombre genera estas figuras a través de las atribuciones que les otorga a ciertos elementos o imágenes relacionándolas

con conceptos o incluso con emociones, el símbolo es fuente de respeto e incluso de adoración, pero jamás de una comprensión absoluta, lo cual dota a dicho elemento de un poder de atracción que otros elementos visuales no poseen para el ser humano.

Así, como problema de investigación se señala que con base a la observación de la relación que existe entre el consumidor y los artículos de diferente índole se ha deducido que no existe una identificación con el producto o marca, es decir el consumidor no demuestra tener preferencia ni fidelidad por las marcas debido a que no existe una identificación real con los conceptos que éstas expresan, esta situación no es algo que se dé, de manera general pero sí que se presenta numerosas veces, con base en esto es que se propone la realización de un modelo de análisis que permita tener las bases a través de las cuales se realicen análisis de que elementos se requieren para la generación de productos de diseño, ya sea que se trate de marca, o bien de otros proyectos llevados a cabo por los profesionales del diseño gráfico, dichos proyectos podrán reflejar los elementos necesarios para crear esta identificación por parte del consumidor con la marca o producto.

Partiendo del conocimiento de generación de la imagen de la virgen, y de sus elementos compositivos así como las motivaciones que llevaron a su creación, se realizará un análisis de la imagen a través de la evolución y uso que se le dio a través de los años en distintos momentos históricos dentro del país, en los cuales fue utilizada como estandarte o vinculada a personajes de índole pública dentro de la sociedad mexicana, convirtiéndola en una, o si no es que en la imagen con poder simbólico más fuerte dentro de México, a través de este análisis iconológico de la evolución de la imagen se obtendrán los lineamientos necesarios para la construcción de un modelo de análisis, que podrá ser utilizado en imágenes ya existentes o en la generación de nuevas imágenes, o diseños con carga simbólica.

En este sentido el objetivo general del proyecto de investigación es realizar el análisis iconológico de la Imagen de la Virgen de Guadalupe en México a través del tiempo, para extraer los elementos característicos de la imagen simbólica y su conformación para la estructuración de un modelo de análisis para proyectos de diseño tanto de marca, como otro tipo de proyectos.

Y los Objetivos particulares son 1. Investigar los orígenes de la Imagen de la Virgen de Guadalupe, su generación a partir de influencia de estilos artísticos europeos, y de elementos de origen indígena en su construcción; 2. Destacar la influencia e importancia ejercida en los movimientos sociales y políticos, en donde la imagen fue utilizada como estandarte y símbolo; 3. Analizar el poder simbólico de la imagen a través de diversas representaciones de ésta en diferentes momentos históricos y movimientos sociales, y cómo se convirtió en un icono actual que es conocido a nivel mundial; y 4. Sustraer componentes para la estructuración del modelo de análisis sobre la imagen simbólica para proyectos de diseño de marca, así como otros relativos al diseño gráfico

Del mismo modo, la Hipótesis de éste es: Si se determina la influencia de la imagen de la virgen de Guadalupe, así como su evolución visual y su uso a lo largo de la historia de México como símbolo para movimientos, luchas e incluso en campañas políticas, hasta su uso comercial en la época actual, se obtendrán una serie de componentes para estructurar una propuesta de modelo de análisis que se podrá implementar en generación o análisis de imágenes simbólicas en el diseño de marca, así como en distintos campos del diseño. La pregunta de investigación es ¿Qué elementos significativos de la imagen simbólica de la Virgen de Guadalupe se pueden aplicar a los proyectos de diseño para generar mayor identificación con el receptor?

En cuanto a los estudios similares, antecedentes, marco teórico y referencial (estado del arte), se señalan algunos estudios y fuentes relacionadas con la temática del proyecto, que fueron de gran aporte a la investigación. Estas fuentes entre muchas otras que se conforman de libros y artículos ayudaran a desarrollar el tema de una manera más enriquecedora y completa, aportando información y diferentes puntos de vista desde diversas disciplinas, permitiendo crear una estructura coherente y una investigación completa y bien fundamentada para la realización del presente proyecto. En el caso de la obra *El hombre y sus símbolos* de Carl Jung habla de la presencia de los símbolos en la vida del ser humano, se encuentran en el inconsciente del hombre, dentro de sus sueños los símbolos son representaciones de los deseos ocultos, de los miedos y frustraciones, de lo que se anhela y también de los complejos que guarda el ser humano.

El autor habla del sentido que le es brindado a la vida de aquellos que creen en algo, en una deidad y en la existencia de la vida después de la muerte, afirma que sus

actividades cotidianas así como su sentido de existencia se vuelven más significativos y llevaderos al sentirse parte de algo, al tener presente que su existencia tiene un origen que se vincula con la divinidad y que ésta los contempla a cada paso, esto permite sentir al hombre que tiene un propósito que va más allá de una existencia simple y vacía. En el caso del proyecto que se está desarrollando comprender la relación entre el hombre y los símbolos con los que se relaciona fue fundamental para establecer de qué manera influyen en su vida y en la sociedad en la que se desenvuelve, lo cual permitió establecer el porqué del poder que ejerce la imagen simbólica en el ser humano desde los orígenes de las sociedades humanas, hasta nuestros días.

La obra *Dios como Objeto* de Marc Augé (1998) habla de la relación del hombre con sus dioses, de lo que estos representan para él a través de sus representaciones, pero también explica cómo aun en sociedades donde el observador podría pensar que existe una relación un tanto primitiva del hombre con el objeto de adoración no es así de simple, pues el objeto es sólo el contenedor de la parte espiritual que es venerada por los hombres. Sin embargo, es también la representación visual, ya sea bidimensional o tridimensional la que se convierte en un símbolo para el individuo y la sociedad que presenta veneración a dicha deidad, de igual manera habla de cómo los objetos representan diferentes cosas para el individuo dependiendo del contexto en donde se encuentren.

Otro de los autores que ha sido de gran aporte para la comprensión de conceptos que fungen como ejes en la construcción de la primera parte del proyecto, pero que siguió siendo de apoyo durante la realización de las partes subsecuentes es Mircea Eliade (1991), con su obra *Mito y Realidad*, en la cual el autor explica cuál es el papel real de los mitos, los cuales más allá de ser narraciones del origen del mundo en las que intervienen seres sobrenaturales. El concepto del mito junto con el de rito forman parte de la base para la comprensión de la imagen simbólica, en este caso debido a que el origen de ésta es de índole sagrada (religiosa) el mito narra el origen de esta divinidad representada en la imagen y es a través de la narración mítica que se construye parte de las connotaciones que rodean la imagen y que le son transmitidas a los observadores, es por ello que resulta tan importante la definición de dicho concepto con relación a la imagen y para finalidad del presente proyecto.

Para el apartado concerniente al estudio de la imagen simbólica se ha apoyado en Hans Belting (2007) con su obra *Antropología de la Imagen*, así como en Gilbert Durand (1968), con su obra *La imaginación simbólica* dado que la imagen por sí misma es una representación de un elemento del mundo, ya sea dicho elemento perteneciente a la sociedad, a la naturaleza, el arte, o bien un producto del pensamiento humano, e incluso una imagen generada naturalmente en el medio ambiente, existen diversos procesos de interpretación, así como distintos niveles de dificultad dentro de estos, las imágenes simbólicas poseen una naturaleza que las convierte en elementos de mayor complejidad. “La producción de imágenes es ella misma un acto simbólico, y por ello exige de nosotros una manera de percepción igualmente simbólica que se distingue notablemente de la percepción cotidiana de nuestras imágenes naturales”. (Belting, 2007, p. 25).

En cuanto al desarrollo de los temas de marca y diseño gráfico se consultó a los autores Joan Costa (2003) con su obra *Diseñar para los ojos*, y Naomi Klein (2001) con *No Logo, el poder de las marcas*, ambos autores poseen amplios conocimientos en sus respectivos campos, otorgando una visión y conceptualización más clara acerca de los conceptos relacionados al diseño gráfico en el caso de Costa (2003), y de la marca a través del tiempo en el caso de Klein (2001). La consulta de ambos autores ha permitido direccionar los temas de los capítulos que permitirán la concreción del proyecto a desarrollar.

Por otra parte Andy Stalman (2020) con su libro *Tótem convirtiendo clientes en creyentes*, analiza como desde el inicio de las civilizaciones el ser humano logró una cohesión del grupo a través de la figura del tótem, el cual simbolizaba al grupo de pertenencia, y a su vez guardaba simbolismos y representaciones con las cuales los individuos se identificaban, trasladando esto a la época actual las marcas funcionan como los nuevos tótems de un mundo globalizado y cambiante que, sin embargo, está conformado por individuos que no dejan de buscar generar este vínculo identitario en su vida, aún a través de los productos y marcas que consumen. De igual manera Clifford Geertz con su obra *La interpretación de las culturas* brinda el punto de vista antropológico en donde habla de cómo los símbolos tienen una incidencia directa en la vida del ser humano, en cada aspecto, e incluso dentro de los actos más cotidianos. Los símbolos

han formado parte del funcionamiento de la sociedad desde los inicios de ésta, y son elementos generados por y para el hombre tanto así que

El hombre depende de símbolos y de sistemas de símbolos, y esa dependencia es tan grande que resulta decisiva para que el hombre sea una criatura viable, de manera que la más remota indicación de que no puede habérselas con uno u otro aspecto de la experiencia le causa la más viva ansiedad (Geertz, 1973, p.96).

Un texto que aborda la historia de la imagen de Virgen de una manera clara y desde el punto de vista histórico es la obra de Edmundo O Gorman titulada *Destierro de Sombras. Luz en el origen de la imagen y Culto de Nuestra Señora de Guadalupe del Tepeyac* dentro de la cual el autor habla desde un punto de vista objetivo de la historia de la imagen de la Guadalupana, de lo que significó para el pueblo de México la conquista española y el choque cultural que este suceso crearía. En su obra Edmundo O'Gorman permite comprender el porqué de las acciones que eran realizadas por los frailes españoles, ya que a través de éstas es que se llevó a cabo una apropiación del espacio espiritual a nivel físico en el caso de los templos y esculturas de deidades destruidas, así como en la parte intelectual en donde se iría poco a poco realizando otro tipo de conquista.

La obra de este autor muestra un recorrido de eventos importantes que giran alrededor del surgimiento de la imagen de la Virgen, así como los factores contextuales de la época, es decir, tanto aquellos frailes y españoles que apoyaban el surgimiento de dicha imagen como puente entre culturas y creencias, como aquellos que se oponían a esto, ya que veían en la imagen una representación irrespetuosa de su propio símbolo espiritual (la virgen María) a la cual pretendían insertar como nuevo símbolo religioso en México. Es en este autor que se apoyara la presente investigación para el desarrollo de los antecedentes y conceptos en lo que concierne a la primera sección, aterrizando lo perteneciente a los antecedentes de la imagen, sobre todo en el ámbito contextual y religioso.

El trabajo de Gisela Von Wobeser, *Antecedentes Iconográficos de La Virgen de Guadalupe* en el cual aborda la influencia europea que la imagen de la Virgen de Guadalupe lleva consigo es de suma importancia en el desarrollo de la investigación en cuanto a la parte histórica conceptual, ya que además brinda información clara y concreta de características de composición de la imagen, por medio de las cuales resulta más comprensible la estructuración de la imagen Guadalupana, Von Wobeser va guiando a través de la descripción de diversas imágenes Marianas el estilo flamenco alemán, al cual pertenece la imagen de la Virgen de Guadalupe, siendo influencia directamente proveniente de Europa traída por los españoles a tierras Mexicanas y que posteriormente no sólo se observaría en las pinturas de origen español, sino que sería trasladado más adelante a obras generadas en México, siendo éstas fruto del sincretismo que se estaba generando.

Otro autor de suma importancia para el desarrollo y aterrizaje de conceptos es Francisco de la Maza, con *El Guadalupanismo mexicano*, en el cual se narra detalladamente la manera en la que la imagen de la Virgen fue introduciéndose en la vida de los pueblos indígenas, su reacción ante ésta y la manera en la que se vinculaba a la imagen Mariana con las deidades ancestrales de los pueblos originarios de México fortaleciendo el lazo que se iba creando poco a poco entre los nuevos fieles y la deidad traída por los españoles. En su obra Francisco de la Maza habla de la manera en la que incluso el uso de las expresiones y términos utilizados para referirse a la nueva imagen, jugaron un papel importante para su posicionamiento en los pueblos indígenas, ya que el simbolismo se encuentra dentro del lenguaje también, haciéndose presente en la vida del hombre en todo momento. Es por todo lo anterior que el trabajo de este autor resulta de enorme utilidad para un desarrollo claro y puntual de lo concerniente a los antecedentes religiosos de la imagen, así como a otros temas dentro del proyecto.

De igual manera el autor Serge Gruzinsky con su libro *La Guerra de las imágenes de Cristóbal Colón a Blade Runner (1492 – 2019)* expone de una forma clara y profunda un análisis del uso de las imágenes religiosas cristianas por parte de los frailes en la conquista española, abordando el caso específico de México Gruzinsky describe cómo y por qué se realizó el aniquilamiento de las figuras que representaban a los ídolos de las culturas originarias de México, y cómo se combatió lo que éstas significaban con

nuevas representaciones de origen europeo. Todos estos autores y sus premisas resultaron fundamentales como columna vertebral para la estructuración de los diferentes capítulos por los que está conformado el proyecto, enriqueciendo con sus aportes teóricos y conceptuales la propuesta que se plantea en el presente proyecto, otorgando una base fuerte y permitiendo desarrollar de forma clara y precisa cada tema construyendo un proyecto bien fundamentado.

Finalmente, en términos del diseño metodológico de la investigación, se describe su aproximación. Es de fundamental importancia conocer las bases de las metodologías de investigación existentes más utilizadas hoy en día, en el caso del presente proyecto se ha seleccionado como metodología base para el proyecto la Metodología de Sampieri, en específico la de tipo cualitativo dejando abierta la posibilidad de la utilización de métodos de recolección de datos de tipo cuantitativo. Sampieri (2014) describe las características del método cualitativo en comparación con el cuantitativo, en este tipo de método la recopilación y análisis de información servirá para ir determinando las preguntas de investigación y también para pulir la estructura de la misma, además en este tipo de investigación se pueden replantear aspectos o pasos de la investigación en cualquier momento, al de igual manera está permitido regresar a etapas previas si se han realizado nuevos hallazgos que cambien la perspectiva del desarrollo de la investigación. En el caso del proyecto que se está desarrollando se ha venido aplicando este método de investigación, ya que, en ocasiones ha sido necesario replantear algunos apartados del proyecto en función de la información que se va recabando.

Como parte de la utilización del método cualitativo, también se realizó investigación de campo al realizar observación directa de la influencia ejercida por la imagen de la Virgen de Guadalupe reflejada en aquellos que hasta el día de hoy son seguidores de dicha imagen, para esto se llevaron a cabo entrevistas profundas a personas de diferentes rangos de edad tanto de religión católica como de creencias distintas a ésta para realizar un contraste de resultados. De igual manera se aplicaron encuestas a 225 personas con el objetivo de conocer el nivel de aceptación de los mexicanos hacia la caricaturización de la Virgen de Guadalupe, si su percepción es negativa o positiva y las motivaciones detrás de ello, las encuestas complementaron la información obtenida por medio de las entrevistas brindando una perspectiva más amplia

y teniendo en cuenta diversos factores que el receptor tomaba en cuenta en su observación del símbolo.

El método cualitativo otorga la flexibilidad necesaria para la investigación, tanto en la interpretación de la información recabada a través de los distintos autores y teóricos consultados, como en la parte de la investigación de campo en donde a través de este método se realiza una observación e interpretación de los resultados obtenidos de manera más enriquecedora, ya que, convergen las interpretaciones de aquellos que han sido entrevistados y también la interpretación del investigador que analizara y sintetizara los datos obtenidos para convertirlos en elementos útiles para la investigación, aportando información de relevancia sobre el fenómeno estudiado, para su comprensión y finalmente para la realización de una propuesta. En cuanto a la parte del análisis iconológico de las diversas imágenes de la virgen de Guadalupe a lo largo de la historia se aplicó el método Panofsky, el cual fue desarrollado por Erwin Panofsky en cuya estructura se observan tres pasos o niveles de análisis de la imagen los cuales son, el pre-iconográfico, el iconográfico y el iconológico, cada uno de estos pasos es fundamental para lograr un análisis completo de la imagen.

Finalmente se aclara que el presente trabajo terminal de grado está dividido en cuatro capítulos, el primer capítulo aborda conceptos tales como mito, rito, cosmovisión, los cuales tienen como propósito ayudar a la comprensión de cómo se van conformando los símbolos dentro de la sociedad, también se hablara de los orígenes de la imagen de la Virgen de Guadalupe tanto de índole religiosa como visual, del resultado del sincretismo entre elementos completamente diferentes, que finalmente dieron como resultado una imagen con gran poder simbólico. En el segundo capítulo se hablará acerca de la parte histórica contextual de la participación de la imagen de la Virgen de Guadalupe en diferentes momentos históricos en el país.

Por otra parte, el tercer capítulo se trata concretamente del análisis iconográfico e iconológico que se aplicó a seis representaciones de la imagen de la Virgen de Guadalupe, éstas fueron seleccionadas como ejemplos para analizar debido a las circunstancias en las cuales se vieron involucradas, así como en el fuerte impacto que dichas imágenes tuvieron en la población del país. Finalmente, en el cuarto capítulo se hablará de lo que es la imagen simbólica, así como su incidencia en la sociedad, de la

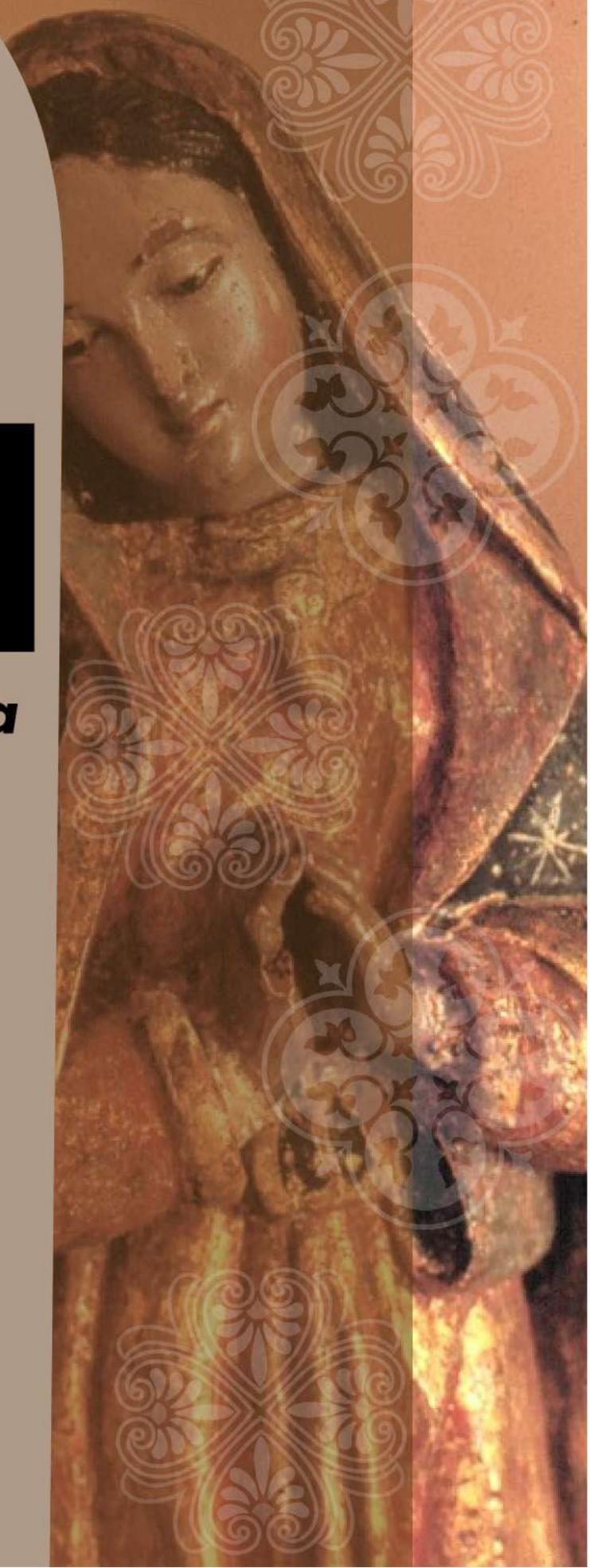
importancia que este tipo de imágenes tienen en el individuo, y como es el contexto un factor de suma importancia en la conformación de elementos simbólicos.

También se hablará de los resultados de la investigación de campo y de su aportación al proyecto, culminando con la propuesta de modelo de análisis sobre la imagen simbólica para proyectos de diseño de marca, así como otros proyectos de diseño gráfico, que tiene como propósito principal ayudar a los profesionales del campo del diseño gráfico en su labor diaria brindando una serie de lineamientos que les sirvan de guía y apoyo, sobre todo en proyectos que requieren de mayor complejidad en su estructura conceptual.

Capítulo

1

***La imagen Sagrada
de la Virgen de
Guadalupe.***



Capítulo 1. La imagen sagrada de la Virgen de Guadalupe

1.1 Orígenes y desarrollo de la imagen sagrada

Las imágenes han acompañado a la humanidad desde el momento en que los primeros hombres comenzaron a expresar aquello que observaban en su entorno mediante representaciones que en un principio fueron elaboraciones toscas realizadas con los materiales que tenían a la mano, tales como pigmentos de origen natural y superficies naturales como el interior de cavernas, posteriormente el ser humano evolucionaría y se conformarían sociedades y dentro de ellas se crearían expresiones que estructurarían una cultura, dichas expresiones dieron origen a las imágenes de índole sagrado que serían también directrices en la vida del ser humano.

Las imágenes sagradas para el hombre han fungido como uno de los pilares dentro de las sociedades, brindando una narración y sentido acerca del origen del universo y del hombre, lo cual a su vez da un sentido de pertenencia e identidad a éste dentro de la creación misma. En México las imágenes sagradas existían antes de la llegada de los conquistadores españoles y se trataba de las representaciones de las diferentes deidades que veneraban los Aztecas, así como otros pueblos originarios del país, sin embargo, a la llegada de los españoles se realizaron diferentes actos atacando a dichas representaciones para después sustituirlas con imágenes de origen cristiano, esto con la finalidad de llevar a cabo una conquista completa llegando incluso al plano espiritual.

Actualmente la importancia de las imágenes sagradas para el pueblo mexicano ha evolucionado, y aunque ya no existe la misma actitud ceremoniosa de hace décadas en torno a ellas, siguen siendo respetadas y veneradas por sus creyentes, ya que en un país donde la mayoría de su población es católica las imágenes sagradas y en específico la imagen de la virgen de Guadalupe posee gran importancia y sigue siendo un elemento de respeto debido a la influencia que es capaz de ejercer en sus seguidores.

1.1.1 Cosmovisión de los pueblos

La manera en la que el hombre interpreta y comprende su entorno, el cómo establece una relación con éste será determinante para su vida, y en el caso de las sociedades y pueblos es esa visión del mundo, de la naturaleza y de todo aquello que le rodea al hombre lo que marca la forma en la que las sociedades se desenvuelven y evolucionan. Es esta comprensión del mundo, tanto en el plano físico y tangible, pero sobre todo la manera en la que el hombre interpreta y comprende el origen del universo, del mundo mismo y de la humanidad debido a sucesos de origen sobrenatural, lo que se conoce como cosmovisión; todo este conjunto de conocimiento y aprendizaje se realiza de manera intuitiva, y se transmite de manera oral generación tras generación, siendo una de las bases de la cultura y la sociedad de los pueblos.

Para Roberto Restrepo Arcila (1998)

La cosmovisión explora las profundidades del sistema integrado del universo, la comprensión de las urdimbres mayores que nos hacen cosmos, mundo, seres humanos, partícipes de un acto creativo, incluso la posibilidad de nombrar y entender, hasta donde nos es posible, a la divinidad misma. (p.33)

Cada sociedad tiene una forma distinta de interpretar el mundo que le rodea, la manera en la que sus individuos se han desarrollado dentro de su ambiente y las experiencias que los han formado, ya sea de forma individual y colectiva, ya que con esto van conformando esta particular forma de ver y comprender el origen del mundo, y aunque la parte individual de interpretación del entorno es importante en la formación de la cosmovisión del hombre, lo es también la que es generada a partir de la sociedad dentro de la cual ha crecido, y que ha contribuido en gran medida a la modelación de su carácter, personalidad y creencias.

Es de importancia para el individuo, y su proceso de formación el conocer y asimilar aquellos mitos de origen, así como los símbolos que se encuentran insertos en

ellos, ya que parte de su comunidad y cultura, la comprensión y estructuración de estos conocimientos sobre la parte espiritual y religiosa de un pueblo son parte fundamental de la cosmovisión que direcciona la vida del hombre, e incluso genera pautas morales de comportamiento. Para los pueblos precolombinos esta comprensión del mundo mediante el conocimiento y asimilación del plano espiritual no era algo desligado de las otras partes de su vida, es decir en palabras de Federico González 1989:

Para el pensamiento precolombino el cosmos y la vida se están creando ahora mismo, no son un hecho histórico, y se participa activamente en esa generación. Por cierto, la existencia vista de este modo es un riesgo y sin duda una aventura permanente y no es extraño entonces que se conciba como un momento de paso y un lugar de transformación, como un sueño del que hay que despertar. (p. 21)

Dentro de esta visión del mundo y de la existencia la parte espiritual es algo latente y presente en cada instante de aquellos que han crecido y se han desarrollado dentro de esta forma de pensamiento, siendo algo medular dentro de su vida y la parte concerniente a los mitos y ritos, tal como lo serian otras áreas importantes para el desarrollo de la sociedad. Esta manera de ver la creación y la existencia propia como un todo vinculado y conectado de forma permanente, fortalecía las creencias en un plano superior y por ende en una existencia después de la muerte, no como una mera ilusión o historia fantástica sino como una realidad.

Esa comprensión simbólica que se lleva a cabo en el pensamiento del hombre genera una construcción mental compleja de lo que posteriormente el sujeto reconocerá como símbolos religiosos o espirituales, estos símbolos del plano espiritual son también necesarios en la vida del ser humano, ya que desde el inicio de las sociedades han servido al hombre como representantes de aquello que no le es totalmente comprensible, y que sin embargo forma parte también de su vida y de su entorno, brindándole una sensación de que su existencia posee un sentido más allá de la mera supervivencia y la existencia cotidiana y mundana.

El símbolo en sí mismo es algo de lo cual no se logra una comprensión absoluta, es aquello a lo cual se aproxima, pero jamás se toca, posee un velo de misterio que jamás es retirado en su totalidad y que sin embargo ejerce un poder y magnetismo inigualables en el ser humano. “Como hay innumerables cosas más allá del alcance del entendimiento humano, usamos constantemente términos simbólicos para representar conceptos que no podemos definir o comprender del todo”. (Jung, 1995, p. 15). Por lo tanto, la existencia de símbolos en la construcción de la cosmovisión del hombre resulta uno de los factores más importantes e influyentes para la conformación de ésta, siendo pilares que le permiten comprender aquellos conceptos de gran complejidad vinculados a los mitos creacionales que le son brindados por parte de su comunidad de origen y de su cultura.

Los símbolos siempre han estado presentes en la vida del ser humano, desde el momento en el que éste empezó a observar su alrededor y a dotar de significados los objetos, animales y cosas que le rodeaban comenzó a crear símbolos, asociándolos con cualidades, pero sobre todo con emociones que le fueran generadas y con impresiones asociadas a estos, así fue que al paso de la evolución de las sociedades del hombre se fueron generando asociaciones de conceptos tales como: fuerza, liderazgo, supremacía, divinidad, con objetos u elementos de la naturaleza con los cuales el hombre los asociaba. Dichas asociaciones que en un principio se dieron con imágenes tales como representaciones de animales o elementos de la naturaleza, posteriormente serían generadas con lo que serían sus propias deidades.

Para los pueblos precolombinos era trascendental la parte espiritual de sus sociedades, ya que no sólo se preocupaban porque sus ciudadanos se desempeñarán dentro de las actividades cotidianas tales como la caza, agricultura, pesca, o incluso la batalla, la parte espiritual estaba presente incluso en sus hogares y en las prácticas cotidianas en las cuales encontraban detalles que les remitían constantemente a sus deidades y las enseñanzas que éstas les transmitían. Las culturas mesoamericanas mostraron siempre un fuerte vínculo con sus deidades ya que, eran a quienes dedicaban sus victorias en las guerras, sus triunfos como pueblo e individuos, a quienes invocaban en sus pesares, y por quienes incluso realizaban sacrificios a manera de ofrenda y demostración de su fe y devoción, y fungían como elemento de unión dentro de la

sociedad. Como se observa en la Figura 3 la devoción que los pueblos prehispánicos manifestaban a sus deidades llegaba a tener expresiones que podrían resultar brutales a los ojos extranjeros.

Figura 3

Sacrificio humano durante danza azteca en Tenayuca



Nota. Recuperado de Sacrificio humano durante la danza azteca en Tenayuca [Fotografía], por Casasola Fotógrafo, 1950-1955, Mediateca INAH
(http://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/fotografia%3A265134)

Dicha relación con el mundo espiritual y religioso era algo que estaba presente en cada aspecto de sus vidas, en la naturaleza que los rodeaba y sus fenómenos naturales, en el amanecer y anochecer en los cuales veían reflejada la dualidad de la vida y de la muerte y a la vez de lo masculino y lo femenino, dicha dualidad estaba muy presente en la cultura azteca, lo cual es observable en sus deidades masculinas y femeninas, siendo la figura femenina respetada y valorada como símbolo de vida, fuerza, y en ocasiones también como guerrera feroz y valiente.

Dentro de las tradiciones del pueblo azteca, así como para otros pueblos mesoamericanos el mundo espiritual era parte tangible de su vida en todo momento, lo veían reflejado en cada cosa que les rodeaba, tanto así que fueron elementos simbólicos los que regían sus vidas, creencias y comportamiento. Para Patricia Zuckerhut (2007):

En la asimilación del fuego con el centro se muestra que no sólo el cosmos, el mundo y el dominio mexica tienen su centro, sino que cada altépetl o pueblo lo tiene en el fuego de su templo mayor, que siempre se encuentra en el centro de su cabecera, y cada calpulli o barrio tiene su centro en el fuego de su templo, y también cada palacio, cada casa, cada choza tiene su centro en el fuego de su hogar. (p. 78)

El simbolismo estaba muy presente en la vida de los aztecas, sobre todo los símbolos que representaban a sus dioses, a los cuales consideraban las fuerzas regidoras del universo y también quienes tenían influencia directa sobre sus vidas, estos elementos simbólicos estaban presentes en los templos, pero también dentro de sus hogares y en sus actividades diarias, siendo algo constante y presente en el día a día. Tal como lo representa la Figura 4 donde se observa el calendario solar, el cual es en sí mismo un símbolo representativo de la cultura azteca y de la importancia que le otorgaban a la parte espiritual de su mundo, la cual vinculaban además con los fenómenos astronómicos que ayudaban a regir y direccionar algunas de sus actividades como la agricultura.

Figura 4

Calendario del Sol, grabado.



Nota. Recuperado de *Calendario del Sol, grabado*. [Fotografía], por Casasola Fotógrafo, 1200 1500, Mediateca INAH (https://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/fotografia%3A188332)

Una de sus deidades principales era Tonantzin o cuyo significado en náhuatl es: ***nuestra venerable madre***, esta deidad es una de las cuales era nombrada de varias formas tales como: Cihuacóatl, Coatlicue, Citlalicue, etc. A ella se le concedían cualidades tales como ser la diosa del nacer y del fallecer, señora de los médicos, señora de las estrellas, y recolectora de las almas entre otras; así también es descrita como madre de Quetzalcóatl. El lugar donde se encontraba erigido el templo dedicado a esta deidad sería donde más adelante sería construido el primer templo consagrado a la virgen de Guadalupe, la cual sería además asociada con la diosa azteca, fortaleciendo el naciente vínculo entre ella y los pueblos indígenas. En la Figura 5 se puede observar la imagen de la diosa Coatlicue, una de las representaciones de Tonantzin.

Figura 5

Coatlicue, Diosa de la guerra



Nota. Recuperado de *Coatlicue, Diosa de la guerra*. [Fotografía], por Nacho López Fotógrafo, 1964, Mediateca INAH (http://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/fotografia%3A333279)

Fue esta fuerte conexión del pueblo azteca con sus divinidades y la importancia que poseían como directrices de su vida lo que posteriormente permitiría el sincretismo que se llevaría a cabo entre ambos ámbitos religiosos, el de índole español; hablando del catolicismo, junto con las creencias del pueblo azteca, permitiendo la inserción y aceptación de una nueva deidad en el pueblo mexicano.

La cosmovisión de los pueblos es algo que cambia constantemente debido a que está sujeta a la visión e interpretación del mundo a través de la percepción del individuo, por lo cual la cosmovisión existente en los pueblos de México antes de la conquista sufriría grandes modificaciones desde el primer contacto con los Españoles, más aún cuando la imagen de la virgen de Guadalupe entró en sus vidas trayendo consigo conceptos nuevos de lo que es la espiritualidad y la religión, que además serían sólo el inicio en un proceso de inculturación en los habitantes de México.

En palabras de Jorge Valtierra Zamudio (2017)

Esta adaptación o producción de significados, similar a un proceso de construcción religiosa y una inserción al mundo del otro, es lo que ha ayudado a la actividad misionera a tener un mayor acceso a las tierras extrañas y adaptarse o acomodarse para evitar una confrontación directa en lo posible (p. 182).

Es a través de procesos culturales tales como la inculturación por medio del cual se trajo la religión católica al pueblo mexicano y posteriormente la aculturación, es decir el proceso por el cual elementos de una cultura entran dentro de otra, causando pérdida de elementos culturales por parte de la cultura dominada lo que se llevó a cabo en México permitiendo la introducción de la religión católica en los pueblos indígenas del país, y fue la imagen de la virgen de Guadalupe la que fungió como el puente entre ambas culturas y abrió las puertas para que cada vez más elementos de la cultura española fueran adoptados por los pueblos originarios del país, este acto a primera vista pacífico y sutil fue en realidad otro tipo de conquista, en la cual si bien no se vieron involucrados actos violentos físicamente si los hubo a nivel cultural, ya que al crearse un choque de culturas el primer contacto siempre será una experiencia invasiva e incluso un tanto traumática para la parte sometida.

Los procesos culturales tienen influencia directa en la manera en la que una sociedad se desarrolla, y tocan cada uno de los aspectos de la vida de sus ciudadanos haciendo que la cosmovisión cambie al paralelo de los avances de la sociedad en la que los individuos se encuentran dando como resultado una evolución y adaptación del individuo y su manera de ver el mundo. En este caso específico la imagen de la Virgen de Guadalupe fue de a poco integrándose en la cosmovisión de los pueblos indígenas y transformándola a la vez convirtiéndolos a una nueva religión, con el poder de su imagen y de todos los elementos que se utilizaron en su generación, tanto aquellos provenientes del estilo característico con el cual eran diseñadas las imágenes Marianas europeas, como elementos que harían referencia a características físicas de los pueblos nativos, e incluso a elementos cromáticos o características compositivas que serían interpretadas como claras señales de que la imagen tenía un origen divino y que además por estar vinculado su santuario al lugar donde se adoraba antiguamente a Tonantzin toda esta

carga simbólica y connotativa que ya existía sería transferida a esta nueva imagen de una deidad femenina que trascendería barreras culturales, espaciales y temporales convirtiéndose en un poderoso símbolo, sobre todo en México.

1.1.2. Mitos y ritos de lo sagrado

La palabra mito tiene su origen etimológico en el griego “mythos” lo cual significa narración o relato (Abbagnano, 1986), las narraciones míticas poseen cierta verosimilitud con la realidad, aunque narran situaciones de índole fantástico, además de éstos pretende dejar una enseñanza al hombre, sobre las deidades o el comportamiento mismo del ser humano. Los mitos que permiten al hombre comprender y darles sentido a ciertos aspectos de la sociedad y del mundo, a través de dichas narraciones, existen diferentes tipos de mitos de entre estos es común tener más presentes los del tipo creacional o fundacional a través de las narraciones de las deidades más importantes en cada cultura, o bien a través de los relatos fundacionales de diferentes naciones en donde se ven involucrados personajes o situaciones fantásticas.

Los mitos son parte de la cultura de cada pueblo, son narraciones que hablan sobre las hazañas de personajes o criaturas sobrenaturales que dieron origen a la creación del mundo y con ello al hombre, son parte importante en la estructura de la cosmovisión de un pueblo, ya que en ellos se narran las historias del origen del universo, de cada ser existente y por ende del pueblo en el que son transmitidas estas historias.

Los mitos le permiten al hombre conocer a través de historias el origen de sus deidades y de cómo éstas crearon al universo, al mundo y a todos los seres que lo habitan, por medio de los mitos se genera una visión más clara de lo sagrado y se vuelve real para los creyentes.

Mircea Eliade (1962) afirma que:

En suma, los mitos describen las diversas, y a veces dramáticas, irrupciones de lo sagrado (o de lo sobrenatural) en el mundo. Es esta irrupción de lo sagrado la que fundamenta realmente el mundo y la que le hace tal como es hoy día (p. 5).

Dentro de la evolución social de un pueblo existen factores de suma importancia para su desarrollo tales como: las actividades económicas que les permitirán sostenerse, la parte organizacional, ya sea a nivel militar como educativo y la organización gubernamental entre otras, sin embargo, existen también áreas tales como el desarrollo espiritual y psicológico de los pueblos que son de igual importancia para que dicho desarrollo sea de manera constante y armónica, ya que la comprensión del mundo y de su origen para el hombre le permite un desenvolvimiento más orgánico dentro de su entorno, y genera en el individuo el deseo de forjarse metas no sólo para él, sino para su comunidad. En la Figura 6 se observa la representación de un Caballero águila, representación simbólica de las cualidades de los guerreros expresados a través de animales.

Figura 6

Caballero águila, cultura Azteca



Nota. Recuperado de *Caballero águila, cultura Azteca*. [Fotografía], por Casasola Fotógrafo, 1200 – 1500, Mediateca INAH

(https://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/fotografia%3A188332)

Es a través de los mitos como el hombre comprende a los dioses, y por medio de los ritos es como expresa esta devoción hacia el plano espiritual dándole además una expresión tangible que le brinda una conexión con sus deidades. Los mitos son reales para quienes han crecido con ellos, ya que forman parte de su cultura y de sus tradiciones, han sido transmitidos de generación en generación durante décadas y le han brindado continuidad a esa sociedad, así como a la transmisión de su cultura y sus creencias, las cuales sirven de base para toda la estructura social. Los ritos son necesarios para el hombre al igual que los mitos ya que, le permiten crear una noción del origen del cosmos, el mundo y por supuesto de la humanidad, ayudándole a construir una identidad propia.

Los mitos brindan a las sociedades figuras sobrenaturales dotadas de cualidades que el hombre ve como algo que es digno de imitar, estos seres también poseen cualidades de índole moral que sirven para direccionar y para inspirar la conducta de los ciudadanos. *El mito desempeña una función indispensable: expresa, realza y codifica las creencias; salvaguarda los principios morales y los impone; garantiza la eficacia de las ceremonias rituales y ofrece reglas prácticas para el uso del hombre. (Eliade, 1962, p.12).* Dentro de todas las sociedades ha estado presente el relato mítico como parte de sus creencias y tradiciones y México no es una excepción, desde la época prehispánica los relatos míticos jugaron un papel importante para los habitantes de nuestro país siendo respetados y alabados estos símbolos espirituales los cuales estaban dotados de cualidades y dones particulares que se complementaban a la vez que fungían como modelos de autoridad y conducta para los ciudadanos. En la Figura 7 se puede apreciar un ejemplo de un mito representado a través de la imagen, dichas narraciones son parte fundamental de las culturas.

Figura 7

Dibujo de la llegada de los aztecas a la señal prometida el águila sobre el nopal devorando una serpiente



Nota. Recuperado de *Dibujo de la llegada de los aztecas a la señal prometida el águila sobre el nopal devorando una serpiente.* [Fotografía], 1920, Mediateca INAH
(http://www.mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/fotografia%3A439419)

La imagen de la virgen de Guadalupe ha sido parte de un relato mítico de gran importancia en la cultura mexicana, tal como lo fueron en su momento las deidades prehispánicas, en este caso el relato es aquel del cual forma parte principal la virgen, así como Juan Diego e incluso el obispo Fray Juan de Zumárraga, la virgen se convirtió en la figura central de esta narración mítica y por ende en la figura con carga simbólica espiritual sobre la cual serían dirigidas todas las miradas de los mexicanos, pero también se prestó atención al indio Juan Diego quien se convirtió en la figura representante del pueblo mexicano y al cual dentro de este relato la virgen llama “el más pequeño de mis hijos”, dando así a entender que el pueblo mexicano era para esta deidad considerado tan querido como un hijo, este nuevo mito insertado en los pueblos prehispánicos fue poco a poco combinándose con los mitos preexistentes de las deidades aztecas y pronto adquirió tanta o más fuerza que ellas.

Dentro de los ritos católicos se observan hasta el día de hoy similitudes con el ritual que llevaban a cabo los pueblos prehispánicos cuando visitaban a la diosa Tonantzin, por la cual se realizaban peregrinaciones desde diversos puntos del país y se

le llevaban ofrendas o se realizaban rezos en su honor. Este tipo de rituales se conservaron después de la llegada de la Virgen de Guadalupe a la vida de los pueblos mexicanos y es observable hasta nuestra época esta demostración de afecto a dicha divinidad, la cual se observa con más fervor el 12 de diciembre de cada año cuando la basílica de Guadalupe ubicada en la capital de país es visitada por millones de personas que acuden a venerar la imagen de la virgen, visitantes que provienen de cada rincón de México e incluso de otros países se congregan en este templo dedicado a la imagen Mariana que posee una fuerza de convocación impresionante.

A través del ritual católico los creyentes pueden sentir que el motivo de su devoción es más real, que la presencia es prácticamente tangible además de generar en el individuo una sensación de pertenencia a un grupo social formado por más creyentes, la realización del ritual es generador de sensaciones para el sujeto que lo realiza llevándolo a un estado de éxtasis en algunos casos, y en otros generando tranquilidad, lo cual ayuda a sobrellevar los problemas y situaciones cotidianas.

Actualmente los ritos no se realizan con el mismo tono ceremonial de años atrás, las generaciones han transcurrido y la manera de ver la parte espiritual dentro de la sociedad ha cambiado, es decir la cosmovisión del sujeto ha cambiado, se ha transformado, y es que resulta algo natural que esto suceda ya que de no ser así no habría una evolución dentro del individuo y dentro de la misma sociedad. Sin embargo, a pesar de que los rituales también han sufrido cambios a través del tiempo la parte medular de ellos sigue presente cada que se realiza un rezo, o cuando un creyente se persigna frente a la imagen de la virgen, y es que actualmente no es necesario que exista el mismo nivel de formalidad que una vez existió cuando la imagen de la virgen de Guadalupe entró a México, hoy en día se puede encontrar la imagen en cada rincón a través de los soportes más variados y en los lugares más inesperados.

1.1.3 Imágenes religiosas

La imagen es aquella representación de la realidad que hace referencia a un objeto, ésta es creada dentro de un cierto contexto social que influye en la representación de la misma, en cuanto al estilo e incluso en el uso de los soportes utilizados para su elaboración, las imágenes han estado presentes en la vida del ser humano desde los

inicios de las sociedades, han dejado testimonios del estilo de vida del ser humano, de sus símbolos y de su forma de vida, y posteriormente de los diferentes procesos que han sido utilizados para su elaboración dando testimonio de los avances tecnológicos de cada época, e incluso a través del arte, de las emociones plasmadas por medio de las pinturas o fotografías generadas por diferentes artistas expresando todo tipo de sucesos desde aquellos de índole personal, hasta guerras, escenificaciones de diferentes lugares del mundo, personalidades del mundo de las artes, la política etc, y por supuesto aquellas imágenes que se han convertido en símbolos en diferentes ámbitos tales como el religioso.

En palabras de Moles “De tal modo, las imágenes son una experiencia vicaria óptica que se establece ya sea entre un punto a otro y, por lo tanto, entre un individuo y otro, y bien, como mensaje a través del espacio”. (Moles, 1991, p. 24). La imagen permite percibir aquellos que su creador estaba observando o en muchas ocasiones lo que estaba sintiendo, acerca al individuo a lugares y a experiencias que de otra manera quizás no estarían a su alcance, transporta al observador a mundos nuevos y provoca emociones y sentimientos en su interior.

Las imágenes en el ámbito religioso tal como en otros buscan comunicar un mensaje y al mismo tiempo conmover al espectador, tocar las fibras internas más sensibles de quien observa y recibe el mensaje que está siendo transmitido, pero a diferencia de otros ámbitos las imágenes de tipo religioso poseen una estructuración de mayor complejidad que muchas otras. Las imágenes religiosas poseen una carga simbólica desde su creación, la cual será definida en base al contexto en el cual fueron creadas, al objetivo de su creación y sobre todo a la variedad de mensajes y conceptos que buscan transmitir, pero existe además otra fuente de significación que les es brindada por el mismo receptor, por aquel que está realizando este proceso interpretativo y que dentro de él dota a esta misma imagen con significaciones propias.

En el México prehispánico ya existían las imágenes de tipo religioso, o más precisamente ídolos que representaban a diferentes divinidades consideradas guardianes y creadores del mundo, del día y la noche, de la vida y la muerte y que también protegían a sus devotos y les conferían esperanza y protección. Para los pueblos prehispánicos las figuras de índole religioso eran pilares de su sociedad y del

mundo entero, no existía vida ni muerte sin ellos, y aunque existían por supuesto una serie de ritos que se realizaban en honor a estos dioses eran muy distintos a los que más adelante serían realizados en honor a la imagen de la Virgen de Guadalupe.

Las ceremonias llevadas a cabo para mostrar su veneración y respeto por los dioses prehispánicos llegaban a ser incluso brutales para los ojos ajenos, ya que iban desde los rezos o danzas, hasta los sacrificios humanos que eran realizados en honor a sus dioses para mantener el equilibrio en el mundo y para beneplácito de sus deidades que exigían sangre como muestra de la devoción de sus creyentes, o al menos ésta era la firme creencia que existía entre los pueblos, puesto que además era un conocimiento y tradición que había pasado de generación en generación, y por lo tanto no era cuestionado.

La religión ha probado ser través de la historia uno de los pilares sobre los cuales se construyen las sociedades, si bien ha sido utilizada en ocasiones como un instrumento de manipulación colectiva por algunos de sus representantes, es también una de las bases de toda sociedad ya que, a través de ella se establecen pautas de comportamiento y de moral para el hombre.

Para Jorge Valtierra Zamudio (2017)

En la mayoría de los casos la religión ha jugado ese papel que va más allá de un factor de unidad nacional: es decir, que tiene que ver más con la generación de verdades colectivas, pues no se trata de ver la fe y la religiosidad de un individuo, sino cuando la fe y la ritualidad/ se convierte en un fenómeno social y o popular que, al cabo, bien puede consolidar y unificar una sociedad. (p. 175)

Las imágenes religiosas han sido siempre elementos de gran simbolismo para el hombre, llegan a mover las emociones y las voluntades del ser humano, cambian el estado de ánimo de sus receptores con su sola presencia y si a eso se suma el antecedente de los mitos por los cuales están rodeadas, los cuales explican su origen y cómo estas figuras representan seres que han participado en la creación del universo y

del hombre mismo, el vínculo que estas imágenes forman con el hombre es tan fuerte que persiste por generaciones, reforzado continuamente por los ritos que se llevan a cabo dentro de los templos y espacios destinados a la adoración de dichas imágenes.

Ha quedado evidenciado en textos y narraciones cómo a través de la historia del hombre las imágenes religiosas se han vuelto símbolos que han logrado convertirse en estandartes de movimientos sociales, en guerras, como aquello que convierte a una variedad de personas con procedencias distintas en iguales debido a su fe en estas imágenes, las imágenes religiosas logran unificar y congregar, motivan y direccionan a la sociedad, a veces incluso se usan como un símbolo que libera o restringe al hombre de ciertas conductas, pero siempre están presentes erguidas antes las miradas de quienes pueden observar y sentir la fuerza de su simbolismo, el mundo entero ha atestiguado esto, la fuerza de la imagen muchas veces ha vuelto a sus adeptos imparables al convertirse en símbolo de esperanza, fuerza, cualidades que van más allá de lo humano y que el hombre se esfuerza por tocar.

1.2 La imagen de la Virgen de Guadalupe en la conquista de México

El surgimiento de la imagen de la Virgen de Guadalupe en México no se dio de la misma manera que la de otras imágenes Marianas en sus respectivos países de origen, puesto que México era la cuna de culturas tales como los Aztecas quienes adoraban a múltiples dioses, y cuyas formas de expresión para demostrar su veneración a dichos dioses, así como sus rituales distaban mucho de aquellos característicos de la fe católica. Sin embargo, a la llegada de los españoles a tierras mexicanas se dio un proceso de sincretismo, y con él se fueron dando al paso del contacto que se llevó a cabo entre la cultura española y los pueblos nativos del país una nueva forma de catolicismo, que más bien sería conocido como Guadalupanismo.

Los visitantes españoles causaron gran impacto en los habitantes originarios de México, ya que el pueblo Azteca veía similitudes de los extranjeros con una profecía en la cual se hablaba de la visita de sus dioses, sin embargo también estaba presente una sensación de gran desconfianza, la cual se veía justificada posteriormente, ya que estos visitantes traían consigo intenciones de conquista siendo el 22 de abril de 1519 cuando Cortés desembarcó en las costas de Veracruz, fue meses después cuando se dio el

primer contacto entre él y el emperador Moctezuma, y transcurrieron sólo dos años hasta el 13 de agosto de 1521 cuando cayó Tenochtitlan. Los españoles pondrían todo su empeño en sustituir los ídolos de las deidades aztecas por imágenes cristianas, sin embargo, no fue un trabajo fácil y hubo resistencia por parte de los pueblos indígenas, al menos al principio, ya que al observar cómo sus dioses no castigaban a los invasores cuando destruían las esculturas dedicadas a éstos, el pensamiento lógico que se dio en ellos fue que el dios de los españoles debía ser más poderoso que sus propios dioses, y terminaron por aceptarlo.

La inserción de las imágenes de origen cristiano en los habitantes originarios del país se dio de una manera muchas veces brutal, los ídolos fueron destruidos para después ser sustituidos con imágenes católicas, en palabras de Gruzinsky (1994):

Cortés alimentaba un designio político de vasta envergadura: el de someter a la Corona de Castilla unos Estados indígenas ricos y poderosos. Su idolatría le ofrecía, a su vez, un argumento y una coartada: un argumento, pues implica que esos pueblos constituían sociedades complejas, dotadas de instituciones refinadas y de recursos abundantes: una coartada, pues la destrucción de los ídolos legitimó ideológicamente la agresión y justificó la sumisión de esas poblaciones ordenadas. (p. 39)

Todos los actos realizados por parte de los frailes españoles conformaban una estrategia destinada al sometimiento y conquista espiritual del pueblo Mexicano, y debido a la forma en la que se fueron integrando las imágenes cristianas en los templos ya existentes la aceptación tuvo éxito, dicha integración que si bien fue confusa en un principio debido a que se mezcló el contexto de los templos ya existentes con las nuevas imágenes de origen cristiano, permitió la inserción de la nueva religión a través de imágenes, y paulatinamente fue aceptada por el pueblo conquistado.

Los españoles comenzaron una batalla por medio de imágenes para conseguir un mayor poder sobre los habitantes de México. El primer paso consistiría en eliminar las

deidades existentes y las representaciones de ellas, al cabo de un tiempo las nuevas imágenes se arraigarían en la mente de los indígenas y terminarían por aceptarlas y olvidar las anteriores. Para Gruzinsky (1994):

Esta cualidad o esta potencialidad de la representación suponía, en la mente de los conquistadores, una interferencia del significante y del significado: si ver la imagen es tener acceso al Dios, destruir la representación india era acabar con el referente divino del adversario y, por tanto, abolir su idolatría. (p. 51)

De esta manera al destruir los ídolos los españoles establecían un plan por medio del cual se acabaría paso a paso con el vínculo que tenían los pueblos indígenas con su cultura, ya que la parte espiritual estaba tan presente en cada aspecto de la cotidianidad, que lo que estaban haciendo al destruir a sus dioses y su conexión con ellos tendría efectos en todos los aspectos de la vida de los pueblos. Al destruir las representaciones de sus dioses no sólo destruían ídolos, no era únicamente el material lo que buscaban hacer pedazos, se pretendía destruir esa conexión existente con sus raíces, con los mitos y cosmovisión aprendidos durante generaciones, y a través de esto debilitar la voluntad de los pueblos indígenas facilitando su sometimiento. El rompimiento de este proceso visual que se había llevado a cabo por tanto tiempo dentro de los pueblos en relación con las figuras de los ídolos y lo que éstas representaban, dejaría un hueco en la construcción simbólica y cultural, haciendo que aceptaran con avidez el nuevo elemento o imagen que se les presentara.

Tal como lo explica Gruzinsky (1994) se había llevado a cabo un trueque entre españoles e indígenas, sin embargo, dicho intercambio no se había realizado de una manera justa ya que, mientras los habitantes originarios del país habían ofrecido figuras de ídolos hechas de oro a los recién llegados, éstos habían respondido con imágenes religiosas que además no eran un simple regalo, sino que se entregaban con la intención de ir insertando poco a poco la nueva religión en tierras mexicanas. La estrategia que consistía en la utilización de imágenes para llevar a cabo una apropiación de los espacios religiosos dio frutos, puesto que los españoles habían logrado infiltrar sus imágenes

dentro de los templos, y posteriormente cuando los indígenas los rechazaron y comenzó la destrucción de los templos y de los ídolos las imágenes ya resultaban más familiares para los ojos indígenas, lo cual propiciaría la aceptación de la imagen de la Virgen de Guadalupe en el futuro cercano.

Cuando la imagen de la Virgen de Guadalupe comenzó a habitar la ermita del Tepeyac después de su aparición, se le rodearía con un halo de misterio para generar desde ese momento el efecto de misticismo y espiritualidad que los españoles pretendían “Resulta obvio, en cambio, que la imagen debió colocarse en la ermita de manera subrepticia, condición para que el suceso fuera recibido por los indios como portentoso”. (O’ Gorman, 2016. p. 30). Fue a través de la narración de la aparición de la Virgen como se logró en primera instancia generar un impacto emocional en los receptores a quienes iba destinado dicho mensaje, es decir a los indígenas, los cuales efectivamente se vieron impresionados por la narración en la cual además se incluía un personaje con el cual se podían identificar plenamente (el indio Juan Diego), la cuidadosa descripción de la aparición, junto con la belleza con la que ésta se estructuró permitieron generar en quienes la escuchaban una serie de imágenes con fuerte carga emocional, posteriormente incluso se presentó ante ellos la imagen que se les había descrito, aumentando la emotividad e impacto del relato.

Todos los actos llevados a cabo por parte de los españoles y posteriormente de los frailes para lograr la inserción y aceptación de las imágenes de origen cristiano y finalmente de la imagen de la Virgen de Guadalupe rindieron fruto, su estrategia, aunque violenta y tajante les permitió la destitución paulatina de los ídolos, así como la sustitución de éstos. Se había iniciado por medio de estos actos simbólicos la eliminación de los anteriores ídolos y por lo tanto de los conceptos que estos contenían, y al mismo tiempo al colocar imágenes de tipo cristiano se descontextualizaba el entorno de los templos, este tipo de acciones destrozaban el ambiente de espiritualidad creado en dichos espacios. Los españoles habían logrado quitarle el valor a los ídolos y a los templos al invadir los espacios y destrozar las figuras, y dentro de la psique de los habitantes indígenas estos actos tenían un fuerte efecto que se veía reflejado en ellos emocionalmente, cuando sus templos habían sido destruidos también una parte de su confianza y fortaleza mental lo había sido.

Resulta increíble que el poder de las imágenes llegue a dominar a un individuo, más aún una nación, sin embargo, son los actos que rodean a la inserción de dichas imágenes lo que logro este efecto en la conquista de México, además del discurso creado en torno a las imágenes implantadas. A través de la imagen se puede lograr difundir un mensaje, impresionar al observador, o bien conmoverlo, en el caso de la imagen de la Virgen de Guadalupe logró todo lo anterior. La imagen Mariana se convirtió en un símbolo de persuasión emocional y también de unión en décadas posteriores, de lucha y de nacionalismo, los conceptos y connotaciones atribuidos a ella son muy variados y han ido aumentando al paso del tiempo, al igual que la fuerza que ha adquirido a través de la aceptación y reforzamiento constante de los conceptos vinculados a ella.

1.2.1. Antecedentes religiosos y visuales de la imagen de la Virgen de Guadalupe.

La historia alrededor del surgimiento de la imagen de la virgen de Guadalupe está envuelta en un velo de misticismo, sin embargo el origen de esta imagen está vinculado al momento en el que Hernán Cortés llego a tierras mexicanas cuando por primera vez Cortés y el emperador Moctezuma se conocieron, el pueblo azteca no sabía qué es lo que tenía ante sus ojos, jamás imaginaron que aquellos extraños hombres traerían cambios drásticos y permanentes a sus tierras, a su cultura y que incluso la forma de vida que habían tenido hasta ese momento estaba a punto de cambiar para siempre.

El choque cultural daría como resultado una serie de eventos que desencadenarían cambios en todos los aspectos de la vida de los pueblos originarios de México. La conquista en México al igual que en cada país alrededor del mundo en donde se vivió un evento similar fue un acto brutal, tanto en la parte física debido a las batallas desencadenadas entre los pueblos indígenas y los españoles, así como a nivel cultural ya que, los españoles deseaban someter a los pueblos nativos del país de una forma u otra, y al decidir terminar con el enfrentamiento físico encontraron una nueva forma de conquista: la espiritual esta sería más sutil y duradera, y les permitiría llegar a un nivel más profundo del pueblo mexicano. La sustitución de los ídolos por las imágenes cristianas sería la estrategia a utilizar para integrar la nueva religión “Al parecer el traumatismo causado por los ataques devastadores tuvo los resultados esperados, y la destrucción de los ídolos contribuyó poderosamente al desmantelamiento o a la parálisis

de las defensas culturales del adversario” (Gruzinsky, 1994, p.72). Gracias a la aceptación que tuvo la imagen de la Virgen fue posible relegar poco a poco a los ídolos anteriores y por ende a las expresiones religiosas que hasta ese momento habían perdurado en el país.

Si bien es conocida que la fecha de la aparición de la virgen de Guadalupe fue en el año de 1531 también es cierto que no se explica a detalle ciertos aspectos de dicha aparición, se narra que la virgen se le apareció a un indígena de nombre Juan Diego en el cerro del Tepeyac, utilizando la frase: “el más pequeño de mis hijos” al dirigirse a él, mostrando desde este momento la actitud maternal de la deidad, tal como lo explica O’Gorman (2016) la narración que se conoce cuenta que la Virgen le solicita a Juan Diego que le comunique al Obispo su deseo de que le construyesen una ermita en ese mismo cerro, sin embargo en esta narración no se menciona que en ese mismo lugar ya existía anteriormente un templo dedicado a la deidad femenina azteca conocida como Tonantzin, que en náhuatl significa: nuestra venerable madre, y que además dicha deidad era conocida a lo largo del país de manera tal que sus devotos acudían desde cada rincón a su templo para llevarle ofrendas. Para los pueblos indígenas la relación con sus deidades jugaba un papel importante dentro de sus vidas, y esta deidad en particular era una de las más queridas por los pueblos originarios de México.

En la Figura 8 se puede observar la construcción ubicada en el cerro del Tepeyac, en donde se edificó la ermita en la cual se veneraría a la imagen de la Virgen de Guadalupe. Dicha imagen es de décadas atrás cuando el nuevo templo construido en honor a la Guadalupana aún no había sido edificado, en embargo la construcción permanece hasta la actualidad en el mismo lugar en donde fuera construida cientos de años atrás.

Figura 8

Construcciones religiosas del cerro del Tepeyac Fotografía.



Nota. Recuperado de *Construcciones religiosas del cerro del Tepeyac Fotografía*. [Fotografía], por Casasola Fotógrafo, 1920, Mediateca INAH (http://www.mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/fotografia%3A438490)

Para lograr un posicionamiento de la imagen de la Virgen se hizo uso del vínculo ya existente con una de sus divinidades más importantes, continuamente creando una referencia a ella para lograr integrar este nuevo símbolo a su cultura. “Los indígenas, pues, siguieron oyendo en los nuevos teopixques o sacerdotes, el mismo vocablo que usaban los antiguos y fue “Tonantzin” o “nuestra madre”, tanto el antiguo ídolo como la posterior imagen cristiana” (De la Maza, 1953. pp 17). De tal manera que aquel lugar en donde después se construiría el primer templo dedicado a la virgen de Guadalupe tenía ya un vínculo sagrado con el pueblo mexicano por tratarse de la ubicación del templo dedicado a Tonantzin, la cual era también llamada por distintos nombres como Cihuacóatl, madre de los dioses o Coatlicue, la de la falda de serpientes Teteoinan, y también llamada Toci, es decir nuestra abuela. Esta deidad era la para los aztecas la madre de todo, y a ella le eran atribuidas cualidades de todo tipo, tanto aquellas vinculadas con lo maternal y la protección como atributos de guerrera, esta diosa traía tanto cosas buenas como malas para sus creyentes, y sin embargo era fuertemente respetada y venerada.

Las Figuras 9 y 10 son representaciones de Coatlicue y Cihuacoatl algunas de las personificaciones y representaciones de la diosa Tonantzin, la cual era nombrada de diversas maneras por los aztecas.

Figura 9

Coatlicue



Nota. Recuperado de *Coatlicue*. [Objeto tridimensional.Pieza arqueológica], 1250 – 1521, Mediateca, INAH (http://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/objetoprehispanico%3A16446)

Figura 10*Cihuacoatl*

Nota. Tomado de *Cihuacoatl*. [Objeto tridimensional.Pieza arqueológica], 1250-1521, Mediateca, INAH (https://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/objetoprehispanico%3A17164)

Era tal el apego y veneración por Tonantzin que los españoles derribaron el templo y ahí mismo edificaron una ermita dedicada a la virgen María, O’Gorman (2016) afirma que en un principio no se encontraba la imagen de la virgen de Guadalupe que se conoce hoy en día en dicho templo, de hecho, se desconoce si existía representación alguna de la virgen María, o si simplemente se había erigido la construcción como lugar de oraciones. “Vale la misma consideración respecto al testimonio de Torquemada: no hace mención de imagen y sólo dice que los primeros religiosos determinaron poner iglesia en Tepeyac dedicada “a la Virgen Sacratísima, que es nuestra señora Madre” (O’Gorman, 2016. p 9). Es pues notorio que en un principio se implantó ahí la iglesia dedicada a la virgen María con la intención de apropiarse del espacio anteriormente dedicado a

Tonantzin y utilizar el vínculo simbólico con dicho para conectar a la nueva deidad de origen católico con la anterior, y así construir una relación y vinculación entre ambas, así como el poder de convocación que dicho lugar ya poseía para fomentar el contacto y la aceptación de los pueblos prehispánicos con la deidad católica.

Otra teoría que Edmundo O’Gorman menciona es que existe la posibilidad de que la primera imagen que habitara en la ermita construida en el Tepeyac antes de la actual imagen de la Guadalupana mexicana fuera la de Nuestra Señora de Guadalupe de Extremadura, ya que Hernán Cortés era especialmente devoto a esta imagen, así como éstas existen numerosas teorías en cuanto a la primera imagen que se veneró en dicho templo, e incluso se menciona que la imagen que hoy se reconoce como la de la virgen de Guadalupe fue pintada por un indígena de nombre Marcos que había estudiado técnicas europeas de pintura en la escuela fundada por Fray Pedro de Gante en 1529, en palabras de Edmundo O’Gorman (2016) :

En efecto, bastara aducir como razón decisiva la afirmación del provincial fray Francisco de Bustamante en el sentido de que la imagen de la Guadalupana mexicana (decimos así para evitar confusión con la extremeña) había sido pintada “ayer” por el indio Marcos, es decir, en fecha anterior muy próxima al 8 de septiembre de 1556 que fue cuando lo dijo. (p. 13)

Dichas declaraciones denotan que probablemente la imagen de la Virgen de Guadalupe que se conoce hoy en día como la imagen original no estaba presente en el Tepeyac desde la fecha que hasta el día de hoy se conoce como la oficial, es decir 1531, si no que probablemente fue hasta el año 1556 cuando la imagen de la Guadalupana ocupó la ermita “Es plausible que en la referida ermita no se hubiera colocado ninguna imagen de la Virgen hasta que en años posteriores se puso en ella la Guadalupana mexicana”. (O’Gorman, 2016, p. 14). Si bien estas afirmaciones pueden generar grandes dudas sobre la veracidad de la fecha en la cual se encontraba la imagen de la Virgen en la ermita no es el objetivo del presente trabajo develar dichas cuestiones, por lo que no se profundizará en ello.

Marcos Cipac de Aquino fue el pintor indígena más respetado de la época colonial siendo apodado el Griego, O’Gorman describe como el pintor indígena era poseedor de un gran talento y realizó algunas obras destacables además de la ya mencionada pintura

de la virgen de Guadalupe, debido al origen indígena del pintor se menciona que existen referencias a la cultura indígena en la realización de la imagen de la Guadalupana, entre otros trabajos que realizó está el gran retablo del templo de San Francisco en la calle Madero, muy cercano a la capilla de San José de los naturales, y en 1556 pintó el gran lienzo "Técpan" entre otras obras.

Siendo el indio Marcos de origen indígena, y habiéndole sido encargada la labor de realizar la imagen de la virgen que sería colocada en la ermita del cerro del Tepeyac, se deduce al observar el resultado de dicho encargo y al identificar rasgos dentro de la imagen de la virgen que fue su origen indígena y el apego a sus deidades, así como a su cultura lo que lo motivo a incluir dentro de la pintura dichos elementos. Éstos han sido considerados como símbolos colocados dentro de la imagen por el pintor para representar rasgos de las culturas prehispánicas presentes en la virgen, a manera de recordatorio y homenaje a sus antiguas deidades, posteriormente se hablará de este tema con mayor detalle.

En cuanto a los antecedentes de origen europeo que son observables en la imagen de la virgen de Guadalupe está el estilo flamenco alemán, al cual se observa que pertenece la imagen, dicho estilo es bien conocido en Europa y fue ampliamente utilizado para las representaciones Marianas, la virgen de Guadalupe que se venera en México fue en ocasiones relacionada con la virgen del mismo nombre originaria de Extremadura en España, sin embargo existen notables diferencias, como lo menciona Von Wobeser (2015), en principio que la de Extremadura pertenece al estilo románico, y además posee otras características que la alejan de la mexicana. En las representaciones Marianas europeas por lo general es observable la figura de la virgen sosteniendo a un niño Dios en brazos, en el caso de la virgen de Guadalupe este elemento fue cambiado por la posición de las manos que generalmente se interpreta está en posición de rezo. La virgen de Guadalupe en palabras de Gisela Von Wobeser (2015):

Si bien la imagen de la Guadalupana se puede entender como original por ser novohispana, recoge características iconográficas que obedecieron a cánones netamente europeos. Considero que, en particular, derivan de un modelo de

imagen denominado *mulier amicta sole* (la mujer rodeada de sol), proveniente de los Países Bajos y de Alemania. (p. 178)

La construcción visual de la imagen de la Virgen de Guadalupe es compleja, ya que posee elementos de influencia europea en ella, pero a la vez le fueron añadidos rasgos que asemejaran a los que poseían los pueblos originarios de México, elementos que son observables en el color de piel y del cabello, sin embargo, el estilo europeo está fuertemente arraigado en ella. Dentro de este estilo se encuentran tres características principales enumeradas por Von Wobeser afirma que posee *“la luna creciente bajo sus pies, los rayos del sol en forma de mandorla que rodean su cuerpo y la corona de doce estrellas sobre su cabeza”* (Von Wobeser, 2015, p. 179). Las características citadas anteriormente son visibles en la composición de la imagen de la Guadalupana dejando fuera de duda su pertenencia a este estilo, todos estos elementos tanto aquellos de origen indígena como europeo crearon una fusión notablemente equilibrada y lograron transmitir a través de la imagen un sinnúmero de connotaciones simbólicas tanto para aquellos de origen indígena, como posteriormente para los mestizos, convirtiéndose en símbolo de la fe que se instalaría en México pero también de manera posterior de unidad y de muchos otros conceptos para los mexicanos.

Las bases sobre las cuales se sitúa el origen de la virgen de Guadalupe son tanto de origen politeísta por parte de los pueblos indígenas, en combinación con el catolicismo implantado por parte de los conquistadores españoles e insertado poco a poco por los frailes franciscanos dentro del país, fue a través de este sincretismo que se construiría un catolicismo dentro de México, dentro del cual siempre estarían presentes esos tintes de origen prehispánico, al menos en la imagen de la virgen de Guadalupe que si bien fue aceptada y al paso del tiempo venerada y querida por los indígenas, los mestizos y en general por el pueblo mexicano tuvo un origen complicado y polémico.

1.2.2. Creación, intención y discurso de la imagen de la Virgen de Guadalupe

El origen de la imagen de la virgen de Guadalupe ha sido siempre considerado como algo divino, de lo cual no se habla demasiado sino es a la manera de cómo se narra una historia fantástica de origen mítico, se sabe que surgió en el cerro del Tepeyac donde se le ha venerado desde entonces, sin embargo, al contrario de otras pinturas u obras de arte, ésta no es descrita como creación del hombre sino de origen divino. Ha sido a través de textos tanto de estilo poético como histórico que se ha logrado un mejor estudio y comprensión de dicha imagen, siempre dejando un halo de misterio a su alrededor. La Virgen de Guadalupe fungió desde su origen como un puente entre los conquistadores españoles y los habitantes originarios de México, sería ella quien sustituiría a las antiguas deidades, quien abriría paso a otro nivel de conquista sobre el pueblo mexicano, tanto así que no sólo cumplió el objetivo que se habían planteado los conquistadores españoles, sino que incluso trascendió hasta el día de hoy barreras físicas temporales y contextuales. Tal como lo expresa Octavio Paz (1998):

Este fenómeno de vuelta a la entraña materna, bien conocido de los psicólogos, es sin duda una de las causas determinantes de la rápida popularidad del culto a la Virgen. Ahora bien, las deidades indias eran diosas de fecundidad, ligadas a los ritmos cósmicos, los procesos de vegetación y los ritos agrarios. La Virgen católica es también una Madre (Guadalupe-Tonantzin la llaman aún algunos peregrinos indios) pero su atributo principal no es velar por la fertilidad de la tierra sino ser el refugio de los desamparados. (p. 35)

La imagen de la Virgen se iría convirtiendo poco a poco en un refugio emocional, y espiritual para los habitantes de México que, al haber sufrido violencia por parte de los conquistadores, y al enfrentarse con nuevas enfermedades que diezmaran su población, así como una creciente incertidumbre sobre su futuro se aferrarían a esta nueva deidad que es presentada ante ellos como una madre benevolente que ha llegado a salvarlos y protegerlos de sus agresores. Si bien el éxito de la imagen dentro del pueblo mexicano

es fácilmente observable hoy en día, en un principio los habitantes del país mostraron renuencia y desconfianza de la imagen Mariana, lastimados física y emocionalmente se negaban a abandonar a sus dioses y costumbres ante los invasores, hasta que en el año de 1531 en el mes de diciembre se daría un suceso que marcaría el inicio de la conquista espiritual, ya que entre el 9 y 12 de diciembre es cuando se marca como el periodo de tiempo en el cual se dio la aparición de la Virgen de Guadalupe al indio Juan Diego en el cerro del Tepeyac. Dicha aparición es narrada de forma bella y llena de simbolismos ya que es Juan Diego quien representa al pueblo mexicano, y la manera en la que la Virgen utiliza se refiere a él al llamarlo "el más pequeño de mis hijos" demuestra la intención de mostrar a la imagen justamente como la madre de México, otorgándole con ello conceptos asociados a la figura maternal y a la vez empoderándola como reina del cielo a través de los elementos que la conformarían.

Para los habitantes originarios del país, así como posteriormente para los mestizos y criollos la imagen de la virgen de Guadalupe se convertiría en un símbolo de identidad cultural, que además brindaría un sentimiento de nacionalismo en sus seguidores, como lo expresa Adriana Narváez Lora:

Resultaba difícil para la Nueva España forjar una idea de unidad, de pertenencia, con la sola base política: dicho de otro modo, era muy difícil forjar una matriz de conciencia identitaria. A mediados del siglo XVII apareció el motivo perfecto que proporcionaba la matriz que podía identificar a los oriundos de esta nueva tierra con la idea de patria. Esta matriz era la Virgen de Guadalupe del Tepeyac. (p. 139)

La Virgen logró a través de su imagen de madre de México, lo que ningún otro símbolo habría logrado, crear un fuerte sentimiento de nacionalismo, de unión, y sin duda de respeto y veneración hacia la imagen. Ella serviría para direccionar la actitud de sus adeptos, quienes la seguirían a donde fuera, como más adelante se observaría, puesto que la imagen Mariana no convocó seguidores únicamente hasta su templo, sino que además sería utilizada como estandarte para iniciar luchas, para convocar masas y para todo tipo de propósitos, su fuerza visual se convirtió en algo tan perdurable que hasta el día de hoy se observan sus efectos.

1.2.3. Apropiación de la imagen por los grupos étnicos

Para el pueblo mexicano aquellos conocimientos ancestrales sobre sus deidades, las tradiciones adquiridas de generación en generación, así como las historias míticas, y los rituales aprendidos y practicados serían todos sustituidos y en el caso de los ídolos destruidos al enfrentarse a los españoles. A pesar de la violencia sufrida durante la conquista, y quizás en parte a causa de esto los pueblos indígenas del país aceptaron paulatinamente a las nuevas divinidades de origen cristiano que los conquistadores les ofrecían ante sus ojos, habían sido testigos de la destrucción de sus propios ídolos, además de sufrir estragos a manos de los conquistadores, sintiéndose perdidos terminaron por aceptar la nueva deidad que estaba siendo implantada por medio de imágenes. Señala Gruzinsky, 1994:

No sólo es notable que, con algunas excepciones, los españoles hayan estado convencidos de lo justo de su procedimiento, sino, más aún, que tal procedimiento se haya aceptado entre las filas de los indios, para quienes la presentación y la imposición de estas nuevas efigies constituyeron la manifestación mayor, sino la única, al instante perceptible y tangible del cristianismo. Paradójicamente, las reacciones indígenas estuvieron lejos de ser desfavorables una vez que comprobaron que la profanación, al parecer, no tenía consecuencias en el orden de las cosas ni del mundo. (p. 44 – 45)

El impacto que causó en los habitantes oriundos del país en ver cómo sus ídolos eran destruidos y los causantes de esto no eran castigados tuvo un fuerte efecto, puesto que dichos ídolos eran símbolos de gran importancia para el pueblo, su destrucción implicaba también verse destruidos ellos mismos, humillados y sometidos por el enemigo, ya que incluso sus dioses habían sido derrotados sin oponer resistencia.

Gruzinsky (1994) explica cómo esta conquista por medio de imágenes tomó décadas, puesto que el proceso necesario para lograr la inserción y la sustitución de una

imagen fuertemente arraigada por otra totalmente nueva no es algo fácil, menos lograrlo en una sociedad con una religión previa, con saberes culturales fuertemente arraigados, así como conceptos espirituales dentro de su cultura implicó un esfuerzo enorme y constante por parte de los frailes franciscanos que como uno de los primeros actos realizaron la edificación de una pequeña ermita en el cerro del Tepeyac, además declarando que dicho lugar estaba dedicado a la “Madre de Dios” existiendo ya una previa relación y referencia a la diosa Tonantzin aquella nueva imagen que posteriormente fue colocada en la ermita sería vinculada con la diosa azteca.

Gruzinsky (1994)

A medida que el objeto figurativo indígena dejó de ser extraño perdió su exotismo para convertirse en el equivalente de la imagen falsa que adoraban los paganos, las tierras descubiertas entraron de lleno en un pasado y un universo aparentemente comunes a los conquistadores y a los indios: el mundo de los adoradores de imágenes. (p. 29)

La imagen se convirtió en la herramienta más poderosa para concretar la conquista de México, sería el vehículo que permitiría llevar una nueva fe e ideología a aquellos receptores nativos del país, esto se realizó de manera paulatina, primero de forma contundente e incluso violenta se insertó la imagen dentro de los templos y en la sociedad indígena, para poco a poco generar una sustitución que terminaría por opacar de manera irrevocable a los antiguos ídolos y creencias, la imagen de la Guadalupana fue aceptada al pasar de los años, existiendo resistencia por parte de los pueblos indígenas, quienes además aún recordaban a los antiguos dioses y los rituales ofrecidos a ellos. Edmundo O' Gorman (2016) explica cómo fue parte de este proceso:

Por tratarse de sustitución del culto idolátrico, la asistencia a la ermita sería exclusiva de indios que verían en ella un nuevo adoratorio a cambio del que se les había destruido: rendirían allí un culto de sincretismo idolátrico-cristiano, y

persistirían en la antigua costumbre de llevar ofrendas y de visitar la ermita en grandes romerías periódicas procedentes de lejanas regiones. (p. 8)

Puesto que en un principio se vio vinculada a Tonantzin la imagen de la Virgen de Guadalupe fue dotada por medio de esta asociación de una mayor fuerza conceptual y connotativa, ya que aquellos atributos y cualidades otorgados a la divinidad azteca le serían transferidos a ella permitiéndole construir una base conceptual fuerte y perdurable en la psique de los mexicanos, tanto aquellos de origen indígena, criollo, mestizo y todas aquellas castas producto del mestizaje y la conquista.

La utilización de los conceptos contenidos en este lugar de culto por parte de los españoles como facilitador para atraer la atención de los indígenas tuvo un papel clave, ya que sumados a los conceptos de divinidad, sacralidad, ritual, ceremonia, así como muchos otros vinculados a la antigua deidad también estaban presentes aquellas asociaciones de tipo personal que los indígenas poseían en relación con la diosa que habitaba el Tepeyac, aquellas experiencias personales, las peticiones realizadas a ella con anterioridad asociadas al Tepeyac habían sido componentes del vínculo que las comunidades habían construido con dicho lugar. Por lo tanto, al ver construido ahí un pequeño templo y donde años más tarde se colocaría una imagen Mariana despertarían asociaciones, e incluso emociones latentes aun en los habitantes del país, propiciando la aceptación de la imagen que fue poco a poco filtrándose en la vida del pueblo mexicano hasta convertirse en parte de él a tal punto que es inseparable uno de otro.

La Virgen de Montserrat. El método de inserción de la Virgen de Guadalupe dentro del pueblo mexicano no era algo nuevo para los conquistadores, quienes ya habían realizado el despliegue de dicha estrategia como parte de la conquista de otros pueblos sometidos con anterioridad, se puede recordar el caso de la isla de Cuba, en donde como Gruzinsky (2015) lo narra, se llevaron a cabo acciones similares para insertar imágenes cristianas dentro de la sociedad ya existente, sin embargo, a diferencia de los actos llevados a cabo por Cortés en México, en donde él mismo destruyó con sus propias manos algunas de las esculturas de deidades aztecas, se narra que en Cuba un marino le sugirió a un cacique que aceptara una imagen de la Virgen y que desterrara aquellos objetos o ídolos adorados por el pueblo Gruzinsky (2015), el uso de violencia, así como persecuciones serían algo posterior y en menor grado que en México.

Una imagen Mariana con una historia muy semejante a la de la Virgen de Guadalupe de México, es la Virgen de Montserrat originaria de Cataluña España (*Historia De La Virgen De Montserrat - Virgen De Montserrat*, 2023). Dicha Virgen también conocida como la Moreneta, es una de las conocidas Vírgenes negras, pero lo que ella y la Virgen de Guadalupe tienen en común es la narración de origen que les acompaña. La leyenda que rodea a la Virgen de Montserrat narra que ésta fue encontrada en una cueva en la Montaña de Montserrat en donde la escondieron unos cristianos durante la invasión musulmana, posteriormente cuando este enfrentamiento terminó y España se encontraba libre y fuera de peligro en un día sábado unos niños que se encontraban cerca de ahí, vieron una luz que descendía y además escucharon una hermosa música a su alrededor, estos eventos se repitieron durante varios días, y tanto los niños como sus padres quedaron impresionados con los hechos por lo tanto lo interpretaron como una señal divina y dieron a conocer lo que sucedía ahí, de tal manera que el Obispo ordeno que se investigara el lugar y fue encontrada la Virgen. Aquellos que encontraron la figura Mariana intentaron sacarla de la cueva e iniciar una peregrinación con ella para bajarla de la montaña, sin embargo, la figura se hizo sumamente pesada y no les fue posible moverla de ahí, interpretando esto como una señal de que la Virgen quería permanecer en ese lugar el obispo mando construirle una capilla ahí mismo. (Bustillo, 2019)

En la Figura 11 se aprecia una fotografía de la Virgen de Montserrat, como se observa esta Virgen dista mucho de parecerse a la Virgen de Guadalupe, sin embargo, es la construcción de una historia de origen muy similar lo que ambos símbolos marianos poseen.

Figura 11

La Virgen de Montserrat



Nota. Recuperado de *La Montaña de Montserrat y su basílica* [Fotografía], por Víctor Gómez, 2013, machbel.com (<https://machbel.com/la-montana-de-montserrat-y-su-basilica/>)

Al igual que con la Virgen de Guadalupe en la narración de la Virgen de Montserrat se encuentra la figura en una formación montañosa, además a esto les precede una aparición celestial a personajes que al igual que en la narración de la Guadalupana se encontraban pasando por el lugar, por supuesto existen diferencias en la edad y género de los personajes, en los detalles de la aparición, y sin duda en la apariencia de una

Virgen en comparación con la otra, sin embargo la estructura de base de la narración resulta muy similar. De igual manera se le construye una capilla en dicho lugar a la Virgen de Montserrat, y así como se acostumbra desde siglos atrás con la imagen de Guadalupe, también se llevan a cabo peregrinaciones para ver a la Virgen de Montserrat en Cataluña Alarcón (2002). Al observar dichos elementos en ambas narraciones es posible notar las similitudes que presentan entre ellas, resultando esto en más que una simple coincidencia, siendo más bien un modelo de implantación de una imagen cristiana dentro de una comunidad, nótese que en el caso de la Virgen de Montserrat los habitantes de dicho lugar ya eran profesantes de la religión católica, y que bien podría resultar debido a los hechos de la previa invasión por los musulmanes que los hechos sucedidos tuvieran mayor lógica y realismo dentro de la narración. Sin embargo, lo que resulta curioso es que este mismo tipo de narración se haya trasladado a México y que sucediera posterior a la conquista española. Parte de la estrategia de los conquistadores europeos radicaba en la implantación de las imágenes cristianas como puente de conquista espiritual en los pueblos descubiertos y conquistados, esto con el fin de facilitar el sometimiento de los individuos a la nueva figura de poder al lograr la aceptación de dicha imagen, así como para contar con otra herramienta de control en la población y evitar enfrentamientos. De esta manera la utilización del discurso a través de la imagen y de la creación de narraciones fantásticas para generar un vínculo del pueblo con las nuevas imágenes o símbolos jugaba un papel fundamental dentro de cada nueva conquista.

Capítulo 2

Participación de la imagen de la Virgen de Guadalupe en la historia de México.



Capítulo 2. Participación de la imagen de la Virgen de Guadalupe en la historia de México.

2.1 La imagen de la Virgen de Guadalupe posterior a la conquista de México.

Dentro de la historia de México existen muchos elementos que han fungido como símbolos para sus habitantes, desde el momento en que los primeros pobladores del país llegaron a las tierras donde verían posada el águila devorando una serpiente se encontraban presentes elementos simbólicos que ya poseían importancia para direccionar la vida de quienes serían los fundadores de las primeras sociedades del México prehispánico. Desde antes de estos acontecimientos la fuerza de las imágenes, y símbolos percibidos por los pueblos indígenas tenían un papel muy importante para marcar la dirección de sus acciones, y la seguirían teniendo en muchos acontecimientos por venir, influyendo también en la reacción de sus habitantes, además de crear una conexión a nivel emocional a través de lo expresado por dichos símbolos.

Una de las imágenes con poder simbólico más poderoso dentro del país es la imagen de la Virgen de Guadalupe, desde su llegada al país comenzó a generar cambios de actitud en los habitantes de México que, si bien se habían resistido en un principio a la integración de la imagen debido a las circunstancias brutales de su inserción, al paso del tiempo terminarían aceptándola, e inclusive otorgándole un lugar de honor dentro de la sociedad y la cultura mexicana.

Posteriormente a la conquista española la imagen de la Virgen se fue infiltrando poco a poco en los hogares y templos del país, llenando los vacíos que habían quedado con la destrucción y la destitución de los ídolos y templos destrozados, la nueva imagen cristiana abrió paso a una nueva era. Un nuevo símbolo había llegado para quedarse a la sociedad mexicana, que además lo adoptaría como propio, la imagen Mariana no sólo fue aceptada, sino que se le fueron atribuyendo y agregando conceptos y cualidades que la convirtieron en una figura maternal y a la vez sumamente poderosa para el país entero, pero en especial para los aquellos de origen indígena y criollo, quienes verían en ella un símbolo de fuerza y protección, que posteriormente demostraría hasta qué punto había adquirido seguidores.

La imagen de la Virgen de Guadalupe se veía asociada mayormente con la gente de origen humilde, pues fueron ellos quienes la acogieron como parte de su nueva fe, curiosamente la imagen de la Virgen fue destinada para persuadir a este sector de la población de unirse a una nueva fe e ideología, trayendo resultados sorprendentes cuando la imagen no sólo resultó ser aceptada por los habitantes originarios del país, sino cuando además décadas más tarde sería utilizada como estandarte por líderes en la lucha por liberarse del gobierno español. De manera irónica, la imagen de la Virgen había surgido debido a los españoles en tierras mexicanas, pero ella se había convertido también en un símbolo vinculado más a México que a España, y llegado el momento incluso logró impulsar a quienes la imagen había sido dirigida para dominarlos, a luchar contra quienes los habían sometido.

La imagen de la Virgen al ser contenedora de fuertes connotaciones emocionales que después serían vinculadas al patriotismo se convirtió en una imagen unificadora que sería capaz de generar con su sola presencia que la actitud pasiva de los habitantes del país se tornara en actitud de batalla. La Guadalupana se había convertido en un icono que se alimentaba de sus seguidores para obtener más fuerza, y que de alguna manera también los alimentaba a ellos al haberse convertido en un faro de esperanza para los mexicanos.

2.1.1 La imagen de la Virgen de Guadalupe en la independencia de México.

La situación de México en los años posteriores a la conquista nunca careció de complicaciones, ya fuera en el trato de los españoles hacia los nativos del país y al paso del tiempo incluso hacia los criollos, los cuales eran descendientes de españoles nacidos en México, que a pesar de poseer sangre europea no eran tratados de la misma manera, ni les eran otorgados los mismos privilegios que a los españoles, razón por la cual comenzó a crecer dentro de ellos un desdén y rencor por los españoles, e incluso esto causó que sintieran una mayor identificación con el país de nacimiento que con España a pesar de ser descendientes de padres nacidos allá. Tal como lo explica Van Young (2006):

Si nos situáramos en 1810 para desde allí ver en retrospectiva el curso de la historia, descubriríamos que en la Nueva España (nombre que entonces se daba a México) el conflicto épico abarco muchas de las contradicciones sociales y tensiones resultantes del régimen colonial hispanoamericano considerado en su conjunto- de raza y clase, riqueza y pobreza, centro y periferia autoritarismo y apertura política, tradición y modernidad- (p. 26)

Existían diversas motivaciones dentro del contexto de la época que propiciaron que se llegase a un punto de ebullición debido a las inconformidades dentro de la mayoría de la población mexicana, y justo en el centro de todos estos acontecimientos se encontraba la imagen de la Virgen de Guadalupe, que estaba presente en cada uno de los contextos a donde pertenecían aquellos que se verían involucrados en el movimiento de independencia. El tiempo transcurrido en el país bajo el gobierno de los españoles había ido creando un gran descontento dentro de diversos sectores de la población, los indígenas eran quienes sufrían el mayor maltrato por parte de los españoles, sin embargo, los mestizos y criollos, así como las otras castas lo sufrían también, dando pie a un número creciente de ciudadanos inconformes debido a las condiciones de vida en las que se encontraban hasta el momento, y sobre todo hartos de tener que seguir soportando semejantes abusos.

La Virgen de Guadalupe que 300 años atrás había emergido dentro del país para causar un impacto visual y emocional dentro de sus habitantes se destacaba nuevamente por ser el símbolo en común que suscitaba un sentido de nacionalismo dentro de la sociedad mexicana, ella representaba la protección a los oprimidos y en esta ocasión no sólo se trataba de los habitantes de sangre indígena, puesto que al pasar de los años el mestizaje había creado un gran número de castas y a éstas también se agregarían los criollos. Este extenso grupo de personas que se sentían menospreciadas y tratadas de manera injusta por los españoles comenzaría a buscar la manera de cambiar sus circunstancias dentro del país. Geiger (2013):

Para los españoles americanos, La Virgen de Guadalupe, mito de origen no sólo del patriotismo criollo, sino de la nación mexicana de la actualidad, legitimaba su lugar en estas tierras y su derecho a disfrutar de la explotación de sus riquezas.

(p. 4)

La imagen de la virgen como portadora de significaciones otorgadas por sus seguidores, y por sus emisores, fue creada con un propósito primordial, sin embargo, al paso del tiempo y debido a la apropiación que el pueblo mexicano hizo de la imagen ésta tenía diferentes acepciones dependiendo de los ojos que la miraran, ya que cada uno de estos receptores provenía de un contexto diferente y su cosmovisión, así como el mensaje que la imagen transmitía a este receptor presentarían variaciones de todo tipo, y sin embargo ciertos conceptos e interpretaciones de la imagen se mantuvieron constantes. A pesar de que la forma en la que los ojos de los criollos veían a la imagen de la Guadalupana era distinta a la de los indígenas, ambas miradas convergían en un punto, el trato desigual que recibían por parte de los españoles. La imagen de la Virgen que había llegado debido a los españoles, pero para ese momento ya se consideraba mexicana era como ellos, hacía que los criollos se identificaran con ella por estas razones y también existía una identificación por parte de la población indígena. En suma, la Virgen de Guadalupe era la única que brindaba esta sensación de pertenencia a esta nueva sociedad a ambos lados: indígenas y criollos, y al lograr esto también consiguió el cariño y devoción de ambas partes.

Algunos de los conceptos tan fuertemente arraigados a la imagen de la Virgen de Guadalupe como el de “madre”, y “protección”, así como muchos otros están profundamente unidos a la imagen y han perdurado hasta el día de hoy en los mexicanos, gracias a la asociación de éstos con la imagen y debido a la relación que sus seguidores han establecido con ella. En palabras de *Griaule (1951), citado en Durand (1968)* “*Los actos más cotidianos, las costumbres, las relaciones sociales, están sobrecargados de símbolos, son duplicados en todos sus detalles por todo un cortejo de valores simbólicos*”. (p. 56). La construcción del símbolo se da a través del proceso de comprensión de éste, de los significados percibidos y también de los que posteriormente

se atribuyen, pero es a partir de la constante exposición y percepción de los elementos simbólicos que el individuo logra generar un constructo mental acerca de su comprensión de los símbolos, ya que este proceso no es algo que se genere de un día a otro, sino al pasar del tiempo y de la asimilación del símbolo como objeto visual y conceptual.

En la década de 1810 los seguidores de la imagen se aferraron a esta carga conceptual y emotiva con la que la imagen estaba impregnada, sin embargo, también existieron motivaciones distintas a las puramente sentimentales ya que, era bien sabido que la Guadalupana tenía muchos seguidores y éste era también un poderoso motivo para utilizar la imagen en favor de la causa, que además resultaría de beneficio para el pueblo mexicano.

Como es bien sabido la lucha de independencia duro poco más de 10 años desde 1810 hasta 1821, este movimiento armado se dio a diversas motivaciones dentro del país, Van Young (2006) habla de esto:

Si nos situáramos en 1810 para desde allí ver en retrospectiva el curso de la historia, descubriríamos que en la Nueva España (nombre que entonces se daba a México) el conflicto épico abarco muchas de las contradicciones sociales y tensiones resultantes del régimen colonial hispanoamericano considerado en su conjunto – de raza y clase, riqueza y pobreza, centro y periferia, autoritarismo y apertura política, tradición y modernidad”. (p. 25 – 26)

El estado de la sociedad mexicana en la década de 1810 cansó tanto a los habitantes debido a la forma en la que se explotaba campesinos de una manera constante y terrible, siendo los pagos que éstos recibían por sus servicios sumamente bajos y casi nunca lo suficiente para llevar una vida digna. Las injustas condiciones de trabajo, así como el maltrato en mayor o menor medida sufrido por parte de los españoles, hacia las diferentes castas, ya no solamente los indígenas, así como la larga historia de transgresiones llevadas a cabo por parte de éstos no se detenía, sólo continuaba creciendo cada día alimentando las ansias de sublevación en el pueblo. Sería

el 15 de septiembre de 1810 cuando el cura Hidalgo realizaría el llamado a los pobladores de Dolores, incitándolos a levantarse en armas en contra del gobierno español.

El cura Hidalgo fue una figura alrededor de la cual circulaban numerosos rumores, sobre todo provenientes de miembros de la iglesia que pretendían desprestigiarlo frente a sus seguidores, provocando que éstos lo abandonaran, dado que poseía mucha popularidad y lealtad de quienes lo seguían, los rumores se esparcían con la esperanza de desalentar a la gente y que Hidalgo quedara solo y sin apoyo. Gonzáles Salinas (2014) habla al respecto de aquellos rumores:

Demonio, francés hereje; enemigo de la Iglesia, del rey, del orden, de la Nueva España; soberbio, ambicioso, que buscaba favorecerse a sí mismo y arruinar a los demás; esta fue la imagen que la Iglesia propagaba en contra de Hidalgo y su rebelión en edictos que mandaba pegar en las puertas de los templos para que toda la población pudiera enterarse de lo escrito. (p. 167)

Sin embargo, y a pesar de los continuos esfuerzos por alejar a los seguidores del cura Hidalgo, esto no sucedió y dichos seguidores sólo fueron en aumento. Los ciudadanos que apoyaban al cura Hidalgo lo veían como una figura de respeto y veneración, como un guía en la batalla, pero también de manera espiritual y esto fortalecía en gran medida el respeto que sentían por él haciendo que se mantuvieran a su lado. Como lo explica Salinas (2014) los insurgentes habían creado alrededor de la figura del cura Hidalgo un halo de respeto al decir que era un hombre santo, sus seguidores incluso llegaron a creer que el cura seguía las instrucciones de la mismísima Virgen de Guadalupe quien lo guiaba en todo lo que hacía, por lo que la asociación de Hidalgo con la Virgen y con los conceptos vinculados a ésta fortaleció la fidelidad de sus seguidores que permanecieron a su lado aun en la batalla. “El mismo sentido religioso fue reproducido por los insurgentes, quienes crearon una imagen providencial del cura de Dolores. Más aún, esta imagen fue adoptada por su propio ejército, y rebasó la propaganda hecha por los criollos letrados”. (Salinas, 2014, p. 171). A través de la combinación de la imagen de la Virgen de Guadalupe que era en sí misma un símbolo nacional con un gran número de seguidores, combinado con la presencia del cura

Hidalgo el cual era un personaje conocido y querido por la gente humilde y por los seguidores de los insurgentes se generó una combinación ideal para atraer la atención de las masas, que escucharían con atención cada palabra del mensaje que Hidalgo les transmitía ya que además, este hombre “santo” estaba apadrinado por la imagen de la venerable madre de México.

Para los habitantes del país, y sobre todo en la fecha del 15 de septiembre de 1810 para los habitantes del poblado de Dolores ignorar la petición que estos dos símbolos hacían a ellos resultaría imposible, puesto que se apelaba a sus emociones a través de la imagen de la Virgen, y por medio de la presencia de Hidalgo se alentaba a la acción inmediata y contundente. El impacto que les causaba lo que presenciaban no se limitaba a la parte visual, y al apelar a la parte emocional a través de las connotaciones asociadas a la imagen de la Virgen que estaba fuertemente vinculada al sentimiento de patriotismo y pertenencia debido se movían algunas de las fibras más sensibles de los mexicanos, que, al verse humillados y explotados por tanto tiempo, y al ser llamados por la misma Virgen, y por el cura Hidalgo a tomar acción acudieron presurosos al llamado.

La imagen de la Virgen en manos del cura Hidalgo tuvo un doble efecto en los ciudadanos que ya demostraban su veneración y respeto a la imagen Mariana, y al ser utilizada como estandarte por Hidalgo que también era una figura popular dentro de su contexto se convirtió en un símbolo con un gran poder de convocación, haciendo que el impacto causado por la imagen de la Virgen en sus receptores fuera mayor, ya que no sólo era una imagen ampliamente reconocida y querida entre la población del país, en esa ocasión estaba siendo utilizada como símbolo de lucha por un hombre que encarnaba cualidades que los ciudadanos admiraban y respetaban.

En la Figura 12 se puede observar una fotografía del estandarte utilizado por el cura Hidalgo en 1810, la Virgen de Guadalupe ésta plasmada en dicho estandarte, junto con otros objetos usados también por el cura Hidalgo.

Figura 12

Estandarte con la virgen de Guadalupe y otros objetos utilizados por Miguel Hidalgo



Nota. Recuperado de *Estandarte con la virgen de Guadalupe y otros objetos utilizados por Miguel Hidalgo* [Fotografía], por Casasola: Fotógrafo, 1905 1910, Mediateca INAH. (<http://mediateca.inah.gob.mx/repositorio/islandora/object/fotografia%3A189035>)

Dados todos estos factores el discurso que se proyectaba a través de la imagen de la Virgen y del mismo cura Hidalgo no podía sino tener éxito, y así fue puesto que los seguidores de la Virgen e Hidalgo lucharon desde ese momento en adelante impulsados por motivaciones materiales tales como las económicas y políticas, pero también por motivaciones ideológicas, conceptuales e incluso visuales debido al uso de la imagen de la Virgen de Guadalupe y su fuerte carga simbólica que había logrado persuadir de entrar a la lucha armada a una infinidad de hombres y mujeres mexicanos.

2.1.2 La imagen de la Virgen de Guadalupe en la reforma

La guerra de reforma o también llamada guerra de tres años que duró desde 1858 hasta 1861, fue consecuencia de la promulgación del Plan de Tacubaya, así como de las diferencias entre los dos partidos políticos existentes en el país, el conservador y el liberal. Esta guerra se desató debido a la inconformidad por parte de los conservadores con respecto a la constitución de 1857, la cual consideraban era una constitución extremadamente liberal ya que se separaba a la iglesia del estado, y decretar esto en un país fuertemente católico resultaba intolerable para el partido conservador, que haría todo lo que estuviera a su alcance para intentar impedirlo. Las reformas que se realizaron durante ese periodo buscaban una separación de la iglesia de temas que le concernían al gobierno y para ello se realizó la promulgación de varias leyes, tales como la ley del 12 de Julio de 1859 que fue creada para nacionalizar los bienes del clero y también excluir los regulares, o la ley sobre la creación del registro civil de 1859, (Connaughton 2011). Todas estas leyes fueron promulgadas con la finalidad de facilitar la vida de los ciudadanos y separar la iglesia de los asuntos del estado, y de esta manera tomar un poco del control que dicha institución religiosa había ejercido sobre los mexicanos durante tanto tiempo.

Quizás sea debido a que las motivaciones principales de este conflicto subyacen en la presencia de la iglesia en ciertos asuntos de estado que la imagen de la Virgen de Guadalupe no está presente en este evento histórico tal como lo estuvo en otros, puesto que existía esta fricción con la iglesia católica y con el tipo de gobierno de ideología conservadora que había existido hasta el momento, y aunque la imagen de la Virgen fue un símbolo que utilizaron con anterioridad los liberales en este suceso en particular no fue utilizado como detonante o motivador para la convocatoria masiva o como símbolo o estandarte durante las luchas armadas.

2.1.3 La imagen de la Virgen de Guadalupe en la revolución mexicana.

La Revolución Mexicana fue un conflicto armado que tuvo inicio el 20 de noviembre de 1910, las causas de este conflicto fueron las injusticias de las cuales eran víctimas los campesinos mexicanos, la pobreza extrema en la que vivían y el despojo de sus tierras que sufrieron por parte del gobierno. Todo esto ocurrió durante el periodo

conocido como el Porfiriato. Este nombre se le da al periodo del tiempo en el cual Porfirio Díaz estuvo en el poder, siendo esto comprendido desde 1877 hasta 1911, cuando ejerciendo un gobierno dictatorial y ocasionando el gran descontento del pueblo mexicano provocó la inconformidad y posteriormente la insurrección de quienes gobernaba. Como lo expone *Garcíadiego 2010* a pesar de que Porfirio Díaz se dedicó a buscar la estabilidad y prosperidad económica y política del país, y de que efectivamente se observó un crecimiento en la economía, así como una evidente mejora en las relaciones internacionales hubo aspectos negativos dentro de su mandato que tenía como propósitos principales orden y estabilidad, sin embargo, en su afán de lograr dichos objetivos cayó en un gobierno autoritario que cometía grandes injusticias en contra de los más débiles y poco a poco esto ocasionó que el pueblo se levantara en armas.

Dentro de las figuras importantes en la Revolución Mexicana una de las que más destacó fue Emiliano Zapata, que lideraba el Ejército Libertador del Sur. Womack Jr., (1969) habla sobre Zapata como un campesino del pueblo de Anenecuilco en el estado de Morelos, donde era conocido por ser responsable y defensor de las causas del pueblo aún desde temprana edad, tanta era la confianza de los que lo conocían que el 12 de septiembre de 1909 cuando fue convocada una junta por los ancianos de Anenecuilco para elegir nuevos concejales Zapata fue elegido por los habitantes del pueblo, y desde ese momento el pondría todo su empeño en defender los derechos de los campesinos, en un principio los de su pueblo y más adelante aquellos pertenecientes a otros estados.

Emiliano Zapata sería uno de los principales dirigentes de este movimiento en contra de las injusticias que afectaban a los campesinos mexicanos, este líder no se limitaría a aquellas funciones diplomáticas, sino que pelaría las batallas hombro a hombro con los otros campesinos para defender y luchar por mejorar las condiciones de trabajo y de vida de quienes representaba, era un hombre de voluntad firme y tenía un objetivo fuertemente fijado, así que luchó hasta su muerte por conseguirlo. Zapata era, además de un ferviente creyente de la libertad, un dirigente sumamente inteligente, y sabiendo que un gran número de individuos pertenecientes a sus tropas eran fieles seguidores de la Virgen de Guadalupe dicha imagen acompañó durante las batallas al ejército zapatista, era llevada como estandarte para acompañar a las tropas, nuevamente

la “madre de los mexicanos” se encontraba presente en un evento de gran relevancia para el pueblo de México y sobre todo para aquellos que se veían más oprimidos.

Dentro del proceso interpretativo de un símbolo, en este caso la imagen de la Virgen de Guadalupe los interpretantes deben poseer un bagaje cultural que les permita realizar la decodificación de aquello que están observando, Eco (2000) lo expresa claramente:

El proceso de comunicación se verifica sólo cuando existe un código. Un código es un SISTEMA DE SIGNIFICACIÓN que reúne entidades presentes y entidades ausentes. Siempre que una cosa MATERIALMENTE presente a la percepción del destinatario REPRESENTA otra cosa a partir de reglas subyacentes, hay significación. (p.25) sic.

En el caso del ejército zapatista, su entorno, así como sus tradiciones les permitieron contar con los elementos necesarios para que la comprensión del símbolo se realizara de una manera natural, puesto que las significaciones que la imagen Mariana contenía eran bien conocidas por ellos, e incluso existía ya un vínculo de los receptores con la imagen/símbolo, lo cual generaba en ellos una sensación de familiaridad e incluso quizás la imagen fungió como elemento tranquilizador el llevar el estandarte con la imagen de la Virgen con ellos, puesto que además remitía a conceptos como el hogar, protección, maternidad entre otros. La imagen de la Virgen no sólo los alentaba, sino que les brindaba consuelo en medio de la batalla y de las penurias del camino.

Las imágenes han sido y serán siempre mucho más que la representación de algún objeto o suceso, son más que los materiales que las sostienen y las técnicas con las que son generadas, las imágenes guardan emociones, sensaciones y recuerdos. La imagen crea vínculos, e incluso transporta al observador fuera del espacio físico en el que se encuentra. En este caso la imagen de la Virgen de Guadalupe llevada en manos de un líder revolucionario generaba nuevamente una fuerte significación que impactaba directamente a los receptores, que acudían a unirse a las fuerzas Zapatistas motivados por las injusticias sufridas por tanto tiempo, pero al mismo tiempo por la figura de Emiliano Zapata que además de ser un guerrero y líder estaba acompañado de otra

figura aún más importante y respetada para el país, nuevamente la imagen de la Virgen se utilizaba como símbolo de convocación a la lucha, al mismo tiempo que brindaba la sensación de protección para todos aquellos que dejaban atrás sus hogares para empezar un viaje que del cual muchos no regresarían.

Uno de los puntos en los cuales estaba basada la ideología del movimiento revolucionario era la separación de la iglesia y el Estado, sin embargo, esto no quería decir que se dejaran de lado las creencias religiosas, o que se perdiera la fe en sus símbolos, tal como lo expresa Arnal (2015) el ejército zapatista estaba compuesto por personas de origen humilde, campesinos que eran fervientes creyentes de la Virgen de Guadalupe y que además eran también defensores de los derechos de los campesinos. Los Zapatistas poseían un profundo sentido de patriotismo pues veían su causa como el motor que los impulsaba, y dentro de esta visión de compromiso con su país no lograban separar la idea de ser mexicanos de ser Guadalupanos, puesto que para ellos ambos conceptos estaban intrínsecamente relacionados.

En las figuras 13 y 14 se puede observar a los revolucionarios cabalgando por las calles llevando consigo un estandarte de la Virgen de Guadalupe.

Figura 13

Ejercito zapatista desfila con estandarte de la Virgen de Guadalupe



Nota. Recuperado de Ejercito zapatista desfila con estandarte de la Virgen de Guadalupe [Fotografía], por Casasola: Fotógrafo, 1914, Mediateca INAH.

(http://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/fotografia%3A13145)

Para los mexicanos, y no sólo para los zapatistas la imagen de la Virgen de Guadalupe era un símbolo que podía evocar los más diversos significados y emociones, desde ser el elemento que los llevara a la calma y la espiritualidad debido a la visión de ella como madre de México, hasta convertirse en el motor de una lucha armada y brindarles fuerza y determinación puesto que les recordaba la patria, la familia, la tierra y todo aquello que el gobierno continuamente quería pisotear. Es cierto que la interpretación de los símbolos es algo que se da de manera única y muy personal dentro de cada individuo, sin embargo es verdad que un signo se convierte en símbolo únicamente cuando es ampliamente reconocido por los observadores que son capaces de interpretar y reconocer los conceptos que éste contiene de una manera inequívoca, en este caso la imagen de la Virgen de Guadalupe era para el momento en el que se desataba el movimiento revolucionario un símbolo inconfundible, reconocido e interpretado exitosamente por cada uno de los receptores fueran o no creyentes, y además de esto se convirtió en un elemento que unió y unificó a todos aquellos que eran devotos de la imagen y que peleaban en el movimiento de la revolución, siendo

constantemente un elemento evocador de conceptos y por esto mismo motivador para los receptores que la seguían de manera fiel.

Figura 14

Desfile por el zócalo de la vanguardia de la división Pacheco Zapatistas.



Nota. Recuperado de *Desfile por el zócalo de la vanguardia de la división Pacheco Zapatistas*, [Fotografía], 1945, Mediateca INAH.

(http://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/fotografia%3A13145)

2.2 La imagen de la Virgen de Guadalupe en el siglo XX

A través de un largo recorrido por la historia de México, la imagen de la Virgen de Guadalupe ha conservado un lugar en la cultura mexicana, se ha mantenido presente en el ámbito religioso, y también ha logrado trascender en las últimas décadas a ámbitos que jamás hubieran sido considerados adecuados o plausibles al momento de su creación. La imagen de la Guadalupana ha sabido adaptarse a las circunstancias que se le han ido presentando en cada época en la que ha estado presente, siendo testigo de terribles eventos como luchas armadas, victorias, celebraciones, ceremonias y épocas de paz en el país que la recibió hace ya tanto tiempo. Lo cierto es que esta imagen tan icónica dentro de la cultura mexicana y ahora en el mundo ha demostrado cada vez que se le ha utilizado como estandarte o como elemento para focalizar la atención de los

mexicanos que posee en sí misma la fuerza visual y conceptual necesaria para lograr cada vez y de manera efectiva que aquellos a quienes se dirige la imagen respondan ante ella de manera inmediata.

2.2.1 Los Cristeros

La Guerra cristera o también llamada Cristiada fue un enfrentamiento armado que duró tres años, de 1926 a 1929, siendo resultado de la reacción generada por la iglesia a las acciones tomadas por el Estado revolucionario al iniciar la separación de iglesia y Estado, e implementar nuevas leyes. López (2011) explica cómo la forma de proceder del nuevo gobierno con respecto a la participación de la iglesia en asuntos de estado, y la realización de eventos religiosos fuera de los templos católicos motivaron a la iglesia a reaccionar ante lo que a su parecer eran acciones agresivas en su contra. Si bien en años anteriores durante el gobierno de Álvaro Obregón en el año 1920 dicha fricción entre iglesia y Estado disminuyó considerablemente, más adelante durante el gobierno de Calles esto cambiaría por completo. “a partir de la presidencia de Calles (1924 – 1928), representante del sector más tenazmente anticlerical del constitucionalismo, las tensiones en torno a la cuestión religiosa llegarían a su clímax, produciéndose en aquel contexto de exaltación la guerra cristera”. (López, 2011, p. 38). El gobierno de Calles aplicaría de forma rigurosa leyes de la Constitución de 1917 para mantener los asuntos de la iglesia alejados de las cuestiones políticas y sociales, limitándose únicamente a su ámbito desatando una fuerte reacción por parte de la iglesia.

La ideología del nuevo gobernante tenía sus orígenes en décadas anteriores, así como en los movimientos armados que le precedían y que habían luchado para llegar a la presidencia, por lo que Calles sentía una gran responsabilidad por continuar con acciones acordes a los objetivos revolucionarios y no se detendría ni limitaría al aplicarlos. Sin embargo, ante la actitud implacable de Calles, la iglesia buscaría una forma de manifestar su descontento, así fue como en julio de 1926 la iglesia anunció que se suspenderían los cultos, dicha reacción fue a manera de manifestación en contra de la ley Calles que el nuevo gobierno intentaba imponerle a la iglesia. Sin embargo, todos estos hechos tendrían una fuerte repercusión puesto que la iglesia había comunicado a

sus fieles que las acciones que se veían obligados a tomar como forma de protesta eran provocadas por la actitud del gobierno, lo cual ocasionaría la furia de los creyentes, López (2011) describe como a partir de la segunda mitad de 1926 se empezaron a observar levantamientos armados que aumentarían cada vez más haciendo crecer el conflicto hasta el punto de considerarlo como una guerra.

Bajo el lema de “Viva Cristo Rey” los campesinos de diferentes estados del país se levantaron en armas para defender a la iglesia de lo que ellos veían como ataques por parte del gobierno, miembros de la iglesia se habían encargado de difundir el mensaje de que el gobierno quería destrozarse a la iglesia y con esto a los valores que dicha institución decía difundir. *“En la persecución, veían la prueba de la predilección que por este país tenían la Virgen y Cristo”*. (Meyer 2004, citado en López 2011, p. 42). Cada uno de aquellos ciudadanos y campesinos que decidieron unirse a los cristeros estaban convencidos de que era un honor poder pelear por defender sus creencias, no se trataba simplemente de defender una institución, para ellos su propósito era defender aquellos símbolos que veían como faros espirituales para ellos y sus familias, e incluso para el país entero, iban convencidos de que ellos luchaban por una causa justa e incluso pensaban que en caso de morir tendrían ganado el cielo, puesto que se veían como guerreros de Dios por estar defendiendo a la iglesia de sus enemigos.

Los estados que participaron más activamente en la guerra cristera fueron: Jalisco, Guanajuato, Colima, Michoacán y Querétaro, y en el caso de Michoacán la activa participación dentro de este enfrentamiento armado no fue sólo por parte de sus hombres, las mujeres también se vieron muy vinculadas a la Guerra cristera. La iglesia era para la mujer de aquella época un pilar de la institución familiar, sobre todo tratándose de los hogares tradicionales de origen humilde o campesino la iglesia y las creencias y tradiciones que se habían adquirido a través de ella eran parte fundamental de la vida de los ciudadanos, convirtiéndose en algo tan cercano a conceptos a los que guardaban tanto cariño como son los de familia, hogar, nación y entre ellos también estaba la religión, y las creencias que eran transmitidas de generación en generación por los miembros de una familia. Para las familias de origen humilde los símbolos como el crucifijo, o la imagen de la Virgen tenían un peso enorme que había sido impregnado en sus creencias a través de generaciones y que el decreto de algunas leyes nuevas no

borraría, y en este caso por el contrario los ciudadanos sentían la ferviente necesidad de proteger aquello que formaba parte de sus vidas y que estaba siendo atacado.

A pesar de los peligros constantes que corrían las mujeres involucradas seguían apoyando fervientemente la causa, puesto que ellas al igual que los hombres que luchaban en batallas estaban convencidos de que con estas acciones defendían las creencias y valores de toda la nación. Quezada (2012) lo expresa:

La Brigadas Femeninas fueron creadas con el objetivo primordial de movilizar a las mujeres en la labor de conseguir y abastecer de armas y municiones a los soldados cristeros, no importando que este fuera el trabajo más peligroso y difícil de todo el esfuerzo militar que se estaba realizando. (p. 212)

Nuevamente queda evidenciado el poder abrumador que pueden llegar a tener los símbolos en los receptores, puesto que, si dicho símbolo logra convertirse a través del tiempo en un elemento constante de la vida del individuo, en algo que interactúa con su cotidianidad y por ende con sus vivencias y emociones más íntimas, el individuo genera un vínculo irrompible con él. La atribución de conceptos y significaciones llegarán tan lejos que se habrán creado lazos que trascenderán a más de una generación motivando al individuo a proteger dicho símbolo de los ataques externos de aquellos que bien no están familiarizados con el símbolo, o que al no percibir las mismas significaciones que el primer receptor buscan descartar o eliminar al símbolo. Es así que los hombres y mujeres que participaron en la lucha cristera estaban totalmente comprometidos e incluso honrados de ser parte de ella, así queda expresado en el siguiente texto que es un fragmento de la Liga Nacional Defensora de la Libertad Religiosa citado en Quezada (2012).

[...] ante Dios Padre, Hijo y Espíritu Santo, ante la Santísima Virgen de Guadalupe y ante la Faz de mi Patria, yo, (X) juro que, aunque me martiricen o me maten, aunque me halaguen o prometan todos los reinos del mundo, guardare todo el

tiempo necesario secreto absoluto sobre la existencia y actividades, sobre los nombres de las personas, domicilios, signos... que se refieran a sus miembros. Con la gracia de Dios, primero moriré que convertirme en delatora [...]. (p. 214)

En el texto anterior queda expresada la devoción y fidelidad que tanto hombres y mujeres tenían por la causa cristera, en este caso el texto es un fragmento del juramento que hacían las mujeres miembros de dicha liga, puede resultar impactante para aquellos que no comparten las mismas creencias leer dicho juramento, que incluso se puede tachar de extremista y con tintes de fanatismo, sin embargo para las personas involucradas en los hechos de esa época y comprometidas a defender sus símbolos y creencias era un deber que cumplirían así les costara la vida.

Si bien es cierto que la separación de la iglesia sobre los asuntos de estado era algo necesario para la sociedad mexicana, también lo es que las acciones que se llevaron a cabo durante el gobierno de Calles llegaron en ocasiones al extremo, puesto que tanto el gobierno como la iglesia parecían estar en competencia perpetua, y más que resultar en beneficio de la sociedad algunas de sus acciones orillaron a los ciudadanos a unirse a la guerra e incluso perder la vida. En la Figura 15 se observa el interior de una capilla que fue clausurada por los policías, ésta fue una de las rigurosas medidas que se tomaron por parte del gobierno de Calles para coartar las actividades de la iglesia y de sus feligreses.

Figura 15

Policías clausuran una capilla durante conflicto cristero



Nota. Recuperado de *Policías clausuran una capilla durante conflicto cristero* [Fotografía], por Casasola:

Fotógrafo, 1926 1929, Mediateca INAH.

(http://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/fotografia%3A266579)

A pesar de la persecución de los cristeros y en general de los creyentes y fieles de la iglesia católica por parte del gobierno de Calles, y de las constantes represalias a los templos e incluso a los hogares de los ciudadanos, los cristeros se mantuvieron en la lucha por lograr la restitución de aquellos derechos que le habían sido arrebatados a la iglesia, y por lo tanto a ellos. Fue hasta tiempo después cuando por fin se llegaría a acuerdo entre las dos partes “El final de esta rebelión fueron los famosos “Arreglos” del 21 de julio de 1929 entra la iglesia y el Estado, que obligaron a los cristeros a deponer las armas en condiciones sumamente afrentosas y desfavorables”. (De Bonfil, 1970, p. 9). Después de un largo periodo de luchas y enfrentamientos entre ambas partes por fin se llegaría a un punto si no de completa paz sí de tolerancia, permitiendo recuperar

ciertas libertades y derechos por los que se había luchado y sacrificado tantas vidas. Los seguidores y defensores de la iglesia por fin verían un momento en el cual podrían descansar y no temer por el ataque a aquellos símbolos que habían defendido con su vida.

2.2.2 Los años 60s y 70s

Tras haber sido testigo de eventos de gran magnitud a través de la historia del país, la imagen de la Virgen de Guadalupe había resistido todo tipo de circunstancias, esta vez sería testigo de la construcción un nuevo templo en su honor, marcando con este evento otra etapa en la demostración del fervor a la imagen Guadalupana. Fue en el año de 1974 cuando se construyó la Nueva basílica de Guadalupe, Artigas (2011) menciona que fue debido al aumento poblacional, así como al creciente número de visitantes al antiguo templo y el deterioro en la construcción de éste que se tomó la decisión de construir un nuevo templo que pudiera proporcionar el espacio requerido para los visitantes, y sobre todo que contara con el espacio y las condiciones para estos sin poner en riesgo a las personas, ni a la imagen de la Virgen.

Artigas (2011)

No obstante, muchas de las obras llevadas a cabo en diferentes épocas no hicieron sino acentuar las carencias que presentaba el lugar, porque recargaron aún más el terreno. Es decir que, desde la misma construcción de los inmuebles, sumamente masivos y pesados, empezaron las dificultades sin que jamás fueran resueltas de manera cabal; tampoco hubiera sido fácil lograrlo entonces, en vista de los conocimientos y recursos técnicos que se tenían. (p.59)

Tanto la construcción de la antigua basílica, así como de los edificios cercanos a ella presentaban severos daños debido al deterioro en los materiales causado por el uso y el paso del tiempo, resultando inevitable la construcción de una nueva basílica, los

arquitectos encargados del diseño y planeación de la nueva construcción serían Pedro Ramírez Vázquez y José Luis Benlliure Galán, ambos arquitectos con una amplia experiencia y conocimientos en su ramo.

Aunque se había determinado la construcción de un nuevo templo, también se había llegado a un consenso acerca de las características que la construcción debía poseer a fin de cumplir con su objetivo funcional, pero sin olvidar la parte estética Artigas (2011) habla sobre dichas características a cumplir:

El proyecto debía plantearse con arquitectura de actualidad, pero que no opacase la tradición de La Villa. Tampoco debía de recurrirse a elementos de otras épocas; estas premisas se lograron, inicialmente, con la ubicación del edificio nuevo, a un costado de la plaza, de manera que no restase protagonismo a un punto elevado de la construcción, y por una iluminación destacada desde lo alto sin ninguna habitación encima. (p. 60 – 61)

Desde la planeación de la nueva basílica se tuvo el cuidado de no diseñar una construcción que pudiera opacar al templo original, puesto que los seguidores de la imagen Guadalupana, ya fuera tratándose de miembros del clero o de ciudadanos comunes le tenían un gran aprecio. La antigua basílica había albergado durante tanto tiempo a la imagen de la Virgen lo cual provocaría que los creyentes tardaran en aceptar el nuevo, por lo tanto, si se caía en el error de diseñar una construcción que compitiera con la ya existente la aceptación por parte de los fieles sería aún más difícil.

El objetivo principal de esta nueva construcción era el de la funcionalidad, es decir, se buscaba poder brindar los servicios necesarios a quienes acudían al espacio donde se encontraba la imagen de la Virgen, dichos servicios iban desde tener el espacio necesario para la gran cantidad de personas que acudían cada día, y sobre todo en fechas especiales, así como construir un espacio con las condiciones estructurales que permitieran que se oficiaran las misas y otras actividades propias del lugar. A pesar de tener en cuenta los aspectos funcionales y materiales como primer punto, también se tomó en cuenta la parte visual, desde el interior al exterior creando un lugar espacioso e

iluminado, y cuidando los elementos compositivos que permitieran una visibilidad de la imagen de la Virgen, así como la recepción adecuada del sonido dentro del lugar. Artigas (2011) lo expone claramente:

El tratamiento de la techumbre obedece también a requerimientos acústicos, con objeto de evitar que se produzca eco o reverberación de las voces o de la música. Recuérdese que estamos en un lugar donde la palabra debe llegar clara a los oídos de los feligreses y se establece un dialogo entre el oficiante y los asistentes a las ceremonias religiosas. (p. 63)

Si bien el nuevo edificio proporcionaría todo aquello que el antiguo templo había perdido poco a poco debido al deterioro, debe recordarse que es la imagen de la Virgen la que otorga poder al lugar, ya que es justamente cuando su presencia por fin se encuentra dentro de este nuevo templo que éste adquiere importancia y significación para todos los seguidores de la imagen. Fue el 12 de octubre de 1976 (Artigas, 2011, p. 63) cuando la imagen por fin se encontró en la nueva basílica, desde ese momento el nuevo templo se convertiría en su hogar, tal como años atrás lo había sido la primera basílica, también llamada Colegiata, sin embargo, a pesar de haberse mudado de ubicación y a la evidente diferencia entre uno y otro espacio la imagen lejos de perder seguidores conservo lo que tenía y al paso de los años se irían sumando aún más, demostrando con esto el fuerte vínculo generado hasta ese momento entre la imagen de la Virgen y los habitantes del país, el cual había permanecido intacto a pesar de los cambios realizados al espacio donde se ubicaba la imagen.

En las Figuras 16 y 17 se observan fotografías tanto de la antigua basílica como de la nueva, el contraste es grande, ya sea en estilo , así como en materiales y en diseño arquitectónico de ambos templos, sin embargo, poseen una cosa en común la cual es lo único que importa para convertirlos en verdaderos templos, y esto es el haber albergado la imagen de la Guadalupana, bañándolos en los significados asociados a la imagen y haciendo que compartieran significaciones y simbolismos con ella debido a esto. Los dos templos son lugares respetados y queridos por los seguidores de la imagen hasta el punto de modificar la conducta de quienes acuden a visitar a la Virgen, puesto que en su

presencia demuestra respeto y buen comportamiento por tratarse de “la madre de México”.

Figura 16

Basílica de Guadalupe, fachada principal y lateral.



Nota. Recuperado de *Basílica de Guadalupe, fachada principal y lateral.* [Fotografía], por Fototeca Nacional, 1910 1915, Mediateca INAH.

(https://www.mEDIATECA.INAH.GOB.MX/ISLANDORA_74/ISLANDORA/OBJECT/FOTOGRAFIA%3A395451)

Figura 17

Vista de la antigua basílica y la nueva de la Virgen de Guadalupe



Nota. Recuperado de *TurismoMéxico.es*, [Fotografía]. (<https://www.turismomexico.es/mexico-df-ciudad-de-mexico/basilica-de-virgen-guadalupe/>)

La fuerza del símbolo radica en mantenerse vivo en la mente de sus receptores, y al mismo tiempo ser inconfundible en sus significaciones para éstos, es justo esto lo que la imagen de la Virgen ha logrado a través del tiempo y de sus diversas apariciones y participaciones en la vida del país. La imagen de la Virgen no ha logrado algo tan básico como sobrevivir, ha trascendido su contexto original para convertirse en algo más que otra representación Mariana, se volvió estandarte de un pueblo ávido de símbolos que le dieran fuerza y esperanza, y dicho pueblo la adoptó y le dotó de una nacionalidad convirtiendo a la imagen de ese punto en adelante en un símbolo que se mantiene presente y que también evoluciona junto con la sociedad que constantemente le atribuye nuevas cualidades acorde a las épocas, pero que no ha muerto y que constantemente remonta en presencia y fuerza visual gracias al uso que se le ha dado por parte de sus seguidores.

2.2.3 El fin del siglo XX y el principio del siglo XXI

Actualmente la imagen de la Virgen de Guadalupe sigue presente, sin embargo, para sorpresa de algunos se ha modernizado, se ha extendido a los medios masivos e incluso se ha reinventado a través de la propuesta creativa de las nuevas generaciones. La Virgen de Guadalupe símbolo poseedor de una enorme carga histórica y emocional para el país se volvió en la actualidad el contenedor de nuevas connotaciones para sus seguidores. La imagen se volvió parte del entorno mediático a través de su participación en programas televisivos, se la puede encontrar en el diseño de ropa de marca como un estampado más, e incluso por medio del diseño gráfico ha encontrado un lugar dentro de los productos de papelería, y con esto no ha perdido su fuerza visual y simbólica, por el contrario, se ha actualizado y renovado en un mundo en constante cambio, haciéndose notar ante las nuevas generaciones y el mundo entero a través de medios de comunicación que siglos atrás ni siquiera existían pero que al día de hoy le permiten reforzar su posicionamiento

Dentro de los ejemplos de la participación de la imagen de la Virgen de Guadalupe en los medios masivos, se encuentra el programa de televisión “La Rosa de Guadalupe”, dicho programa que salió al aire en el año de 2008 ha sido uno de los vehículos de

transmisión de la imagen Mariana, y por ende de su reforzamiento dentro de la cultura del país. Dentro del programa la imagen de la Virgen de Guadalupe es vinculada a milagros que les ocurren a los protagonistas de cada capítulo, en dichos capítulos se narran historias de la vida cotidiana de los personajes pertenecientes a la sociedad mexicana.

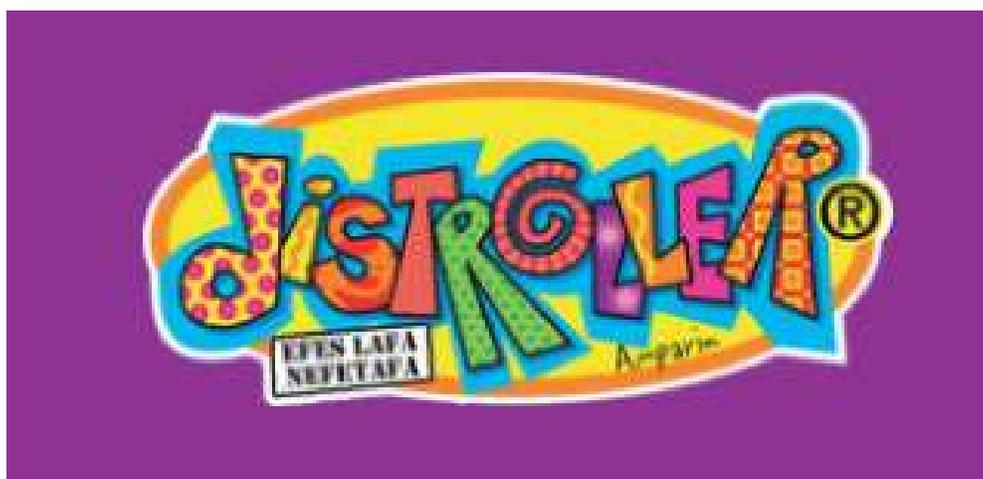
En la “pantalla chica” la imagen de la Virgen se convierte de símbolo arcaico a actual, traspasa los límites del ámbito religioso a la cotidianidad del individuo común, conviviendo con él y ofreciéndole ayuda en los problemas que enfrenta. El hecho de que los receptores estén en continua exposición a la imagen a través de un programa de televisión permite que ésta retome la fuerza perdida a través del paso del tiempo y también debido a la diferencia en ideología y creencias de las nuevas generaciones. “Por su parte, la mediación televisiva actualiza el mito guadalupano, lo difunde, lo acerca a las audiencias y participa de la visibilidad del Guadalupanismo callejero en la pantalla”. (Altamirano, 2012, p. 1024). Es a través de los medios de comunicación que el símbolo se mantiene vivo y presente en la sociedad, y dado que la naturaleza de las sociedades es cambiante y evoluciona también evolucionaran las interpretaciones de dicho símbolo modificándose por medio de sus receptores, pero enriqueciendo el contenido conceptual.

La imagen de la Virgen no sólo se ha mediatizado, también ha sido reinventada a través de marcas como *Distroller*, la cual ha tomado la imagen de la virgen y le ha dado un tratamiento que la ha acercado a las generaciones más jóvenes a través de la caricaturización de la imagen, la diseñadora Amparo Serrano fundadora de la marca y creadora del personaje, el cual es una caricaturización de La Virgen de Guadalupe, así como otros personajes basados en elementos de la cultura popular mexicana se atrevió a tomar un símbolo mexicano de cientos de años perteneciente a un ámbito que en general es considerado como un tanto hermético e inaccesible y la llevó al mundo de los personajes y las marcas, fue a través de este rediseño de la imagen de la Virgen de Guadalupe que la marca Distroller despuntó de forma tremenda dentro del mercado, pero esto no sólo ayudo a la marca a obtener mayores ventas y popularidad, también le dio a la imagen de la Guadalupana una renovación y un reposicionamiento en la memoria de los mexicanos más jóvenes.

En las Figuras 18 y 19 se puede observar el logotipo de la marca *Distroller* así como el rediseño de la imagen de la Virgen de Guadalupe, tanto en el diseño del logotipo como en el personaje de la Virgen de la marca se observa un uso de colores variados y vibrantes, se busca proyectar una imagen vivaz debido a que su público meta se encuentra entre la población infantil.

Figura 18

Logotipo de marca Distroller



Nota. Recuperado de *distroller.com*, [Captura de pantalla], 2022. (<https://chile.distroller.com/marcas>)

Figura 19

Imagen de personaje Virgencita plis



Nota. Recuperado de *distroller.com*, [Captura de pantalla], 2022. (<https://chile.distroller.com/marcas>)

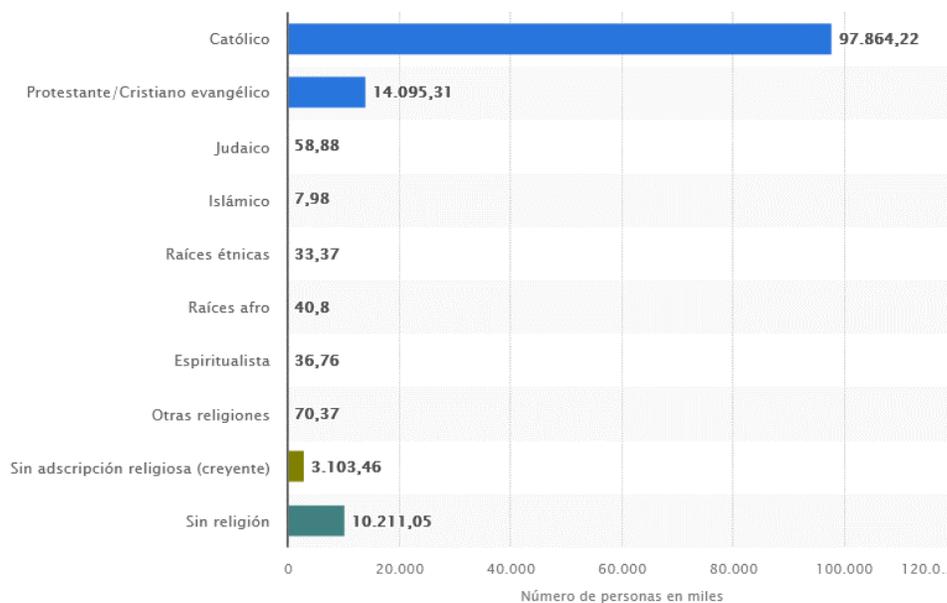
En la imagen de la caricaturización de la Virgen se puede observar que se conservaron elementos compositivos de la imagen original que la hacen fácilmente identificable como la Virgen de Guadalupe, sin embargo, se ve una gran variación en los colores utilizados, así como la modificación o supresión de elementos de la vestimenta y de la forma de la imagen original, esto tiene la finalidad de enfatizar la diferencia entre una y otra, y destacar el estilo de la marca, además de dotar al personaje de un estilo juvenil mucho más amigable para los jóvenes receptores.

Datos acerca de visitantes a la Basílica de Guadalupe. Como es bien sabido México es un país sumamente católico, habiendo sido alguna vez un pueblo de creencias politeístas, su fe se convirtió al catolicismo debido a la conquista española, sin embargo, en el país se puede observar un tipo de catolicismo enfocado en un símbolo religioso muy querido para el pueblo mexicano, el cual responde al nombre de “Guadalupanismo”, esta nueva forma de devoción centrada en la Virgen de Guadalupe es expresada durante todo el año a lo largo y ancho del país, pero sobre todo queda evidenciado cada 12 de diciembre cuando en cada iglesia católica se celebra a la Virgen de Guadalupe, y cuando también visitantes de todos lados acuden a la Basílica a demostrar su devoción.

La Virgen de Guadalupe es un símbolo religioso muy querido y que ha logrado mantenerse presente en el país por siglos, como se observa en la siguiente gráfica la población con tendencia religiosa católica sigue presentando un gran número de adeptos hasta el día de hoy.

Figura 20

Número de personas en México en 2020, según grupo religioso



Nota. Recuperado de Sociedad – Religión, [Gráfica] [statista.com](https://es.statista.com/estadisticas/573120/practicantes-de-una-religion-segun-tipo-en-mexico/), 2023,
(<https://es.statista.com/estadisticas/573120/practicantes-de-una-religion-segun-tipo-en-mexico/>)

Como se puede observar en la Figura 20, el número de personas en México que profesa la religión católica es de 97.864,22 millones de mexicanos, este número supera por mucho a las otras preferencias religiosas, sin embargo, también el porcentaje de las personas de preferencia protestante / cristiano evangélico, así como las que no profesan ninguna religión han ido en aumento, y aunque el número no es cercano a aquellos de la preferencia católica son porcentajes que destacan entre los demás, mostrando con esto cuáles son las tendencias religiosas dentro de la población mexicana.

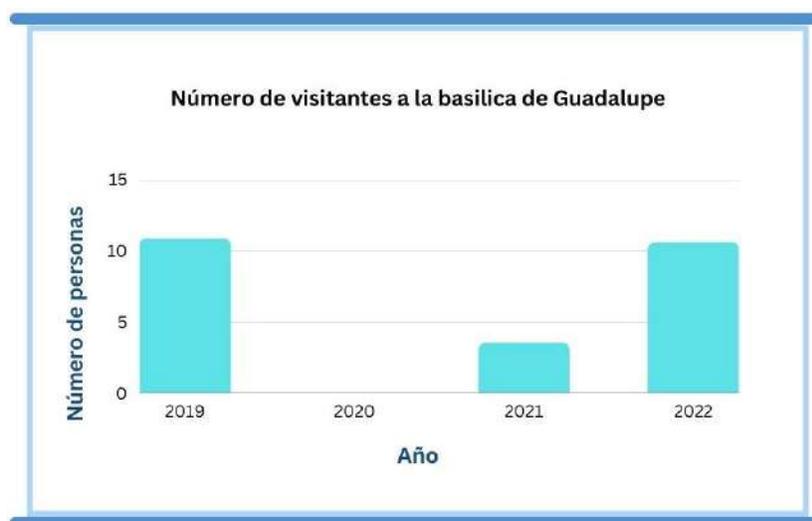
Sin embargo, aún en la actualidad y ante un número creciente de personas que no presenta ninguna preferencia religiosa es posible observar como la devoción por un símbolo como la Virgen de Guadalupe sigue vigente, y queda de manifiesto cada año el 12 de diciembre cuando millones de devotos de todo el país acuden a visitar a la Virgen morena.

Antes de la pandemia en el año de 2019 se registraron 10 millones 868 mil 737 visitantes (Gómez, 2022) a la basílica de Guadalupe, sin embargo, un año después debido a las restricciones por parte del gobierno no fue posible llevar a cabo misas de manera presencial, y éstas fueron televisadas por lo que los seguidores de la Virgen de Guadalupe no pudieron visitarla sino hasta el 2021, en dicho año ya se registró 3.5 millones de visitantes (Gómez, 2022), un número que a pesar de ser mucho menor al del año 2019 comenzaba a mostrar que la Virgen no se quedaría sin visitantes ni mucho menos fuera de la memoria de sus fieles. Ya en el año de 2022 con menos restricciones y una mayor sensación de seguridad los visitantes de la Virgen llegaron en mayor número siendo esta vez 10.6 millones (Gómez, 2022), quienes acudieran pudiendo llevar a cabo las actividades que anteriormente les habían sido prohibidas por causa del Covid-19.

Como se puede observar en la Figura 21 en los últimos cuatro años desde el 2019 hasta el 2022 resulta evidente como el número de visitantes a la basílica de Guadalupe disminuyó drásticamente a cero hasta el momento en el que las visitas y las misas fueron prohibidas momentáneamente debido a la pandemia. Sin embargo, en cuanto fue posible llevar a cabo nuevamente las visitas los devotos comenzaron a regresar, aunque dichas visitas sólo se realizaran de manera breve.

Figura 21

Grafica de visitas a la basílica de Guadalupe de 2019 - 2022



Nota. Elaboración propia. Año 2023.

Para el mexicano resulta imposible desligarse de manera total de un símbolo que ha estado presente en su vida por siglos, ya que la Virgen se ha convertido incluso en el origen de un mito, ella es la representación de muchos conceptos que resultan sagrados para el mexicano más allá del sentido religioso, la Virgen de Guadalupe forma parte de una institución social de suma importancia como lo es la iglesia, sin embargo, en el caso de la Guadalupana en México ella misma se ha convertido en una institución social que se sostiene bajo conceptos y significaciones fuertemente cimentadas por la misma sociedad mexicana, quien a su vez se nutre de ellas. En palabras de Araya Umaña (2002) el proceso de objetivación permite al individuo realizar la concretización de conceptos abstractos en algo más tangible, para así poder comprenderlo y hacerlo parte de su vida. Es decir, el sujeto procesa los conceptos y símbolos por medio de aquello que le es conocido o familiar y que ha sido parte integral de su proceso de formación social, de su personalidad e incluso de su identidad permitiendo a través de esto la generación de representaciones visuales que facilitan la asimilación de contenidos simbólicos presentes en la sociedad. En el caso de la imagen de la Virgen de Guadalupe dicha concretización de los simbolismos que el ámbito religioso posee se han visto proyectados a través de la imagen de la Virgen de Guadalupe, ésta se ha vuelto una parte fundamental dentro del imaginario mexicano, en todos los estratos sociales la Virgen está presente, de tal manera que su fuerza se ha mantenido incluso al verse interrumpidos los ya tradicionales ritos llevados a cabo en su honor durante siglos. Con esto queda claro que la fuerza de la imagen de la Virgen de Guadalupe es capaz de superar todo tipo de eventualidades, incluso el giro de 180 grados que la pandemia provocó alrededor del mundo, el poder simbólico y social de la Virgen se ha mantenido indeleble en el imaginario social de México.

2.3 Incidencia de la religión en la sociedad mexicana

La palabra religión tiene su origen etimológico, según Abbagnano (1961) en la palabra “relegere”, es decir “aquellos que cumplían con sagacidad todos los actos del culto divino y, por así decirlo, lo releían atentamente, fueron denominados religiosos” (Abbagnano, 1961, p. 1007). En diversos países dicha definición de origen aún es aplicable para describir a aquellos que demuestran su fervor hacia cierta creencia religiosa, y dentro de esos países se encuentra México, una nación con un gran porcentaje de católicos, que además se han especializado, por decirlo de alguna manera en un símbolo en especial: la Virgen de Guadalupe.

México es un país con un alto número de población católica, si bien ésta no era la religión que se profesaba por parte de las culturas originarias del país, lo sería posterior a la conquista española, logrando además de la implantación de una nueva religión, que ésta se manifestara de una manera particular y única dentro de México debido a las circunstancias en las cuales se fue dando su inserción, y también a la fusión de elementos tanto de índole europeo, como detalles de fuerte peso simbólico reconocidos en el catolicismo, y de elementos de origen indígena como parte de la composición de la imagen.

México desarrolló una peculiar manera de catolicismo, mejor conocido como Guadalupanismo, la cual ha perdurado hasta el día de hoy, esta expresión del catolicismo ha plasmado en diversas maneras su amor por el símbolo mariano, tanto es así que la imagen de la Virgen se ha trasladado de las pinturas y esculturas pertenecientes a los templos, a las artesanías, las estampas, e incluso a su uso en medios de comunicación masiva en caricaturas y productos de moda.

Las celebraciones y rituales realizados en honor a la Virgen de Guadalupe abarcan mucho más que la celebración del 12 de diciembre, existe toda una variedad de maneras de manifestar la importancia de la Virgen dentro de la sociedad mexicana como parte importante de la cultura, de las tradiciones que aún están muy presentes en la sociedad, y sobre todo porque este símbolo representa varios conceptos que hasta el día de hoy está fuertemente arraigados en México, tales como: “la familia” y dentro de

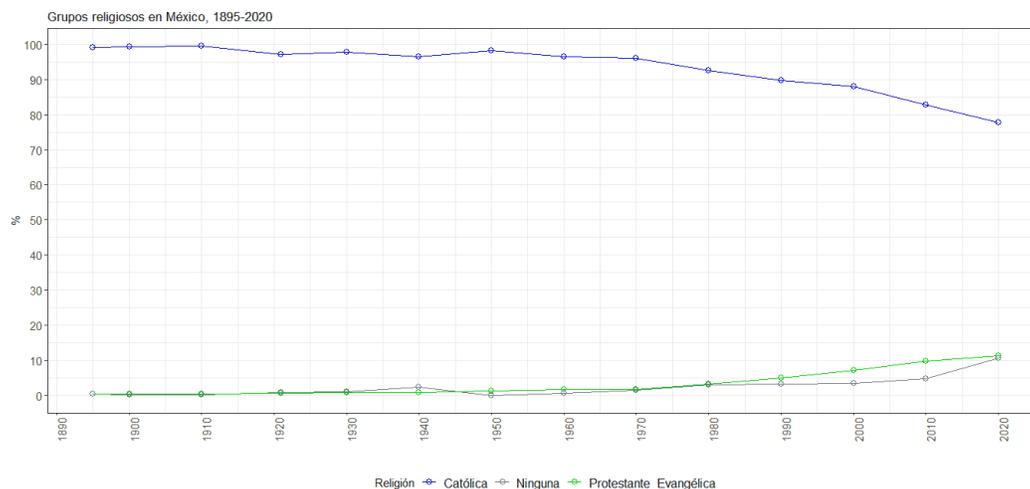
este concepto otro más que es el de “madre”, la figura central de esta institución social, que además posee un lugar central dentro de la sociedad mexicana, sobre todo en lo referente al hogar. Por todo lo anterior, es posible decir que tanto la religión católica, como la imagen de la Virgen, tienen una fuerte incidencia dentro de la sociedad, ya que la Virgen ha sido desde el principio considerada como la madre de todos los mexicanos, lo fue, y lo sigue siendo, y no se puede afirmar por cuanto tiempo más continuará de esta manera, sin embargo, es cierto que ha sabido prolongar su presencia en estas tierras y que difícilmente será borrada.

A lo largo de los años la religión católica ha formado parte de la vida del país, ya que en México la mayor parte de la población que profesa una religión son pertenecientes al catolicismo, lo cual dice mucho del éxito que tuvo la implantación de esta religión por parte de los españoles, dentro del aumento de la población católica del país se dieron muchos factores de influencia para que esto sucediera, tales como movimientos sociales que han tenido importancia histórica dentro del país.

Así como Díaz Domínguez (2021) lo menciona, el catolicismo se ha visto directamente influenciado por ciertos eventos históricos tales como la Revolución mexicana, durante la cual el porcentaje de católicos dentro del país tuvo un descenso, ya que éste se encontraba en un 99% entre 1895 y 1910 y debido a la Revolución dicho número bajó hasta 97.1%. Sin embargo, después de la guerra cristera, este porcentaje volvió a cambiar creciendo hasta un 97.7%, tan sólo para caer nuevamente ante la aplicación de las leyes anticlericales al final del movimiento cristero. La Figura 22 muestra dicho cambio en el porcentaje de ciudadanos católicos desde 1895 hasta el 2020, donde se puede observar como este número ha tenido altas y bajas, sin embargo, los adeptos a esta creencia religiosa nunca han dejado de ser una cantidad considerable.

Figura 22

Grupos religiosos en México



Nota. Recuperado de. Nexos. ¿Qué nos dice el censo sobre religión 2020? [Gráfica] por, INEGI 2021. (<https://datos.nexos.com.mx/que-nos-dice-el-censo-2020-sobre-religion-en-mexico/>)

Uno de los pilares sobre los cuales se han asentado muchas de las grandes civilizaciones alrededor del mundo es la religión, es cierto que actualmente es vista desde una perspectiva totalmente diferente, y que muchos de sus métodos han sido fuertemente criticados y cuestionados, sin embargo, es indudable e innegable el enorme peso que este aspecto tiene aún hoy en día sobre los ciudadanos del mundo. Tal como lo aseveran Camarena Adame y Tunal Santiago (2009) “Por medio de los textos sagrados o del habla, se va a formar una parte importante de las características definitorias de la identidad de una sociedad, es decir, de la cultura que se posee” (p. 7).

Retomando lo anterior es importante destacar que la identidad de los individuos de una sociedad o comunidad es fundamental para la generación de cultura dentro de esa sociedad, pero de mayor importancia es el hecho de que la identidad le otorga al individuo la capacidad de ser funcional dentro de su comunidad y del mundo mismo, un ser humano que no logra comprender su razón de existir o su propósito dentro del mundo en el que vive difícilmente podrá desempeñar alguna función, cualquiera que ésta fuere, menos aún poseerá la motivación para trabajar, superarse o incluso para vivir, por todo lo anterior es que los aspectos que conforman la identidad del individuo son tan

importantes para la subsistencia de las sociedades, puesto que sin éstos los individuos no existirían, es en dichas cuestiones que competen al interior del ser humano, a su personalidad e identidad en donde entra la religión, y por supuesto con ella los símbolos. En la Figura 23 queda plasmada la fusión de elementos de índole europeo y los originarios del país que se han conjugado a través de los siglos, amalgamando un catolicismo peculiar de intensa devoción y expresivas formas en las que los fieles se manifiestan siempre constantes y fieles al símbolo guadalupano.

Figura 23

Basílica de Guadalupe en un 12 de diciembre



Nota. Recuperado de. Celebración a la Virgen 2018 – Basílica de Guadalupe – Ciudad de México.

[Captura de pantalla], por Claudia Cruz, 2023, youtube.com

(<https://www.youtube.com/watch?v=8pC6ms8eaU>)

En el caso de México la religión es un elemento que tiene una fuerte influencia en la vida de millones de mexicanos, en un país que hasta antes de la conquista española poseía una religión politeísta México es hoy en día un país con una gran población católica que además desde siglos atrás acepto y se apropió a la Virgen de Guadalupe como símbolo del catolicismo y también de mexicanidad, curiosamente este símbolo religioso no existía en el país antes de la llegada de los españoles, sin embargo, ha sabido permanecer presente dentro de los miles de fieles mexicanos por cientos de años.

2.4 Expresiones actuales de la imagen de la Virgen como elemento de identidad (Grafitti y Tatuaje).

En el México actual es posible observar una mezcla singular de elementos que conforman una cultura compleja y rica en tradiciones, expresiones, y rituales de todo tipo, y resulta sumamente interesante observar cómo tradiciones que se originaron cientos de años atrás conviven junto a las expresiones de una sociedad moderna, a la vez que se fusionan para crear algo nuevo, esto se puede ver en el caso de la celebración del día de muertos, en donde cada año se llevan a cabo celebraciones y rituales que datan de los antepasados pertenecientes a las culturas que fundaron este país. Sin embargo, éste no es el único ejemplo de una fusión tan compleja e interesante, e incluso de un fenómeno lleno de colorido y belleza para el observador, otro ejemplo de la fusión del pasado con el presente se encuentra en las nuevas formas de expresión por parte de los mexicanos al expresarse en sus muestras de afecto a un símbolo de importancia nacional, se trata nada más que de la Virgen de Guadalupe, la cual actualmente ha sido trasladada a todo tipo de soportes para su uso y reproducción por parte de sus fieles.

En este apartado se hablará del uso que se le ha dado a la imagen de la Guadalupana a través de su proyección en tatuajes y por medio del arte urbano, en donde lejos de verlo como una falta de respeto a la imagen, aquellos que realizan estas imágenes en los distintos soportes pretenden llevar a cabo un homenaje a la que se encuentra representada en dicha imagen, y más aún, es otra forma de demostrar respeto, amor y veneración a este símbolo. Tanto el grafitti como los tatuajes son expresiones artísticas modernas que han propiciado una forma de expresión más libre, sobre todo a una buena parte de la población juvenil expresándose a través de un lenguaje propio de la época en la que viven, de su contexto, y permitiendo mayor libertad a la hora de plasmar sus emociones e ideas.

El tatuaje, así como el grafitti brindan una versatilidad y llegan a ojos que otros soportes no logran, son parte del mundo urbano, de las calles, de los jóvenes rebeldes e incluso de aquellos que se sienten marginados, pero que a través de estas formas de expresión artística encuentran una voz y comparten una identidad grupal que les brinda un sentido de pertenencia en medio del caos de la sociedad de hoy en día.

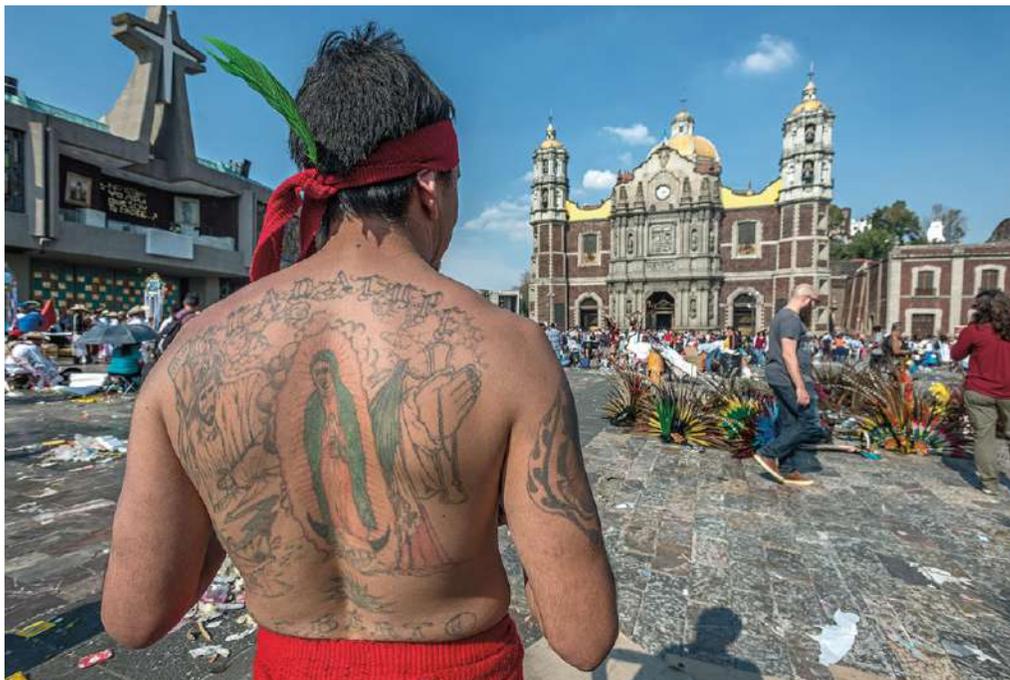
2.4.1 Expresiones modernas de la presencia de la Virgen de Guadalupe / tatuajes en honor a la Virgen de Guadalupe.

La palabra tatuaje que significa “Grabarse dibujos en la piel” (RAE, 2023), fue tomada por el Capitán inglés Cook del idioma Polinesio “tátau”, esto fue debido a que los maoríes de Nueva Zelanda al hacer los tatuajes golpeaban con un martillo y dicho sonido parecía decir *tau tau*. (Sierra Valenti, 2009). Actualmente los tatuajes gozan de una mejor percepción por parte de la sociedad en general, ya que son vistos como una expresión artística de aquello que quien porta el tatuaje quiere expresar, ya sea que el tatuaje muestre el retrato de algún ser querido, de un lugar, de un personaje u objeto con valor significativo para quien lo lleva en su piel, e inclusive pueden ser símbolos que concentren un cúmulo de significados para el portador, quien con tan sólo observarlo puede reanimarse, e incluso transportarse a algún momento importante de su vida.

Al tratarse del elemento o diseño a tatuar las opciones son infinitas, es decir, esto dependerá directamente de quién llevará el tatuaje, pueden observarse tatuajes con todo tipo de temáticas, y dentro de éstas entran por supuesto los tatuajes con símbolos de tipo religioso tal como lo es la Virgen de Guadalupe, la cual ha sido elegida por un gran número de personas para ser tatuada sobre su piel, ya sea a color o en blanco y negro, de manera realista o caricaturizada, la Virgen acompaña a muchos de sus devotos siendo plasmada sobre su cuerpo. Se puede observar en la Figura 24 como los tatuajes de la Guadalupana se han vuelto otra forma de expresión del apego y veneración hacia dicho símbolo.

Figura 24

Tatuajes alusivos a la Virgen para retribuir los favores recibidos.



Nota. Recuperado de Artes de México en línea [Fotografía], por: D.R. © Marco Pacheco, en número 125 de Artes de México, *Guadalupe Tonantzin*, 2017

(www.facebook.com/MarcoA.PachecoGonzalez.)

(<https://artedemexico.com/la-virgen-de-guadalupe-en-el-siglo-xxi-y-sus-replicantes-culturales>)

El tatuaje se ha vuelto otra forma de llevar consigo algo muy valioso, dígame un recuerdo de un ser querido, del país de origen, un amuleto de la suerte, una bendición, así como cualquier idea o imagen que sea de un valor especial para quien decide tatuarse. Tal como Álvarez Licona (2002) lo expresa “mientras que el tatuaje permanece inmóvil y eterno, la lectura que se hace de este signo-símbolo está sujeta a varias modificaciones de sentido”, es decir, a través del tatuaje el sujeto puede expresar infinidad de emociones y significados, y a la vez esta creación indeleble hecha en la piel será objeto de interpretaciones nuevas y diferentes por parte de los observadores dependiendo del entorno al que pertenezcan, así como de su edad, género, religión, estatus socioeconómico e infinidad de factores que cada individuo posee como elementos de su formación.

Este arte que convierte al cuerpo en lienzo permite que una imagen se quede para siempre con el portador, la lleva de una manera muy íntima, ya que es grabada en su piel, implica dolor cuando es realizado, pero aquellos que lo hacen no lo ven como un obstáculo para llevarlo a cabo, por todo esto es que el hecho de que las personas decidan tatuarse una imagen como la Virgen de Guadalupe muestra el compromiso hacia dicho símbolo, la importancia que tiene dentro de sus vidas y la trascendencia que ha logrado.

La importancia del tatuaje como un elemento que genera un vínculo identitario con el portador tiene su origen desde las tierras que vieron nacer esta práctica de grabado en la piel, en la Polinesia los tatuajes cumplían una importante función al servir como un tipo de identificador social por medio del cual el otro podía saber el rango social de quien lo llevaba plasmado (K. Robinson, 2022). Actualmente los tatuajes siguen mostrando un poco de aquello que el portador considera como parte significativa de su vida, algún elemento que simboliza un evento o emoción que lo marco y que desea recordar.

En la Figura 25 se puede observar un tatuaje con la imagen de la Virgen de Guadalupe, dicho tatuaje está realizado en color, y además resulta evidente que es una caricaturización de la Virgen, lo cual muestra la gran variedad que se puede encontrar en su reproducción, en este caso adaptándola por medio de una representación un tanto caricaturizada, que sin embargo sigue conservando los rasgos distintivos de la imagen original. En la Figura 26 que es otro tatuaje de la Guadalupana se observa el lugar central que ocupa dicho símbolo no sólo en la composición de la que es parte, sino también en la vida de quien lo lleva, ya que ésta se encuentra rodeada de más tatuajes, y además en este caso la palabra México atraviesa la imagen. Resulta muy evidente que quien se hizo dicho tatuaje es alguien orgulloso de sus raíces mexicanas y de todo lo que éstas representan para él, siendo la Virgen un símbolo importantísimo en su vida, y proyectando esto a través del tatuaje.

Figura 25*Tatuaje Guadalupano*

Nota. Recuperado de. 30 Best Virgen de Guadalupe Tatto ideas [Fotografía], por soxy.com, 2023, soxy.com (<https://soxy.com/blogs/virgen-de-guadalupe-tattoo-ideas/>)

Figura 26*Tatuaje Guadalupano*

Nota. Recuperado de. 30 Best Virgen de Guadalupe Tatto ideas [Fotografía], por soxy.com, 2023, soxy.com (<https://soxy.com/blogs/virgen-de-guadalupe-tattoo-ideas/>)

2.4.2 La Virgen de Guadalupe en el paisaje urbano. Grafitis Guadalupanos.

La Virgen de Guadalupe es considerada la madre de los mexicanos, y como toda madre tiene también un lugar para aquellos que no encajan en la sociedad, para los inadaptados y para quienes pasan más tiempo en las calles que en sus propios hogares, la Guadalupana está en todos lados, comprende a todos sus hijos, ya sean éstos de altos estratos económicos, o el más humilde de ellos. “la población joven, especialmente aquellos que forman parte de grupos organizados como son las pandillas, logran un acercamiento y viven su religiosidad en torno a las imágenes de la Virgen de Guadalupe; en especial aquellas imágenes que ellos mismos pintan en las bardas-muros de “sus territorios”” (Rivera González, 2019, p. 139)

La imagen de la Virgen vive hoy en día en los espacios más insólitos, los cuales sin embargo son elegidos para ella por quienes la han plasmado, los grafitis en los cuales se le puede observar son hechos con cariño y orgullo, como símbolo de protección y de identidad, y ambas palabras tienen un peso tremendo en las calles, en donde aquellos que no tienen otra familia encuentran su nicho en las pandillas de las que forman parte.

La palabra grafiti según la RAE (2023) es definida como “Firma, texto o composición pictórica realizados generalmente sin autorización en lugares públicos, sobre una pared u otra superficie resistente.” Los grafitis se han vuelto una expresión artística común hoy en día, son considerados como “arte callejero o urbano” y no son considerados seriamente como parte de las artes, sin embargo, a pesar de esto los autores del grafiti demuestran gran habilidad en su técnica y en la capacidad de abstracción y conceptualización de sus obras. Los grafiteros muestran una versatilidad y creatividad sin límites en las imágenes que plasman en los muros de las ciudades, y una de las imágenes que también se ha vuelto inspiración en este arte irreverente es la Virgen de Guadalupe.

Como Rivera González (2019) lo expresa “Una imagen como la de la Virgen de Guadalupe no ha permanecido intacta desde su concepción y factura originales, ha tenido modificaciones y hoy se recrea, se ajusta a los nuevos escenarios y situaciones de los creyentes” (p. 141), quienes además de verla como este símbolo inmortal de protección extienden a través de sus expresiones artísticas tales como el grafiti esta

protección a las calles, es ahí donde no se encuentran los nichos de los otros santos, donde la Virgen de Guadalupe llega a sus creyentes, y es que son su gente porque así lo proclaman ellos mismos por la relación que se ha construido entre símbolo y receptor, entre la Virgen y su pueblo.

No en vano la imagen de la Guadalupana se convirtió al paso de los años en parte del imaginario del país, e incluso en un eje sobre el cual giran otros muchos imaginarios sobre los que la sociedad mexicana se sostiene, tales como la familia, la tradición, la religión. Alrededor de ella se ha construido un complejo entramado simbólico el que sostiene la imagen de la Virgen de Guadalupe, y la misma sociedad mexicana. En la Figura 27 se observa un mural de la Guadalupana y frente a éste se encuentra alguien que posa orgulloso junto a ella, pues como ya se ha mencionado el apego a este símbolo es prácticamente indeleble y de por vida por parte de sus seguidores.

Figura 27

Mural en la Ciudad de México



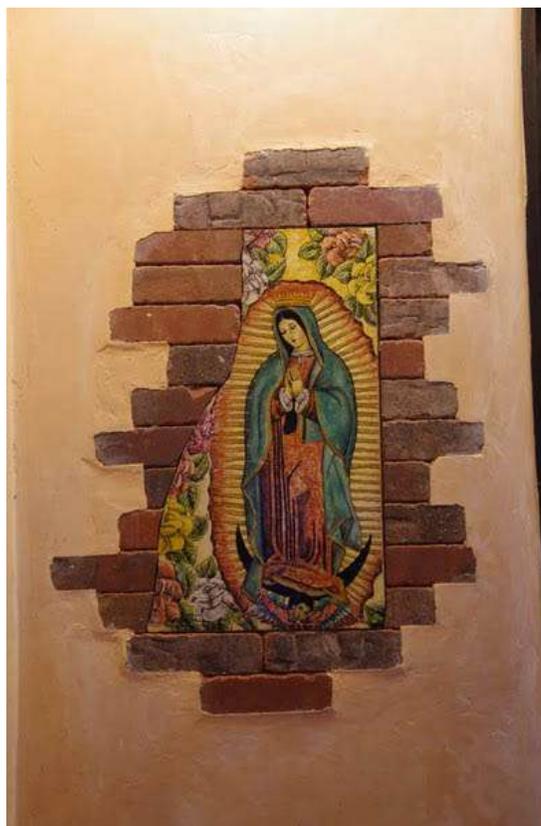
Nota. Recuperado de. masdemx [Fotografía] por: terra.com.mx, 2023, masdemx.com (<https://masdemx.com/2016/07/arte-callejero-de-la-virgen-de-guadalupe-en-el-mundo-fotos/>)

Por otra parte, en la Figura 28 se puede observar otro tipo de mural, el cual resulta interesante por su originalidad, y a pesar de su presentación que demuestra que es un fragmento, y que quizás se muestra incompleto hay belleza en el diseño, resulta increíble

que cada uno de los murales, pinturas, tatuajes y numerosas presentaciones de este símbolo son únicos puesto que no son plasmados de manera exacta o precisa, y, sin embargo, la figura representada ahí resulta inconfundible a los ojos de quienes al menos una vez en su vida la han observado. Es justamente esta cualidad de ser inconfundible algo que determina cuando se está frente a un símbolo puesto que no sólo se ha constituido así por el acuerdo colectivo, en el cual se establece de que será representación de ciertos conceptos o significados, sino porque al paso del tiempo ha logrado asentarse de esta manera en la memoria colectiva.

Figura 28

Mural en la Ciudad de México



Nota. Recuperado de. masdemx [Fotografía] por: terra.com.mx, 2023,
(<https://masdemx.com/wp-content/uploads/2016/07/vg10.jpg>)

2.5 Cualidades de la imagen de la Virgen de Guadalupe que la convierten en símbolo a nivel nacional y mundial

Aquello que hace que un símbolo tenga una identificación precisa e inconfundible por parte de sus observadores son una serie de asociaciones que se crean al paso del tiempo, y como parte de un consenso colectivo en el cual se reconoce generación tras generación lo que dicho símbolo representa para una determinada comunidad, o bien para un país entero. “La realidad de la vida cotidiana, por tanto, es una construcción intersubjetiva, un mundo compartido. Ello presupone procesos de interacción y comunicación mediante los cuales las personas comparten y experimentan a los otros y a las otras” (Araya Umaña, 2002, pp.14). Como parte de la realidad del ser humano, y en el caso específico del presente proyecto, en el caso de los mexicanos aquellos elementos que han sido bases para la construcción de su realidad son importantes para mantener la estabilidad identitaria de los sujetos de la comunidad, así pues, la imagen de la Virgen de Guadalupe como símbolo de importancia en México ha sido un elemento clave para la construcción de la identidad del país, llevando consigo fuertes e incluso pesadas cargas conceptuales que resultan de importancia aún hoy en día para la sociedad mexicana.

Es por cuestiones de tipo identitario y cultural que la Virgen de Guadalupe se ha asentado profundamente en el imaginario colectivo del país, tanto así que hasta el día de hoy se puede observar su continua participación en ámbitos tales como los medios de comunicación masiva, y el mundo de la moda, marcas de prestigio la han utilizado como parte del diseño de sus productos obteniendo un éxito rotundo, tal es el caso de la marca joyera danesa “Pandora”, la cual en el año de 2018 decide sacar a la venta justamente para conmemorar el 12 de Diciembre un “Charm” (dije) en forma de corazón, el cual en el centro llevaría parte de la imagen de la Virgen de Guadalupe, tal como se puede observar en la Figura 29 el diseño es de una gran sencillez, pero de gran calidad también.

Figura 29

Pandora rinde homenaje a la Virgen de Guadalupe con un exclusivo Charm 12 diciembre 2018



Nota. Recuperado de elle.mx moda [Fotografía] por Hilde Meléndez @hildemelendez (<https://elle.mx/moda/2018/12/12/pandora-rinde-homenaje-a-la-virgen-de-guadalupe-con-un-exclusivo-charm>)

Dicha marca poseía ya cierto prestigio para el momento en el que decidió sacar esta pieza de joyería, por lo que su interés y uso de la imagen de la Guadalupana fue una estrategia inteligente como parte de su lucha por mantenerse vigente en el mercado, y de atraer la atención de un sector en el cual se ubica un gran número de personas; el sector católico, y específicamente de aquellos adeptos a la Virgen de Guadalupe, “«¡Marcas si, productos no!»: tal fue la divisa del renacimiento del marketing, liderado por una nueva clase de empresas que se consideraban como «*vendedoras de significado*» y no como fabricantes de artículos” (Klein, 2000, p. 38), como parte de la evolución de las empresas y las marcas que las representan se observa hoy en día una lucha encarnizada entre las marcas más poderosas por permanecer vigentes, por medio de los productos, así como de lo que simbolizan, de la imagen que se proyecta y que logrará captar al mercado meta.

La fuerza simbólica de la imagen de la Virgen ha llegado hasta otros países, en donde al igual que en el país que la vio surgir se ha vuelto inconfundible, y se ha convertido en sinónimo de México. Ha sido a través del contacto de la imagen con los

receptores que se ha llevado a cabo un proceso de interpretación de los elementos visuales y de los conceptos para posteriormente asimilar todo y convertirlo en parte del archivo personal del individuo. “El significado que una cosa encierra para una persona es el resultado de las distintas formas en que otras personas actúan hacia ella en relación con esa cosa” (Blumer, 1982, p.4), en acuerdo con Blumer se puede decir que la interacción que se tiene con los diferentes elementos día con día y el aporte conceptual que cada sujeto de la sociedad va realizando a los significados y cualidades que se le atribuyen a dicha cosa va construyendo su contenido conceptual y simbólico.

El primer diseño que realizó Pandora de una pieza con la imagen de la Virgen de Guadalupe no sería el único que la marca presentaría con un motivo referente a la Virgen de Guadalupe, posteriormente en el año 2020 Pandora decide realizar una colaboración con la diseñadora Amparo Serrano con su personaje “Virgencita Plis” sacando a la venta del 4 al 13 de diciembre un “Charm” con un diseño anteriormente realizado por la marca Distroller en referencia a dicho personaje. Nuevamente queda claro que el público meta serían aquellos que fueran fieles de la imagen Guadalupana, o que gustaran de llevarla consigo ya fuera por tradición o por creencia, en la Figura 30 se observa el “Charm” que en dicha ocasión fue elaborado en colaboración de las dos marcas, dando como resultado un producto que portaba en sí un símbolo reconocido en todo el país y que atraería la atención de un sector familiarizado con él, y por otra parte también de un sector juvenil pero con cierta inclinación o apego al símbolo.

Figura 30

Charm realizado por parte de la marca Pandora en colaboración con Distroller



Nota. Recuperado de fashionnetwork.com [Fotografía] por: Fashion Network, 2020
 (<https://mx.fashionnetwork.com/news/Pandora-se-une-a-la-mexicana-distroller-en-un-charm-de-edicion-limitada,1265343.html>)

Finalmente en la Figura 31 se observa cómo la imagen de la Virgen de Guadalupe ha sido utilizada en la industria de la moda, es posible apreciar un vestido de alta costura en donde se ha bordado la imagen de la Virgen de Guadalupe, en este caso no implica que quien lleva la prenda sea una persona creyente, sin embargo, sí demuestra que es tal la trascendencia de la imagen que han decidido utilizarla como parte del diseño de un vestido que fue utilizado para asistir a la conocida Met Gala a donde asisten año con año personajes del mundo de la moda, la música y el cine (glamour.mx, 2018), en el año de 2018 la consultora de moda Coco Brandolini D'Adda llevó a dicho evento este vestido con bordados y detalles en dorado, en el cual el principal elemento es la Virgen de Guadalupe, la temática del Met Gala de ese año fue la iglesia católica con el título: "Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination" (Cuerpos celestiales: Moda e Imaginación Católica), por lo que es posible deducir de esto que la Virgen de Guadalupe

es considerada aun en el extranjero como un símbolo importante e identificable dentro del catolicismo, y por supuesto asociado a México.

Figura 31

Coco Brandolini D'Adda consultora de moda con un vestido estilo Look de codo inspirado en la Virgen de Guadalupe



Nota. Recuperado de glamour.mx [Fotografía] por: Geety Images

(<https://www.glamour.mx/celebrities/estilo-celeb/articulos/coco-brandolini-d-adda-look-virgen-de-guadalupe/8922>)

Con base en lo anterior se puede concluir que la imagen de la Virgen de Guadalupe se ha convertido en un símbolo de fuerte incidencia en sus receptores, tanto de nacionalidad mexicana como internacional, posee los elementos visuales, conceptuales y simbólicos que la han ubicado en un lugar importante dentro del universo de los símbolos conocidos por el ser humano, además de estar en constante uso, y constante aumento de la parte significativa que se le atribuye. Resulta de tal importancia la parte que aportan los sujetos a la construcción de los significados y símbolos sociales, ya que es por medio de la sociedad que se propicia la construcción de un símbolo. Como Blumer lo explica “el significado es un producto social” (Blumer, 1982, p.4), ya que surge

de la interacción de los individuos en sociedad, lo que permite la generación de nuevos signos y símbolos en la cambiante sociedad mundial.

En los ejemplos de los que se ha estado hablando anteriormente, acerca de cómo se ha utilizado un símbolo tan importante para México como parte de diseños pertenecientes al sector de la moda y la joyería, demuestran sin duda alguna el reconocimiento de la imagen de la Virgen de Guadalupe como símbolo, no solamente a nivel nacional, sino también internacionalmente siendo expresada dicha trascendencia a través de su uso en todo tipo de soportes y medios, y en los casos analizados en su participación en eventos de talle internacional, o bien siendo plasmada en objetos de joyería por parte de marcas de renombre.

Capítulo 3

**Análisis iconológico
de la evolución de la
imagen de la Virgen
de Guadalupe.**



CAPÍTULO 3. Análisis iconológico de la evolución de la imagen de la Virgen de Guadalupe.

3.1 El método de análisis iconográfico Panofsky

Para el presente proyecto se realizará un análisis iconográfico de algunas de las representaciones de la imagen de la Virgen de Guadalupe, las cuales han sido utilizadas en diferentes eventos de suma importancia en la historia del país. Para esto se ha decidido utilizar como base el método del historiador de arte Erwin Panofsky, quien fue alumno de Aby Warburg historiador alemán, a quien también se le considera como el padre de la Iconología. Panofsky ofrece un método que consta de tres niveles de interpretación de las imágenes o bien de las obras de arte, el porqué de la utilización de este método, es debido a que a través de los tres niveles que maneja permite un análisis integral de la obra de arte, y en este caso, sobre la imagen de la Virgen de Guadalupe, tomando en cuenta desde la parte de los elementos que conforman visualmente la imagen, así como los conceptos y significaciones contenidos en ella, y posteriormente el contexto y los acontecimientos que rodeaban a dicha imagen.

De tal manera que, al tener esta lectura completa de los diferentes niveles compositivos en la imagen se logrará no sólo una mejor comprensión de ésta, sino también de los efectos que dicha imagen causó en sus receptores y el porqué de esto, permitiendo recabar información de utilidad sobre los efectos de la imagen simbólica de la Virgen de Guadalupe en sus receptores en distintas épocas y sucesos en los que dicha imagen se vio involucrada. El método de análisis de Panofsky –como ya se señaló– está conformado por tres niveles consecuentes (pre-iconográfico, iconográfico e iconológico), los cuales se describen a continuación:

Nivel De Contenido Temático Natural O Primario, A Su Vez Subdividido En Fático Y Expresivo (Análisis Pre-Iconográfico).

Dentro de este nivel, es en donde se analizan aquellos elementos que componen la imagen, es decir, las figuras que se pueden observar dentro de la composición tales como: figura humana, animales, muebles, construcciones, plantas, ornamentos. Esto es,

los elementos que pueden encontrarse dentro de lo que se está observando, en este nivel también se hablará acerca de líneas y formas, medidas, composición, técnicas y motivos artísticos, e incluso de algunos gestos que sean observables en las facciones de los personajes que son parte de la composición “El mundo de las formas puras, reconocidas, así como portadoras de significados primarios o naturales, puede ser llamado el mundo de los motivos artísticos” (Panofsky, 1962, p.43).

En este nivel o primera parte del análisis de la obra, es importante que la descripción se realice de una manera detallada, ordenada y sin nombrar directamente a los personajes que forman parte de la obra que se está estudiando, es decir, si la obra se titula: “Mariana en la cascada” en esta primera etapa del análisis no se referirá a la figura femenina que ahí se encuentra por su nombre, ya que esto sería incorrecto según el método que se está utilizando. Es necesario destacar que, aunque en esta primera parte del análisis aún no se está abordando el tema de los conceptos, del contexto o del simbolismo presente en la imagen, la parte descriptiva de los elementos compositivos posee gran importancia para la realización de dicho análisis, así como para los siguientes niveles.

Nivel de contenido secundario o convencional (Análisis Iconográfico).

En este nivel de análisis se realiza la vinculación entre las figuras o motivos que conforman la composición y los conceptos que pueden estar contenidos en ellas. Al realizar una descripción de los elementos compositivos de manera complementaria con aquellos significados representados en cada uno de ellos se va construyendo una mejor comprensión de la obra, aquellos huecos que habían quedado en la primera fase de análisis se van llenando poco a poco a través de la concatenación de elementos visuales con sus connotaciones, y al observar la totalidad de lo que contiene la composición. “Los motivos, reconocidos, así, como portadores de un significado secundario o convencional pueden ser llamados imágenes y las combinaciones de imágenes son lo que los antiguos teóricos del arte llamaron “*invenzioni*”; nosotros estamos acostumbrados a llamarlos historias y alegorías” (Panofsky, 1962, p.43)

Esta representación conceptual dentro de las relaciones en las imágenes es necesaria para el ser humano, tanto para transmitir aquello que el creador está construyendo por medio de dicha expresión artística, ya sea por motivos personales y emocionales o bien por razones utilitarias, así como para la interpretación de la obra. Ha sido a través de este sistema de significados de las obras de arte que muchos artistas han dejado plasmados sucesos que son referentes a cierto periodo de la historia o a algún evento de trascendencia, e incluso algún tipo de conocimiento o mensaje particular contenido en las obras de arte, convirtiéndolas en parte importante del patrimonio de la humanidad como transmisores del conocimiento e historia, trascendiendo esta función emotiva que se le ha atribuido siempre con función principal al arte.

Como parte de la habilidad de interpretación del contenido en las obras de arte e imágenes por parte del observador, entra en juego el conocimiento previo del receptor acerca de los elementos que está observando, es decir, que aquellos elementos que son parte de la composición resulten familiares para él, ya que si una obra de arte o imagen se presenta ante un observador que desconoce qué son cada uno de los elementos que la conforman, no será capaz de llevar a cabo una correcta interpretación ni siquiera a un nivel primario, mucho menos a nivel conceptual o contextual, resultándole algo sin sentido ni significado.

Nivel de significado intrínseco o contenido (Análisis Iconológico).

Cuando se habla de este nivel, Panofsky se refiere tanto a la parte del contenido simbólico de una obra, como al contexto por el cual estuvo rodeada durante su creación, ya que cada uno de los elementos que la componen, así como la técnica utilizada, y el estilo que el artista le ha impregnado a la obra son resultado de su época. Es innegable que cada época suele marcar a los artistas que la habitan, el estilo que dicho artista haya desarrollado se verá fuertemente influenciado por las vivencias que ha tenido, y éstas van a ser producto de los eventos históricos que se desarrollen a su alrededor.

De tal manera que cuando se analiza a la obra en este nivel se observaran los elementos que la componen bajo una luz distinta a la de los otros niveles, puesto que en éste es necesario tener presente que el uso de la técnica, así como de los colores y

formas tiene un motivo originado en el contexto y en los estilos y técnicas utilizados en dicho momento, de igual manera se deberá tener en cuenta que sucesos rodeaban al artista al momento de la creación de la obra, o las motivaciones que estuvieron presentes para su creación. Tal como Panofsky (1962) lo expresa:

Una interpretación realmente exhaustiva del significado intrínseco o contenido podría incluso mostrar que los procedimientos técnicos característicos de un país, época o artista determinado, por ejemplo la preferencia de Miguel Ángel por la escultura en piedra en vez de bronce, o el uso peculiar de los trazos para sombrear sus dibujos, son un síntoma de la misma actitud básica, que es discernible en todas las otras cualidades específicas de su estilo (p. 44)

A través de estos tres niveles de análisis es como se conformará el análisis completo de la imagen, no obstante, además de hacer uso del método señalado anteriormente, se utilizará literatura de semiótica de autores tales como Morris que cuestiona la universalidad de los signos, desde aquellos elementos que observamos cotidianamente que permiten que entendamos mejor la estructura social (señales de tránsito y las creaciones con fines de comunicación visual) los cuales son evidentemente generados con una finalidad utilitaria y comunicacional, hasta los gestos, y entonaciones al hablar que son observables en los individuos y que denotan un estado de ánimo, o la intención con la cual se está comunicando un mensaje.

Otro autor que resulta de gran apoyo para la estructuración de dicho análisis es Eco, cuyas disertaciones acerca de la variedad de lenguajes a nivel visual y oral que se encuentran presentes en la cultura, que han sido generados al paso del tiempo y por medio de un consenso llevado a cabo dentro de la misma sociedad. Dentro de esta amplia gama de lenguajes y como parte del sistema comunicacional se encuentran los símbolos, que forman parte activa en la transmisión de mensajes en todos los ámbitos sociales.

Las aportaciones teóricas de ambos autores serán de gran utilidad para llevar a cabo un análisis mucho más completo a nivel compositivo, contextual y semiótico de la imagen a analizar. De esta manera, aunque el análisis a realizar en el presente proyecto está basado en su mayor porcentaje en el método de Panofsky, contará con mayor flexibilidad y se complementará con la postura de Morris, todo esto se llevará a cabo teniendo siempre presente un punto de vista desde y para el diseño, analizando los elementos de la imagen simbólica para extraer de estos conocimientos y aplicaciones de utilidad para proyectos de diseño.

Es necesario señalar, que el resultado de la aplicación de los anteriores modos de análisis, serán útiles en dos sentidos. Por un lado, para la comprensión del objeto de estudio, es decir, y como se señala en el título de este trabajo, para determinar la influencia de la imagen simbólica de la Virgen de Guadalupe en diversos escenarios históricos para que, por añadidura y, en segundo término, permita desarrollar el modelo de análisis de imágenes simbólicas para los fines señalados también en el título del trabajo. Del mismo modo, es necesario apuntar, que no se trata únicamente de describir lineamientos para analizar imágenes –eso ya se encuentra en los argumentos de los autores señalados anteriormente–, sino que la estructura resultante de la construcción de la convergencia conceptual y teórica de los argumentos iconológicos y semióticos de ambas posturas, así como de los argumentos sobre imaginarios colectivos y simbolismo, da como resultado un modelo de análisis actualizado y útil para el análisis de imágenes. A decir de Chacin (2008)

el modelo es un espacio conceptual que facilita la comprensión de la realidad compleja, ya que selecciona el conjunto de elementos más representativos, descubriendo la relación entre ellos y profundizando en la implicación que la práctica aporta para investigar y derivar nuevos conocimientos (p. 57).

Esto es, la suma sintética y relacional conceptual de los lineamientos que presenta Panofsky en el modelo de análisis iconológico, con los mismos que presentan Morris y Eco en términos semióticos, amén de las posturas simbólicas de Castoriadis y otros, permiten generar un modelo de análisis que implica la interpretación de imágenes

simbólicas, con fines de su utilización para proyectos de diseño de marca y de otros proyectos de diseño gráfico, como se señala en el título de este trabajo. De tal suerte, se procede al análisis de varias imágenes desde lo señalado y para los efectos determinados.

3.2 Primera imagen de la Virgen y conquista espiritual

La imagen de la Virgen de Guadalupe es un símbolo de origen religioso, sin embargo, ha trascendido el ámbito donde surgió y ha llegado a ser plasmada en formatos, materiales y contextos de todo tipo, esta imagen está conformada por numerosos elementos con carga simbólica tanto de origen europeo, como motivos inspirados en elementos de las culturas indígenas originarias del país, que conjugados crean una estructura compleja y poderosa visual y sobre todo conceptualmente hablando.

En el presente proyecto se realizará un análisis tanto a nivel iconográfico, como iconológico de algunas de las representaciones de la Virgen de Guadalupe que han sido utilizadas o que han estado presentes en diferentes momentos en la historia de México, con la finalidad de analizar qué elementos le dan la categoría de símbolo a la imagen Guadalupana, y la influencia que estas representaciones tuvieron en los receptores en dichos eventos. Aunque se le ha llamado de muchas otras maneras, el objetivo de este análisis y extraer elementos que permitan construir el modelo de análisis sobre la imagen simbólica destinado a proyectos de diseño, y sobre todo enfocado en la marca. Dentro de una de las maneras de designar a la imagen de la Virgen de Guadalupe entra un término que no es del conocimiento común, dicho término es: *Vera Icon*, el cual según la Enciclopedia Británica designa a una imagen de origen religioso que se trata de una representación exacta de un santo o de la Virgen María y que los fieles consideran de origen sagrado, es decir, se considera que dichas imágenes tienen un origen divino y que no fueron creadas por manos humanas.

Si bien el mito alrededor de la imagen de la Virgen de Guadalupe, así como el contexto al que pertenece la dotan de una fuerte aura de misticismo haciéndola objeto de infinidad de especulaciones sobre su origen, no es la intención de este proyecto de

investigación determinar si el origen de dicha imagen es de tipo divino o creación humana, sino que se pretende investigar la influencia que la imagen ha ejercido en sus receptores desde las épocas recientes a su creación hasta hoy en día, con la finalidad de extraer conocimientos que resulten de utilidad para la generación de diseños e imágenes con carga simbólica, los cuales permitirán generar una mayor identidad con el público o receptor y por lo tanto posicionaran exitosamente los proyectos realizados con ayuda de dicho modelo. Con este objetivo en mente es que se llevará a cabo el análisis iconológico de algunas de las representaciones de la Virgen de Guadalupe en momentos de importancia histórica en el país, realizando dichos análisis en tres etapas, teniendo conciencia de que no se logrará una precisión total en dichos análisis, pero si el extraer elementos que sean de utilidad en la conformación del modelo.

A continuación, se presentan los análisis de las seis imágenes seleccionadas, previo a esto se puede observar una imagen, Figura 32 en la cual se representa una línea de tiempo en donde están señaladas cada una de dichas imágenes y la fecha en la que se sabe fueron creadas.

Figura 32

Línea de tiempo de imágenes de la Virgen de Guadalupe analizadas con el método Panofsky



Nota. Elaboración propia, Año 2023

Figura 33

Virgen de Guadalupe, lienzo original, siglo XVI



Nota. Recuperado de *Orígenes del culto a nuestra señora de Guadalupe 1521 – 1688*, [Fotografía] Alicia Mayer, *Flor de primavera mexicana*. La virgen de Guadalupe en los sermones novohispanos, UNAM. Virgen de Guadalupe, lienzo original, siglo XVI, Basílica de Nuestra Señora de Guadalupe, Ciudad de México.

Análisis Pre – Iconográfico

La imagen que se observa en la Figura 33 fue creada sobre un soporte conocido como ayate, hecho de fibra de maguey, las proporciones son: altura 1.70 m por 1.05 de ancho, siendo la altura de la figura principal de pies a cabeza de 1.43 m de altura. Se puede observar que la composición está conformada por una figura central femenina que se encuentra ligeramente inclinada hacia el lado derecho, la cual está de pie sobre una luna creciente, debajo de la cual se encuentra una figura angelical que tiene las manos levantadas y sujeta con la mano derecha una esquina del manto y con la izquierda una esquina de la túnica de esta figura sólo se observa la mitad superior del cuerpo. Dicha estructura pertenece al estilo europeo conocido como “flamenco alemán” y es perteneciente a un modelo que es denominado “mullier amicta sole”; en este modelo se pueden observar tres elementos que son característicos: “la luna creciente bajo sus pies, los rayos del sol en forma de mandorla que rodean su cuerpo y la corona de doce estrellas sobre su cabeza” (Von Wobeser, 2015, p. 179). Este modelo es muy observado en la composición de las figuras femeninas del ámbito religioso en Europa en las representaciones marianas resultando un estilo proveniente de Países Bajos y Alemania, que además tiene su origen conceptual según Von Wobeser (2015) en la descripción de la mujer celestial en el Apocalipsis del Nuevo Testamento según San Juan.

Además de lo anteriormente descrito la figura central femenina se encuentra rodeada por rayos que asemejan a los del sol a lo largo de todo su cuerpo, como ya se mencionó con anterioridad, esto es debido al modelo al cual pertenece en el cual en palabras de Von Wobeser (2015), resulta familiar que los rayos solares representados alrededor de la figura femenina se presenten de manera delgada en forma rectilínea y paralela, sin embargo, en el caso de la presente composición se puede observar que además dichos rayos están intercalados siendo uno rectilíneo y otro ondulante alrededor de toda la figura femenina. La figura está además cubierta por un manto de pies a cabeza, y porta una túnica que la cubre desde el cuello hasta los pies, siendo observable únicamente la punta del pie derecho que sale por debajo de los pliegues de la túnica, ésta lleva un ceñidor en la cintura, de igual manera la túnica tiene un estampado floral en el cual se observan dos tipos de decoraciones florales, a saber, una flor de menor tamaño con cuatro pétalos justo sobre lo que sería el vientre de la Virgen y otras de

mayor proporción y complejidad distribuidas a lo largo de la túnica. En el cuello de la túnica se observa una forma de cruz, que se encuentra dentro de un pequeño círculo. La figura femenina lleva el cabello suelto, y tiene los ojos ligeramente abiertos mirando hacia abajo, así como las manos juntas con dirección al rostro. Su manto está decorado con estrellas que en su totalidad son 46.

La textura generada por los rayos que rodean la figura femenina, así como el color realzan la silueta que además posee colores contrastantes en los elementos de la túnica, de igual manera las texturas generadas en el manto y la túnica por medio de los elementos que los decoran brindan textura y realce. Existe variedad cromática dentro de la composición.

Análisis – Iconográfico: El elemento central de la composición es la figura femenina a la cual puede identificarse como “La Virgen de Guadalupe” gracias al título de la obra, se puede observar cómo la totalidad de la figura de la Virgen, está rodeada por la mandorla (forma avellanada) dorada compuesta por rayos tanto de tipo rectilíneo como ondulantes, dicho elemento es característico en las representaciones de tipo religioso cristianas europeas (Von Wobeser, 2015), y tiene como objetivo denotar el origen divino de los personajes representados rodeados por ella. La Virgen se encuentra de pie con una ligera inclinación de la cabeza en dirección a la derecha, su expresión, aunque relajada es poco expresiva teniendo los ojos semi abiertos con la mirada dirigida hacia abajo con una intención de recato y humildad, sus labios son muy finos y están cerrados, lleva el cabello suelto como símbolo de virginidad, puesto que para la cultura azteca ésta era la forma en la que las doncellas vírgenes lo llevaban, a diferencia de las casadas que lo llevaban recogido, (De Nazaret, 2019).

Resulta notorio el color de la tez morena de la Virgen, así como su cabellera negra, características físicas que se pueden relacionar con aquellas de los pueblos indígenas originarios del país, haciendo que la imagen de la Virgen de Guadalupe se distinguiera de las otras representaciones marianas pertenecientes al mismo modelo. Continuando hacia abajo se puede observar un broche en el cuello de la túnica de la Virgen; dicho broche consta de un anillo circular que a su vez sostiene una cruz, la cual es de color negro, el broche se supone está representado de manera que el material en el cual está

hecho sea jade, esta piedra semipreciosa era utilizada por los Aztecas para hacer espejos y además era considerada de gran valor y de índole sagrada, también es posible observar la figura de una cruz dentro del broche uniendo a través del jade y de la forma de la cruz dos ámbitos espirituales, el español y el de los pueblos indígenas, (De Nazaret, 2019).

Continuando con la trayectoria visual, se puede observar cómo las manos se encuentran juntas semejando la posición de rezo, y su pierna izquierda denota flexión aún debajo de la túnica, ya que se puede observar la curva que genera la rodilla flexionada, dicha posición es según Von Wobeser (2015) otro de los rasgos característicos del estilo flamenco alemán, tal como la forma en la que sus ropas se desbordan sobre la figura de la luna creciente. Sin embargo, también ha sido interpretada esta postura como un paso de danza, ya que los pueblos prehispánicos realizaban danzas como demostración de devoción a sus deidades y también como celebración (De Nazaret, 2019), de ser así esta postura de la Virgen posee una doble significación, ya que es un rasgo de un modelo compositivo europeo, y al mismo tiempo está simbolizando un acto ritual expresivo muy significativo para las culturas prehispánicas del país, mostrando nuevamente el fuerte sincretismo de la imagen.

El color del manto que lleva la Virgen es turquesa, color utilizado en los emperadores aztecas, denotando realeza y estatus sobre quien lo llevará, de esta manera se estaba colocando el título de emperatriz de inmediato sobre la Virgen que además al poseer 46 estrellas en su manto, las cuales son las constelaciones que se observaban en el cielo en el momento de la aparición en el año 1531, es considerada la emperatriz del cielo; se han realizado estudios acerca de las estrellas en el manto de la Virgen determinando cuáles son las 15 constelaciones que se observan en ella, siendo del lado derecho: Boyero, Cabellera de Berenice, perros de caza, Osa mayor, Auriga, Toro, Dragón, Can menor y del lado izquierdo: Ofiuco, Escorpión, Libra, Hidra, Lobo, Centauro y Cruz del sur. Estas constelaciones son de las estrellas visibles del manto de la Virgen, ya que existen otras constelaciones que debieron estar en esa fecha visibles en el cielo sin embargo no resultan visibles en el manto. (Ángel Peña, s.f.)

Su túnica es de color rosa, sin embargo, se observa como si debajo de ésta llevara otra más en color blanco y sobresalieran los puños y el cuello de color blanco; sobre la túnica rosa existe un diseño floral siendo una de las flores que la decoran la emblemática flor Nahui Ollin, o también conocida como flor de cuatro pétalos, la cual tenía un poderoso significado para los pueblos indígenas, ya que simbolizaba 4 movimientos, 4 temblor y lo asociaban con el Quinto Sol, también era asociada con las cuatro direcciones del universo y se le consideraba el ombligo del mundo (Ballestas Rincón, 2015), al encontrarse representada esta flor en la túnica de la virgen, y al ubicarse justamente a la altura del vientre es un indicativo de divinidad, puesto que además está señalando la presencia del niño que dará a luz la Virgen. Otro elemento que es significativo del estado de la Virgen es el ceñidor morado que lleva, no obstante, es percibido como color carbón debido a algún tipo de deterioro del color por el paso del tiempo (Benítez, 1995), éste lo lleva sobre la túnica, siendo un elemento utilizado para denotar que una mujer se encontraba esperando un hijo. Las flores con tallos con terminación en algo que asemeja una pequeña montaña que decoran la túnica son 9, siendo la representación de las entonces principales tribus indígenas del país, donde la estructura de dichas flores es muy similar a la de un corazón con las arterias, o de un cerro se les ha llamado “flores cerro templo”, las cuales además tienen el origen de sus tallos en dirección al manto de la Virgen, simbolizando con esto que están unidos al plano celestial; esto tendría mucho sentido, puesto que los aztecas solían ubicar los templos en la parte más alta de las pirámides, además de que el plano espiritual era una parte central en sus sociedades. (secrets of the image, s.f.). Existe la teoría de que dichos diseños florales se realizaron en una época posterior al surgimiento de la imagen, y que incluso se realizaron por encargo para embellecer la imagen (Benítez, 1995).

Prosiguiendo el recorrido hacia abajo se observa la punta del pie derecho de la Virgen sobresaliendo sobre la figura de la luna creciente sobre la que se encuentra de pie, la figura de la luna según Sánchez en *De la Maza* (1953) simboliza las lagunas de México, siendo la mandorla símbolo del sol y así también la zona árida del país y por lo tanto colocando a la Virgen simbólicamente en el centro del país, nuevamente haciendo una referencia al ombligo de la luna, que es el significado de la palabra México. El ángel que se encuentra debajo de la luna posee alas de tres colores, siendo éstos: azul, blanco

y rojo, se considera que representan al águila mexicana, en palabras de Sánchez en De la Maza (1953) a la mujer águila, figura surgida de la combinación de elementos y significaciones, sin embargo, también aluden a Juan Diego, ya que su nombre original era Cuauhtlatohuac y significa “el que habla como el águila” (De Nazaret, 2019). Lo anterior, hace alusión a que fue Juan Diego quien presentó a la Virgen ante los representantes de la iglesia y ante todos, y representando también a este personaje a través del ángel, que además une a la tierra y al cielo, a lo terrenal y a lo espiritual, se encuentra por debajo de la luna creciente tocando con la mano derecha una esquina del manto de la Virgen, y con la izquierda la túnica, siendo el manto símbolo del cielo y la túnica de la tierra y simbolizando un equilibrio entre ambos a través de la presencia de la divinidad (Sánchez en De la Maza, 1953).

Por último, en cuanto a la parte cromática, tanto los rayos del sol que componen la mandorla con los bordes del manto, las estrellas y las flores de la túnica de la Virgen son de color dorado, contrastando y resaltando el turquesa del manto y el rosa de la túnica, además de esto el color dorado en sí mismo ha sido asociado con realeza y divinidad a lo largo de la historia. Heller (2008) habla de cómo el color dorado es asociado con el sol y como incluso al resplandor de aquellos elementos o seres considerados como santos se le denomina aureola de “aurum”, además de ser un color continuamente vinculado al concepto de belleza.

Análisis Formal

Al observar la obra en su totalidad es posible discernir que se trata de una representación de tipo religioso, generada a partir de un modelo europeo pero con una notoria influencia de elementos de las culturas indígenas originarias de México, tanto en los colores utilizados en elementos del vestido, así como en aquellos utilizados en los rasgos físicos de la Virgen es notable que se realizó una adaptación de las ya conocidas representaciones marianas de estilo europeo pero con ligeros cambios para lograr un resultado estético, bello y sobre todo con una carga simbólica muy fuerte por parte de los elementos europeos y de origen indígena.

Análisis – Iconológico

El surgimiento de la imagen de la Virgen de Guadalupe marcado en el año de 1531 se debió a la Conquista Española en tierras mexicanas, en el desarrollo de tal suceso se dio una conquista también a nivel espiritual que estaba encomendada a los frailes traídos por los españoles. Tanto el ejército de Hernán Cortés, como los mismos frailes se encargaron de prohibir la adoración de los ídolos que veneraban los habitantes de México, en muchas ocasiones llegando a la destrucción de las esculturas y a la prohibición de rituales o demostraciones de devoción por parte de los habitantes. Tal como O’Gorman (2019) lo narra, fue el mismo Cortés quien con sus propias manos se uniría a la destrucción de los ídolos provocando el terror en los habitantes del país, y haciendo con esto que la fe en sus deidades se fuera quebrantando poco a poco. Bajo este panorama las imágenes cristianas fueron introducidas paulatinamente en la vida de los habitantes indígenas. En el caso específico de la Virgen de Guadalupe se estableció una capilla dedicada a ella justamente en el cerro del Tepeyac donde con anterioridad se veneraba a una deidad Azteca que tal como lo menciona Von Wobeser (2020), respondía al nombre Tonan, el cual quiere decir “nuestra madre”; así también menciona que en dicho lugar se veneraban otras diosas y que muchos habitantes de todo el país realizaban visitas para llevar ofrendas, y expresar su veneración a éstas, puesto que incluso el cerro del Tepeyac era parte de un conjunto de cerros considerados sagrados para los pueblos prehispánicos.

Sánchez en Von Wobeser (2020) narra que la principal deidad venerada en el Tepeyac recibía diversos nombres, uno de los cuales era Teothenantzi el cual finalmente es convertido en Teotenantzin; sin embargo, esta modificación del nombre de la deidad no tiene origen indígena, sino que es llevado a cabo por parte de quienes llegaron a raíz de la conquista a tierras mexicanas. Se realizó entonces la apropiación de este templo ya existente por parte de los conquistadores españoles, para posteriormente edificar una ermita e insertar una figura de la religión cristiana con el objetivo de utilizar los conceptos preexistentes asociados a dicho lugar, así como la fuerte conexión emocional que existía por parte del pueblo. Una de las teorías más arraigadas en torno a la implantación de la imagen mariana en el Tepeyac consiste, tal como lo explica O’ Gorman (2019), en la posibilidad de que al principio se hubiese colocado la imagen de la Virgen de Guadalupe

procedente de Extremadura en España, ya que incluso era bien sabido que el mismo Hernán Cortés era devoto de dicha Virgen, y de esta manera al colocar la imagen que hasta el día de hoy se conoce como la Virgen de Guadalupe ya no habría necesidad de buscarle un nombre apropiado. Sin embargo, ésa, al igual que otras teorías, resultan meras suposiciones sin confirmar. Sin embargo, es muy notorio tal como lo expresa Gruzinsky (2012) que los españoles hicieron uso de una fuerte base conceptual/emocional preexistente en dicho lugar que incluso había sido comprobado como método infalible en anteriores conquistas, quitar una deidad originaria del país sometido de algún templo, para implantar una nueva que incluso a través de la brutalidad sería finalmente aceptada, ya que la manera en la que Cortés y sus hombres iniciaron la lucha en contra de los dioses prehispánicos fue brutal y directa, los pueblos se resistieron a dejar del todo sus creencias, pero al paso de los años la imagen de la Guadalupana fue aceptada y asimilada por los mexicanos, entendiéndose como tales, a aquellos descendientes de indígenas, españoles o bien a los mestizos resultado de la combinación de razas.

Una nueva forma de catolicismo había surgido de la conquista española, y de la apropiación de la nueva deidad por parte del pueblo mexicano, quien no sólo había dejado que esta nueva deidad entrara a su sociedad desde los estratos más humildes, hasta los más altos, sino que además la Guadalupana sería revestida con una carga conceptual y simbólica que enraizaría poco a poco en todo el país. Mucho se ha debatido acerca de su origen de tipo divino o creada por manos humanas, incluso se tienen datos de que la imagen pudo haber sido creada por Marcos Cipac de Aquino en una fecha muy reciente al 8 de septiembre de 1556 (O' Gorman, 2012); el también llamado indio Marcos fue un estudiante en el colegio de los naturales de Fray Pedro de Gante en donde se les daba clases de pintura con técnicas europeas, habiendo alumnos que gran habilidad, que incluso eran comparados en la belleza de su técnica con pintores europeos experimentados y de renombre por lo cual no resultaría improbable que uno de ellos fuera capaz de llevar a cabo la realización de la imagen de la Virgen de Guadalupe (Von Wobeser, 2020).

La imagen de la Virgen surgió con un propósito fundamental de establecer un puente simbólico y emocional a través de la religión traída por los conquistadores a los

habitantes del país, pretendiendo con ello entablar una relación que, si bien era de sometimiento en todos los niveles, una vez llevado a cabo en el plano espiritual permitiría que la relación de los españoles que los indígenas fuera suavizándose poco a poco, no llegando a un nivel de respeto o igualdad sino que pretendía una aceptación de su nueva situación de sumisión por parte del pueblo conquistado.

Los imaginarios existentes en la población indígena¹, cuyas construcciones conceptuales, emocionales y simbólicas que se habían construido alrededor de las deidades que antes habitaron el cerro del Tepeyac se habían edificado tan fuertemente al paso del tiempo que no desaparecieron, sino que se trasladaron a la nueva deidad que trajeron los españoles, a pesar de que el nuevo símbolo era totalmente diferente al anterior los indígenas (receptores) trasladaron los significados preexistentes asociados a Tonantzin a la Virgen de Guadalupe, en virtud de que los frailes habían propiciado dicha asociación al permitir que se le llamara Tonantzin-Guadalupe a la nueva imagen cristiana, por lo tanto la nueva imagen no sólo recibiría por herencia los conceptos ahí arraigados, sino que también al paso del tiempo daría pauta a que se crearan nuevos imaginarios en torno a ella; esta función que este nuevo símbolo religioso cumpliría es de suma importancia, puesto que es a través de los símbolos como los hombres se comunican, en tanto que éstos al ser representaciones exteriores y que no permanecen en la individualidad, permiten entablar una relación en el grupo social y además generar estabilidad en el mismo. (D'Agostino, 2014)

De tal manera que la Virgen de Guadalupe no sólo fue exitosamente implantada como un símbolo religioso en México, sino que generó todo un culto alrededor suyo logrando una permanencia durante siglos dentro del país. Esta imagen está considerada como un símbolo para finalidad de esta investigación, sin embargo, al igual que otro tipo de elementos del lenguaje en la comunicacional visual tales como los signos, es capaz de generar un estímulo en sus receptores provocando una respuesta e incluso un cambio de conducta o bien de direccionarla, (Morris, 2003). En todo momento se dan procesos semióticos por medio de los cuales los individuos interpretan los signos a su alrededor y

¹ Entiéndase por imaginarios, aquellas construcciones conceptuales alrededor de todas las instituciones sociales que existen y que permiten que el individuo no sólo comprenda el funcionamiento de dichas instituciones, sino que además entienda su relación con éstas y pueda entender el papel que juegan dentro de su vida y así comprender la totalidad de su entorno (Castoriadis, 2007).

responden a ellos, en el caso de la imagen de la Virgen esta función se ha cumplido desde el momento de su surgimiento en donde se llevaron a cabo estímulos previos de imágenes cristianas, así como de contacto con los frailes españoles que prepararían a los futuros receptores para la recepción en interpretación de la imagen, a este proceso Morris lo denomina **estímulo preparatorio**, dicho estímulo encausa la reacción futura de los receptores al signo, o en este caso al símbolo que se presentaría ante ellos provocando una **disposición para responder** lo cual causa que el sujeto tenga cierta predisposición ante lo que le es presentado, tal fue el caso de los indígenas que después de ser bombardeados con imágenes cristianas así como con las enseñanzas que los frailes trajeron consigo para evangelizarlos respondieron tal como se esperaba a la implantación de la imagen Guadalupana. Lo anterior generaría lo que es designado como **serie de respuesta**, es decir aquella sucesión de respuestas a corto, mediano y largo plazo que la población indígena tendría ante la nueva deidad siendo en un principio difícil de aceptar generándoles inclusive una lucha interna en el plano de sus creencias e imaginarios que se habían mantenido estables por generaciones, sin embargo la ruptura generada por los conquistadores el todo aspecto de su vida daría pauta a nuevas formas de lenguaje y por ende a nuevas reacciones por parte de los receptores, Además de que estas serie de respuestas son generadas por el **objeto-estímulo** (Morris, 2003) como consecuencia lógica, dicho estímulo genera tal profundidad que provoca incluso una necesidad por parte del receptor de reaccionar de cierta manera, en el caso particular de la imagen de la Virgen, el estímulo generado a través de los elementos con anterioridad explicados tales como significaciones, vínculos emotivos, la ubicación del templo, y a la asociación con la antigua deidad, así como todos los demás factores contextuales generaron una fuerte necesidad en los receptores al paso del tiempo, necesidad de demostrar su devoción por la imagen, cumpliendo así con la serie-respuesta esperada por parte de los Conquistadores.

El efecto que la imagen de la Virgen provoco en la sociedad mexicana tuvo infinidad de repercusiones a nivel simbólico, conceptual, identitario, con respecto a los imaginarios sociales y por supuesto en el aspecto espiritual, convirtiéndola en un parteaguas para la conformación de una nueva identidad a nivel nacional.

3.3 Grito de Independencia, 1810.

A continuación, se presenta el análisis de la imagen correspondiente al estandarte que utilizó el cura Hidalgo en el grito de dolores que se observa en la Figura 34, aquella fue la fecha de uno de los eventos más importantes en el país, dicha imagen al igual que la original fue seleccionada debido al fenómeno de convocación que se generó alrededor de ella, de ahí que sea considerada como una de las representaciones de la Virgen de Guadalupe en la cual se puede observar claramente los efectos de la imagen simbólica en los receptores.

Figura 34

Estandarte de la Virgen de Guadalupe



Nota. Recuperado de *Estandarte de la Virgen de Guadalupe*

[Objeto tridimensional. Bandera], 81 cms por 142.5cms, Mediateca INAH.

(http://www.mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/objetohistorico%3A2295)

Análisis Pre – Iconográfico: En la siguiente imagen se puede observar cómo la composición está realizada sobre un estandarte de 142.5 cm de alto por 81 cm de ancho, hecho en tela de algodón, pintado al óleo (INAH, 2023), conformada por una imagen central femenina, la cual se encuentra de pie con la cabeza ligeramente inclinada hacia la derecha sobre una luna creciente que está sobre una figura angelical, la figura femenina se encuentra rodeada por múltiples rayos solares tanto rectilíneos como curvos alrededor de toda la figura central, dicha figura lleva un manto que la cubre de pies a cabeza, así como una túnica, también lleva una corona sobre su cabeza, esta figura tiene dos escudos que flanquean ambos lados, un escudo a la derecha y otro a la izquierda en la parte superior del estandarte, el del lado derecho está formado por dos estructuras principales una corona, y debajo de ésta un círculo que a su vez está dividido en cinco secciones y en dos de éstas se encuentran representados leones y en otras dos secciones torres, en la quinta sección que se encuentra en la parte media inferior del escudo se encuentra representada una flor. El escudo del lado izquierdo de igual manera está formado por una corona y un círculo que contiene la representación de dos figuras masculinas con un paisaje montañoso y la figura de una construcción al fondo, debajo de ambos escudos se encuentra en letras de tamaño considerable con relación a la figura femenina un monograma en letras de color negro divididas en tres renglones, el cual significa “Viva María Santísima de Guadalupe”, debajo de dicho monograma y de ambos lados se observan ramos de flores flanqueando al querubín a los pies de la Virgen (INAH, 2023). “La parte superior del estandarte cuenta con una jareta donde entraba la vara y dos listones en cada extremo que la sujetaban.” (INAH, 2023)

El color de la tela de algodón es blanco, sin embargo, presenta manchas debido a las inclemencias del tiempo, los colores son variados dentro de la composición, sin embargo, al igual que la tela, muestra un desgaste de color haciendo que las figuras y el monograma no presenten una nitidez total.

Análisis Iconográfico

En la presente composición salta a la vista que se trata del estandarte que el cura Miguel Hidalgo y Costilla utilizó en el grito de Independencia, esta pintura se sabe fue

realizada en el año de 1805 por el pintor Carlos Andrés López, facultativo de la Academia de San Carlos, (Estandarte de Miguel Hidalgo, 2013) dicha pintura aunque realizada al óleo está representada de una manera sencilla sin demasiados detalles, la imagen de la Virgen se encuentra en la parte central del estandarte, ésta fue retratada con base en la imagen original, es decir con la mandorla de rayos dorados rodeando su cuerpo (Von Wobeser, 2020), de pie con la cabeza ligeramente inclinada hacia la derecha y con las manos juntas en una posición que comúnmente es considerada de rezo (De Nazaret, 2019). Además, lleva el manto que la cubre de pies a cabeza y la túnica con el ceñidor en la cintura; sin embargo, los colores tanto del manto como de la túnica se ven afectados por la decoloración mostrando tonos muy distintos a los de la imagen original, siendo en este caso el color que se percibe en el manto un tono amarillento con ligeros toques de turquesa en los pliegues, sobre la cabeza de la Virgen se observa una corona de siete puntas, se sabe que la primera imagen de la Virgen de Guadalupe llevaba una corona que sería removida en secreto para que posteriormente fuera colocada formalmente por la iglesia, siendo coronada oficialmente el día 12 de octubre de 1895 (Traslosheros, 2002), de igual manera las estrellas tan características del manto se han difuminado resultando difícil su ubicación dentro de éste, la túnica también presenta una fuerte decoloración siendo muy sutil el ya conocido color rosa, las decoraciones florales de dicha túnica aún permanecen visibles, así, como es notable la flexión que presenta la pierna derecha, la luna creciente sobre la cual se encuentra la Virgen está perfectamente visible, así como el querubín de alas tricolor que está debajo de ésta, el cual tiene las manos hacia arriba en dirección a la Virgen tocando con su mano derecha el manto, y con la izquierda la túnica (no se ahondará nuevamente en los significados de estos elementos, puesto que ya fueron explicados en el previo análisis de la imagen de la Virgen).

La imagen de la Virgen tiene dos escudos a ambos lados, del lado derecho se encuentra el escudo de armas español, en el centro de éste está representado el escudo de la casa de Borbón, (Estandarte de Hidalgo, 2023) de igual manera en dos de sus secciones se encuentran representados dos leones y en otras dos secciones dos torres las cuales representan a Castilla una región bien conocida de España, en el segundo escudo se muestra a San Pedro y San Pablo, y en el fondo tres montículos y una iglesia

(INAH, 2023). La existencia de ambos escudos hace pensar que dicha imagen fue tomada de alguna capilla de franciscanos (Trillanes, 2019). Debajo de los escudos se encuentra el lema con el cual el cura Hidalgo comandaba a su ejército y debajo de éste de ambos lados dos ramos de rosas, flores ya asociadas a la imagen desde su origen, como lo narra la historia del indio Juan Diego, dicho elemento floral era también de suma importancia para los pueblos indígenas, puesto que las flores tenían un uso ritual además del decorativo dentro de su sociedad. (Museo Nacional de Antropología e Historia, 2015), siendo este elemento decorativo algo que tanto la iglesia católica como los pueblos originarios de México utilizaban para sus actos rituales.

Resulta evidente la decoloración del estandarte, también denominado blasón por el paso del tiempo, así como las manchas en la tela de algodón, dicho desgaste es un proceso lógico, puesto que es una imagen que viajó con las fuerzas comandadas por el cura Hidalgo bajo todo tipo de inclemencias y circunstancias.

Análisis Formal

Al observar la composición en su conjunto resulta evidente que la imagen de la Virgen poseía una fuerte significación para los habitantes del México de 1810, tanto así que al ser utilizada como figura principal del estandarte (blasón) se volvió guardiana del ejército del cura Hidalgo, y no sólo les infundió una sensación de fuerza sino también de protección, ya que desde el momento en el que el cura se presentó ante la multitud con el estandarte fue una clara señal de que la Virgen los protegía, este hecho hizo que cambiara la postura de los seguidores de Hidalgo que también vieron en el cura la figura del líder, un líder que estaba acompañado por la Virgen de Guadalupe, aquella misma que se había aparecido en el Tepeyac tanto tiempo atrás y con la cual se sentían mucho más fuertes y dispuestos a la lucha.

Análisis Iconológico

En el México de 1810, existían una serie de inconformidades que aquejaban a la población de México, siendo conformada para ese momento por habitantes indígenas, mestizos y criollos, los españoles eran una minoría y, sin embargo, seguían siendo quienes sometían al pueblo a su gusto de una manera injusta y abusiva, generando un

creciente descontento entre los ciudadanos. A pesar de que los más afectados y sometidos eran los ciudadanos indígenas sufriendo un trato inhumano por parte de los españoles y recibiendo una paga miserable por el trabajo desempeñado, haciéndoles apenas posible sobrevivir con lo que recibían, los criollos también sufrían el maltrato por parte de estos que no los veían como iguales, y les asignaban puestos de menor importancia haciendo que germinara en ellos una sensación de desvinculación con España y llevándolos a buscar una nueva identidad en México (Peláez Geiger, 2013). Debido a todos los factores anteriores sumados a muchas más inconformidades de parte de la población en general, es que se fue creando un estado de animosidad en contra del gobierno que regía en ese momento, además de esto los criollos se habían ilustrado en poco tiempo, ya que, existían numerosos ejemplares de autores franceses con ideas revolucionarias que terminarían por transformar la forma de ver las cosas para los criollos (Escudero, 2013).

Así fue que el 16 de septiembre de 1810 el cura Miguel Hidalgo debido a este enorme estado de inconformidad por parte del pueblo mexicano, llevó a cabo en Dolores, Guanajuato el llamado a las armas, y ante la premura de las circunstancias tomó un cuadro de una capilla en Atotonilco para utilizarlo como estandarte y motivación para sus seguidores, este acto no fue algo planeado, sin embargo, resulto favorable para la causa, pues al ver la imagen de la Virgen de Guadalupe los antes indecisos seguidores reafirmaron su decisión de participar en la lucha armada con el cura Hidalgo como líder, (Coca, s. f.), sin embargo, a pesar de que el cura Hidalgo había hecho una elección muy acertada al utilizar a la Guadalupana como estandarte a la par de la devoción que se profesaba a la Virgen existía también otro símbolo religioso de gran fuerza en el seno de este conflicto armado; ésta era la "Virgen de los Remedios" dicha imagen también había surgido casi paralelamente la Virgen de Guadalupe, teniendo su origen en los eventos de la llamada "noche triste" provocando que la fundación de este culto fuera obra de Hernán Cortés y los conquistadores, la ermita fue construida en el cerro de Totoltepec cuyo significado es "En el cerro de las gallinas" dicha fundación se realizó en el año de 1553, pero sería años más tarde cuando se llevaría a cabo su refundación y con ello también se reviviría el fervor por la imagen, (Martínez Baracs, 2003). Fue así como la imagen de la Virgen de Guadalupe acompañaba al ejército insurgente y la de los

Remedios al ejército realista, sin embargo, fue la imagen de la Virgen de Guadalupe la que al igual que el ejército al cual comandaba saldría victoriosa y permanecería siempre vigente para los mexicanos, (Martínez Baracs, 2003).

En el imaginario del pueblo mexicano se empezó a crear el mito del cura Hidalgo que enarbolaba el estandarte de la Virgen, siendo visto como héroe nacional y protector del pueblo oprimido, dicho imaginario sería alimentado por narraciones de luchas, y generación tras generación se transmitiría reforzando las cualidades atribuidas a este personaje que había surgido en medio de un momento muy difícil para el país, y más aún el fervor y la devoción por la Virgen de Guadalupe irían en aumento, ya que, una vez más la Virgen demostraba estar presente para el pueblo en sus momentos de mayor necesidad. La fuerte relación que estableció la población del país con la Virgen no sólo logro mantenerse a través del tiempo, sino que se vio reforzada nuevamente a través de la proyección de la imagen maternal y protectora de la Virgen de manera constante y dadas las circunstancias tan extremas en las que dicha imagen se vio involucrada sus observadores generaron fuertes vínculos debido a que les era necesario un símbolo del cual asirse para poder resistir física y mentalmente lo que el campo de batalla les deparaba.

El pueblo mexicano se impregnó profundamente de aquellas asociaciones relativas a la Virgen, del simbolismo que ésta cargaba, que por supuesto había sido otorgado por la misma población que la veneraba y que a través de un proceso histórico-social serían capaces asociar dicha imagen con una representación social base dentro de cualquier sociedad, (la religión) sin embargo, dentro de esta representación la Guadalupana ocupa un lugar privilegiado que le permitió generar un imaginario por sí misma al crear una nueva forma de catolicismo. Tal como lo explica Castoriadis (2007) los símbolos son el lenguaje por medio del cual los imaginarios toman forma y son asimilados por el individuo, en el caso de la Virgen, dentro del marco del movimiento independentista fue este imaginario ya existente lo que hizo que la convocación que se llevó a cabo a través de ella tuviera un verdadero eco, ya que, si se hubiese tratado de cualquier otra imagen mariana muy probablemente el efecto no hubiera sido el mismo, ni a corto ni mucho menos a largo plazo, pues, aquellos convocados por ella no hubiesen permanecido con la misma fe y constancia que demostraron a la imagen de la Virgen de

Guadalupe. El efecto que los imaginarios tienen sobre el sujeto resulta algo impresionante, ya que, transforman las conductas, las guían sin siquiera ser algo tangible, sin embargo, si son reales dentro de la mente del hombre y esto los vuelve tan poderosos, esa existencia es mucho más poderosa que la de un objeto físico, puesto que, se vuelven algo en lo que el sujeto cree, y son finalmente las creencias las que logran mover a las masas, (Castoriadis, 2007)

En este caso tratándose del estandarte el **estímulo preparatorio** fue tanto la veneración ya existente hacia la imagen de la Virgen como la situación que vivía el pueblo mexicano, y que lo harían responder ante la imagen de la Virgen colocada en el estandarte al ser convocados, haciendo que su **disposición para responder** se viera afectada y que la respuesta en sí se diera de una manera más fuerte y efusiva ante la presencia de una figura como el cura Hidalgo que al ser además un miembro del ámbito religioso está investido ya de cierta autoridad sobre todo ante los ojos de las personas de procedencia humilde. La **serie de respuesta** generada a partir de los elementos anteriores serían las acciones tomadas por parte de los ciudadanos al ser convocados a través del símbolo, iniciando un movimiento en contra del gobierno y de las injusticias llevadas a cabo contra el pueblo, estas respuestas en un movimiento armado como el de la independencia provocan acciones extremas tales como violencia, enfrentamientos físicos entre muchas otras. Nuevamente en este análisis resulta evidente que el **objeto estímulo** fue la imagen de la Virgen de Guadalupe dentro de la composición del estandarte utilizado como bandera de los insurgentes en el grito de independencia, esta imagen fue realizada por los otros elementos que decoraban el estandarte, en donde se leía la frase: "Viva María Santísima de Guadalupe", la fecha y el contexto en la cual se utilizaron este conjunto de elementos para generar una composición que convocara a las masas juegan un papel determinante para la interpretación del mensaje proyectado a través del estandarte y de la fuerza del símbolo religioso que se está analizando, puesto que es a través de estos elementos sociales es decir: significaciones, conceptos, así como la fuerza adquirida por la imagen a partir de un elemento ya de corte tradicional que se puede proyectar con verdadera fuerza y significación el mensaje y a la vez petición del cura Hidalgo al pueblo al pedirles que se unieran a la lucha que también era la lucha de ellos y de la Virgen de Guadalupe. Importante resulta el análisis de los

elementos a utilizar en una composición visual, el conocimiento del receptor, de los conceptos y simbolismos que le son conocidos y que pertenecen a su entorno, y que además proyectan aquellos temas de relevancia para el momento que se vive en una u otra sociedad, puesto que todos estos factores contribuyen a generar una verdadera significación y un vínculo del receptor con la imagen o símbolo.

3.4 Maximiliano y la Virgen de Guadalupe

La siguiente imagen seleccionada que se aprecia en la Figura 35, resulta de gran interés para el presente proyecto debido a que es un claro ejemplo de la utilización de un símbolo de origen religioso para fines políticos, el interés, y la devoción que el emperador Maximiliano expresara tan abiertamente hacia la Virgen de Guadalupe frente a quienes serían su nuevo “pueblo” probablemente no fue un acto puramente inocente de un fiel más, sino que con esto establecía un precedente de ser parte del pueblo de la Guadalupana, de estar dispuesto a integrarse a su nuevo entorno, por todo lo anterior es que se ha decidido que esta imagen es destacable y ha sido seleccionada como parte de los seis ejemplos.

Figura 35

Alegoría de Maximiliano y Carlota ante la Virgen de Guadalupe



Nota. Recuperado de *Alegoría de Maximiliano y Carlota ante la Virgen de Guadalupe* [Fotografía], por Agustín Peraire: Fotógrafo, 10.2 - 12.7 cms, Mediateca INAH.

(https://www.mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/fotografia%3A390748)

Análisis Pre – Iconográfico

La siguiente imagen acerca de la cual se llevará a cabo el análisis es un fotomontaje del siglo XIX, las medidas son 10 cms de alto por 5 cms de ancho. Se puede observar una composición vertical en la cual se encuentran tres figuras, en la parte superior derecha del formato se observa una figura femenina suspendida entre nubes que bajan hasta la parte inferior de la composición, dicha figura se encuentra de pie vestida con un manto que la cubre de pies a cabeza, así como una túnica, la figura se encuentra sobre una luna creciente debajo de la cual se puede observar un querubín, la misma figura se encuentra rodeada de pies a cabeza por una serie de rayos que asemejan a los del sol, los cuales emergen de su cuerpo, también es observable que lleva una corona sobre su cabeza y que sostiene con sus manos algún tipo de planta al parecer una palma, la figura se encuentra mirando hacia la izquierda en dirección hacia abajo, puesto que ahí es donde se encuentran las otras dos figuras humanas, las cuales se tratan de un hombre y una mujer que se encuentran arrodillados frente a la primera figura, estas otras dos figuras se observan de rodillas entre las nubes pero a un nivel más bajo que la primera figura. La figura del hombre se observa en un primer plano, mientras que la de la mujer se encuentra detrás de él y sólo se logra observar su rostro y parte de sus ropas, el hombre tiene cruzados los brazos sobre su pecho y mira en dirección de la figura femenina suspendida entre las nubes, y la figura femenina detrás de él se encuentra igualmente de rodillas, pero sostiene al igual que la primera figura femenina una palma entre las manos, la figura masculina lleva una capa que lo cubre y de la cual no se logra ver el borde inferior debido a que las ondulaciones creadas por las nubes lo cubren.

Un poco más abajo, casi alineado en la posición en donde se encuentra la figura femenina suspendida entre las nubes se puede observar lo que parecen ser cinco bayonetas entre las nubes, que cubren el resto de la composición. Debajo de las dos figuras que se encuentran arrodilladas se puede observar la firma del autor. La composición es monocromática siendo un tono sepia lo que predomina, formando las luces y sombras en todas las figuras y elementos en mayor o menor proporción, desde el tono más claro casi llegando al blanco hasta el más oscuro aproximándose al negro.

Resulta evidente que la imagen muestra un poco de deterioro por el paso del tiempo, sin embargo, las figuras logran distinguirse a detalle.

Análisis Iconográfico

Por medio del título de la imagen, el cual es: “Alegoría de Maximiliano y Carlota ante la Virgen de Guadalupe” es un fotomontaje realizado por el fotógrafo Augustin Peraire en el año de 1864, sin embargo, la imagen fue litografiada hasta 1867 después de la ejecución del emperador, (Arnal, 1998), el formato en el que está presentada era denominado cart de visite (carta de visita) que usualmente media 10 cms de alto por 5 cms de ancho, siendo este formato seleccionado por su practicidad a la hora de transportar la imagen (Arnal, 1998).

Queda evidenciado que el fotomontaje que se observa tiene como protagonistas a tres figuras de las cuales la que destaca al primer golpe de vista y por su ubicación en la parte superior derecha de la composición, es la Virgen de Guadalupe que está representada flotando entre las nubes con una palma en las manos mirando ligeramente hacia abajo y hacia enfrente al emperador Maximiliano de Habsburgo y a su esposa la princesa Carlota de Bélgica, los cuales se encuentran retratados de rodillas frente a la figura suspendida de la Virgen de Guadalupe mirándola fijamente, el emperador se encuentra en un primer plano al igual que la figura de la Virgen y se encuentra con los brazos cruzados sobre su pecho, lleva una capa que lo cubre desde los hombros y roza las nubes que lo rodean a la altura de donde se encuentran sus piernas, pues, como ya se ha mencionado se encuentra de rodillas, mientras que su esposa en la misma posición sostiene una palma entre sus manos mientras observa a la Virgen.

El mensaje que se pretendía transmitir al llevar a cabo este acto y a través de esta imagen era la “mexicanización” de los recién llegados al país, y con esto también pretendían dejar claro que entrarían en las costumbres y las tradiciones de México que los recibía, en palabras de (Arnal, 1998) de igual manera se proyectaba con esto que estaban en comunión con los antiguos valores tradicionales de México. Las palmas de olivo que sujetan entre sus manos tanto la figura de la Virgen como la de la emperatriz Carlota son símbolo de paz y también de triunfo o victoria, (Monterrosa Prado, 1979) simbolizando con estos elementos la actitud con la que llegaban a México con buena

voluntad, pero al mismo tiempo mostrándose triunfantes ante los mexicanos. Debajo de la figura de la Virgen, a un nivel aún más bajo que las figuras de los emperadores, se encuentran cinco bayonetas, las cuales pueden estar haciendo referencia a la orden imperial que llevaba el nombre de la Virgen de Guadalupe y que durante el segundo imperio en 1865 había vuelto a ser instaurada (Milán López, 2015) simbolizando con esto la bendición de la Virgen al ejército imperial.

Otro elemento que se encuentra presente en toda la composición son las nubes que rodean a las tres figuras, éstas representan dentro del cristianismo una bendición divina y la presencia invisible de Dios, (Monterrosa Prado, 1979), con lo cual estaban afirmando que la divinidad le otorgaba su bendición al nuevo emperador de México a través de la Virgen de Guadalupe, símbolo ya conocido y respetado entre la población del país. Además, cabe destacar que la posición en la cual se encuentran retratados los emperadores es de rodillas, es decir, de sumisión ante la Virgen de Guadalupe, intentando demostrar con esto que aceptaban que la Virgen, símbolo mexicano, estaba sobre ellos, y que estaban solicitando su aceptación y bendición, con esto la imagen proyecta que el emperador y su esposa buscan integrarse al país, a sus tradiciones y creencias, pero desde una postura de humildad y aceptación de lo que el país ya tiene como figuras de respeto y poder, en este caso la imagen de la Virgen.

Análisis Formal

Al observar la estructura compositiva de la imagen (fotografía) queda evidenciado que la figura que dirige la lectura de la composición es la Virgen de Guadalupe, mostrándose como el punto de atención del observador y al mismo tiempo de las otras dos figuras que conforman la composición, enfatizando el lugar que ocupa dicho símbolo para los mexicanos y que nuevamente a través de este fotomontaje pretendía demostrarse, es decir, siendo la figura venerada y respetada entre el mayor porcentaje de la población del país, en este caso fue retomada para proyectar que el recién llegado Maximiliano de Habsburgo buscaba su pronta integración al país y a sus tradiciones y creencias proyectando a través de la imagen una postura de humildad al aceptarlas, pero al mismo tiempo a través de las palmas sostenidas por ambas partes declaraba la paz entre la figura en el poder (el emperador) y otra figura de gran importancia para México,

la Virgen siendo esta representante del ámbito religioso en México, que tal como la historia lo atestigua es otro ámbito de gran poder e influencia dentro del país.

Análisis Iconológico

Esta fotografía fue publicada como ya se ha mencionado en un formato conocido como cart de visite (carta de visita), la cual consistía en una fotografía en albúmina, montada sobre una cartulina, hasta después de la muerte de Maximiliano, sin embargo, fue tomada cuando el emperador y su esposa realizaron una visita a la basílica de Guadalupe un día antes de entrar a la capital el 11 de junio de 1864, (Milán López, 2015), esta fotografía es considerada según Arnal (1998) como la primera evidencia de fotografía política en México. El formato que presenta se volvió muy popular en el siglo XIX por el año de 1874, puesto que surgió una serie de retratos de personajes que habían gobernado al país, ya que fueron los fotógrafos Cruces y Campa quienes sacaron al mercado un álbum llamado “Galería de personas que han ejercido el mando supremo de México con título legal o par media de la usurpación, conocido popularmente como Galería de gobernantes” (Massé en Arnal, 1998, p. 58).

Dicha colección de retratos pretendía formar parte del imaginario mexicano, y ayudar a construir la identidad nacional por medio de la imagen (Arnal, 1998), haciendo que los retratos llegaran a la población del país y con esto se difundiera el conocimiento acerca de quienes habían gobernado México, y siendo esta información transmitida a través de las imágenes, su interpretación se facilitaría y permitiría que su permanencia en la memoria colectiva fuera mayor. El imaginario social como algo que está en constante evolución y formación ha sido y seguirá siendo moldeado por aquellos líderes de opinión, pero también por quienes al ocupar posiciones dentro de la sociedad que les permiten proyectar información y mensajes a través de distintos medios de comunicación, utilizan esta posición para influir en las masas, en este caso y debido al contexto, así como a la época se utilizaron medios impresos para llevar a cabo esta conformación del imaginario nacional por medio de la fotografía. Las sociedades están imbuidas en lo que Castoriadis (2007) denomina proceso *histórico-social*, éste se da dentro de lo que él llama un flujo perpetuo de auto alteración dentro del cual el imaginario

se verá modificado o transformado por los mismos individuos que se ven afectados por él, generando así un flujo continuo conocido como “magma de significaciones” que afectan directamente al interior del individuo y por ende su percepción del mundo y de la sociedad en la que se desenvuelve, y en la que nuevamente lleva a cabo actividades que pueden llegar a modificar el imaginario social que ya se ha construido, convirtiendo esto en un proceso de retroalimentación y construcción continua.

En cuanto a los elementos que Morris (2003) identifica como parte de los procesos semióticos que se lleva a cabo en las sociedades existía ya un cúmulo de antecedentes conceptuales y significativos de la imagen los cuales habían creado dentro de la sociedad mexicana un estado casi perpetuo o al menos con cierta constancia de **estímulo preparatorio**, es decir la imagen de la Virgen jamás dejó de estar presente para sus receptores que además estaban en contacto continuo con ella y son los rituales vinculados a ésta y por ende a la carga simbólica que la rodea, por lo tanto, también la **disposición para responder** se dio de una manera natural, teniendo esto en cuenta la respuesta hacia el fotomontaje sería inmediata, sin embargo, dicha respuesta no sería atestiguada por el emperador, puesto que la imagen se imprimió después de su fusilamiento, por lo que, no cumplió el objetivo primordial por el cual fue creada, en este caso la **serie de respuesta esperada** era la aceptación de ambos emperadores por parte del pueblo mexicano, llegar a ellos a través de la imagen una que por cierto poseía un fuerte símbolo de origen sagrado para los habitantes de México y que por consecuencia sería un impulso a la imagen del entonces recién llegado emperador. Por último el **objeto estímulo** en esta imagen son los tres elementos que la componen, pero principalmente la figura de la Virgen y el emperador Maximiliano, ya que si bien se encuentra también presente la figura de la emperatriz es opacada por la posición que ocupa dentro del fotomontaje convirtiendo la composición más en un diálogo visual entre emperador y la Virgen, y proyectando este vínculo entre la nueva figura en el poder dentro de México y el pueblo representado por la imagen de la Virgen de Guadalupe, poniendo al emperador al menos visualmente a los pies de la Virgen y, por lo tanto, de México.

Aunque esta imagen no logro cumplir su objetivo mientras el emperador se encontraba con vida, ha quedado como evidencia de la fuerza y el impacto que el uso de la imagen como símbolo en la sociedad y la diversidad de significaciones que puede transmitir en ella, generando un fuerte impacto visual y emocional en aquellos que la interpretan y que dependiendo del contexto social en el cual dicha imagen sea utilizada tendrá un eco en unos poco sujetos o en una nación entera.

3.5 Revolución Mexicana

La siguiente imagen que se analizará es la Figura 36 pertenece también a un contexto bélico dentro del país, y aunque no ha sido la intención seleccionar imágenes pertenecientes únicamente a ámbitos de este tipo, algunas de las imágenes han sido participes de este tipo de eventos puesto que es en estos sucesos en donde la imagen de la Virgen de Guadalupe ha sido utilizada como símbolo convocador y en donde se observa con mayor claridad el efecto impresionante que tuvo y sigue teniendo en las multitudes.

Figura 36

Desfile por el zócalo de la vanguardia de la división Pacheco - Zapatistas



Nota. Recuperado de *Desfile por el Zócalo de la Vanguardia de la división Pacheco Zapatistas*
 [Fotografía], por Casasola Fotógrafo, 1914, Mediateca INAH
 (http://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/fotografia%3A13145)

Análisis Pre – Iconográfico

Esta composición se trata de una fotografía en blanco y negro, tomada por el fotógrafo Agustín Víctor Casasola en el año de 1914, en ella se pueden observar cuatro figuras masculinas principales montadas a caballo, de las cuales la segunda de derecha a izquierda sostiene un estandarte con una figura femenina colocada al centro de éste, dicha figura tiene alrededor una serie de rayos que asemejan a los del sol, se encuentra vestida con un manto que la cubre de pies a cabeza, y con una túnica, su pierna derecha se encuentra flexionada ligeramente y debajo de ella se puede observar una luna creciente, y debajo de ésta un querubín con los brazos elevados tocando una esquina del manto de la figura femenina con la mano izquierda y la punta de la túnica con la mano derecha (los detalles de dicha figura se encuentran desarrollados con mayor detalle en

el primer análisis). La figura femenina se encuentra rodeada por lo que parece ser una leyenda escrita alrededor de ella. Si bien estas cuatro figuras principales se encuentran en un primer plano, es observable que en la parte posterior se encuentran un número indefinido de figuras secundarias que pueden observarse tanto de pie a los costados, observando a las figuras principales, como algunas más detrás de las cuatro figuras principales también montando a caballo, pero solamente logra verse parte de las siluetas. En un tercer plano se logra ver parte de dos construcciones arquitectónicas, una a la derecha en la esquina de la composición y otra a la izquierda tendiente al centro de la fotografía, esta última parece ser una sección de una iglesia católica. La imagen parece representar la llegada de un contingente a caballo por la calle de alguna ciudad. La figura femenina representada en el estandarte se encuentra de pie con la cabeza ligeramente inclinada hacia la derecha, rodeada por rayos semejantes a los del sol, además del texto que rodea a la figura no existe ningún otro elemento decorativo dentro del estandarte.

Al ser una fotografía en blanco y negro los contrastes generados por la saturación del negro en ciertas figuras y secciones es lo que aporta fuerza y detalles a la imagen, presentando una composición compleja y con numerosos detalles.

Análisis Iconográfico

La fotografía que se observa lleva por título “Desfile por el zócalo de la vanguardia de la división Pacheco – Zapatistas”, se tienen registros de que dicha foto fue tomada en el año de 1914 (INAH, 2023), sin embargo, la fecha de creación (impresión) está marcada en el año 1945, esta fotografía como ya se mencionó antes, fue tomada por Agustín Víctor Casasola, fotógrafo mexicano. La fotografía fue tomada en el Zócalo de la ciudad de México mientras las tropas Surianas pasaban por las calles de la capital, se les daba este nombre a las tropas comandadas por Emiliano Zapata debido a que la mayoría de sus integrantes pertenecían a estados del sur del país (Arnal, 2015), en la imagen se puede observar como una gran cantidad de personas se encuentran a los costados de la calle mientras los integrantes de la tropa pasan a caballo.

En primer plano se pueden observar de manera más detallada a cuatro integrantes de los cuales destaca uno que lleva un estandarte de la Virgen de Guadalupe consigo, sostiene el estandarte con la mano derecha levantándolo mientras avanza por

la calle en compañía de los otros integrantes de la tropa, todos van vestidos de manera sencilla y llevan sombreros de ala ancha sobre sus cabezas, además de que algunos de ellos llevaban cananas –o carrileras– en el pecho (Arnal, s.f.), esto no sólo denotaba que estaban armados, sino que además apoyaban a Madero, llevar las cananas cruzadas en el pecho era símbolo de esta alianza. En la parte de atrás se logra ver una de las torres de la catedral en el Zócalo de la ciudad (INAH, 2023).

Ahora bien, centrando la atención en la imagen que se encuentra representada en el estandarte, la cual se trata de la Virgen de Guadalupe, está rodeada por un texto que dice: “Viva la Virgen Guadalupe y viva el ejército libertador viva el Gral. Zapata”, dicho estandarte era llevado por algún miembro del ejército suriano al frente de éste. Resulta evidente que dicha imagen era apreciada por las tropas surianas que veían en ella, al igual que otros, quienes la utilizaron antes como estandarte un símbolo de protección y compañía mientras se encontraban en la lucha, la Virgen era ya un símbolo con una fuerte presencia en el país, y mantenía su lugar como protectora y madre del pueblo y de los desamparados, era ella a quienes nuevamente acudían en busca de fuerza interior para continuar con la lucha.

Los integrantes de las tropas enfrentaban escenarios horribles, batallas en las cuales muchos de ellos perderían la vida, por lo que resultaba necesario tener un símbolo que brindara de manera constante una sensación de esperanza y en cierta manera de tranquilidad aún en medio de una situación en la que su vida estaba en constante peligro. Como parte del imaginario del pueblo mexicano la Virgen de Guadalupe se convertía en una presencia tan real para los miembros de las tropas como lo era el enemigo y los ataques de éste, y aunque la imagen de la Virgen no fuera capaz de detener las balas, sí brindaba una sensación de consuelo a aquellos que se dirigían a la batalla. Por último, cabe mencionar que la fotografía está en blanco y negro acrecentando con ello el dramatismo y contraste de la escena.

Análisis Formal

Al observar la imagen en su totalidad, se aprecia el impacto que tenía la llegada del ejército suriano al Zócalo de la ciudad, causando gran revuelo y conmoción debido a que al tratarse de Emiliano Zapata y sus tropas, los ciudadanos acudían a ver a semejante figura desfilar por las calles, sin embargo, entre los integrantes de los zapatistas el símbolo al que ellos seguían, además de su general, era la imagen de la Virgen de Guadalupe, que también los lideraba en su marcha y en el campo de batalla.

Análisis Iconológico

La revolución mexicana fue un conflicto armado que inició en 1910, el General Porfirio Díaz se encontraba en el poder en ese momento, y a pesar de que su gobierno trajo consigo aspectos positivos del país, también se llevaron a cabo grandes injusticias en contra de la población y en mayor medida contra aquellos de procedencia humilde y que se encontraban en mayor desventaja, tal como los campesinos. En contraposición a Porfirio Díaz se encontraba Francisco I. Madero que en 1909 fundó el Partido liberal antirreeleccionista con la finalidad de competir por el poder en las próximas elecciones, esta decisión fue animada debido a la previa declaración que había realizado Díaz durante una entrevista en la cual aseguraba que no pensaba reelegirse (Ángeles Becerra, 2014). Uno de aquellos campesinos afectados por las acciones del gobierno de Porfirio Díaz era Emiliano Zapata quien también de origen humilde se dedicaba al cultivo de la tierra, y sería precisamente Zapata quien se volvería uno de los líderes importantes del movimiento revolucionario y que comandaría al ejército suriano.

En la fotografía es posible ver como parte del ejército de Zapata lleva un estandarte de la Virgen de Guadalupe consigo; en esa fecha en que la fotografía fue tomada un 6 de diciembre de 1914, los generales Emiliano Zapata y Francisco Villa entraron a la ciudad de México comandando sus tropas, y en las manos de algunos de los integrantes del ejército de Zapata fue posible capturar el estandarte que llevaba representada a la imagen de la Guadalupana, quien ya antes había sido testigo de batallas libradas en el país.

Aunque pudiera pensarse que el uso de la imagen de la Virgen de Guadalupe se contraponía a los ideales del ejército Zapatista y a su ideología liberal, la Virgen no

representaba a la iglesia que también había sido partícipe de las injusticias cometidas contra el pueblo, el Guadalupanismo era algo que se separaba de cierta manera del catolicismo, se podía estar en contra de la iglesia y su postura, sin embargo, no se estaba en contra de la Virgen de Guadalupe, que además simbolizaba el amor al país, a la familia, a lo tradicional (Arnal, 2015). La Virgen contenía todos los conceptos que los mexicanos asociaban al hogar, y por los cuales estaban dispuestos a seguir luchando en las batallas.

La imagen de la Virgen seguiría estando presente y con gran fuerza en la vida del país, siendo asociada a eventos de tal magnitud, su participación e influencia en el imaginario de los mexicanos iría en aumento, convirtiéndola en símbolo nacional, en creadora de una nueva forma de catolicismo, e incluso en dueña de una estructura simbólica compleja y fuerte al haberse construido sobre bases de creencias espirituales ya existentes en el país desde la época de la Conquista y más aún al ser alimentada la devoción en ella al hacerla partícipe en importantes eventos históricos, en donde aquellos que vivieron las batallas en carne propia la dotarían de una fuerza simbólica mayor, y harían que las raíces que la sujetaban al pueblo mexicano crecieran y se extendieran de manera indefinida.

Al hablar del proceso semiótico que se llevó a cabo durante la utilización del estandarte de la Virgen de Guadalupe por parte del ejército suriano, y más específicamente por los líderes de éste como símbolo no de convocación, pero sí de protección y esperanza para seguir en la batalla, el estímulo preparatorio sería la fuerte relación forjada entre el pueblo mexicano con la imagen de la Guadalupana, a quien tenían presente en su vida a través de la fe católica al asistir a las diferentes prácticas religiosas, pero habiendo ya en algunas ocasiones trascendido el ámbito de la iglesia la imagen se había vuelto más cercana al pueblo, haciendo a través del tiempo y del fortalecimiento del vínculo creado un **estímulo preparatorio** que permitiría en este caso generar sensaciones de confort y esperanza entre las tropas que llevaban consigo en la imagen. Su **disposición para responder** fue total, además de positiva ante la imagen, permitiéndoles obtener energía de un símbolo como si éste fuera algún alimento, o fuente de energía que nutriera sus cuerpos, la imagen de la Virgen generaría en ellos una **respuesta esperada** que les ayudaría a mantenerse firmes y dispuestos en el campo de

batalla, siendo nuevamente el **objeto estímulo** la imagen de la Virgen reforzada por el General Zapata que era también en sí mismo un fuerte símbolo para la lucha revolucionaria.

3.6 Los Cristeros

En la Figura 37 se puede observar la imagen seleccionada representativa del movimiento cristero, nuevamente se presenta el análisis de una representación de la Virgen de Guadalupe con un fuerte contenido simbólico, y nuevamente dicha imagen pertenece al contexto de un enfrentamiento bélico, esto es debido a que la imagen de la Virgen ha sido un símbolo muy querido dentro de México desde sus orígenes y por lo tanto numerosas veces han decidido tomarla como elemento motivador en los movimientos armados del país debido a que es un símbolo que se sostiene sobre las creencias y la fe de sus seguidores.

Figura 37

Bandera tricolor con Nuestra Señora de Guadalupe al centro, rodeada por las inscripciones "1926 - 1929" en recuerdo de la temporalidad del movimiento Cristero.



Nota. Recuperado de Bandera tricolor con Nuestra Señora de Guadalupe al centro, rodeada por las inscripciones "1926-1929" en recuerdo de la temporalidad del movimiento Cristero. [Fotografía], por Arq.

J. Guadalupe Guerrero Márquez, 222.1 x 90.2 cm. 101museos.com.

(<https://www.101museos.com/museos/jalisco/728/museo-regional-cristero-antiguo-palacio-municipal>)

Análisis Pre – Iconográfico

Se puede observar un formato horizontal hecho de tela, de medidas 222.1 x 90.2 cm, que está conformado por cinco partes cosidas en tres colores (verde, blanco y rojo) siendo dos secciones de tela verde una blanca y dos más de tela roja, que en su totalidad forman una bandera, la cual tiene tres listones en el lado derecho, al parecer hechos del mismo material y con la intención de permitir que la bandera se sujete a algo, dichos listones son también en color verde blanco y rojo en orden descendente. En la parte central que es de mayor tamaño, y de color blanco se observa representada una figura femenina que se encuentra de pie sobre una luna creciente, dicha figura se encuentra ligeramente inclinada hacia la derecha, y lleva un manto que la cubre de pies a cabeza así como una túnica, y una corona sobre su cabeza, debajo de la luna creciente que se encuentra a sus pies se puede observar una figura angelical, dicha figura se encuentra estirando sus manos hacia arriba de manera que con la mano derecha toca parte del manto y con la izquierda una esquina de la túnica pertenecientes a la figura femenina.

La totalidad de la figura se encuentra rodeada por una serie de rayos que asemejan a los del sol, además de ello se puede observar en la parte superior un texto rodeándola que dice: Viva Sta. María de Guadalupe!, dicho texto es de color rojo, un poco más arriba también se pueden ver dos fechas en la parte de tela que corresponde al centro de la bandera, del lado derecho ésta 1926 y del izquierdo 1929 ambas de color rojo también, continuando hacia abajo en esta misma sección en la cual se encuentra la figura femenina, se puede observar a la mitad de la altura del formato texto que dice Reina y Madre Nuestra, sin embargo dicho texto no está colocado en un sólo bloque sino que las palabras están acomodadas en forma horizontal y después diagonal para embonar en el espacio, un poco más hacia abajo continua el texto: ruega por tu nación, dicho texto está además trazado con color negro, pero únicamente utilizado para delinear el contorno de las letras, a diferencia del primero que se encuentra realizado en color rojo, al igual que las fechas, debajo se observa un último texto en color rojo que dice: Pacheco, Jal.

Tanto los materiales como los colores presentan decoloración y deterioro debido al paso del tiempo, causando que el rostro de la figura, así como algunos detalles no sean ya perceptibles en la fotografía que se observa.

Análisis Iconográfico

La imagen que se observa es una fotografía tomada por el Arq. J. Guadalupe Guerrero Márquez, la cual muestra una bandera perteneciente al movimiento cristero, dicha bandera fue elaborada en el año de 1940 para conmemorar a las personas que participaron en el movimiento cristero perteneciente a la comunidad rural de Pacheco (101 Museos, s.f.), fue pintada al óleo sobre tela, y las fechas, así como las otras inscripciones se realizaron para conmemorar la temporalidad del movimiento cristero.

Es posible observar un poco del color de los materiales a pesar del deterioro sufrido por el tiempo, también es observable que la bandera fue realizada cosiendo varios pedazos de tela para conformarla, señalando con esto el esfuerzo de quienes se dieron a la tarea de armarla, en ella se puede ver pintada al óleo a la Virgen de Guadalupe, también es posible observar cómo dicha imagen está acompañada de una serie de textos. En orden descendente se encuentran en primer lugar dos fechas, una del lado izquierdo y otra del lado derecho superior de la parte blanca de la bandera, dichas fechas son 1926 y 1929, que es el periodo que se conoce como la duración de la guerra cristera (Entrena Duran, 1986). El segundo texto que se puede observar se encuentra colocado en forma de arco alrededor de la parte superior de la figura de la Virgen, y dice: "Viva Sta. María de Guadalupe", dicho texto está cumpliendo una función de reforzamiento, ya que de esta manera la representación gráfica de la Guadalupana se ve enmarcada y reiterada.

Colocando a la imagen de la Virgen al centro de la bandera, la cual claramente lleva los mismos colores que la bandera nacional, se le está otorgando una gran importancia, tanto en la parte visual dentro de la composición, como en la parte simbólica, ya que está ocupando el lugar del escudo nacional, convirtiéndola con esto, al menos para aquellos que realizaron la bandera y para los miembros del movimiento cristero, en la representante de México. La continuación del texto en el cual se lee: reina y madre nuestra ruega por tu nación, es sin lugar a dudas una petición por parte de los creyentes a la Virgen, puesto que enfrentarían grandes peligros en las batallas a librar, bien se sabe que la guerra cristera fue algo terrible trayendo consigo un gran número de muertes, sobre todo de aquellos de procedencia humilde, por lo tanto el colocar este tipo de mensajes o peticiones en los estandartes y banderas que cargaban consigo era en el

imaginario del ejército cristero una forma de protección contra el enemigo, la Virgen de Guadalupe que con anterioridad había protegido a aquellos que luchaban por el país y por el pueblo de México los protegería a ellos nuevamente, en tanto que su causa era defender su derecho a profesar su religión de manera libre².

Finalmente se puede observar en la parte inferior un texto en color rojo que dice: Pacheco Jal, lo cual da a entender que dicha bandera pertenece a esa región del país.

Análisis Formal

La bandera cristera muestra claramente la devoción del pueblo mexicano por la Virgen de Guadalupe, y la confianza que se tenía depositada en ella, ya que al representarla en el centro de la bandera se le da el lugar de protectora de México, y al mismo tiempo ella simboliza al país. Esta carga simbólica es enorme, puesto que se demuestra a través de esto que para los miembros del movimiento cristero tanto su patria como la Virgen eran conceptos indisociables, resultando por lo tanto impensable el hecho de que se les prohibiera expresar su devoción por una u otra, de tal manera que al ver su libertad coartada por las nuevas leyes significaba para ellos una afrenta directa, no sólo hacia la institución de la iglesia, sino al pueblo mexicano. Así es que a través del uso de estandartes y banderas en los cuales se representaba a la Virgen acompañada de diferentes textos enalteciéndola a ella, a Cristo Rey, y por supuesto a la patria, los cristeros buscaban expresar su devoción hacia el país, a sus creencias firmemente enraizadas, y a la idea que tenían de lo que el pueblo mexicano significaba, de lo que amaban y veneraban, no era sólo una lucha contra las injusticias cometidas a cada una de las víctimas, era en contra de todos los Guadalupanos, de los católicos y por lo tanto de México.

Análisis Iconológico

El conflicto cristero fue uno de los movimientos armados más terribles en la historia de México siendo su periodo de duración de 1926 a 1929, aunque cuando parecía que por fin se terminaría el enfrentamiento entre iglesia y Estado la cacería de

² Las leyes decretadas por Plutarco Elías Calles se convirtieron en el pretexto para aplicar medidas en extremo drásticas, tanto a miembros de la iglesia, como al grueso de la población, por el simple hecho de profesar la religión católica (Entrena Durán, 1986).

ex líderes cristeros desencadenaría lo que se conocería como “Segunda guerra cristera” el acto que ocasionó que los problemas surgieran nuevamente entre la iglesia y el estado fue la “Ley Calles” promulgada por Plutarco Elías Calles, dicha ley es considerada como un manifiesto anticlerical (Entrena Duran, 1986). Calles promulgó una serie de leyes que limitaban en gran medida a la iglesia y las actividades que ésta llevaba a cabo de manera regular dentro de la sociedad, tales como officiar misas, festividades católicas, realización de misas fuera de recintos católicos entre otras. Sin embargo, dichas leyes se implementaron de manera inmediata y brutal, puesto que inclusive se cerraron escuelas católicas, y se estableció que todos los ministros de la religión deberían ser de nacionalidad católica entre muchas otras reglamentaciones (Entrena Duran, 1986). De tal manera que ante la creciente prohibición en la forma de expresar esta parte de su vida tanto miembros de la iglesia como ciudadanos comunes terminaron por sentir una gran inconformidad, sobre todo cuando comenzaron los actos violentos por parte de las autoridades con tal de que se cumpliera su voluntad en el cumplimiento de las nuevas leyes.

En medio de una situación que limitaba en gran medida a la población católica fue que surgió el movimiento cristero, y es en este contexto que se observa la utilización de la imagen de la Virgen de Guadalupe como imagen en estandartes y banderas llevadas por miembros del movimiento, la bandera de la imagen que concierne a este análisis se trata de una bandera conmemorativa, ya que como se ha mencionado fue hecha en conmemoración de habitantes de la comunidad de Pacheco Jalisco que murieron al participar en el movimiento cristero, sin embargo, fue elaborada en el año de 1940 por lo que es muy probable que no haya sido utilizada como estandarte en las batallas que se llevaron a cabo. Así, es muestra de cómo a través de la estructuración de elementos tales como la bandera nacional, y la imagen de la Virgen de Guadalupe, los miembros del movimiento buscaban motivar a las multitudes y a ellos mismos para continuar con la lucha por una mayor libertad en el ámbito religioso, ya que las represiones en contra de la iglesia y de los creyentes se habían vuelto excesivas y lastimaban seriamente a la población civil, que como en muchas otras ocasiones anteriores, resultaban ser los más afectados. Ante este escenario fue que se libraron numerosos enfrentamientos entre cristeros y elementos del ejército, no obstante, algo que motivó intensamente a los

cristeros fue la creencia que tenían de que al impedirles llevar a cabo sus ceremonias religiosas y profesar su fe se le estaba faltando al respeto, no a la institución de la iglesia, sino al mismo cristo y a su venerada Virgen de Guadalupe, lo cual el pueblo mexicano no pensaba permitir, puesto que además ambas figuras religiosas simbolizaban el eje sobre el cual ellos dedicaban su vida, es decir su familia, su nación y los valores atribuidos a cada una de éstas, de tal manera que la afrenta que el estado llevaba a cabo era imperdonable. (Entrena Duran, 1986)

El imaginario dentro de México que había creado a través de los años la estructura simbólica perteneciente al Estado y a la iglesia, tenía una función para la vida de los mexicanos, poseía un lugar importante para ellos, pero jamás tan importante como el que ocupaban la Virgen y Cristo, esto se debía a que a diferencia de la iglesia como institución aquello que representaba la Virgen y el hijo de Dios, no eran únicamente conceptos o representaciones asociados al funcionamiento de la sociedad como lo cotidiano, la Virgen estaba presente en su vida a manera de un símbolo que, si bien contenía la parte solemne de la religión, también era una figura que representaba el amor de madre, el hogar, la nación, la protección, la esperanza, la fe, e innumerables conceptos asociados a ella que la dotaban de un poder inmensamente mayor que el de una institución social cuyos fines y simbolismos residen mayormente en la parte funcional-social. Tomando en cuenta lo anterior, queda claro que el uso de la imagen de la Virgen dentro del movimiento cristero sería nuevamente un elemento motivador y catalizador de emociones para los cristeros, infundiendo esperanza y fuerza y recordándoles el porqué de su lucha.

Teniendo en cuenta el complicado contexto que se vivía en ese momento debe considerarse que cada uno de los acontecimientos desatados tras la promulgación de la Ley Calles sirvieron como **estímulo preparatorio** para quienes se convertirían más tarde en parte del movimiento cristero, por lo tanto, la **disposición para responder** fue prácticamente inmediata, puesto que para los creyentes los actos cometidos por parte del gobierno para impedir la celebración de las misas e impedir la libre expresión de su religiosidad convirtieron los ánimos del pueblo en algo sumamente inestable a punto de ebullición. **La serie de respuestas** fue por lo tanto la reacción de los miembros del movimiento, así como de los civiles en general ante la bandera al ser expuesta ante todas

las miradas, dicha respuesta no se hizo esperar pues como en otras ocasiones, la utilización de la imagen haría que más ciudadanos se unieran al movimiento, así como también brindaría una sensación de cobijo a quienes ya pertenecían las filas de los cristeros. Es observable entonces como de nueva cuenta tanto la imagen del Cristo y por supuesto en el caso específico de la bandera cristera, la imagen de la Virgen se convierte en el **objeto estímulo** enmarcada en la bandera reforzando el simbolismo de identidad nacional y todos aquellos valores y conceptos asociados a símbolos tan fuertes como lo son la bandera nacional y la Virgen, los cuales durante años han estado fuertemente arraigados en el imaginario de los mexicanos

3.7 La imagen en nuestros días/ Uso mediático (Distroller)

Finalmente, dentro de esta serie de análisis se ha llegado a la época moderna, a los medios de comunicación masiva y a la globalización, por lo tanto, no es de extrañar que también la imagen de la Virgen de Guadalupe haya sido llevada a esta nueva forma de comunicar y de expresar por medio de las nuevas tecnologías, en este caso en específico, se analizó la caricaturización que se hizo de la imagen por parte de la Diseñadora Amparo Serrano y de la marca Distroller, la cual se aprecia en la Figura 38.

Figura 38

Virgencita plis



Nota. Recuperado de *Virgencita Plis* [Diseño] por: Amparo Serrano, Diseñadora Gráfica. Distroller.com.
(<https://chile.distroller.com/marcas>)

Análisis Pre – Iconográfico

En la siguiente composición se puede apreciar una figura femenina principal que se encuentra de pie, lleva un manto que la cubre de pies a cabeza, así como una túnica, y una corona de cuatro puntas. En torno a esta figura se encuentran diversos elementos decorativos, observándose dos elementos que asemejan hojas; un elemento del lado derecho y otro más del lado izquierdo a la altura de los hombros, cuatro elementos florales a los costados a la altura de los brazos y cadera de la figura femenina, dos del lado derecho y dos del lado izquierdo, así como dos aves; de igual manera una está al lado derecho y la otra al lado izquierdo, en este caso a la altura de la cabeza de la figura central. Casi a los pies de dicha figura femenina es posible observar una figura angelical, tanto la figura principal femenina como la figura angelical parecen estar de pie sobre lo que asemeja una luna creciente, detrás de la figura principal se encuentran dos figuras circulares decorativas a la altura de sus pies, y detrás de su cabeza una figura circular de mayor tamaño que las anteriores. Toda la composición está realizada en colores vibrantes, y además cada uno de los elementos está caricaturizado siendo trazos sencillos y bien definidos los utilizados para su representación. Finalmente, cerca de la parte inferior del lado derecho de la composición, se puede observar en un tamaño muy reducido un nombre: Amparin, puesto que es el nombre de la creadora de la caricaturización.

Análisis – Iconográfico

Como se puede observar, la imagen es una caricaturización de la Virgen de Guadalupe, la cual fue realizada por la diseñadora gráfica Amparo Serrano en el año 2004 (Redacción, 2022). No se cuenta con medidas definidas de la imagen, puesto que ésta es una de las imágenes pertenecientes a una de las páginas oficiales de la empresa Distroller, misma que al igual que el personaje fue creado por Amparo Serrano. Resulta evidente al observar esta caricaturización de la Virgen, en comparación con la que es conocida como la imagen original, a pesar de que se conservaron características de la Virgen de Guadalupe que resultan inconfundibles, también se hizo uso de colores y elementos que nada tienen que ver con primera imagen. Al observar la caricatura destaca que se conservó el manto, la túnica, la corona, el querubín, la luna creciente, y

se rediseñó la tan significativa mandorla que siempre rodea a la Virgen de Guadalupe, se agregaron elementos tales como las flores que se encuentran a los costados y las dos aves, así como el pequeño corazón que se encuentra a la altura de su vientre en color rosa, y el moño que lleva el querubín sobre su cabeza. De igual manera la forma de los elementos que se conservó dista mucho de la representación tradicional, son evidentes los trazos de mucha más sencillez y la enorme variedad de colores utilizados en la caricaturización. Dentro de la túnica es observable que incluso se realizó una textura que asemeja los trazos desordenados de un niño pequeño, además la gran variedad de formas y colores utilizados que denotan la intención de la diseñadora de llegar a un público joven e infantil, por lo que cada uno de los elementos son coloridos y de formas fácilmente asimilables.

Cada uno de los elementos decorativos seleccionados para acompañar la figura caricaturizada de la Virgen cumplen la función de realzar a la misma, la utilización de innumerables texturas multicolores en cada uno de ellos junto con las texturas aplicadas a la Virgen en sí, pretenden llamar la atención del observador de una manera inmediata. La carga simbólica ya estaba presente en la imagen de la Virgen de Guadalupe a través de sus múltiples representaciones realizadas a través del tiempo, por lo que la imagen que se está analizando contiene ya por defecto aquellos conceptos con los cuales se le asociará desde antaño, sin embargo, la transformación que ha sufrido a través de la caricaturización ha quitado ciertas barreras que impedían crear un vínculo identitario para las generaciones más jóvenes, las cuales solían verla como un símbolo religioso de gran respeto y solemnidad, y actualmente por medio de la presentación de una imagen caricaturizada de la Virgen de Guadalupe se ha establecido un vínculo con las nuevas generaciones a través de un producto de consumo masivo, por medio de un lenguaje visual más acorde a la época y al público infantil al que va destinado, además de que su finalidad ha sido generar ventas a la empresa Distroller. Sin embargo, en su camino por lograr esto ha reforzado y reposicionado a la imagen de la Virgen de Guadalupe en las nuevas generaciones.

Análisis – Formal

A través de la estructuración de elementos ya conocidos por el receptor en un rediseño de un símbolo tan poderoso y reconocido por los habitantes del país como lo es la Virgen de Guadalupe se ha logrado obtener un personaje que, si bien presenta un estilo totalmente distinto en formas, trazo y color, conserva la esencia de la imagen original de la Virgen, haciendo que sea reconocida por aquellos que durante generaciones la han tenido presente en sus vidas, y en sus hogares. La “Virgencita” ha logrado convertir a la imagen llena de solemnidad de la Virgen de Guadalupe en accesible y amigable ante los ojos de un público infantil que ha aceptado velozmente al personaje creado por Amparo Serrano, aumentando la ya permanente popularidad de la Guadalupana, que ya se encontraba presente en variedad de objetos bidimensionales o tridimensionales de todo tipo, pero que a través de la “Virgencita” de Distroller ha abierto el paso al ámbito juvenil y sobre todo infantil.

Análisis – Iconológico

La caricaturización de la Virgen de Guadalupe fue creada por Amparo Serrano en el año 2004, la diseñadora falleció en el año de 2022 debido a un accidente dentro de su casa, sin embargo, anteriormente durante revistas en las cuales habló sobre el origen de su empresa, explicó a los medios de comunicación que el motivo de la creación de la “Virgencita” se debía a que ella misma era devota creyente de la Virgen de Guadalupe, y que el estilo tan característico de sus creaciones (colorido y de líneas sencillas) se debía a que era la forma en la que ella podía expresarse, ya que hacer dibujos de una manera más realista le hubiera resultado imposible (Redacción, 2022). La diseñadora comenzó haciendo trabajos por encargo de sus amistades, y de esto surgió el personaje “Virgencita”.

La entrada de este personaje al mercado mexicano resultó un éxito rotundo, puesto que debido a su presentación multicolorida y de líneas y formas sencillas, las cuales resultan mucho más fáciles de asimilar e interpretar por los observadores su aceptación fue casi de manera inmediata. La imagen caricaturizada de la Virgen fue acompañada además de una frase que se volvería contagiosa entre los receptores, dentro de la publicidad utilizada junto con la imagen se leían textos que tales como: Virgencita plis mándame un novio, Virgencita plis mándame ganas de estudiar, entre

otros muchos textos similares en los cuales se le hacían peticiones de todo tipo a la ahora caricaturizada imagen de la Virgen de Guadalupe. La aparición de esta nueva versión de la Virgen en una época moderna demandaba por supuesto que aquello que la diseñadora y a su vez la empresa proyectara se adaptará al entorno y a las preferencias de quienes serían los receptores, resultando obvio que el tratamiento que se le tendría que dar era muy diferente a las anteriores representaciones Guadalupanas. Dentro de los objetos que la marca oferta con la imagen de la Virgen de Guadalupe se pueden encontrar mochilas, libretas, marcos para fotografías, lapiceras, muñecas entre otros, y una de las últimas creaciones han sido piezas de joyería realizadas en sociedad con la conocida marca Pandora, la cual se dedica al diseño de joyas, esta colaboración se dio en el año 2020 debido a la tradición de la marca joyera de crear de manera anual una pieza que represente a México, en dicho año la marca eligió hacer un “*charm*”³ en colaboración con la diseñadora Amparo Serrano utilizando el personaje ya famoso de la Virgencita (Santillán, 2020). La aceptación del personaje ha permitido que éste se abra camino en la preferencia del mercado nacional e internacional, haciendo que la marca que le dio origen creciera y expandiera su mercado, por supuesto existen más personajes que representan a la marca, sin embargo, la misma Amparo Serrano declaró en varias ocasiones que la “Virgencita” había sido su madrina, ya que gracias a ella su empresa había logrado un enorme éxito. (Redacción, 2022)

El personaje de “Amparin”, como le llaman a la fundadora de Distroller, ha logrado permanecer en el mercado desde su creación hasta la actualidad. El cariño que obtuvo del mercado fue casi de inmediato, pero esto no fue un golpe de suerte, sino que la diseñadora supo aprovechar el imaginario ya creado alrededor de la imagen de la Virgen de Guadalupe como potenciador del personaje que presentaría al mundo, basta decir que “Todo simbolismo se edifica sobre las ruinas de los edificios simbólicos precedentes, y utiliza sus materiales –incluso si no es más que para rellenar los fundamentos de los nuevos templos” (Castoriadis, 2020, p. 156). De esta manera aquellas bases sobre las cuales se había edificado por siglos el imaginario Guadalupano, servirían para que sobre

³ La palabra “charm”, que traducida al castellano significa amuleto, es para la marca Pandora un dije de oro o plata, dicha pieza de joyería puede llevar piedras preciosas o semipreciosas, y debido a su diseño permite que se le combine con otras piezas del mismo tipo para generar con esto combinaciones únicas creadas por el cliente.

ellas se posara esta nueva representación del símbolo mariano a través de soportes nunca antes usados para proyectar su imagen, y a través de los textos con mezcla de palabras en inglés y español peticiones que referían a la parte religiosa, a lo espiritual y sobre todo al fuerte vínculo creado entre “la morenita” y el pueblo mexicano, puesto que su lugar de honor como madre de México no había desmerecido ni un segundo por encontrarse plasmada o recreada a través de objetos de uso cotidiano como las libretas o mochilas, o en las figuras tridimensionales o muñecas creadas inspiradas en ella. Al contrario, los alegres diseños llenos de color y realizados en un estilo despreocupado y sencillo la acercaron más aún a una parte de la población mexicana que quizás comenzaba a tenerla menos presente.

En este caso resulta sumamente evidente cuál es el primer elemento del proceso semiótico que señala Morris (2003), en el cual el **estímulo preparatorio** han sido todas aquellas representaciones anteriores de la Virgen de Guadalupe, las cuales han construido poco a poco el imaginario Guadalupano que ha formado bases firmes a nivel significativo y emocional con cada uno de los receptores a través de los años. Como ya se ha mencionado, el imaginario puede cambiar y lo hará conforme la sociedad cambie, por lo tanto el imaginario creado alrededor de la Virgen de Guadalupe se ha nutrido de los sucesos de las diferentes épocas en las que ha sido partícipe en eventos de trascendencia histórica para el país, ha llegado hasta el día de hoy creando a través de cada uno de los sucesos vínculos emocionales, conceptuales y simbólicos para la población del país generando una fuerte **disposición para responder**, la cual en este caso, a diferencia de aquellas ocasiones en las que la imagen se vio involucrada en eventos de importancia histórica y de tipo bélico, se trata de un replanteamiento en la manera de proyectar la imagen de la Virgen a quienes han sido sus receptores por siglos: el pueblo mexicano. Aunque sin duda existen grandes retos para conquistar al receptor de hoy en día, en tanto que aquello que creaba vínculos emocionales y simbólicos hace cien años no lo hará hoy en día, el tratamiento dado a la imagen por parte de la diseñadora que se atrevió a crear el personaje de la que se ha llamado “Virgencita plis” ha logrado captar la atención de los receptores de la sociedad mexicana actual.

Más aún, ha generado una **respuesta esperada** positiva en la mayoría de los casos, sorprendiendo por la actitud tan abierta del mexicano a todo aquello que tenga

que ver con la Virgen de Guadalupe, aceptándola, apropiándose e incluso encariñándose con ella en cada oportunidad, y en cada forma que ésta se les presente, la Guadalupana como **objeto estímulo** ha logrado en cada ocasión que sus receptores respondan ante ella, ya sea utilizada como estandarte, como figura religiosa, representada en los objetos más cotidianos la Virgen conserva su presencia como símbolo forjador de la identidad nacional, adaptándose a los constantes cambios y evolución de la sociedad mexicana, dejando en claro la importancia que juega en el establecimiento de un símbolo el conocer aquello que mueve a sus receptores, en el plano emocional, en los referentes que están presentes en cada cultura, y sin duda adaptando dicho símbolo al contexto social que se está viviendo.

3.8 Hallazgos sobre la imagen simbólica con base en los análisis realizados a la iconografía Guadalupana.

A continuación, se presentan por medio de viñetas algunos de los hallazgos encontrados sobre la imagen simbólica, por medio de los seis análisis realizados sobre la iconografía de la Virgen de Guadalupe, dichos puntos son de importancia para la posterior estructuración del modelo de análisis sobre la imagen simbólica para proyectos de diseño de marca y otros proyectos pertenecientes al diseño gráfico.

- El conocimiento previo del contexto cultural, así como de las creencias presentes en la sociedad prehispánica en México, permitió entender la importancia que se le daba a este tipo de símbolos de índole religiosa. Dicho conocimiento sería de utilidad para saber si la implantación de un nuevo símbolo dentro del mismo ámbito sería exitosa o no. Es fundamental conocer acerca del entorno, y de los referentes de los receptores, y con base en esto establecer puntos de conexión conceptuales y simbólicos que posteriormente se traducirán de manera visual.
- Se destituyeron los símbolos ya existentes en la sociedad prehispánica, desvalorizándolos, en el caso de los ídolos prehispánicos; esto sucedió a partir de su destrucción, lo cual demostró su debilidad ante las nuevas deidades. Si esto se aplica a la sociedad actual, la destitución de un símbolo en el ámbito comercial como el de las marcas, se basa también en que el símbolo preexistente

pierda su estatus ante el nuevo símbolo, al mostrar sus debilidades y utilizarlas en su contra. De manera que el concepto del diseño ya sea de la imagen de marca, de un *eslogan*, o bien un producto puede utilizar ciertos elementos presentes en el contexto al cual va destinado, elementos además que contengan conceptos culturales importantes para dicha comunidad, además de destacar aquellos elementos que la competencia ha olvidado.

- En el caso de la imagen de la Virgen de Guadalupe como símbolo religioso, se pretendía crear un puente a través del discurso de la imagen que permitiera crear una vinculación identitaria con los receptores, con la finalidad de lograr una conquista espiritual. En la actualidad no se pretende llegar a un nivel de sometimiento, ni de conquista de los receptores, sino de seducción por parte del producto o marca, con lo cual se busca generar canales de comunicación de manera visual y conceptual, es ahí en donde entra la importancia del símbolo dentro de la sociedad, ya que permite transmitir una serie de conceptos al receptor que posteriormente se convertirán en representaciones dentro del imaginario de cada uno de dichos receptores, entablando conexiones de acuerdo a sus referentes culturales y contextuales, a sus experiencias y a su personalidad y postura frente al mundo.
- Trasladar conceptos y simbolismos fuertemente arraigados en una comunidad o sociedad específica para la creación de un nuevo símbolo que permita a través de dichos conceptos expresados a partir del discurso visual (imagen, lenguaje, textos).
- Al asociar una imagen simbólica a alguna figura pública o con cierta relevancia social en la comunidad, tanto la imagen simbólica como dicho personaje se verán reforzados en su proyección como figuras simbólicas para ese conjunto de individuos que asociarán conceptos y simbolismos a cada uno de ellos que a su vez se verán reforzados y nutridos por el otro.
- La creación de narraciones en torno a dicho símbolo también contribuiría al reforzamiento de la estructura conceptual generada alrededor del símbolo, la cual le dotaba justamente de dicho peso simbólico. En el caso de la Virgen de Guadalupe la narración que impulsó la imagen se convirtió en un mito que sería

transmitido de manera oral generación tras generación reforzando el poder simbólico de la imagen por medio de su apropiación como elemento cultural.

- Los símbolos son los componentes esenciales del imaginario social, estructuran los conceptos que permiten darle sentido a la realidad del individuo, e influyen directamente en la conducta de éste, de igual manera generan creencias en el individuo, y las creencias son fuerzas poderosas que mueven la misma voluntad del sujeto.
- Los símbolos dentro de la sociedad poseen una influencia tal sobre el individuo que pueden direccionar la conducta, o modificarla radicalmente mediante su presencia y los conceptos asociados a ellos.
- Tanto la constante evolución del imaginario social, como de los símbolos que son parte fundamental de éste se ven afectados por lo que Castoriadis (2007) llama un proceso histórico – social, es decir, por la constante evolución de las sociedades que son transformadas por los diferentes hechos que se desencadenan dentro de ellas al paso del tiempo.
- El ser humano, al ser una criatura simbólica, necesita de la presencia de los símbolos en sus sociedades para darle sentido al mundo que le rodea, los símbolos cumplen un objetivo funcional dentro de las instituciones que la conforman, sin embargo, más allá de ese propósito funcional se encuentra presente la parte identitaria que es creada alrededor del imaginario presente en la sociedad y por ende en sus símbolos, convirtiéndolos en parte fundamental en la formación social del ser humano, y en su comprensión de la sociedad, del mundo y de su lugar en él. De trasladar esto al mundo de la marca y el diseño se puede observar cómo las marcas como símbolos actuales han influido directamente en la construcción de la personalidad y de la identidad del receptor, ya que cuando el sujeto ve proyectados valores y conceptos que le son similares establece un vínculo con la marca.
- La falta de vinculación entre los observadores con el objeto representado impide crear una identidad con éste, haciendo que el proceso de apropiación del objeto se vea incompleto y que impida que se convierta en un símbolo para la colectividad.

Capítulo 4

**Propuesta de lineamientos
para conformar
“El modelo de análisis para
proyectos de diseño de marca
y otros proyectos de diseño gráfico”.**



Capítulo 4. La fuerza simbólica de la imagen / Propuesta de modelo de análisis sobre la imagen simbólica para proyectos de diseño de marca y otros proyectos de diseño gráfico.

El mundo, así como la sociedad, están inundados de imágenes, ya que son fundamentales para que el ser humano comprenda su entorno, así como el rol que juega dentro de éste, por lo tanto, existe una gama enorme de imágenes, y de las funciones que cumplen dentro de la sociedad y de la vida del ser humano.

Cada ser humano es un generador de imágenes, puesto que éstas son creadas antes de ser materializadas, ya que empiezan a surgir en la mente del individuo a través de los pensamientos en su interior. El hombre va creando imágenes al mismo tiempo que observa el mundo que le rodea, y que comprende cada uno de los elementos y situaciones que lo conforman, las imágenes viven dentro del ser humano y posteriormente son materializadas por éste, tal como Jaques Aumont (1992) lo explica, las imágenes son representaciones que asemejan la realidad creada por el ser humano, sin embargo, dichas representaciones pasan a través del filtro de cada sujeto que les imprime estilo y un sello distintivo, así como son generadas conforme a un fin u objetivo, y también se ven influenciadas por el contexto que rodea al individuo que las genera.

Hablando de las imágenes generadas en el ámbito de la comunicación visual, en específico del diseño gráfico, la parte funcional que ellas cumplen es sumamente importante, puesto que en este ámbito a diferencia del relativo a las artes, no se pretende cumplir una función estética como objetivo principal. Si bien es cierto que las imágenes utilizadas en la infinidad de proyectos concernientes al diseño gráfico tienen una función estética, dicha función no es la única a cumplir, siempre se tiene en la mira al receptor y lo que éste necesita para ser estimulado y atrapado por la imagen y por el diseño que se le está presentando. De tal manera que resulta fundamental conocer cuál es el concepto de la imagen, así como lo que es una imagen simbólica y las funciones e importancia que pesa sobre los elementos que la conforman.

4.1 Conceptos de imagen simbólica y su influencia social

4.1.1 Concepto de imagen

Según el diccionario de Abbagnano la palabra imagen tiene su origen en el griego *Imago*, y significa “Similitud o signo de las cosas, que puede conservarse independientemente de las cosas mismas” (Abbagnano, 1974. p. 651), esto se refiere a que las imágenes son representaciones creadas por el ser humano que, si bien muestran a través de ellas algo que existe, no son la cosa en sí, y tampoco se ven exactamente como aquello que se supone representan.

La palabra imagen está relacionada, según Barthes (1946) con la raíz de *imitari*, esta palabra quiere decir imitación o copia, es decir, nuevamente se habla de una copia de la realidad llevada a cabo por el ser humano, con objetivo de transmitir todo tipo de información, emoción o conceptos a través de las imágenes que crea día a día. Las imágenes tienen un papel muy importante dentro de la sociedad actual, puesto que el ser humano vive inmerso en un mundo lleno de ellas, lo que las transforma en elementos presentes en cada área de la sociedad.

La imagen, como uno de los principales elementos compositivos en el ámbito de las artes y el diseño, y como parte constante en la vida del ser humano, se ha vuelto una poderosa herramienta para transmitir los mensajes más complejos, que transformados en un elemento visual logran impactar la pupila del receptor y permanecer en su memoria, en palabras de Villafañe (2006):

La imagen, como representación es la conceptualización más cotidiana que poseemos y, quizá por ello se reduce este fenómeno a unas cuantas manifestaciones. Sin embargo, el concepto de imagen comprende otros ámbitos que van más allá de los productos de la comunicación visual y del arte: implica también procesos como el pensamiento, la percepción, la memoria, en suma, la conducta. (p. 29)

Las imágenes tienen eco cada aspecto de la vida del ser humano, puesto que a cada paso se encuentra una multitud de ellas, presentes en la vida y mente del receptor,

las imágenes influyen y moldean la opinión y gustos del individuo, sus actitudes y preferencias debido a que el hombre es un ser visual, que además disfruta la presencia de las imágenes en su vida, aunque no siempre sea consciente de sus efectos. Para que el individuo logre la comprensión de una imagen es necesario que lleve a cabo un proceso, tal como Belting (2007) lo señala, la imagen es una unidad simbólica, y siendo un producto de la percepción también se puede manifestar posteriormente en una expresión individual o colectiva.

La imagen es una proyección de conceptos, y de significados, que a su vez van aumentando su contenido debido a las interpretaciones del observador. Ésta logra a través de la multiplicidad de las representaciones conseguir la comprensión por parte del receptor, permite revivir experiencias o recuerdos, así como provocar la permanencia en la memoria del observador. Más allá de ser aquello que percibimos por medio de la vista, las imágenes son parte física y parte mental, ya que se construyen y representan de manera primera en la mente del receptor que observa, analiza y comienza un proceso de conocimiento acerca de lo que está siendo observado, en palabras de Hans Belting (2007):

Vivimos con imágenes y entendemos el mundo en imágenes. Esta relación viva con la imagen se extiende de igual forma a la producción física de imágenes que desarrollamos en el espacio social, que, podríamos decir, se vincula con las imágenes mentales como una pregunta con una respuesta. (p. 14)

La interacción del hombre con las imágenes es un proceso enriquecedor, ya que, el individuo como receptor y a la vez creador de imágenes lleva a cabo procesos de percepción y asimilación de nueva información que a su vez transmitirá a su entorno, ya sea en forma de palabras que a su vez generaran imágenes mentales, o de la creación de composiciones visuales tangibles que se convierten en una expresión física de una nueva imagen a través de diferentes soportes.

4.1.2 El Proceso de modelización

Toda creación del hombre tiene su inspiración, ya sea en algún elemento del entorno o bien en una necesidad nacida en éste, tal como lo expresa Villafañe (2006) “toda imagen posee un referente en la realidad, independientemente de cuál sea su grado de iconicidad, su naturaleza o el medio que la produce” (Villafañe, 2006, p. 30). Cada una de las imágenes que existen en el mundo ha sido creada con base en algo que se ha observado e interpretado, sin embargo el producto de dicha interpretación pasa a través de los numerosos filtros con los que cuenta cada individuo, es decir, este proceso creativo pasara a través de un filtro emocional, de otro que se ha formado debido a la pertenencia cultural, al estrato social, al género, a la religión, así como múltiples factores que convergen en la psique del individuo que está generando una imagen en particular.

Aquel proceso que lleva a cabo el individuo para la producción de nuevas imágenes Villafañe (2006) lo denomina “modelización”, es decir, es un proceso por medio del cual el sujeto toma elementos de la realidad para generar una composición con ciertos elementos seleccionados, dentro de estos pasos que conforman dicho proceso Villafañe señala que existen dos aspectos fundamentales para la modelización, los cuales son: “la percepción, y la representación visuales, responsables de la modelización icónica” (Villafañe, 2006, p. 31). A través de la percepción del mundo que le rodea, el sujeto va generando un archivo mental con elementos que asocia a diferentes significados, construye imágenes mentales que permiten la comprensión de su sociedad, de los otros individuos y del mundo en general.

Por otra parte, las representaciones mentales y a la vez conceptuales que se construyen en el interior del sujeto dan sentido al mundo y al lugar que ocupa dentro de él, esta parte intangible de la vida del ser humano posee un gran peso para la construcción, y comprensión de su realidad, ya que el ser humano al ser una criatura poseedora de una mayor complejidad intelectual que las demás especies requiere esta parte conceptual que dota de sentido a su realidad. Tal como lo expresa Raiter et al. (2002) “Representación refiere, en este contexto, a la imagen (mental) que tiene un individuo cualquiera, es decir, un hablante cualquiera de cualquier comunidad lingüística,

acerca de alguna cosa, evento, acción, proceso que percibe de alguna manera.” Por lo tanto, puede entenderse que este paso del proceso de la modelización denominado como representación no sólo se trata de una cuestión compositiva con respecto a lo visual, sino que se habla también de una parte de contenido conceptual que ha sido adquirido a través del tiempo y de la comunidad en la cual el individuo se ha desarrollado, y de la cual ha ido adquiriendo conocimientos y costumbres, dentro de los cuales están contenidos significados y conceptos, los cuales han contribuido a su preparación y formación para la posterior interpretación de imágenes y símbolos en los diferentes ámbitos sociales. Las imágenes que un sujeto genere a través de la modelización no serán una copia fiel de la realidad, sino una muestra de cómo ese sujeto en específico ve la realidad, la postura del concepto de representación de Villafañe (2006) concuerda con lo que Raiter et al. (2002) propone acerca de las representaciones sociales, lo cual permite comprender de manera más profunda como las representaciones juegan un papel tan importante dentro de la sociedad y su funcionamiento, e incluso en la psique del individuo.

4.1.3 Imagen simbólica

Dado que la imagen por sí misma es una representación de un elemento del mundo, ya sea dicho elemento perteneciente a la sociedad, a la naturaleza, al arte, o bien un producto del pensamiento humano, existen diversos procesos de interpretación de las imágenes, así como distintos niveles de complejidad dentro de éstos, las imágenes con carga simbólica poseen una naturaleza que las convierte en elementos complejos en su expresión y en su interpretación.

De acuerdo con Belting (2007), se puede afirmar que para todo individuo es parte de su cotidianidad el percibir todo tipo de elementos de manera visual, señalizaciones, imágenes y signos, entre muchas otras cosas, sin embargo; es la imagen con carga simbólica la que hace que se genere un mayor esfuerzo en su percepción y comprensión. “La producción de imágenes es ella misma un acto simbólico, y por ello exige de nosotros una manera de percepción igualmente simbólica que se distingue notablemente de la percepción cotidiana de nuestras imágenes naturales” (Belting, 2007, p. 25). Las

imágenes simbólicas son interpretadas y comprendidas por el ser humano gracias al código y al bagaje cultural que ha estado presente durante toda la vida del sujeto.

La imagen simbólica tal como lo explica Belting (2007), pide más del individuo al momento de la interpretación, puesto que la mayoría de las veces que se realiza la interpretación de los signos observados cotidianamente el proceso de reconocimiento y comprensión es sumamente rápido debido a la observación constante de ellos, en cambio, la imagen simbólica conlleva un proceso de comprensión que requiere mayor atención y concentración por parte del observador, al menos en un principio, ya que una vez que se lleva a cabo este proceso cognitivo y de interpretación, así como de asociación de conceptos, y significados implícitos en la imagen se logra la mayoría de las veces implantarse de forma permanentemente en la memoria en el individuo. “El símbolo, como la alegoría, conduce lo sensible de lo representado a lo significado” (Durand, 1968, pág. 14). Tal como lo afirma Durand la imagen simbólica traduce y representa aquellos conceptos de cierto nivel de sensibilidad y complejidad en formas visuales que resultan más fácilmente interpretables para el ser humano.

La imagen simbólica más fácilmente identificada en ámbitos tales como el religioso y el mundo espiritual dentro de las sociedades, sin embargo, existe a lo largo y ancho del mundo en los vestigios de diversas culturas, y ha sido utilizada en áreas tales como la medicina, la religión, la filosofía, las matemáticas, la astronomía, entre muchas otras. Son aquellas representaciones que si bien no son reproducciones exactas de los conceptos que representan, sí contienen un vínculo de significación con ellos, y además debido al reconocimiento que han logrado por parte de los receptores, son identificadas por estos de manera inconfundible con dichos conceptos, por supuesto esta significación e identificación estará vinculada al contexto y a la cultura de donde la imagen simbólica haya surgido, y será este entorno de origen el mismo que fortalezca dicha carga significativa.

La imagen simbólica posee una fuerza visual que radica en el soporte conceptual y emocional por medio del cual ha sido generada “Así es que una palabra o una imagen es simbólica cuando representa algo más que su significado inmediato y obvio”. (Jung, 1995 p. 20). Las imágenes simbólicas consiguen transmitir a través de una sola imagen un cúmulo de significaciones y conceptos que forman parte de la cultura del individuo y

que forman parte medular de su entorno, el cual a su vez ayuda a construir en sentido de identidad dentro de la sociedad a la que pertenece, dicha identidad cultural resulta ser un elemento de importancia en la formación de toda persona, pues lo dota de una sensación de pertenencia a una comunidad o sociedad, y a la vez permite que dentro de esa autoafirmación como parte de una colectividad sea capaz de interiorizar y encontrar que cualidades, preferencias y rasgos lo dotan de una identidad propia en contraposición con los demás individuos.

Por todo lo anterior es que la imagen simbólica tiene un papel tan importante en la existencia del ser humano, ya que al ser un componente de la cultura a su vez nutre al individuo y su identidad, de tal manera que se vuelve un elemento no sólo de influencia, sino también de formación del mundo interior del sujeto, el cual dirige su comportamiento dentro de la sociedad.

Como se puede observar en la Figura 39 se trata de un símbolo ampliamente reconocido en el ámbito médico, éste es el llamado “bastón de Asclepio”, como Noldín Cáceres (2019) lo narra, Asclepio: era un semidiós del panteón grecorromano, hijo del dios Apolo y de Coronis una mujer humana, este semidiós se dice era conocido porque al convertirse en adulto se volvió un médico que recorría Grecia ayudando a la gente, e iba apoyado en un báculo, el cual se cuenta que se utilizó para separar a dos serpientes que luchaban entre sí y que se enroscaron en el báculo causando que permanecieran permanentemente de esa forma. Existen historias alrededor de dicho semidiós vinculadas a las serpientes, como aquellas criaturas que le revelaron que planta permitía el milagro de resucitar a los muertos, comúnmente tal como lo afirma Noldin Cáceres (2019) se le confunde a este símbolo con otro muy similar, con el también conocido “caduceo” de Hermes, sin embargo, éste presenta algunas diferencias, tales como las alas características del caduceo, y es tal como lo afirma Noldin Cáceres (2019) más representativo de los comerciantes, abogados y diplomáticos.

Por lo tanto, no queda duda de que es el báculo de Asclepio o también conocido como Esculapio el símbolo de la profesión médica, que además fue ganando dichas atribuciones a través del tiempo y de las narraciones creadas a su alrededor, que reafirman su simbolismo como emblema de dicha profesión. Éste es un claro ejemplo de cómo el uso de símbolos sigue presente en la sociedad actual a través del paso de los

años, y cómo su fuerte asociación con ciertos conceptos y significados ha trascendido el tiempo, e incluso las barreras geográficas, ya que en la actualidad en todo el mundo es reconocido como un símbolo de aquellos profesionales de la salud.

Figura 39

Báculo o bastón de Asclepio utilizado como parte del logotipo de la OMS



Nota. Recuperado de. sitio web mundial [Logotipo] por who.int

(<https://www.who.int/es/about/policies/publishing/logo>)

4.2. Investigación de campo

4.2.1 Aplicación de encuestas sobre percepción de marca y de personaje “Virgencita Plis”

Como parte de la investigación de campo se realizó una encuesta para conocer la percepción que tiene la población acerca de la marca Distroller, y en específico acerca de un producto denominado “Virgencita Plis” en el cual la marca ha basado gran parte de su éxito, dicho producto se trata de la caricaturización de la Virgen de Guadalupe, y

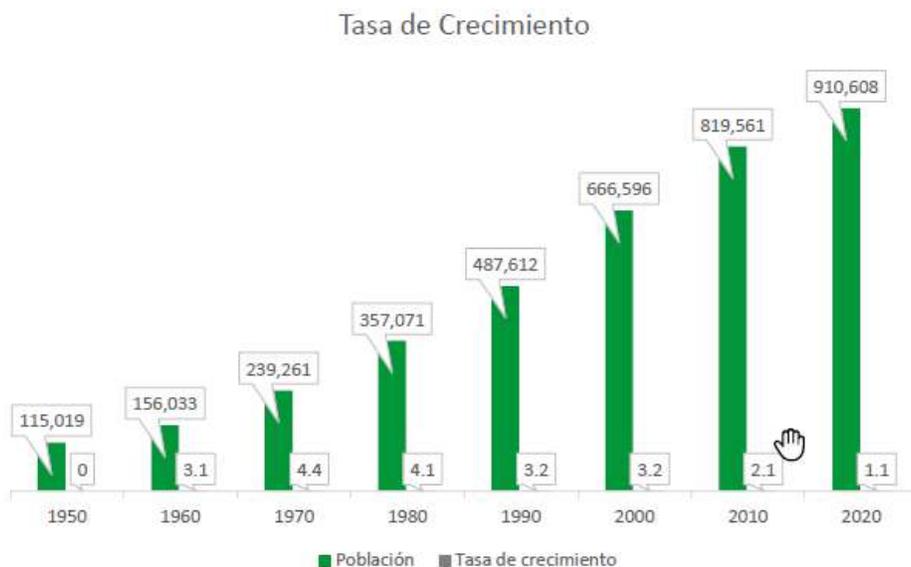
su presentación en diversos objetos tales como alcancías, libretas, mochilas, marcos para fotos, entre otros.

Con dicha encuesta se pretende conocer si la caricaturización del símbolo católico ha sido del agrado de la población, o por el contrario ha causado aversión o incluso indiferencia, esto es con el objetivo de conocer hasta qué punto ha resultado exitosa la caricaturización de un símbolo que ha sido insertado en diversos ámbitos un tanto alejados de su punto de origen, demostrando además con esta aceptación que la identificación de la población mexicana con la imagen de la Virgen de Guadalupe es aún fuerte y vigente, y que sus nuevos soportes, e incluso el rediseño de ésta a través de una caricaturización no se han convertido en un obstáculo para mantenerse presente en la sociedad mexicana.

De tal manera que se puede observar cómo al tomar en cuenta elementos del entorno de los sujetos, tales como en este caso el símbolo religioso que se está analizando para la generación de marcas, diseños, o bien productos de consumo comercial, dichos productos tendrán una mayor aceptación por parte de los receptores, ya que han sido creados a partir de elementos significativos del contexto de aquellos receptores a los cuales van dirigidos, y que además guardan no sólo conceptos, sino emociones y simbolismos dentro de sí.

Siendo esta una de las premisas del presente proyecto, era de suma importancia llevar a cabo dicha encuesta, y conocer si la percepción del producto por parte de los receptores era negativa o positiva en este momento histórico. El cuestionario completo se puede encontrar en Anexos.

La muestra que se llevó a cabo fue de tipo aleatorio, en el cual la población es de 910,608 mil habitantes, entre hombres y mujeres, se tomó como base los datos de la población registrada en el año 2020, obtenida de la Numeralia Municipal 2021. La gráfica de la cual se obtuvieron los datos se puede observar a continuación en la Figura 40, así como de la Tabla 1.

Figura 40*Población total y tasa de crecimiento*

Nota. Recuperado de. Población total y Tasa de crecimiento. Tasa de Crecimiento, [Gráfica], por IGCEM con información del Censo de Población y Vivienda Histórico, 2020, Toluca.gob.mx (<https://www2.toluca.gob.mx/wp-content/uploads/2022/02/num-muni-2021.pdf.pdf>)

Como puede apreciarse en la Tabla 1 de donde se obtuvieron los datos poblacionales, la población total de hombres y mujeres hasta el 2020.

Tabla 1

Información Demográfica y Social. Principales indicadores Sociodemográficos.

Proyección de la población en el municipio de Toluca por edad y sexo.

Grupos quinquenales de edad	2018			2019			2020		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Total	926 382	447 566	478 816	937 994	453 268	484 726	948 950	458 622	490 328
0 - 4 años	76 779	39 396	37 383	76 683	39 329	37 354	76 465	39 201	37 264
5 - 9 años	77 258	38 763	38 495	77 179	38 697	38 482	77 066	38 610	38 456
10 - 14 años	77 966	39 192	38 774	77 792	39 101	38 691	77 539	38 970	38 569
15 - 19 años	79 800	40 343	39 457	79 978	40 467	39 511	80 096	40 568	39 528
20 - 24 años	82 402	41 448	40 954	82 321	41 443	40 878	82 232	41 422	40 810
25 - 29 años	81 364	40 196	41 168	82 115	40 728	41 387	82 607	41 096	41 511
30 - 34 años	75 605	36 151	39 454	76 778	36 931	39 847	77 874	37 675	40 199
35 - 39 años	69 670	32 203	37 467	70 689	32 799	37 890	71 786	33 464	38 322
40 - 44 años	65 991	30 365	35 626	66 470	30 493	35 977	66 930	30 647	36 283
45 - 49 años	60 035	28 040	31 995	61 338	28 540	32 798	62 439	28 934	33 505
50 - 54 años	50 412	23 701	26 711	51 910	24 353	27 557	53 407	24 991	28 416
55 - 59 años	40 534	19 098	21 436	41 981	19 782	22 199	43 382	20 436	22 946
60 - 64 años	30 159	14 001	16 158	31 605	14 697	16 908	33 047	15 388	17 659
65 o más años	58 407	24 669	33 738	61 155	25 908	35 247	64 080	27 220	36 860

Nota. Recuperado de. Numeralia Municipal. Secretaria del Ayuntamiento. Unidad de información, Planeación. Programación y evaluación, [Gráfica], por IGCEM con información del Censo de Población y Vivienda Histórico, 2020, Toluca.gob.mx

(<https://www2.toluca.gob.mx/wp-content/uploads/2022/02/num-muni-2021pdf.pdf>)

La fórmula que se utilizó para determinar el tamaño de la muestra que se requería es la siguiente, (calculator.net 2023) en donde:

n= tamaño de la población

z= parámetro estadístico (nivel de confianza)

P= proporción de la población

E= Margen de error

$$n = \frac{z^2 \times \hat{p}(1-\hat{p})}{\varepsilon^2}$$

n= 910,608

z= 90% (nivel de confianza)

P= 50%

E= 5.5%

Con base en los datos anteriores, se obtuvo una muestra de 225 encuestas con las cuales se puede obtener una idea más clara de la percepción que se tiene de la marca Distroller, y sobre todo del personaje “virgencita Plis” que fue producto de una caricaturización basada en la Virgen de Guadalupe, y que se ha comercializado masivamente en todo el país, así como en el extranjero; esto con la finalidad de entender si los receptores de esta nueva imagen, y a la vez público meta de los productos que se ofertan reaccionan de manera positiva o negativa a la nueva presentación de un símbolo ya conocido desde generaciones atrás, y perteneciente a un ámbito caracterizado por la formalidad, rigidez, y sobre todo la ceremonia y ritualidad. Este estudio se lleva a cabo para entender como han tomado los receptores el traslado de este símbolo a nuevos soportes.

Conclusiones preliminares sobre las encuestas. De los resultados obtenidos mediante la aplicación de encuestas se puede deducir que el personaje “Virgencita Plis” logró su objetivo de convertirse en un elemento identificable para los observadores, los cuales lo identifican fácilmente y además respondieron de manera positiva, mostrando que en su mayoría los encuestados gustan del personaje, aunque también existe un porcentaje considerable que se muestra neutral a éste; sin embargo, las respuestas negativas son las menos, demostrando que su nivel de aceptación ha sido alto desde el principio.

También resulta destacable que los motivos expresados como razón del gusto por dicho personaje son los referentes a la parte visual, ya que las respuestas señalan que aquello que más les atraía del diseño de Distroller era que presentaba la imagen de la Virgen de manera más colorida, caricaturizada y además quitándole lo formal, ya que se debe recordar que la Virgen de Guadalupe pertenece al ámbito religioso, por lo que está rodeada de un aura de solemnidad y espiritualidad provocando con esto que el observador promedio pueda fácilmente establecer un interés por la imagen si no es perteneciente a la religión católica, sin embargo, a través de la caricaturización realizada por la marca Distroller este cambio y presentó a los receptores un diseño más amigable e incluso juvenil, radicando la aceptación en dichos puntos.

También se llevó a cabo la aplicación de entrevista profunda como parte de la investigación de campo a seis personas, siendo tres católicos y tres no católicos para observar el contraste entre respuestas, permitiendo con ello analizar la importancia del contexto en la asimilación de un símbolo y de la permanencia que logra en la mente del receptor. Ambas herramientas de investigación de campo y los resultados se encuentran en la sección de Anexos A y B.

Análisis de entrevista a profundidad / sujetos entrevistados: Los entrevistados fueron un total de 6 personas, tres católicos y tres no católicos, de tres rangos diferentes de edad en cada inclinación religiosa, siendo jóvenes de 18 a 29 años, adultos jóvenes de 30 a 44 años, y adultos de 45 a 65 años, las entrevistas se llevaron a cabo de esta manera con la intención de comparar los conceptos y emociones que tanto el grupo de católicos como de no católicos asociaban con la imagen de la Virgen, así como si su percepción era negativa o positiva, y si su inclinación religiosa marcaba una gran diferencia en sus respuestas hacia la imagen.

Además de esto, se cuestionó si los entrevistados conocen la imagen, y el primer contacto de los entrevistados con la imagen, así como la asociación de ésta con conceptos y emociones, y del porqué piensan que existe un vínculo entre éstos y la imagen, finalmente se les cuestionó sobre su opinión sobre la utilización del símbolo religioso en los medios masivos de comunicación, así como si ellos poseían una imagen de la Virgen, todo lo anterior es con el objetivo de conocer qué nivel de aceptación y

presencia en la memoria de los receptores tiene la Virgen, así como hasta qué punto se encuentra presente en sus vidas.

Conclusiones. Las respuestas obtenidas han sido de ayuda para ver con mayor claridad que si bien la imagen de la Virgen de Guadalupe es un símbolo que surgió a través del sincretismo, fruto de la conquista española se ha mantenido vigente hasta el día de hoy, transportándose del ámbito religioso únicamente a diversos medios que propician su presencia y permanencia en la vida de los mexicanos, los soportes clásicos como cuadros y figuras tridimensionales han servido a dicho objetivo; sin embargo, al paso de los años el surgimiento de los medios impresos y posteriormente de los medios masivos de comunicación ha logrado que incluso la imagen clásica y rígida que se tenía de ella se haya ido transformando poco a poco.

La Virgen sin duda se ha convertido en un símbolo asociado a conceptos y a emociones que son de gran importancia para cada uno de los receptores, ya sea que aún se consideren parte de la población católica o no. Sin embargo es también una cuestión de lenguaje aquella que influye en el reconocimiento de un símbolo, puesto que al hablar con los entrevistados se pudo observar que mencionaban cuestiones tales como reconocer que la postura en la que está representada la Virgen es considerada como una expresión pacífica, o bien el uso de colores que no resultan demasiado brillantes como parte de un mensaje de paz y tranquilidad, a través de estas respuestas los entrevistados como receptores están demostrando los efectos que la formación cultural y de su entorno han tenido para brindarles los parámetros, e incluso si se le puede nombrar así los filtros a través de los cuales se observa los elementos que rodean al ser humano.

De lo anterior se puede concluir que un símbolo es construido con base en los valores de una comunidad o sociedad, sobre todo en aquellos que resultan de mayor importancia o jerarquía para ésta, siendo proyectados de manera visual también a través de elementos o figuras de igual importancia para dicha comunidad, es decir en la sociedad mexicana la figura de la “madre” tiene un papel importante y es por lo que la imagen de la Virgen tuvo aceptación y relevancia desde el surgimiento de ésta. Por lo

tanto, la construcción de un símbolo debe tener presente la cuestión cultural y contextual, pero también la cuestión visual y signica, incluso la simbólica ya presente, la cual puede o no estar expresada visualmente sino en las cuestiones culturales o creencias de una comunidad. Cuando un profesional del diseño o bien del área de la comunicación visual desea generar un símbolo debe tener en cuenta los puntos anteriormente mencionados, puesto que son las bases sobre las cuales se construirá el diseño de dicho símbolo, y de lo cual dependerá el éxito y aceptación de éste, que está vinculado directamente con la identificación que el receptor decida que tiene con dicho símbolo.

Además de lo anterior debe tenerse en cuenta que éste no es un proceso de la noche a la mañana tal como lo demuestran las respuestas obtenidas, y si bien el área del diseño no se cuenta con años para la aceptación de un nuevo diseño con miras a poseer poder simbólico, sí debe considerarse entonces que la exposición al diseño deberá ser constante, además del uso de los conceptos y emociones que se vincularan a éste, y establecer una estrategia que permita llevar esto a cabo.

4.2.2 Presencia actual de la imagen de la Virgen de Guadalupe

A continuación, se presentan algunas de las tradiciones llevadas a cabo en torno a la Virgen de Guadalupe, actividades rituales de gran simbolismo las cuales han sufrido cambios a lo largo del tiempo, sin embargo, la esencia se ha mantenido y aún en la época actual mantienen el significado original, dentro del cual radica la importancia cultural e identitaria que éstas poseen.

4.2.2.1 Peregrinaciones a la Basílica de Guadalupe: Cada año una de las manifestaciones más grandes entorno a la Virgen de Guadalupe es llevada a cabo el día 12 de diciembre en la basílica de Guadalupe, este día es conocido en México y en todo el mundo como el día de la Virgen de Guadalupe, en esta fecha millones de Guadalupanos se congregan para festejar y agradecer a la Virgen por los milagros concedidos, por la protección, por las bendiciones, y en muchas ocasiones también para pedirle que los socorra en las dificultades que enfrentan. Sin embargo, esta demostración de veneración no sólo se lleva a cabo este día, ya que alrededor de todo México se pueden observar durante todo el año ceremonias, misas, danzas, y peregrinaciones

dedicadas a la Virgen. Como se puede observar en la Figura 41 en donde se aprecian peregrinos que van bailando y cantando mientras continúan su recorrido hacia la basílica, si bien su destino final es este importante templo Guadalupano, el recorrido realizado es también parte importante de la manifestación dedicada a la Virgen, además la planificación y comienzo de dichas peregrinaciones comienza alrededor del país desde meses atrás al día de la Virgen, resultando observable este tipo de manifestaciones.

Figura 41

Peregrinos Guadalupanos



Nota. Elaboración propia, Año 2023

En las imágenes, en especial en la figura no. 34 se pueden observar las vestimentas de tipo más tradicional que llevan las mujeres de diferentes comunidades en vistosos colores, aunque también se observan personas con ropa de uso cotidiano, el uso de este tipo de faldas bordadas y sombreros denota lo especial de este acontecimiento para el grupo de peregrinos. Además, se aprecian estandartes realizados con la imagen de la Virgen, este grupo de personas lleva también unas bocinas para que siempre haya música que motive a los participantes de dicha peregrinación. En este tipo de actividades participan personas de todas las edades y de ambos sexos, aunque es evidente que en su mayoría son personas de origen humilde a quienes más se observan,

esto no quiere decir que no existan católicos de clase media o alta, o que éstos no lleven a cabo peregrinaciones, sin embargo, son mucho menos aquellos que participan en estas actividades, dejando esto al sector más humilde de la población católica.

A continuación se presentan las Figuras 42 y 43 en donde se ve claramente al grupo de peregrinos, y por supuesto a las mujeres ataviadas con las faldas anteriormente mencionadas, así como en la Figura 43 a un grupo más con un gran estandarte colocado sobre una base de madera, el cual es llevado por hombres más jóvenes, esto deja claro que a pesar de las dificultades y el cansancio que dichas actividades puedan representar para los peregrinos éstos están dispuestos a realizarlas con gusto con tal de demostrar su veneración y fidelidad al símbolo católico.

Figura 42

Peregrinos Guadalupeños



Nota. Elaboración propia, Año 2023.

Figura 43*Peregrinos Guadalupanos*

Nota. Elaboración propia, Año 2023.

4.2.2.2 Las calendas oaxaqueñas: Otra de las celebraciones realizadas en las que se puede observar una manifestación de veneración y amor diversos símbolos católicos, entre ellos a la Virgen de Guadalupe son las Calendas, éstas son “el inicio de las fiestas patronales en los Valles Centrales” (viveoaxaca.org, 2015), dichas celebraciones se llevan a cabo en el estado de Oaxaca desde hace muchos años, estas festividades al igual que la religión católica en México se han ido conformando como una mezcla de elementos y creencias de origen católico, así como la interpretación única que le dieron los habitantes de los poblados, de igual manera las diversas maneras de expresar su devoción por las imágenes y la fuerte carga simbólica y emocional en la realización de cada uno de los eventos de dicha celebración.

Si bien es cierto que estos festejos no son dedicados de manera exclusiva a la Virgen de Guadalupe, queda evidenciado en las Figuras 44 y 45, que la imagen de la Guadalupana es una de las imágenes principales que se pueden observar como parte de los santos patronos festejados en estas fechas, ya que se encuentran presentes como

parte de las decoraciones elaboradas con las que las mujeres bien conocidas como **“chinas oaxaqueñas”** llevan a cabo las danzas.

Figura 44

Centro histórico de la ciudad de Oaxaca Celebración de la Calenda de la Virgen de Guadalupe



Nota. Recuperado de. “Tierra de dioses que nunca mueren” viveoaxaca.org [Fotografía] por:
viveoaxaca.org
(<https://www.viveoaxaca.org/2014/12/celebran-calenda-en-honor-la-virgen-de.html>)

Para los oaxaqueños esta celebración es una muestra de aquellos vínculos familiares, así como aquellos establecidos con la comunidad expresados a través de una celebración dedicada a una figura que es de importancia para su contexto y sus creencias, (viveoaxaca.org, 2015). Es decir, a través de la celebración de las calendas los individuos no sólo expresan su devoción al santo patrono al cual la fiesta va dedicada, sino que también están expresando la unión que existe entre los miembros de la comunidad a través de las danzas y los festejos.

Figura 45

Centro histórico de la ciudad de Oaxaca Celebración de la Calenda de la Virgen de Guadalupe



Nota. Recuperado de. "Tierra de dioses que nunca mueren" viveoaxaca.org [Fotografía] por:

viveoaxaca.org

(<https://www.viveoaxaca.org/2014/12/celebran-calenda-en-honor-la-virgen-de.html>)

4.2.2.3 Los matachines Guadalupanos: Existe variedad de manifestaciones del cariño de los seguidores Guadalupanos hacia la Virgen de Guadalupe, dichas manifestaciones se han visto impregnadas de elementos de cada comunidad o región a la que pertenecen, una de estas manifestaciones es la danza de los Matachines, la cual se lleva a cabo en diversos lugares del norte del país. Esta danza tradicional tiene sus orígenes en la época colonial en la que era utilizada para representar como había sido la conquista. La palabra Matachin significa "los que se ponen cara a cara" (mexicodesconocido.com, 1999).

Los matachines tenían como objetivo representar "el triunfo de los cristianos sobre el emperador azteca Moctezuma" (mexicodesconocido.com, 1999), esto tenía un fin evangelizador, además de ser repetida en numerosas ocasiones al observar que los indígenas disfrutaban de dichas representaciones. Como se puede observar en la Figura 46 la vestimenta de los danzantes es colorida y elaborada, y lleva la imagen de la Virgen

de Guadalupe en la parte inferior, se debe recordar que si bien la Guadalupana fue adoptada como mexicana tiene sus orígenes debido a la conquista española, en este caso la vestimenta de los matachines muestra claramente esta fusión de elementos de ambas culturas en su colorido y elementos de la vestimenta, dejando clara la fuerte influencia ejercida por parte de los españoles en los habitantes de México, y cómo dicha impresión trascendió al paso de los siglos.

Figura 46

Matachines danzando



Nota. Recuperado de

(<https://www.elheraldodechihuahua.com.mx/local/festejan-23-anos-de-danza-guadalupana-de-villa-juarez-538230.html>)

4.2.2.4 Las mandas a la Virgen de Guadalupe: A las promesas que se hacen a la Virgen, así como a otros santos se les llama “mandas”, esta palabra está definida por la RAE (2023) como “Oferta de dar una cosa a otro”, en el caso de las mandas, esto se traduce en la promesa que hacen los fieles a cambio de las peticiones concedidas, es decir, de los milagros. Las mandas están basadas en un milagro que le ha sido pedido al santo o virgen, y cuando dicha petición resulta cumplida entonces el devoto debe llevar a cabo aquello que se ha prometido a cambio, en ocasiones dichas promesas conllevan

llevar flores, realizar buenas acciones, llevar a cabo un viaje, e incluso en el caso de las promesas realizadas a la Virgen de Guadalupe pueden encontrarse mandas tales como: ir de rodillas hasta la Basílica de Guadalupe, llevar a cabo cambios drásticos en su vida, realizar oraciones, así como infinidad de muestras que resulten de gran trascendencia, no debe olvidarse en ningún momento que "La manda es un compromiso siempre voluntario" (Valenzuela y Aranís, 2018, p. 543), y que si bien son actos que muchas veces lastiman la salud de quien lo realiza estas personas están totalmente conscientes de ello, y que en muchas ocasiones es justo por este motivo que la manda posee dicha importancia. Todo lo anterior se realiza con tal de demostrar el agradecimiento al santo o Virgen en cuestión. Como se puede observar en la Figura 47 los devotos son capaces de los actos más difíciles e incluso dolorosos, con tal de demostrar a su símbolo religioso su compromiso y fervor.

Figura 47

Mujer aproximándose de rodillas a la Basílica de Guadalupe.



Nota. Recuperado de. Mxcity guía insider. [Fotografía], por mxcity guía insider. (2018)
(<https://mxcity.mx/2018/12/sorprendentes-fotos-de-los-peregrinajes-a-la-basilica-de-guadalupe/>)

4.3 Las marcas como nuevas figuras de identidad e influencia social

El lugar que ocupan las marcas hoy en día dentro de la sociedad es el resultado de una evolución que ha tomado décadas, desde el inicio del concepto de marca, el cual surgió como un signo que distinguía los animales u objetos que pertenecían a una familia o individuo en particular, y desde los antiguos métodos para marcar dichos objetos o animales con hierro candente, hasta el concepto de marca tal como lo conocemos hoy en día, y los soportes utilizados para darlo a conocer, ha sido un proceso largo y delimitado por las distintas épocas y contextos. La idea original de la marca, sin embargo, sigue presente, puesto que es por medio de ella que se pretende distinguir un producto de entre los demás, a través de un diseño original y atractivo, pero sobre todo de la proyección de conceptos que logren generar vínculos identitarios y emocionales con el receptor. Las marcas de hoy en día no limitan sus objetivos a vender un servicio o una gama de productos, su ambición radica en vender una ideología, un estilo de vida, en convertir al público meta en cliente leal, pero más que nada en parte de una comunidad generada a través de la marca y de la imagen que ésta proyecta al mercado.

Como parte del desarrollo de la propuesta de modelo de análisis sobre la imagen simbólica para proyectos de diseño con énfasis en la marca, se ha puesto especial atención en el diseño de marca, ya que ésta es un claro ejemplo de un símbolo en el mundo moderno. Las marcas son una compleja estructuración de elementos, dentro de los cuales se puede observar la parte estética y visual como aquello que inicia el primer contacto con el receptor, y sin embargo dicho diseño tanto del logotipo de la marca, y de lo que se proyecta a través de un *eslogan*, o bien de publicidad están sostenidos sobre las bases conceptuales, y simbólicas que funcionan como cimientos de cualquier diseño que posea complejidad y fuerza.

4.3.1 Que es una marca

El origen de la palabra marca, tal como lo explica Stalman (2020) proviene del nórdico **brandr**, cuyo significado es “quemar”, proviene de 4,000 años atrás cuando se solía marcar al ganado con hierros candentes para evitar que fuera robado, o ayudar a que al perderse pudiera ser identificado. Así como la sociedad ha evolucionado lo ha hecho el concepto y el propósito de la marca, y aunque en sus orígenes ésta se limitaba a como su nombre lo dice “marcar” un animal o un objeto, el propósito que se buscaba con esto era lograr una distinción, lo cual sigue estando presente dentro de los objetivos de las marcas de hoy en día, que buscan a toda costa distinguirse y destacarse de la competencia a través de los productos que ofrecen, pero sobre todo de aquella parte intangible que compone a la marca y de la parte visual de ésta, convirtiéndose en un objeto de deseo, apelando a aquello que el posible comprador pretende adquirir a través de ellas, más que un producto, estatus, y más que un objeto las cualidades que la marca proyecta y por las cuales es reconocida e incluso respetada.

El consumidor se vuelve cautivo del discurso visual y conceptual de las marcas sintiéndose parte de un grupo selecto que comparte sus gustos e intereses, e incluso sus valores, y que también aspira a lo mismo que él. Es por esta parte simbólica de la marca que se logra crear una conexión con el consumidor, y que las marcas logran mantenerse dentro del mercado, al mismo tiempo que aumentan el número de clientes y que se aseguran de mantener la fidelidad de los que ya tenían. Como Hoyos Ballesteros (2016) lo expresa la marca es también considerada como una “expresión polivisual que representa los valores de un producto o servicio” (Ballesteros, 2016, p. 5), representando los valores visuales de aquello que representa a través de sus formas, sin embargo, dichas formas obedecen a un fin más grande que lo meramente inmediato, ya que si bien es importante la parte de la atracción visual que se ejercerá sobre los observadores también hay que considerar que hoy en día las marcas incluso influyen en el desempeño o estado de ánimo de sus receptores.

Por lo tanto, la marca ha pasado de ser una herramienta de distinción a un símbolo que atrae al consumidor, que posteriormente se convierte adepto a la ideología que dicha marca proyecta, y que en la cual se ve reflejado. Sin embargo, no todas las marcas son

capaces de mantener su existencia dentro del mercado, y actualmente una característica importante para mantenerse con vida es la fuerza con la que se crea una marca, es decir el impacto inicial con el que ésta entra dentro del mercado y que le permite generar interés en los consumidores a través de sus productos y servicios, pero también a través de su imagen. “El consumidor, busca nuevas cosas, marcas que abran esperanzas al futuro, que rompan con los tecnicismos y humanicen un poco la vida en medio de tanto avance tecnológico” (Reyes – Paneque, 2007, p. 6). Es a través de una proyección de imagen diferente a lo ya visto que las nuevas marcas prosperan, se busca generar conexiones conceptuales y emocionales con los consumidores, las marcas se interesan por el cliente y estudian no sólo sus rasgos de consumo, sino que se adaptan a éstos y crean estrategias más cómodas para la realización de las compras y para la interacción del cliente y la empresa, demostrando su compromiso y haciendo que los clientes reaccionen positivamente ante esto.

4.3.2 La relación entre las marcas y la identidad cultural

Según la RAE (2023) la identidad es “Conciencia que una persona o colectividad tiene de ser ella misma y distinta de las demás”, la identidad dota al ser humano de cualidades únicas, cada persona existente en el mundo posee una identidad que le permite saber quién es dentro de la inmensidad de la sociedad, hace que su existencia tenga sentido y le permite generar una introspección que lo dirija en su actuar. Dicha identidad se va conformando por elementos del entorno del sujeto, es decir lo que usualmente se conoce como “cultura” y que va moldeando la personalidad, conocimientos y gustos de un individuo.

Para Molano L. (2007) la cultura es aquello asociado a las artes, a la religión y a las costumbres “Se dice que el término se tomó de Cicerón quién metafóricamente había escrito la *cultura animi* (cultivo del alma). *Kultur* implicaba una progresión personal hacia la perfección espiritual.” (Molano L, 2007, p. 70). Por medio de la cultura el individuo conoce elementos propios de su lugar de nacimiento y va construyendo una identidad propia, que a su vez estará vinculada con aquellos que le rodean, sin embargo, al paso

del tiempo estos elementos se han enriquecido con el mundo exterior, actualmente un individuo está expuesto a elementos que provienen de otros lugares y culturas y que llegan a su comunidad de origen, la sociedad moderna ha dado paso a un bombardeo de elementos nuevos para el individuo que llegan a él a través de los medios masivos de comunicación, y como parte de esta infinidad de elementos las marcas de todo tipo también llegan a los sujetos proyectando a través de la publicidad, eslóganes y del producto en si una serie de atributos que van más allá de lo tangible, es decir la parte conceptual de la marca, los significados y simbolismos que la conforman.

Tal como Stalman (2020) lo afirma “En este mundo confuso, acelerado, vertiginoso, las grandes marcas devenidas en TOTEMS ayudan a definir a las personas” (p. 15), los seres humanos de hoy en día reciben gran influencia de aquello que llega a ellos a través de los medios de comunicación, y de los aparatos digitales, en ésta era la identidad cultural no se construye en torno a un espacio delimitado geográficamente, en acuerdo con Stalman se puede decir que la identidad también se construye alrededor de lo que las marcas proyectan a su mercado meta, a los valores compartidos que existen entre aquellos que son fieles a la marca, y es esta sensación de formar parte de un grupo selecto, o de establecer un vínculo con personas con los mismos gustos e intereses, lo que los motiva a seguir adquiriendo artículos, puesto que esto les da un objeto tangible que proyecta que son parte de esa comunidad. “Los TOTEMS nos ayudan a definir nuestra identidad, y como individuos nos permiten pertenecer a algo más grande, al grupo” (Stalman, 2020, p. 20)

En la Figura 48 se observa un ejemplo de un objeto que pertenece a una marca de ropa conocida y que es muy popular en este momento entre el público juvenil, estos tenis pertenecen a la marca Nike, una marca reconocida a nivel mundial, que continuamente está sacando nuevos modelos de zapatillas deportivas, o que en ocasiones realiza colaboraciones con personalidades o diseñadores para crear nuevos modelos. En este caso se puede observar el modelo llamado Air Jordán 1 Retro High OG Lost and Found Chicago, éstos se realizaron en colaboración con Michael Jordán el famoso ex jugador de basquetbol, por lo que la asociación de los observadores tanto con la marca Nike, como con esta figura de los deportes sería inmediata, eso agregaría valor al producto, no un valor tangible, pero sí un valor intangible muy alto, puesto que miles

de personas admiraron a Michael Jordan en el pasado y actualmente sigue siendo conocido, de manera que poseer estas zapatillas deportivas implica convertirse en parte de un grupo de personas que comparten el interés por los deportes, pero también por la moda y la calidad demostrándolo a través de la adquisición del producto, más aún estarían usando el mismo tipo de zapatilla que uso Michael Jordan alguna vez.

Figura 48

Air Jordan 1 Retro High OG Lost and Found Chicago



Nota. Recuperado de farfetch.com [Fotografía] por: Farfetch
(<https://www.farfetch.com/mx/style-guide/street-style/jordan-1-sizing-and-fit-guide/>)

Es impactante observar como las marcas llaman, atraen y luego finalmente atrapan al observador, esto no se da de una manera aislada con unos pocos individuos, es justamente la cuestión de pertenencia a un grupo lo que las vuelve atractivas, tal como Stalman lo dice “Los TOTEMS nos ayudan a definir nuestra identidad, y como individuos nos permiten pertenecer a algo más grande, al grupo” (Stalman, 2020, p. 20), como criaturas gregarias los seres humanos están en la constante búsqueda de pertenencia a un grupo, aun cuando la sociedad tenga increíbles avances tecnológicos esa parte social del individuo sigue presente, y es aprovechada por las grandes marcas para generar estrategias y establecer conexiones con su mercado meta.

Para el hombre contemporáneo que nace y crece dentro de un mundo globalizado, las marcas también son parte de su bagaje cultural, las marcas se han vuelto al paso del tiempo algo más trascendente que un elemento más de los que se observan en los medios de comunicación, como Klein (2000) lo expresa cuando habla de la evolución de las marcas a través de los años “Se trataba de absorber ávidamente ideas e iconografías culturales que sus marcas pudieran reflejar proyectándolas otra vez en la cultura como «extensiones» de las mismas. En otras palabras, la cultura añadía valor a las marcas”. Las marcas se ven enriquecidas por los elementos culturales que retoman y éstos a su vez les brindan la posibilidad de crear puentes entre los receptores y la marca, para que de esta manera exista una identificación con éstas, volviéndolas parte de la identidad cultural del individuo, y por lo tanto un elemento constante e importante dentro de su vida.

4.3.3 Ejemplos de marcas que han utilizado la imagen de la Virgen de Guadalupe en sus campañas publicitarias.

La imagen de la Virgen de Guadalupe se encuentra muy presente en cada sector de la sociedad, sin importar la clase social, o el ámbito del que se hable este símbolo es reconocido de manera inmediata, ya que forma parte de la cultura del país, lo que la convierte en un elemento inconfundible y con fuertes significaciones para todos aquellos que la conocen ya sea que se encuentren entre sus seguidores o que simplemente sean parte del sector de la población que la conoce a pesar de no haber establecido un vínculo con ella.

Dada esta fuerte impresión generada en cada uno de sus receptores, la imagen de la Virgen ha sido utilizada como elemento para captar la atención de las masas, ya se ha hablado en capítulos anteriores de ciertos eventos históricos en los que se ha utilizado, y el simbolismo asociado a ella en dichos momentos, sin embargo, en la época moderna también ha sido usada para convocar.

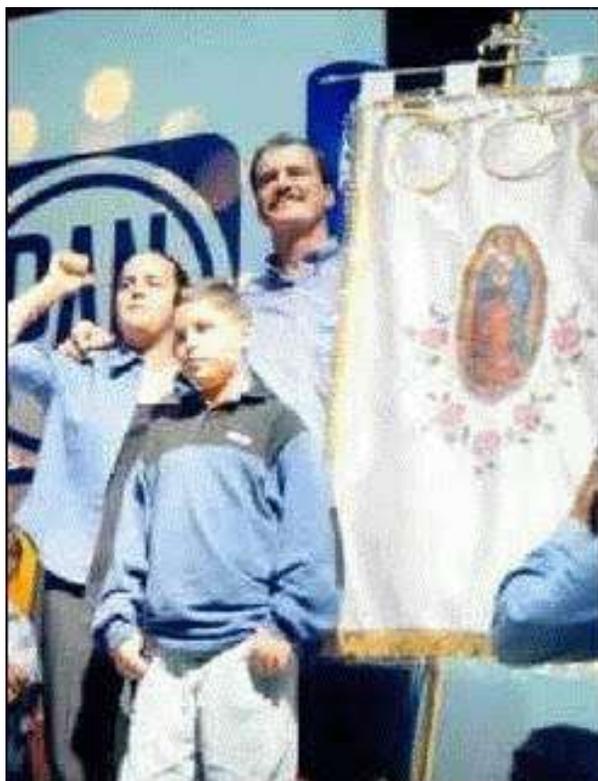
Un ejemplo de ello se observó en el año 2000 cuando el expresidente Vicente Fox recibió un estandarte de la Virgen de Guadalupe de sus hijos justamente el día en que dio inicio a su campaña política causando gran incomodidad entre los políticos de otros

partidos que incluso lo acusaron de estar haciendo algo innecesario (Letras libres, 2001) y un mal uso de los símbolos religiosos (La Jornada 1999). Sería necesario cuestionar y analizar si estos actos fueron realizados únicamente porque Vicente Fox es un “Guadalupano” como comúnmente se les llama a los devotos de la Virgen, o si por otro lado fue parte de una estrategia para ganarse a una gran parte de la población del país, que como bien se sabe pertenecen a la religión católica y por ende son muy probablemente devotos de la Virgen de Guadalupe.

Lo cierto es que Fox ganó la presidencia, y aunque no se puede afirmar que fuera debido a que los votantes lo vincularan con la imagen mariana, resulta evidente que fue un hecho que no olvidarían fácilmente y que el político en cuestión siempre sería asociado con la imagen, que resulta ser un fuerte e importante símbolo mexicano. En la Figura 49 se puede observar una fotografía del expresidente Fox con el ya mencionado estandarte.

Figura 49

Expresidente Vicente Fox con estandarte de la Virgen de Guadalupe



Nota. Recuperado de. [twitter.com \[Fotografía\]](https://twitter.com/alejandrokent/status/985178070616166400), por
(<https://twitter.com/alejandrokent/status/985178070616166400>)
(<https://twitter.com/alejandrokent/status/985178070616166400>)

Otro político que ha sido asociado con la Virgen de Guadalupe es el actual presidente de la república mexicana Andrés Manuel López Obrador, el cual aunque no ha usado directamente la imagen de la Virgen, ni se le ha visto con un estandarte como fue el caso del presidente Fox, sí ha mostrado sus ya conocidas “estampitas” en televisión nacional en diversas ocasiones, incluyendo una de la Virgen de Guadalupe, como se observa en la Figura 50, dicho político se declara devoto de la fe católica y por supuesto de la Virgen a la que dice pedirle ayuda o protección.

Figura 50

Presidente AMLO con estampa de la Virgen denominada "Detente"



Nota. Recuperado de. El sol de zacatecas. [Fotografía], por www.elsoldezacatecas.com, (<https://www.elsoldezacatecas.com.mx/doble-via/virales/detente-el-amuleto-preferido-de-amlo-3065567.html>)

Es notoria la influencia que ejerce el uso de la imagen de la Guadalupana, ya sea por parte de la iglesia, de políticos e incluso por parte de empresas al comercializarla, en todas sus variantes, el uso de este símbolo genera una fuerte reacción en los receptores, ya que éstos son en todos los casos que se han mencionado de origen mexicano, y puesto que el ya mencionado símbolo tiene una historia de siglos dentro del país posee un gran poder significativo y emocional que resulta imposible de borrar de la memoria de muchos mexicanos, sobre todo de aquellos que han sido devotos de la imagen no sólo por tradición o herencia, sino por decisión propia.

4.4 Propuesta de modelo de análisis sobre la imagen simbólica para proyectos de diseño de marca y otros proyectos de diseño gráfico.

En adelante se presentarán los hallazgos obtenidos a través del análisis que se realizó a seis diferentes representaciones de la Virgen de Guadalupe, llevando a cabo un análisis iconográfico, así como iconológico por medio del método Panofsky, junto con la postura simbólica de imaginarios colectivos, así como el argumento semiótico, y se explicará que revelaron los análisis con respecto a la manera en la que los receptores se vinculan con los símbolos. En este proyecto se ha tomado como caso de estudio la imagen de la Virgen de Guadalupe, y con base en las respuestas obtenidas se observa cómo se ha ido estableciendo una identificación con dicho símbolo a través de los conceptos, emociones, significados y, por supuesto, simbolismos asociados a éste, y cómo posteriormente se ha creado una relación que incluso ha podido durar años.

Posteriormente se hablará de los hallazgos encontrados a través de la investigación de campo, en la aplicación de encuestas para conocer la percepción de la caricaturización de la imagen de la Virgen de Guadalupe por parte de la marca Distroller en la actualidad, así como de la percepción que tienen tanto católicos, como no católicos de la imagen original de la Virgen. Si bien se ha mencionado la importancia de generar a través de la propuesta de un modelo de análisis sobre la imagen simbólica que sea de utilidad para apoyar en la generación de marcas con carga simbólica en su diseño, este modelo pretende ser de utilidad para otro tipo de proyectos tales como: generación de imagen corporativa o de instituciones, de producto, o para los fines que los profesionales del ámbito del diseño gráfico lo consideren pertinente.

4.4.1 Hallazgos obtenidos del análisis iconográfico e iconológico de las seis representaciones elegidas de la Virgen a través de la historia.

A continuación, se presentan las conclusiones sobre los hallazgos encontrados sobre la imagen simbólica por medio de los seis análisis realizados sobre la iconografía de la Virgen de Guadalupe, dichos puntos han resultado de gran utilidad para la estructuración del modelo de análisis sobre la imagen simbólica para proyectos de diseño con énfasis en la marca.

Uno de los puntos más relevantes encontrados a través de los análisis realizados fue descubrir que el conocimiento acerca del contexto juega un papel fundamental a la hora de generar un nuevo símbolo, o en el caso del campo del diseño gráfico un nuevo diseño con carga simbólica. Esto es debido a que el conocimiento de la parte contextual de quienes serán los receptores brindará conocimientos y elementos tanto de índole cultural como visual y significativa para la estructuración de un diseño con una carga simbólica bien estructurada y con una base construida por medio de un análisis más completo.

El conocimiento del contexto puede brindar información acerca de puntos importantes tales como:

- Aquellos conceptos con lo que los receptores se sienten identificados.
- Qué diseños o propuestas previas han sido rechazadas o ignoradas por los receptores.
- Elementos simbólicos del entorno con los que se sienten vinculados.
- Qué tipo de elementos son con los que se sienten más identificados: son de tipo cultural tradicional o elementos modernos.

Es a través de aquellos conceptos que sostendrán al diseño que se buscará generar un vínculo con el receptor, ya que, si bien el primer contacto que se establece con éste es de tipo visual, la parte estética radica también en lo que se representa por medio de las imágenes, es decir qué asociaciones se están generando a través del diseño, qué estilos, e ideologías se proyectan.

El cúmulo de elementos intangibles que componen un diseño es de suma importancia, puesto que son éstos los que sostienen la parte tangible. En palabras de Stalman (2020): “Las marcas configuran nuestra relación con el mundo, y para las marcas esto implica una gran oportunidad, pero a la vez una mayor responsabilidad” (p. 17). Los productos del diseño gráfico tienen como objetivo ser útiles, pero también deben resultar atractivos de una manera específica y adaptándose a las necesidades del cliente y del producto o servicio, pero siempre teniendo en cuenta la responsabilidad en la utilización tanto de los conocimientos para persuadir, como en el uso de elementos

simbólicos, ya sean éstos de origen cultural o no, ya que pueden persuadir al receptor de realizar una compra, e inclusive llevarlo a cambiar su conducta.

Otro hallazgo obtenido mediante los análisis fue encontrar que trasladar conceptos y simbolismos fuertemente arraigados en una comunidad o sociedad específica para la creación de un nuevo símbolo permitirá que, a través de dichos conceptos expresados a partir del discurso visual (imagen, lenguaje, textos), se genere una mayor atracción e impacto en el receptor, a la vez que dicho impacto llegará a un nivel emocional y significativo. Dentro del campo del diseño gráfico estos símbolos son observables en empresas bien establecidas que han logrado que sus nombres sean identificados, respetados por la competencia y preferidos por los consumidores, el diseño es capaz de lograr todo esto con un análisis y estructuración planeada y ejecutada estratégicamente “Los TOTEMS han pasado de ser marcas significantes funcionales y de calidad a ser conceptos filosóficos-sociales-míticos que ayudan a muchos creyentes a autorrealizarse”(Stalman, 2020, p. 20).

Es necesario recordar, como ya se había mencionado, que los símbolos son elementos básicos de la estructura del imaginario social, el cual le da sentido a la existencia y realidad del individuo, ya que, si bien todas estas cuestiones son elementos intangibles y que se generan en pensamiento del ser humano, trastocan cada parte de su vida, ya que es aquello que permite que cada ser humano sea un individuo funcional dentro de la sociedad.

4.4.2 Hallazgos obtenidos de la investigación de campo

Hallazgos obtenidos mediante las encuestas: A través de los resultados obtenidos por medio de las encuestas resultó evidente que la imagen de la Virgen de Guadalupe se ha mantenido firmemente en la memoria de los mexicanos, más aún que ha trascendido exitosamente el ámbito religioso y se ha trasladado a tantos espacios y soportes como sus seguidores lo han querido, al plasmarla en lugares tales como los muros de una calle, camisetas, estampas, y en el caso de la marca Distroller, en todo tipo de elementos de papelería , así como juguetes infantiles, sin embargo, esto lejos de resultar en una respuesta negativa, ha sido en su mayoría positiva, es decir los

mexicanos han aceptado la caricaturización llegando incluso a sentir que la imagen de la Virgen se volvió más accesible por medio de ella.

Dentro de los puntos importantes encontrados en estos hallazgos se encuentran también los siguientes:

- La apariencia “no tan formal” de la Virgen mediante la caricaturización ha gustado mucho a la población.
- Los encuestados demuestran gusto por el tipo de caricaturización y la utilización de colores brillantes.
- Ha logrado que un sector mucho más joven de la población tenga más presente al símbolo en cuestión.
- Sigue remitiendo a los receptores a la imagen original, por lo que los conceptos asociados a ésta siguen estando presentes aún a través de una caricaturización.
- Ha generado que marcas como Pandora, decidan utilizar un símbolo muy significativo de México como un elemento en sus diseños pensados para un público juvenil e infantil.

De estos resultados se puede concluir que, al llevar a cabo una propuesta de rediseño de un símbolo ya existente, y trasladarlo a un nuevo ámbito, dicho símbolo tendrá la posibilidad de seguir con parte de su fuerza simbólica inicial construida a través de los conceptos originales, siempre y cuando el rediseño o bien la implementación de sus elementos en un nuevo diseño se haga de manera que siga existiendo una referencia clara con el símbolo original.

Análisis de entrevista profunda: Por otra parte, a través de la entrevista profunda se han encontrado las motivaciones de los receptores para asociar a la imagen con ciertos conceptos, demostrando que el contexto tiene una fuerte influencia en la construcción de dichos conceptos y simbolismos, y por supuesto en su arraigamiento.

En esta parte fue posible descubrir que muchos de los símbolos que los sujetos siguen reconociendo y recordando en su juventud y adultez han estado presentes desde su infancia, y que es justo en una etapa temprana cuando el individuo es más impresionable y que la implantación de imágenes y símbolos se vuelve más perdurable. También destaco en esta parte que gran parte de la memorabilidad que se crea alrededor de un símbolo tiene que ver con el lenguaje oral y escrito que se utilice para referirse a él, y que esto enmarcará los simbolismos asociados a éste, reforzándolos y creando una estructura simbólica más fuerte.

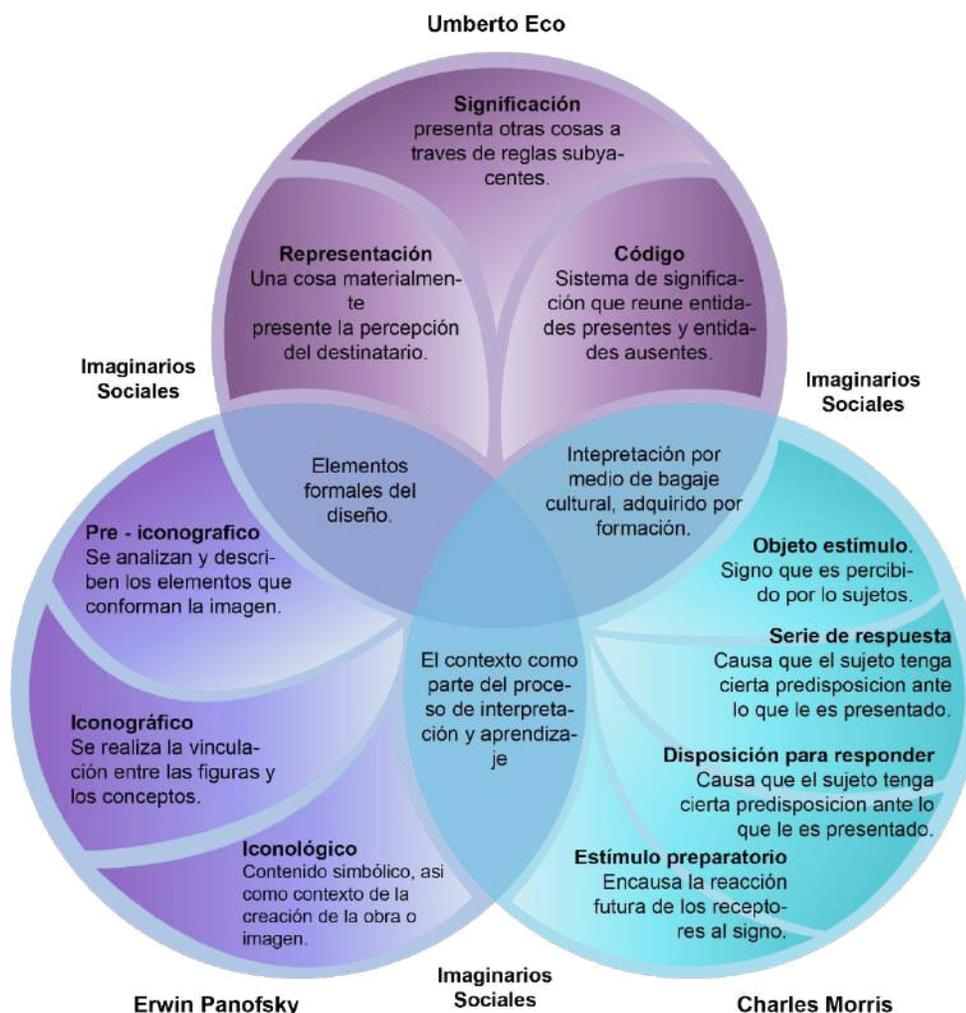
Hablando de la parte visual, se puede decir que se debe prestar atención a los colores del entorno y cómo son utilizados, puesto que servirá de guía para la elección de los colores para el diseño convirtiendo el resultado en algo más accesible y atractivo para el observador, por supuesto se debe tener en mente las cuestiones de significación cromática y que exista coherencia en la selección de elementos para que haya concordancia visual y conceptual.

4.3.3 Propuesta de lineamientos para conformar el modelo de análisis para proyectos de diseño de marca y otros proyectos de diseño gráfico.

Ha sido por medio de los conocimientos obtenidos a través del esquema triádico de Panofsky, de Eco, y de Morris, junto con la teoría de los imaginarios sociales de Castoriadis que se estructuró el modelo de análisis para proyectos de diseño, a continuación, se explicarán los esquemas de cada uno de los autores anteriormente mencionados y posteriormente se describirá cómo partiendo de ahí se estructuró el modelo que se propone en el presente trabajo terminal de grado. En la Fig. 51 se puede observar un esquema con los autores que se tomaron como base para el desarrollo de la propuesta de modelo sobre la imagen simbólica, así como algunos de los conceptos y propuestas conceptuales y metodológicas de cada uno de ellos.

Figura 51

Esquema base de autores para estructuración de Modelo de análisis sobre la imagen simbólica.



Nota. Elaboración propia, basado en teorías de Panofsky (1962), Eco (2000), Castoriadis (2007) y Morris (2003). Año 2023

Como se puede apreciar en el anterior esquema se muestran las teorías de los ya mencionados autores que sirvieron de cimientos para la construcción del modelo de análisis sobre la imagen simbólica para proyectos de diseño de marca y otros proyectos de diseño gráfico, en dicho esquema se puede apreciar la triada que propone Erwin Panofsky (1962) para llevar a cabo un análisis de la obra de arte, y en este caso aplicado a una imagen con carga simbólica, en dicha propuesta se puede observar los tres niveles de análisis en los cuales son tomados en cuenta elementos de tipo formal compositivo,

como lo son el número de elementos que conforman una composición, los conceptos que se proyectan a través de la conjugación de los elementos y finalmente los simbolismos que se construyen dentro de la composición, así como el contexto dentro del cual fue elaborada. En la triada que propone Panofsky (1962) el análisis contextual es parte fundamental para lograr la comprensión de lo que se está expresando conceptual y simbólicamente a través de la imagen, por lo que este aspecto se trasladó a la estructuración de la propuesta de modelo de análisis sobre la imagen simbólica para proyectos de diseño, siendo el primer aspecto que se ha propuesto para conformar dicha estructura.

En la parte superior del esquema se puede observar la propuesta de Eco (2000) acerca de los elementos que forman parte de la decodificación que el individuo lleva a cabo día con día, estos elementos como lo son el código, la representación y la decodificación permiten que el proceso comunicacional se dé entre los seres humanos en ambas direcciones, propiciando la comprensión de los mensajes. El código, es la base sobre la cual se puede llevar a cabo la comprensión de cualquier mensaje, cada sociedad en el mundo cuenta con un código a nivel visual, oral, auditivo y por supuesto escrito, tal como lo explica Eco (2000), un código está conformado tanto por elementos que se encuentran presentes como por los ausentes, es decir el código de un sujeto variará según su cultura, su vocabulario, y los elementos utilizados en su canal comunicacional, no puede ser el mismo código el perteneciente a un alemán que el de un mexicano, cada uno de éstos individuos posee un bagaje conceptual y sígnico sumamente diferente que ha sido construido a través de los años en el interior de las sociedades en las que han crecido.

De igual manera tanto la triada de Panofsky (1962), así como la teoría de Eco (2000) han servido para determinar diversos factores en la creación del modelo, entre ellos se ha descubierto que la parte que se refiere a la estructura formal de la imagen o del símbolo posee un gran peso para lograr la generación de un discurso visual eficiente y atractivo, pero más aún en el caso de las imágenes con carga simbólica de la generación y estructuración de elementos que proyecten de una manera clara aquellos simbolismos pensados para esa imagen específica. En cuanto al elemento de “significación” así como el de “representación” de los cuales habla Eco (2000) se

encuentran presentes en cada uno de los signos e imágenes que el sujeto observa en su entorno día con día, de ahí la importancia de poseer la información suficiente al momento de llevar a cabo un nuevo diseño, en especial uno con carga simbólica, para lograr una representación correcta de los conceptos y simbolismos deseados.

Dentro de los lineamientos propuestos en el modelo de análisis se habla acerca de la recopilación de información para generar un nuevo diseño con carga simbólica, teniendo como uno de los puntos principales la información concerniente al contexto a donde será dirigido el diseño, del conocimiento previo del público meta y de sus preferencias, así como de un acercamiento al entorno para conocer los elementos visuales con los que convive y que además poseen importancia significativa para él. Se habla también de identificar y definir qué quiere y qué necesita el cliente, qué busca proyectar al receptor, por medio de lo que será representado a través de los signos, de las imágenes y dentro de ello se decidirá que simbolismos contendrá el diseño.

Finalmente se puede observar dentro del esquema en la sección que corresponde a Charles Morris (2003), en la cual se han seleccionado ciertos aspectos pertenecientes a su propuesta teórica, ya que compaginan con lo que se propone dentro del presente proyecto, algunos de los aspectos tomados en cuenta, y de los cuales habla Morris (2003), son “el estímulo preparatorio”, el cual se refiere a los elementos que preparan al sujeto para recibir el signo o símbolo que causará una respuesta en él, en el caso específico de este proyecto, dicho estímulo fue la narración de la aparición de la imagen de la Virgen de Guadalupe, por medio de la cual se construye un discurso conceptual y simbólico alrededor de un elemento visual, el cual posteriormente fue presentado a todos sus receptores. Se puede observar como este elemento de la teoría de Morris (2003) se vincula con el nivel iconológico de Panofsky (1962), esto se ha presentado así dentro del esquema dado que en ambas secciones se habla de la importancia del contexto para la posterior interpretación del símbolo por parte del individuo.

Por otra parte en la sección en la que se encuentran parte del esquema de Eco (2000) con el esquema de Morris (2003) entrando en contacto la parte de la propuesta de Eco (2000) que habla del “Código” en combinación con la propuesta de Morris y de su “objeto estímulo” se ha colocado de ésta forma puesto que el “objeto estímulo” de Morris (2003) es parte del “Código” del que habla Eco (2000), ya que cualquier signo o

símbolo serán parte del código cultural del sujeto, y formarán parte de aquellos elementos presentes que permiten la comprensión del entorno por parte del ser humano, propiciando y sobre todo permitiendo su interacción exitosa con otros individuos dentro de la sociedad en la que se encuentra inmerso.

Al otro lado del esquema se puede observar la conjunción de las teorías de Panofsky (1962) y de Eco mostrando la relación que existe entre el nivel Pre – iconográfico de Panofsky (1962) y el elemento de la “Representación” de Eco (2000), en ambos casos se está hablando de la parte formal de la composición de las imágenes, signos o bien símbolos a los que está expuesto el hombre continuamente. De igual manera se encuentra en todo momento presente aquello que propone Castoriadis (2007) denominado “Imaginarios sociales” este elemento se encuentra alrededor del esquema ya que los imaginarios están presentes en cada aspecto de la vida del ser humano, puesto que al ser parte de la construcción de lo que el individuo conoce como su “realidad” lo impregnan todo. “Por lo que esas significaciones imaginarias sociales son las que definen – por cierto, de modo arbitrario – las representaciones, deseos y actos de los sujetos” (Castoriadis, 2007, p. 16). Tal como queda expresado los imaginarios representan aquella parte intangible en la vida del ser humano, pero que tiene un peso enorme en el funcionamiento de los hombres, dotándolos de identidad, brindándoles dirección y pertenencia a la sociedad en la que se han formado, los imaginarios sociales establecen pautas y simbolismos que permiten generar una estructura, que le otorga sentido a cada aspecto dentro de la vida del hombre, y de su desenvolvimiento ante otros individuos.

A continuación, se presenta en la Figura 52 un esquema que sirvió de base para la estructuración del modelo de análisis sobre la imagen simbólica, dicho esquema se ha conformado de los autores mencionados en el primer esquema, sin embargo, la propuesta de cada uno de los autores se ha retomado por secciones y se ha complementado con las otras teorías, además de enriquecerse con los resultados obtenidos por medio de la investigación de campo.

Figura 52

Mapa mental de estructura de Propuesta de Modelo de análisis sobre la imagen simbólica para proyectos de diseño de marca y otros proyectos de diseño gráfico.



Nota. Elaboración propia, basado en teorías de Panofsky (1962), Eco (2000), Castoriadis (2007) y Morris (2003). Año 2023.

En la primera parte de la propuesta de modelo, se plantea el estudio contextual de cada proyecto a donde será destinado, o bien, de donde provienen los conceptos y simbolismos que recaerán en él. Dicha sección será la base para la construcción de cualquier diseño, por lo que lo que se propone es realizar una investigación previa del contexto y llevar a cabo la recopilación de información, de ahí que se retome el nivel de análisis iconológico de Panofsky (1962), el cual justamente habla de un análisis contextual de la obra o imagen para conocer los factores externos que influyeron en su creación. En este caso se propone llevar a cabo un análisis del entorno para determinar qué factores visuales afectan o influyen en los futuros receptores, resulta importante conocer que elementos les son significativos, sobre todo si dichos elementos se asocian o vinculan de alguna manera al diseño que se propondrá.

En cuanto a la teoría de Eco (2000) se retoman dos conceptos: Significación y representación en esta primera parte, ya que se está tomando en cuenta aquellos elementos que significan algo para los receptores dentro de su contexto, y también como se representan, tanto la parte conceptual como la visual juegan un papel importante dentro de la composición de los elementos de peso simbólico presentes en el contexto del público meta. De igual manera se encuentra presente dentro de esta primera parte la teoría de Morris con los conceptos de “estímulo preparatorio” y “disposición para responder”, dado que son cuestiones que también se desarrollan dentro del ámbito que le es familiar al receptor y que propician su respuesta a los signos o símbolos que se le van presentando.

Finalmente se ha tomado en cuenta la teoría de los imaginarios sociales de Castoriadis (2007) ya que son los imaginarios las fuentes de donde provienen los conceptos y símbolos que todas las sociedades poseen y que son la bases de la cultura e identidad de los individuos, dentro de ésta primera parte también fue de mucha utilidad la investigación de campo que se llevó a cabo, en específico la sección de las entrevistas profundas realizadas en las cuales se pudo obtener hallazgos de como el contexto sirve de influencia directa en la asimilación de símbolos por parte del individuo.

En la segunda parte en donde se habla de “Conceptualizar simbólicamente” se retoma el concepto de “Significación” de Umberto Eco (2000) nuevamente ya que en esta sección de la propuesta del modelo se habla de la conceptualización de lo que el nuevo

diseño proyectará, cuando se pretende crear un diseño con carga simbólica es primordial contar con una estructura conceptual y simbólica sobre la cual se sostendrá la parte visual y estética que transmitirá los conceptos y simbolismos al receptor. De igual manera en ésta sección se habla del nivel “Iconográfico” de Panofsky (1962), puesto que en dicho nivel es donde se analiza la conexión que existe entre la parte formal y los significados y simbolismos vinculados a ella, dentro de la propuesta del modelo de análisis se plantea que debe generarse un diseño en el cual la parte visual y formal tenga un soporte conceptual y simbólico fuerte y consistente, es así que en esta parte también se ha tomado en cuenta el elemento de “serie de respuesta” que propone Morris (2003), ya que al momento de plantear los lineamientos para el modelo se ha considerado que pasos son necesarios para generar de una manera efectiva un estímulo más que suficiente a nivel visual y simbólico en el receptor con la finalidad de lograr el objetivo de cada proyecto.

Finalmente, en esta segunda sección se retoma la teoría de los imaginarios sociales, dicha teoría y sus postulados fueron tomados en cuenta a lo largo del modelo puesto que como se ha mencionado antes los imaginarios sociales son elementos intangibles, pero de importancia significativa para el ser humano y su identidad personal, así como su relación con los demás sujetos con los que conviven dentro de la sociedad, convirtiéndolos en una estructura invisible presente en cada parte de las sociedades desde sus orígenes hasta el día de hoy “toda sociedad instituye su propio mundo, su propio sistema de interpretación y construye su identidad”(Castoriadis, 2007, p. 15)

Por último, en la tercera parte de la propuesta del modelo; estructuración del diseño con carga simbólica se retoma el nivel de análisis pre – iconográfico de la teoría de Panofsky (1962) puesto que en dicho nivel se habla de los elementos formales que compondrán la obra o imagen, y en el caso del proyecto se trata de los elementos del nuevo diseño, de manera que también se toma en cuenta parte de la teoría de Morris, al retomar el concepto de “objeto estímulo” que tal como su nombre lo indica genera un estímulo en el receptor que posteriormente provocará la “serie de respuestas”, dicha reacción por parte del receptor debe culminar tal como lo explica Morris (2003) en el objeto estímulo como su objetivo final. En el caso de hablar de aquello que se pretende conseguir con el modelo es generar un diseño que se convierta en un “objeto estímulo”

capaz de provocar respuestas en los receptores y llevarlo a cambiar su actitud ante la empresa, marca o producto a través de lo logrado por medio de la parte visual y simbólica. También se retoma de la teoría de Eco (2000) el concepto de “código” en el cual se habla de aquellos elementos presentes dentro de cada sociedad que forman parte de su lenguaje también en un nivel visual y simbólico. Las encuestas realizadas como complemento de la entrevista profunda para la investigación de campo han permitido obtener una idea más clara de cómo es percibido un objeto fruto del diseño y también de la influencia del contexto, ya que por medio de dichas encuestas se ha descubierto que no solo el contexto juega una parte importante en el estudio de factores externos que afectaran la interpretación del nuevo diseño, sino que además es importante y posible gracias a las herramientas del diseño actual generar un escenario previo con estímulos que refuercen la imagen del diseño.

Finalmente se recurrió nuevamente a la teoría de los “Imaginario sociales” de Castoriadis (2007) ya que como se ha mencionado esta teoría posee postulados que la hacen de gran utilidad para todo el proyecto. El esquema que se ha propuesto como base para el modelo propuesto puede parecer una mezcla de varios autores y sus teorías, pero han sido retomadas a modo de complementarse unas con otras y de convertir varias propuestas en una estructura que permita observar y entender cada fase.

Con base en la estructuración de la información obtenida a través de los análisis realizados, y con el apoyo de los autores ya mencionados así como la investigación de campo, se propone un modelo de análisis sobre la imagen simbólica para proyectos de diseño de marca, así como otros proyectos de diseño gráfico que constará de tres partes, que contemplarán los elementos fundamentales para llevar a cabo un análisis que permita la generación de un nuevo diseño o imagen con carga simbólica para propiciar la conexión visual, conceptual y simbólica con el receptor, yendo más allá de la seducción visual que está dada por hecho en los productos del diseño, tales como la marca, la imagen corporativa y el diseño de producto entre otros, en especial aquellos surgidos del área del diseño gráfico.

4.4.3.1 Primera Parte. Contextual: Como primer paso para la estructuración del modelo de análisis, es fundamental conocer acerca del entorno, del análisis que se realizó de las 6 imágenes de la Virgen de Guadalupe con apoyo en el método de Erwin

Panofsky (1962), se llegó a la conclusión de que es sumamente importante conocer al usuario y al contexto al que va dirigido el proyecto a realizar, también es fundamental conocer aquello que tiene un valor simbólico o conceptual para ellos, en el caso de los referentes de los receptores y con base en lo anterior, establecer puntos de conexión conceptuales y simbólicos que posteriormente se traducirán de manera visual. Por lo cual se ha determinado que la primera parte de la propuesta del modelo de análisis de la imagen simbólica para proyectos de diseño de marca y otros proyectos de diseño gráfico debe ser un estudio del contexto al cual va dirigido el proyecto, o bien la creación de una imagen o diseño con carga simbólica obtenido de los referentes estudiados en los usuarios.

Para conseguir lo anterior se propone la generación de un esquema con criterios a considerar en cada uno de los proyectos, permitiendo con esto recabar información del contexto y de quienes serán los receptores del posible nuevo símbolo. De tal manera que mediante la recopilación de dichos datos se podrá determinar qué elementos son capaces de generar como lo menciona Morris (2003) un “estímulo preparatorio” en los sujetos, y también para propiciar en ellos la “disposición para responder”, lo cual afectará como será recibido el futuro diseño con carga simbólica.

Los criterios por considerar para recabar la información necesaria para ésta primera etapa de la estructuración del modelo de análisis sobre la imagen simbólica son los siguientes:

Ámbito- Deberá investigarse dentro de la parte contextual del futuro diseño, si será la imagen corporativa que representará a una empresa (marca), o asociación, o bien si se busca generar una imagen que atraiga a un público amplio pero direccionado a algún producto o servicio en específico. Dentro de los diferentes ámbitos se pueden encontrar el político, la salud, la comida, la moda, la cultura, el ambiente, ya sea familiar, infantil, juvenil, académico, etc. Por lo tanto, el primer paso es definir que se está hablando, si de una empresa que vende algo, o de una institución.

Tipo de empresa o institución que requiere el diseño: En el caso de que se trate de una empresa o bien de una institución, es necesario tener claro qué es lo que está busca, en el caso de la empresa debe quedar claro si sus necesidades son la generación de un símbolo con fines comerciales como es el objetivo de las marcas, en

este caso es necesario saber a qué sector irá dirigido, y recabar la información necesaria, no sólo aquella proporcionada por el cliente, sino también la que concierne al público meta en sus formas simbólicas.

En el caso de que se trate de una institución hay que saber de qué tipo es, ya que puede ser de tipo cultural, político, de beneficencia, o de muchos otros tipos. A continuación, se hablará del concepto de empresa, así como del de institución.

De acuerdo con la Dirección del Trabajo de Chile (2021) una empresa es "...toda organización de medios personales, materiales e inmateriales ordenados bajo la dirección de un empleador, para el logro de fines económicos, sociales, culturales o benéficos, dotada de una individualidad legal determinada." Las empresas siempre tendrán como objetivo obtener una ganancia por medio de la venta de un producto o servicio, por lo que sus necesidades estarán directamente relacionadas a lo que su producto o servicio necesita para darse a conocer e introducirse dentro del mercado. En este apartado entra por supuesto la "marca" ya que como se ha mencionado antes es un tipo de empresa que busca generar una ganancia al entrar dentro del mundo de los negocios.

Por otra parte, una institución es "... una organización pública o privada que busca promover un bien común a través del servicio a la comunidad o el cumplimiento de una misión específica" (opinión del, 2023) Es evidente que aquello que una institución tiene como objetivo primordial dista mucho de los objetivos de cualquier empresa, las instituciones buscan generar un bien para la sociedad a través de las actividades que promueven o que llevan a cabo, en cambio las empresas buscan obtener ganancias a través de lo que proyectarán por medio de su publicidad y de la imagen de marca, lo cual no es incorrecto, ni mucho menos egoísta, simplemente es la naturaleza de las empresas. Dadas las grandes diferencias entre ambas organizaciones es indispensable saber con cuál de ellas se está tratando para cada proyecto.

En este rubro es importante delimitar detalladamente cuáles son los objetivos del diseño con carga simbólica que será generado ya que éstos pueden variar dependiendo de aquello que la empresa o institución necesiten generar a través de su imagen, éstos pueden ser de dos tipos:

Con fines comerciales (vender productos o servicios) Aquellos diseños destinados a la venta de productos o servicios encuentran la manera de impactar al receptor, pero a diferencia de aquellos que buscan vender una imagen, éstos deben tener un diseño más llamativo e impactante. Los diseños que van destinados a lo comercial, incluyendo aquellos con carga simbólica, deben tener en cuenta la gran competencia que enfrentan en el mercado actual, por lo que en este caso se debe trabajar mucho la parte visual, y generar un diseño fuerte y atractivo que impacte primero a nivel estético y posteriormente en el conceptual.

Dentro del ámbito del diseño gráfico aquellos elementos cuyo objetivo primordial entra dentro de esta categoría son, sin duda, algunas las marcas, las cuales buscan generar una imagen elocuente y atrayente para atraer a su público meta, y consecuentemente generar ventas a través de la identidad generada por el diseño de su imagen corporativa y por todo el discurso conceptual y simbólico que existe detrás de ésta.

Con fines de generar una imagen ante la sociedad (vender una imagen). En este caso el vínculo que se pretende establecer estará asentado sobre la misión, visión y objetivos de la institución, es decir, se creará un discurso fuerte que proyecte la imagen deseada a través de la parte visual, pero también a través de lo conceptual, y por supuesto en este caso la parte simbólica tiene un gran peso, pues el tipo de receptores a los que van dirigidos estos diseños muestran gran interés en conocer los objetivos y motivaciones de las instituciones, por lo que se tomarán el tiempo de conocer y analizar si lo que les está siendo proyectado a través de la imagen concuerda con lo que se les dice mediante el lenguaje oral y escrito.

Público: También será necesario definir el sector específico al que irá destinado el diseño, es decir: Infantil, juvenil, adulto, especializado, del ámbito académico, empresarial entre muchos otros. El definir al receptor permitirá establecer una estrategia para estudiarlo y encontrar puntos clave para establecer un vínculo entre el diseño y dichos receptores. Para obtener estos conocimientos será necesario llevar a cabo un estudio a profundidad del mercado meta, para conocer sus gustos y preferencias, estilo, necesidades e incluso aspiraciones, porque sin duda uno de los puntos clave al crear un diseño o marca es saber qué debe proyectar el producto o empresa y que además de

que esto sea fiel a las necesidades de la institución o empresa se demuestre interés por el público meta. Además de esto, parte del atractivo que será generado se creará a partir de generar un deseo en el receptor.

Elementos preexistentes en el contexto o entorno de importancia para la comunidad: Es necesario investigar especialmente –objeto de esta tesis– qué elementos de tipo simbólico cultural existen en la comunidad o dentro del sector al que va dirigido el diseño, tales como símbolos de tipo religioso, construcciones emblemáticas del lugar en cuestión, algún elemento de la naturaleza, alguna fruta o comida típica, e incluso puede tratarse de algún animal que sea endémico de la región, lo importante es que se trate de una idea o concepto arraigado en las profundidades de la identidad del usuario. Debido a lo anterior es que en la presente sección se han tenido en cuenta los conceptos de la teoría de Eco (2000), tales como “significación” y “representación” con la finalidad de determinar los conceptos y simbolismos arraigados dentro del sector de la sociedad al que ira destinado el diseño y como han sido representados visualmente.

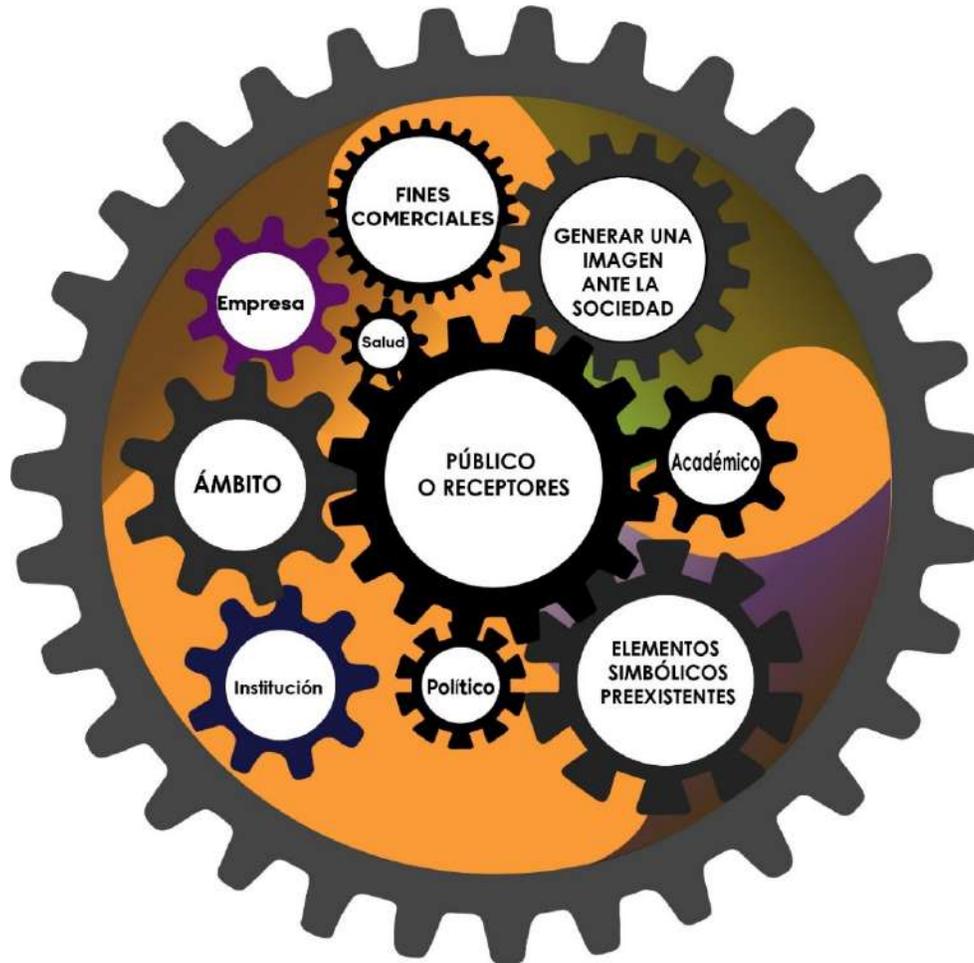
Para esto es importante llevar a cabo una investigación breve para verificar si existen elementos con fuerte carga simbólica para los receptores, sobre todo si existe una vinculación con el diseño que se realizará, dicho objetivo se puede lograr mediante una investigación de los receptores o publico meta y de sus costumbres, preferencia e incluso tradiciones. En algunos casos podría resultar de mucha utilidad conocer qué elementos simbólicos son importantes para el sector de la comunidad al que va dirigido el diseño, en ocasiones serán de origen cultural y allegados a sus raíces y tradiciones, pero en otras puede tratarse de símbolos modernos que se observen en los medios de comunicación masiva. Tal como lo menciona Morris (2003) existen en el entorno del individuo elementos que generan estímulos en él provocando lo que el autor llama “disposición para responder” y a la vez convirtiéndose dichos elementos en “estímulos preparatorios” que alterarán la conducta del receptor.

A continuación, se presenta la Figura 53, la cual es un esquema ilustrativo de los elementos que influyen en el público o receptores y que forman parte del entorno, todos estos elementos forman parte de una estructura similar a la de un engrane, puesto que

si ocurre un cambio en una de ellas afectara a las demás, y generara cambios en toda la estructura social.

Figura 53

Esquema de elementos del entorno.



Nota. Elaboración propia, Año 2023.

Resulta de gran importancia para el nuevo diseño, conocer bien cuáles son los valores que existen en común de la empresa y el mercado o público meta; qué conceptos pueden servir de vínculo ya sea a través de la imagen de la marca o producto. Dentro de esta etapa inicial también se ha tenido muy presente la teoría de los “imaginarios sociales” de Castoriadis (2007) recordando en todo momento que los símbolos que se

encuentran presentes en la vida del hombre surgen de su entorno y a través de los elementos familiares y los conceptos transmitidos de generación en generación.

A continuación, se presenta en la Tabla 2 la propuesta de un esquema que servirá de apoyo para recabar los datos anteriormente mencionados, para facilitar la construcción de un nuevo diseño con carga simbólica.

Tabla 2

Tabla de análisis de datos contextuales.

DATOS CONTEXTUALES	
NOMBRE DEL PROYECTO Y TÈMATICA	Nombre tentativo del proyecto (aquello que el cliente proporcione y sobre el cual se trabajara o se propondrán otras opciones).
ÁMBITO	<p>EMPRESARIAL</p> <p>Especificar el ámbito al que pertenece el proyecto, si se trata de una empresa cuales son sus principales productos o servicios. Conocer la misión, visión y objetivos de la empresa. Detalles sobre la historia de la empresa y sus productos o servicios.</p>
	<p>INSTITUCIONAL</p> <p>Conocer la visión, misión y objetivos, Saber a quién se busca beneficiar con dichos objetivos. Definir que imagen desea proyectar la institución, es decir que conceptos y simbolismos.</p>
OBJETIVO COMERCIAL	<p>Conocer cuales son los objetivos de ventas, y de que manera se pretende proyectar la imagen de su producto o servicio, ésto posteriormente se traducirá en una propuesta con carga simbólica. Conceptos que el cliente desea asociar a su producto o servicio.</p>
OBJETIVO DE GENERACIÓN DE IMAGEN.	<p>Establecer cómo se visualiza la empresa, cuáles son sus fortalezas, conceptualizarlas para posteriormente proyectarlas de manera visual, y a través del lenguaje oral y escrito. Que valores son importantes para la organización con los cuales desea establecer un vínculo con el receptor.</p>
ELEMENTOS SIMBÓLICOS PRE-EXISTENTES EN EL CONTEXTO.	<p>Conocer el entorno del que sera el receptor para aprender que elementos con carga simbólica son importantes para este. Entender el origen de dichos elementos, es decir son culturales, del interior de la comunidad, o externos.</p> <p>Se recomienda utilizar el método de Erwin Panofsky para analizar elementos pre - existentes en el contexto de los receptores y determinar aquellos que sean de caracter simbólico.</p> <p>De igual manera se deberá establecer posibles estrategias determinando cuales serían los "estímulos preparatorios" que propiciarían la "disposición para responder" basandose en la teoría de Morris (2003).</p>

Nota. Elaboración propia, Año 2023.

4.4.3.2 Segunda parte. Conceptualizar simbólicamente: Una vez que se ha recopilado información acerca de la parte contextual del proyecto, tanto de lo que la empresa es y de lo que quiere proyectar, como del contexto del receptor quien recibirá e interpretará el diseño, es posible conocer con qué elementos se cuentan para la construcción del nuevo diseño con carga simbólica. A partir de los conceptos que la empresa o institución brinde como base, así como del tipo de público meta se puede comenzar con la estructuración de los simbolismos a utilizar. El anterior análisis otorga conocimientos sobre qué elementos resultan atractivos e importantes para los receptores. Al mismo tiempo que brinda una visión clara sobre lo que el cliente quiere, por lo que el siguiente paso es lograr conjuntar ambas partes en la expresión correcta que proyecte lo que se desea.

En esta segunda etapa se llevará a cabo el vínculo entre la parte formal del proyecto y los conceptos y significados que están siendo representados, tal como lo expresa Panofsky en el segundo nivel de su método de análisis, de igual manera se determinara en esta etapa cual es la forma más coherente y efectiva de expresar lo que se desea desde un discurso bien estructurado proyectado a través de formas y colores.

Construcción de un discurso simbólico: El porqué de un discurso simbólico como parte de un nuevo diseño radica en la importancia de los signos y símbolos en la sociedad, cada una de las culturas existentes en el mundo posee símbolos de importancia para ellos. Los símbolos son parte fundamental de la vida del ser humano, y como ya se ha mencionado anteriormente, forman parte de la cultura de las diversas sociedades, e incluso ayudan a conformar la identidad del hombre. Como Lotman (2002) lo expresa "... el símbolo se correlaciona activamente con el contexto cultural, se transforma bajo su influencia, pero también lo somete a la transformación." (p. 91). Los símbolos son elementos de una fuerte influencia dentro de las sociedades, puesto que algunos inclusive se han convertido en elementos que son parte de la vida religiosa y espiritual de los pueblos, son inconfundibles para sus observadores y además poseen una fuerte carga conceptual y emocional que ha sido creada alrededor de ellos por la sociedad o cultura dentro de la que han surgido, y los receptores pertenecientes a ésta a su vez se ven influidos por ellos.

Los símbolos son parte importante de la construcción de las sociedades y de la formación del individuo, en palabras de Geertz (2003)

...la cultura denota un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medios con los cuales los hombres comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento y sus actitudes frente a la vida (p. 88).

Como parte de la estructura social, los símbolos son transmitidos de manera generacional creando raíces en las sociedades que los han visto nacer y que provocan su constante evolución, o bien su cambio o extinción a la vez que aparecen nuevos símbolos acordes con la época. Tal como lo expresa Castoriadis (2007) existe un flujo continuo de creación de nuevos símbolos y significados que el hombre produce y del cual se alimenta el imaginario social generando así las “representaciones sociales” que son aquellas estructuras simbólicas por medio de las cuáles el hombre comprende aspectos de la sociedad tales como lo que es el matrimonio, la justicia, la religión, entre muchas otras, y dichas representaciones son generadas a través del “...magma de significaciones sociales, dicho sintéticamente, resume al ser individualmente, pero como sistema abierto al mundo, y en un tiempo dado”(Castoriadis, 2007, p. 17)

Actualmente los símbolos de origen cultural siguen vigentes dentro de las sociedades, sin embargo, en una era globalizada y mediatizada han surgido nuevos símbolos que igualmente proyectan a sus receptores una carga conceptual y emocional que los hace incluso cambiar de actitud, de estado de ánimo y que los motiva a adquirir productos que probablemente no sean de primera necesidad, y que sin embargo en la mente de los compradores se vuelven necesarios debido a una motivación personal y emocional. Estos nuevos símbolos proyectan los anhelos de sus receptores, quienes los adquieren para sentirse un poco más cerca de aquello que quisieran ser, o poseer. En palabras de Stalman (2002) “Los TOTEMS nos ayudan a definir nuestra identidad, y como individuos nos permiten pertenecer a algo más grande, al grupo” (p. 20). El ser humano es un ser gregario y necesita sentirse parte de algo, puesto que si no tiene esta sensación de pertenencia parte de su identidad se verá afectada.

A continuación, se presentan algunos puntos importantes a considerar para lograr una buena proyección conceptual y simbólica a través de los diferentes proyectos de diseño.

Conocer los conceptos que la institución o empresa quiere proyectar: A través del paso anterior, de la recopilación de información contextual debe ser posible el conocimiento para la posterior traducción de los conceptos que han sido elegidos para plasmarse en el diseño, éstos se van a traducir por medio del lenguaje coloquial o bien de aquel que sea el apropiado para el sector al que estará dirigido el diseño, las palabras, las sensaciones, y emociones que se evocarán deben ir acorde a los receptores para poder establecer una conexión con estos.

Generación y estructuración de los conceptos y simbolismos: Posteriormente dentro de esta construcción del discurso simbólico es necesario tener muy claro cuáles son los valores sobre los cuales se ha fundado la empresa o institución, esto no sólo con respecto a la empresa, sino también a lo que ésta ofrece, ya sea que lo que se esté requiriendo sea un diseño de imagen corporativa, de marca, o bien de un producto o servicio. Se tiene que estructurar de una manera clara y concisa el concepto, o conceptos a proyectar, pero también debe existir belleza en su construcción ya sea de manera oral, visual o escrita, dado que todos los aspectos mencionados guiarán a los receptores a manifestar lo que Morris (2003) ha definido como “serie de respuesta”, que como ya se ha mencionado será la serie de reacciones del sujeto ante el diseño culminando en la adquisición del producto o servicio.

Este tipo de construcción se ve comúnmente expresada a través de los eslóganes publicitarios, así como de los mensajes o frases que acompañan las imágenes o videos en las campañas publicitarias. Si bien en el mundo del diseño y la comunicación visual la imagen tiene un gran peso también lo tienen la parte oral y escrita, puesto que éstas refuerzan lo que la imagen está proyectando. Un ejemplo muy claro de esto se puede observar en las campañas publicitarias realizadas para productos como los perfumes, en donde se le otorga un aura llena de conceptos y simbolismos a una fragancia, ya que ésta debe generar deseo en el consumidor, muchos atributos conceptuales le son conferidos a través del diseño publicitario.

En esta parte se propone que se realice una encuesta a una muestra de quienes serán los receptores cuestionando qué conceptos asocian con el producto

Propuesta de contenido de encuesta para estudio de percepción de conceptos y simbolismos: Además de incluir en las preguntas una secuencia de imágenes y palabras y ver como responden a ellas en asociación con el producto o servicio, también resulta importante saber de dónde provienen esas asociaciones, todo esto permitirá ir construyendo una idea más clara de cómo se construirá tanto el discurso conceptual y simbólico que resulta algo intangible, y también la parte visual. Estos datos resultan de mucha utilidad porque brindan una idea clara de qué elementos no se deben utilizar, por que probablemente serían rechazados por el público meta, si bien es una ardua labor la de estructurar un mensaje con un peso simbólico bien estructurado y analizado, es algo que vale la pena, puesto que el resultado será un diseño de larga prevalencia en el receptor y por ende en el mercado. Un ejemplo de este tipo de encuesta se realizó para el presente proyecto al aplicar entrevistas para conocer cuál es la percepción de la población católica y no católica de la Virgen de Guadalupe.

A continuación, se presenta un ejemplo del tipo de cuestionario sugerido para recabar datos sobre la percepción de los receptores acerca de productos o servicios de la misma línea o tipo que el que se pretende dar a conocer, este cuestionario se puede modificar también en el caso de tratarse del diseño de imagen corporativa, agregando preguntas referentes al nombre propuesto para la empresa o bien a conceptos clave pertenecientes a su misión y visión. De esta manera se puede conocer con anticipación la reacción de los receptores a dichos conceptos, y si efectivamente estos serán funcionales o no.

Propuesta de cuestionario

¿Me puede decir su nombre, edad y ocupación?

2.- Conoces el producto _____

Si ___ no ___

3.- ¿Cuándo fue su primera experiencia con un producto de este tipo, y cómo la describiría?

4.- De la siguiente lista de palabras cuáles son las que más relacionas con el producto _____

Limpieza

Hogar

Familia

Calidad

Cuidado

Químicos

Higiene

Frescura

5.- De la siguiente lista de palabras dime qué emociones le produce pensar en el producto _____

a) Paz

b) Seguridad

c) Incomodidad

d) Protección

e) Comodidad

f) Relajación

g) Nada

6.- ¿Alguna de la publicidad relacionada a este tipo de productos le ha gustado? ¿Por qué?

7.- ¿Consume regularmente este producto?

8.- ¿Considera este producto como de primera necesidad, o de lujo?

Posterior a esto es evidente que la utilización de la retórica sería de gran aporte a la estructuración de un mensaje efectivo, y a la vez estético, tanto en la parte visual como en el lenguaje oral o escrito, siendo estos elementos de importancia pues reafirman la imagen que se proyecta a través de las formas y colores. Es bien sabido que un buen eslogan es capaz de establecer una marca o empresa dentro del mercado a pesar de la gran competencia actual.

Utilización de figuras retóricas como apoyo para la construcción del mensaje: La retórica ha sido a lo largo y ancho del mundo una gran aliada del ser humano para estructuración de discursos con fuerza persuasiva, y con belleza en su construcción, tal como Carrere (2009) lo describe “La retórica, como disciplina, es una consecuencia de la observación de aquellos recursos del lenguaje que los seres humanos utilizan cuando quieren producir determinados efectos en otros seres humanos” (p. 17). Por medio de la retórica el ser humano es capaz de llevar el proceso comunicacional más allá del nivel básico de transmisión de un mensaje o conocimiento, y también es mucho más que el simple embellecimiento del texto o lenguaje, la retórica permite generar emociones y reacciones en el receptor, lo cual finalmente es uno de los objetivos de muchos de los proyectos de diseño gráfico, por lo cual el uso de esta valiosa herramienta es parte importante de los lineamientos que se están proponiendo.

En el ámbito de las marcas el elemento persuasivo es de vital importancia para lograr la atención del receptor y provocar el interés suficiente en el para generar una compra, más aún para que su atención se convierta poco a poco en fidelidad hacia la marca.

Por medio de los resultados obtenidos mediante la investigación de campo, y al conocer la percepción que los entrevistados tienen sobre la imagen de la Virgen de Guadalupe, ha quedado evidenciado que gran parte de lo que permite generar el vínculo entre el símbolo y el receptor es la carga emocional que se ha construido a través de lo que dicho símbolo representa, que si bien este vínculo se ha forjado a través de los años

y de la transmisión de dichos conceptos y emociones asociadas a la imagen desde el inicio, también está basado en gran medida gracias al uso de la retórica y su aplicación en la construcción de los significados y conceptos que conforman al símbolo, los cuales posteriormente generan los sentimientos asociados a él.

A través del análisis de las respuestas de los entrevistados, tal como en el caso de la pregunta No. 5, en la cual se cuestiona; ¿De la siguiente lista de palabras cuales relacionaría con la imagen de la Virgen de Guadalupe? y a través de la narración de las experiencias de los entrevistados del conocimiento del símbolo y lo que éste generaba en ellos a nivel conceptual, es observable cómo el uso de la retórica no se encuentra únicamente en los textos originales creados para reafirmar al símbolo, sino en la posterior utilización de estas mismas palabras con emoción e intención de propagar la creencia en dicho símbolo, las que surtieron efecto generación tras generación transmitiendo quizás con ligeras variaciones pero aún así efectivamente aquello que siglos atrás se construyera también con ayuda de la retórica, y a la vez provocando que esta construcción sea continua y renovada de conceptos y simbolismos que se añadirían a los ya existentes.

Esto también resulta observable en los lemas utilizados a la par de la imagen en los diferentes eventos históricos en los cuales la imagen participó, y los cuales han sido tomados como ejemplos de análisis para este proyecto. Uno de estos ejemplos es el texto que puede leerse en una bandera Cristera, en el cual se utilizan palabras tales como “Reina y Madre Nuestra” textos que se encuentran además alrededor de la imagen de la Virgen de Guadalupe colocada en el centro de la bandera, en este caso el texto realza la imagen que ya de por sí era asociada con elementos conceptuales fuertes para los mexicanos, y al ver que se coloca la palabra Reina como la primera de estas tres se están refiriendo a la Virgen como alguien que gobierna sobre aquellos que portan dicha bandera, ejerciendo una fuerte influencia emocional con ello.

Por todo lo anterior se puede afirmar que el uso de las figuras retóricas es de mucha utilidad para la construcción de un diseño con una fuerte estructura simbólica, y con el elemento persuasivo y estético presente en él, sin embargo, este uso no puede ser de manera indiscriminada, debe basarse en el conocimiento previo del receptor, de

su estrato socioeconómico, de sus gustos y preferencias, así como de las emociones que se deseen evocar en él a través del diseño. En palabras de Barthes (1986)

“... la significación de la imagen es con toda seguridad intencional: determinados atributos del producto forman *a priori* los significados del mensaje publicitario, y esos significados deben ser transmitidos con la mayor claridad posible; si la imagen contiene signos, tenemos la certeza de que esos signos están completos, formados de manera que favorecen su mejor lectura: la imagen publicitaria es franca o, por lo menos, enfática.” (p. 30)

La forma en la que se utilizan las figuras retóricas dentro del diseño y la publicidad debe generar esa atracción al receptor, y lograr ese objetivo de ir más allá de lo decorativo, o lo atrayente, enganchar al receptor también radica en mostrarle un símbolo que proyecte no sólo aquellos conceptos afines a él, sino también aquellos valores que comulguen con su propia identidad como individuo. Algunos puntos importantes para tomar en consideración como profesionales del diseño a la hora de estructurar mensajes con el uso de la retórica son:

- No caer en el mal uso de esta herramienta e incurrir en mensajes propicien la manipulación o el engaño del receptor.
- Utilizar el embellecimiento del lenguaje por medio del estilo, así como las figuras retóricas como parte de la construcción de un mensaje y un lenguaje único pensado y diseñado para cada proyecto y sus particularidades, así como las de los receptores.
- Considerar de acuerdo con el estudio contextual previo qué resultará bello, dentro del lenguaje utilizado para el receptor, ya que para algunos contextos o sectores el concepto de belleza varía significativamente.

- Evitar el prejuicio sobre lo que es lo bueno o lo bello, o lo necesario dentro del diseño si antes no se conoce al receptor.

Uso de conceptos y simbolismos de manera coherente: Se buscará hacer uso de conceptos y simbolismos afines a los receptores y su contexto, pero al mismo tiempo en concordancia con lo que la empresa o institución desea proyectar, es decir, compaginar la imagen de la empresa y sus valores con aquellos representados en sus productos y servicios, en el caso de que se trate de una institución deberá existir coherencia entre la imagen de ésta, así como de las diversas campañas o diseños que se realicen en torno a ella.

Es importante propiciar tanto por medio de la imagen, como de los textos, o bien del eslogan que acompañará al diseño, esta coherencia conceptual, y simbólica que es necesaria para lograr establecer en la memoria del receptor un nuevo diseño, es necesario que se dé lo que Stalman (2020) prevé para el futuro, afirmando que “El nuevo consumidor se volverá postcomercial, se verá atraído por marcas significativas, orientadas a valores compartidos”. Los nuevos diseños deben buscar ir más allá de la atracción del cliente, y pretender la verdadera conexión con éste, tal como los símbolos culturales lo han logrado, los símbolos de tipo comercial pueden establecer una conexión más fuerte y sana con su receptor, con la finalidad de ganar su fidelidad a largo plazo. Esto puede sonar muy ambicioso, sin embargo, es lo que todo profesional del diseño pretende al crear un nuevo diseño, sobre todo aquellos que son pensados para representar una nueva marca, una empresa o un producto.

Ética y responsabilidad social del diseño y las marcas en la construcción de la identidad cultural.

Un punto de gran relevancia dentro de todo lo que se ha comentado es la parte que compete a la ética, ya que actualmente la sociedad se encuentra en una búsqueda constante para mejorar la calidad de vida del ser humano, pero teniendo en cuenta las repercusiones de las acciones que se llevan a cabo para lograr esto. Como profesionales del ámbito del diseño gráfico debe ser un elemento muy presente en la realización de

cada nuevo proyecto que exista responsabilidad y compromiso con la sociedad, por supuesto de deben tener en cuenta los riesgos ambientales que el diseño gráfico genera en la sociedad, pero también debe hablarse de evitar la violencia a través de la comunicación visual, de las imágenes, de las palabras, de los símbolos y lo que éstos generan en los receptores.

La ética es necesaria para la vida en sociedad, busca una mayor reflexión por parte del hombre en la aplicación de sus juicios, y en la elección de sus valores, como lo explica Cortina (2000) cuando cuestiona al individuo “La cuestión ética no es de modo inmediato «¿qué debo hacer?», sino «¿Por qué debo?». La cuestión ética consiste en hacer concebible la mortalidad, en tomar conciencia de la racionalidad que ya hay en el obrar...” (Cortina, 2000, p. 37), la ética pretende que el hombre lleve a cabo una interiorización y un análisis previo a sus acciones, las cuales deben ser en pro de los valores morales y la buena convivencia, y cuando es conveniente actuar de tal o cual manera según las circunstancias lo requieran.

Cada uno de los proyectos que se producen van acompañados de una carga conceptual, sobre todo aquellos que representan a una empresa o producto, por lo tanto, el diseñador ha de ser responsable a la hora de elegir los conceptos y los valores a proyectar, y la forma en la que atraerá al receptor, tanto para evitar herir susceptibilidades e incluso ofender a algunos receptores al usar palabras o elementos de diversas culturas, así como también para no crear una falsa imagen alrededor del diseño y engañar a los receptores proyectando cualidades falsas alrededor de una marca o producto.

Consideraciones éticas en el uso de símbolos culturales en la publicidad.

Cuando se comienza con un nuevo proyecto de diseño gráfico cada profesional debe tener en cuenta muchos factores para poder estructurar algo con una base conceptual y significativa coherente, además de proyectarlo visualmente. Otro aspecto que se debe tomar en cuenta es evitar caer en violencia a través de los símbolos, ya sea que sea expresado de manera visual, o por medio del lenguaje, o incluso por medio de los textos utilizados, puesto que el poder de evocación es tan fuerte que en algunas ocasiones se corre el riesgo de generar un daño o agresión en el receptor, lo cual no

sólo causaría el rotundo fracaso del diseño y la empresa o el producto mismo, sino que se incurriría en un daño a la sociedad, lo cual es lo opuesto al objetivo fundamental de la ética.

Como es bien sabido la cultura de los pueblos es algo que se ha construido a través de los años, generación tras generación los hombres van conformando su cultura a través de las tradiciones, las prácticas rituales, y las manifestaciones artísticas de su comunidad, incluso las creencias forman parte de ésta, la RAE (2023) la define como un “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.” Al ser tan importante esta suma de elementos para la construcción de la identidad del individuo, lo es también el uso de sus símbolos puesto que estos poseen un valor emocional para los individuos y deben ser utilizados con respeto y prudencia.

4.4.3.3 Tercera Parte. Estructuración del diseño con carga simbólica.

La última parte de esta propuesta de modelo es la estructuración de las formas que construirán al símbolo, es decir en esta parte se propone que con ayuda de las dos secciones anteriores el diseñador realice un análisis previo a la elección del estilo, los trazos, los colores y texturas que serán utilizados para crear el diseño en cuestión, tal como se ha mencionado anteriormente el primer nivel de este modelo en el cual se propone el cuadro del análisis contextual permitirá saber con mayor precisión qué elementos del contexto resultan de importancia para el receptor a la hora de vincularse visual y emocionalmente con la parte visual de lo que se presentará ante ellos mediante el diseño, lo cual a su vez resultará en beneficio del cliente que requiere dicho diseño con carga simbólica.

Posteriormente con la segunda parte del modelo, en específico por medio de la encuesta se puede conocer más a fondo qué conceptos relacionan los receptores con productos o servicios del mismo giro, o bien con marcas o empresas que estén en el mismo ramo, esto servirá para descartar posibles selecciones erróneas en el nivel conceptual, y por medio del uso de la retórica se pueden estructurar mensajes con un contenido conceptual y simbólico complejo que a la vez sea expresado de una forma

bella y persuasiva. Como parte de los aportes que las encuestas brindaron esta de ejemplo la pregunta No. 4 en la cual se pregunta: ¿Por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje? En donde el porcentaje de respuestas demostró que las respuestas con mayor porcentaje fueron: por los colores brillantes, porque esta caricaturizada y porque le quita lo formal a la imagen, demostrando que la conexión primera que los diseños o los símbolos establecen con el receptor la primera vez que son expuestos ante este es de manera visual, y posteriormente a través de los conceptos proyectados, resultando fundamental que estos provoquen empatía en los observadores, que generen reacciones e incluso emociones en ellos.

Finalmente, en este nivel todo lo anterior se traducirá a formas, para darle vida a toda la estructuración conceptual y simbólica que se ha ido generando previamente. Como primer paso en esta última etapa se encuentra el siguiente punto, que habla de la posibilidad de construir con base en lo que se conoce gracias al estudio del contexto. Como parte de la propuesta del modelo de análisis se ha invertido el orden de los pasos propuestos por Panofsky (1962) en su método de análisis, ya que en ésta tercera etapa se propone llevar a cabo el primer nivel de análisis previo a la generación del nuevo diseño, dicho nivel se denomina pre – iconográfico puesto que es cuando se analiza la parte formal de la composición y se toma en cuenta que elementos componen la obra o imagen, en el caso del proyecto se deberá determinar qué elementos se utilizarán para poder estructurar lo que se desea, en éste nivel se analiza el estilo de la imagen, en el presente caso del diseño, se tendrá que establecer que colores, número de elementos y estilo serán seleccionados para su elaboración, e igualmente lo concerniente a las dimensiones y materiales, cada uno de los puntos mencionados resultan fundamentales para que se tenga una estructura clara y firme para el proyecto a realizar.

La utilización de elementos preexistentes en el contexto: La propuesta de utilizar formas o elementos del contexto de los receptores proviene de la observación que se llevó a cabo a través de la investigación de campo, en la cual al estudiar el caso del rediseño de la imagen de la Virgen de Guadalupe por parte de la marca Distroller es muy evidente que dicha marca hizo uso de un símbolo que para la sociedad mexicana era ya muy querido desde siglos atrás, en este caso se le dio un estilo diferente a través

de la caricaturización y la abstracción de elementos, los cuales se tomaron y modificaron de la imagen original, y sin embargo también es evidente que se conservaron los rasgos más importantes y representativos de ésta, permitiendo que dentro de un nuevo diseño el símbolo siguiera siendo inconfundible para el receptor.

Tanto en el caso de la marca Distroller como en el de futuros proyectos de diseño gráfico es necesario que en esta etapa se tenga muy presente un elemento que Eco (2000) toma como parte fundamental del proceso comunicacional, “el código” por medio de éste el individuo es capaz de descifrar y entender los mensajes que ve a lo largo de su vida, cabe mencionar que el código está compuesto por elementos visuales auditivos y del habla del lugar en donde ha crecido, dichos elementos han sido aprendidos y practicados por años y tienen que ser contemplados para que la generación del nuevo diseño sea efectiva a nivel estético y comunicacional, pretendiendo incluso llegar al nivel emocional.

Utilización de elementos e imágenes de origen cultural: Se propone identificar qué formas serán las idóneas a utilizar en la creación de este nuevo diseño con carga simbólica, es decir, la selección de formas y estilos presentes en la comunidad, tanto aquellos de origen étnico y cultural como aquellos diseños externos que han sido bien recibidos. En este caso se pueden identificar elementos simbólicos de importancia para la comunidad que comulguen con los conceptos y simbolismos que se quieren proyectar como parte del diseño a realizar. Para esto es necesario llevar a cabo una observación de cerca de la comunidad y sus elementos culturales y tradicionales, ya que pueden servir de inspiración o base para la generación de ideas. Como parte de este análisis a realizar para posteriormente comenzar el bocetaje existen preguntas que deben formularse tales como:

1. ¿Existen elementos simbólicos dentro del sector o comunidad que conforma a los futuros receptores?
2. ¿Dichos elementos son parte importante de la vida de la comunidad?
3. Generar una lista de elementos y características visuales y su vinculación con conceptos y simbolismos que se pueden retomar.

Generación de un nuevo símbolo a partir de los conceptos elegidos por la empresa: En este caso la generación del nuevo símbolo será a partir de lo que la empresa o institución quiera proyectar, provocando que la parte de las preferencias del receptor quede en segundo plano, esta parte será siempre tomada en cuenta debido a que es a quienes se pretende llegar y con quienes se desea establecer un vínculo a través de dicho símbolo, sin embargo, no se retomarán elementos del contexto del receptor para generar las nuevas formas, sino que éstas serán estructuradas a partir de la personalidad del cliente, entiéndase con esto quién será representado: empresa, institución, producto o servicio.

Los detalles de cómo serán dichas formas, si se decidirá por un estilo minimalista, o barroco, por algo clásico o moderno será algo que será decidido por cada uno de los profesionales del diseño y por sus clientes con base en las particularidades de cada proyecto. Por lo tanto, no se puede establecer una pauta rígida sobre la cual basarse para elegir las formas predeterminadas de cada diseño, sin embargo, se aconseja la utilización de un esquema como el que se presenta a continuación con la intención de facilitar la esquematización de lo que se hará, el cual además proporciona a los diseñadores el placer de plasmar en papel o pantalla y de forma gráfica un plan de acción.

Previo a la realización de dicho esquema se aconseja que el diseñador se cuestione los siguientes puntos a considerar:

- ¿El proyecto a desarrollar está destinado a una empresa, institución o producto que promueva la cultura o tradiciones del lugar o que se vincule a ellas de alguna forma?
- Si la respuesta es afirmativa, ¿qué promueve? ¿A través de qué conceptos o simbolismos se vincula?
- ¿Los símbolos de origen cultural presentes en el contexto son apreciados e identificados por quienes residen ahí? En caso de que la respuesta sea afirmativa ¿porque son apreciados? ¿Qué emociones despiertan?

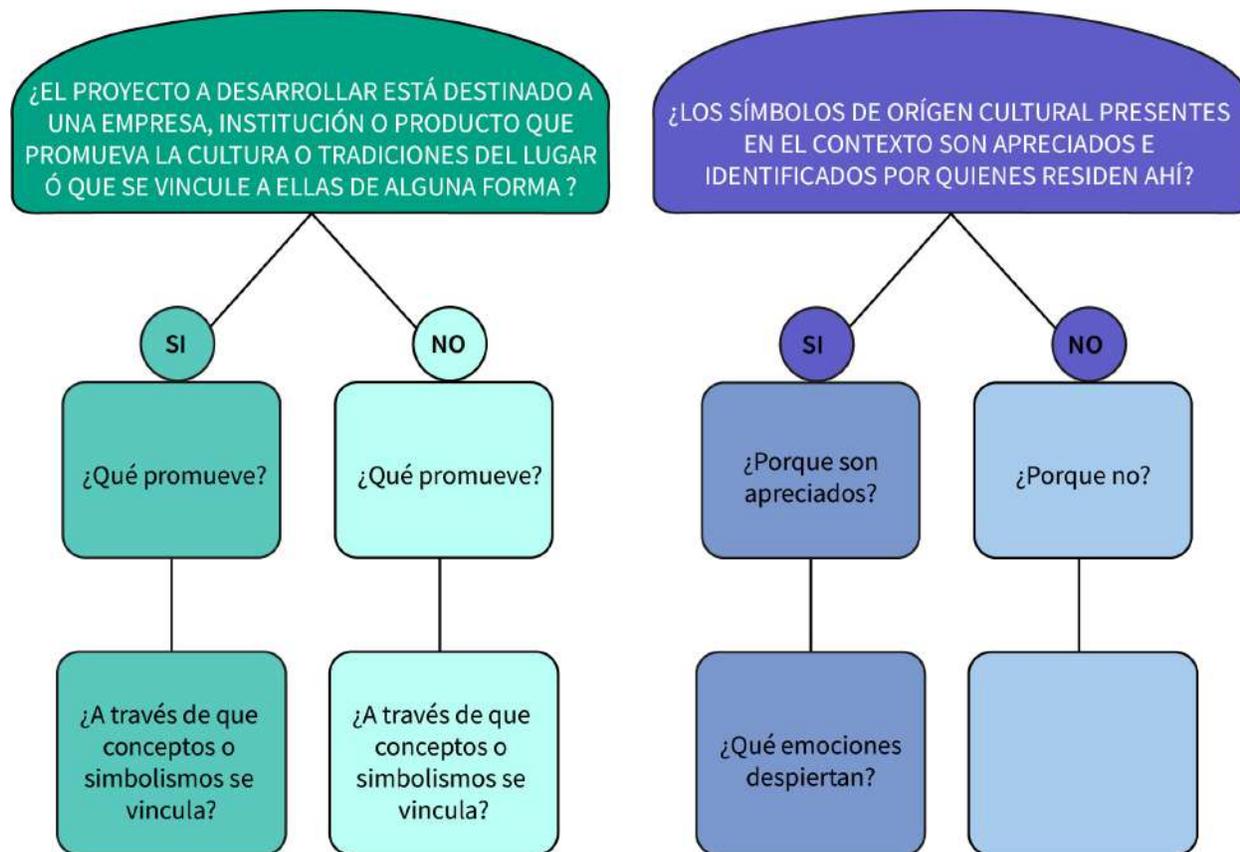
- ¿Los receptores pertenecen a un sector que gusta más de elementos simbólicos de origen tradicional o de símbolos comerciales? (Marcas)

Podría pensarse que son demasiadas preguntas, sin embargo, este breve cuestionamiento tiene una finalidad, ya que al igual que los lineamientos anteriores está pensado para ordenar información que probablemente ya haya sido recabada por medio de la investigación de campo, y que además facilitará el trabajo del diseñador, el cual además es complejo y en ocasiones muy pesado. De tal manera que los puntos anteriormente mencionados son de utilidad para que cada diseñador analice de manera realista si la aproximación que debe hacerse será por el lado tradicional, o bien por el lado de los nuevos símbolos que han surgido dentro de la sociedad globalizada de hoy.

A continuación se presenta una serie de esquemas en las Figuras 54 y 55 por medio de los cuales se puede ir ordenando la información necesaria para llevar a cabo el último paso, dentro de dichos esquemas el diseñador debe escribir la información requerida en cada sección, enlistar conceptos o incluso anotaciones de formas específicas a utilizar. La opción de bocetar dentro de los cuadros probablemente no sea muy viable debido al tamaño, sin embargo el punto de colocar dicha opción ahí es para que sea tomada en cuenta como parte del procesos a realizar, de igual manera las anotaciones de mayor detalle proporcionarán lo necesario para el diseño final.

Figura 54

Propuesta de esquema para generación de diseños con carga simbólica.

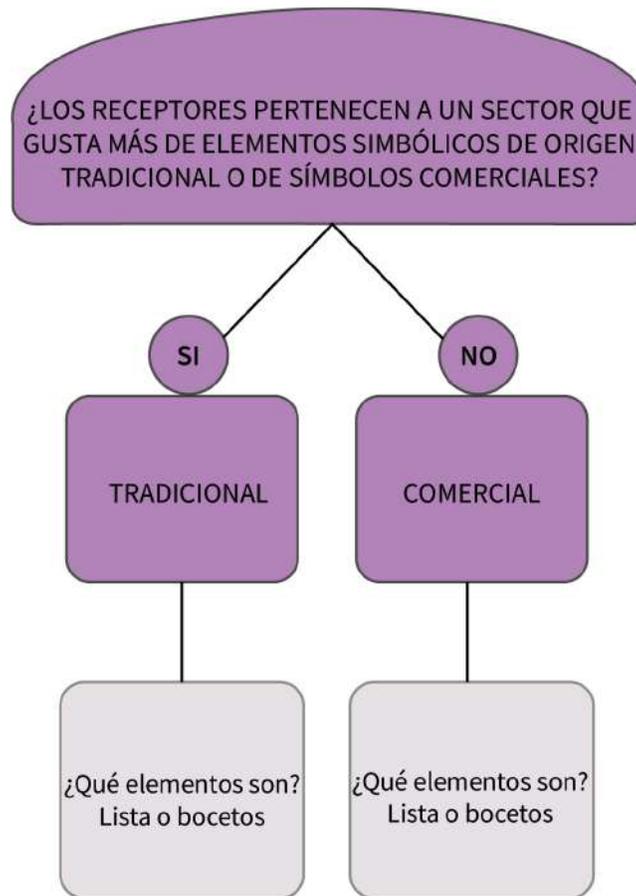


Nota. Elaboración propia, Año 2023.

En los esquemas propuestos anteriormente en la figura 54 se puede observar que se cuestiona si el proyecto a desarrollar promueve la cultura o tradiciones del lugar, poniendo como opciones de respuesta si o no de igual manera con la pregunta del siguiente esquema en donde se cuestiona si los símbolos de origen cultural presentes en el contexto son apreciados e identificados por quienes residen ahí, estas preguntas tienen la finalidad de obtener información acerca de aquellos elementos simbólicos que han logrado captar la atención del receptor, y más aun que poseen un peso conceptual y quizás emocional en la vida de este, en el caso de cualquiera de las respuestas se obtendrá información valiosa que permitirá la construcción de una propuesta de mayor contenido conceptual a través de un estudio profundo del contexto.

Figura 55

Propuesta de esquema para estructuración de diseños con carga simbólica.



Nota. Elaboración propia, Año 2023.

En el último esquema que se observa en la figura 55 se puede leer en el inicio de dicho esquema la pregunta que cuestiona si los receptores pertenecen a un sector que gusta más de elementos simbólicos de origen tradicional o bien de símbolos comerciales, y existen dos opciones de respuesta igual que en los esquemas anteriores, con dichas opciones se va direccionando la obtención de la información necesaria y en ambos casos ya sea si la respuesta es negativa o positiva aquello obtenido a través del esquema será de mucha utilidad para continuar con el nuevo diseño.

Cada uno de los esquemas, así como las propuestas de lineamientos de cada una de las secciones que conforman ésta propuesta de modelo de análisis sobre la imagen

simbólica para proyectos de diseño de marca y otros proyectos de diseño gráfico se han podido estructurar con base en las teorías de los autores citados y de los elementos que proponen como base para la comprensión y estructuración de un proceso comunicativo, también con apoyo en la investigación de campo que aportó conocimiento a cuestiones que las teorías no contenían y que únicamente se adquiere dicha información en el trato con los sujetos que viven y perciben el objeto de estudio, en este caso “los símbolos” cuya fuerte influencia se percibe a cada momento en las sociedades alrededor del mundo y que en el caso específico de México queda evidenciada la fuerza que el símbolo Guadalupano que se ha tomado como caso de análisis logra ejercer sobre cada uno de sus receptores.

Conclusiones

El propósito inicial de este proyecto fue el llevar a cabo una investigación acerca de las cualidades y características que las imágenes con carga simbólica poseen, descubrir qué motivaciones son aquellas que impulsan al individuo a crear una identificación a nivel personal con un símbolo. El planteamiento del problema del presente proyecto radica en que al haber observado una falta de identificación por parte del receptor con las marcas o productos se proponía a través de esta investigación determinar qué factores son aquellos que entran en juego dentro del proceso que se lleva a cabo para que un símbolo entre en contacto con el receptor, y más aún para que éste a su vez reconozca aquellos conceptos que le han sido atribuidos desde su creación y que los acepte e incluso los asimile como parte de su propia identidad. Estos conocimientos tenían como objetivo ser trasladados al mundo del diseño de marca, y del diseño gráfico como herramientas que permitieran propiciar la creación de nuevos diseños con carga simbólica y que generarán de una manera efectiva dicha identificación entre el receptor y la marca o diseño.

Para lograr lo mencionado anteriormente, se decidió tomar como caso de análisis a la imagen de la Virgen de Guadalupe, puesto que es uno o quizás incluso el símbolo de mayor fuerza dentro de México, por tal motivo al elegirla sería mucho más evidente y observable los efectos que una imagen con carga simbólica tiene en la población, así como las razones y motivaciones de los sujetos para sentir una identificación con dicha imagen. Para dichos efectos se seleccionaron seis representaciones de la imagen, partiendo de aquella que es conocida oficialmente como la imagen original, continuando con una serie de imágenes involucradas en seis eventos de gran trascendencia dentro de la historia del país.

A lo largo de la investigación se llevó a cabo un análisis a profundidad de estos seis ejemplos de representaciones de la Virgen de Guadalupe enmarcadas en sucesos y contextos en los cuales su participación fue fundamental para el desarrollo de los hechos que marcaron el término e inicio de nuevas etapas para México, de tal magnitud ha sido la influencia ejercida por el símbolo mariano dentro del país. Dichos análisis permitieron descubrir hallazgos acerca de la imagen simbólica tales como el hecho de que el contexto juega un papel fundamental en la conformación de un símbolo, puesto

que son los individuos del mismo contexto quienes crean el símbolo y la carga conceptual y emocional que pesará sobre él, y que paso a paso irá generando la vinculación identitaria por parte de los receptores.

Otro hallazgo importante fue descubrir que las narraciones o discursos que se generan alrededor de los símbolos son parte de lo que alimenta la construcción simbólica y cultural de dicho elemento; por ello es tan importante tomar en cuenta al receptor, sus motivaciones y preferencias al momento de crear o estudiar un símbolo. Los símbolos o en este caso una imagen con carga simbólica puede ser reforzada o reafirmada en muchas ocasiones debido a la presencia de algún personaje importante, es decir, de una personalidad o individuo conocido dentro de la comunidad, dicho personaje está vinculado por sí mismo a ciertos conceptos y simbolismos, de tal manera que si sus asociaciones conceptuales y simbólicas compaginan con las de la imagen o símbolo al cual acompaña resultará en un reforzamiento de los conceptos expresados, y en una confirmación para los receptores de que dicho símbolo es reconocido oficialmente y validado.

El tema que se aborda en este trabajo terminal de grado presenta una gran complejidad, puesto que los símbolos son considerados como elementos importantes en la construcción de la identidad del individuo, por lo que la forma en la que éste los interpreta y los asimila influirá directamente en su comportamiento dentro de la sociedad. Ya que como se ha mencionado anteriormente, y como Castoriadis (2002) lo menciona el “magma de significaciones imaginarias sociales”, es aquel flujo constante que vive en el interior de los individuos, el cual está construido por el complejo tejido de las instituciones sociales y de las representaciones que el ser humano ha creado como base para el funcionamiento de su sociedad y del individuo en sí.

Posteriormente a través de la investigación de campo se llevaron a cabo encuestas para conocer la percepción de la sociedad mexicana con respecto a la caricaturización que la marca Distroller hizo de la Virgen de Guadalupe, su aceptación hacia ésta, o bien el rechazo que pudiera generar en sus receptores, por medio de los resultados obtenidos se descubrió que dicha caricaturización no sólo ha logrado gran aceptación por parte de los receptores, sino que inclusive ha sido considerada como un acierto debido a que de esta manera se convirtió un símbolo de gran solemnidad que

podría llegar a parecer inaccesible para algunas personas como algo más accesible a través de los colores, las formas, y sin duda el estilo que se le dio a la imagen por medio de la caricaturización.

Se dotó a la imagen de la Guadalupana de una nueva aura que permitió su aceptación en un mercado infantil, e incluso en el juvenil y adulto, en estos últimos se ve reflejado en los resultados en las respuestas de las encuestas que señalan que incluso si muchos de los encuestados no adquirirían los productos de la marca si conocen al personaje “Virgencita plis” lo cual señala el éxito rotundo que tuvo debido a ser un símbolo previamente conocido por los receptores, el cual había establecido ya un vínculo con los sujetos debido a los conceptos asociados a él, y que a partir del rediseño dichos conceptos aumentaron y propiciaron un excelente nivel de aceptación e incluso se generó gran simpatía hacia esta nueva presentación.

Como parte de la investigación de campo también se realizaron entrevistas a profundidad, en las cuales se llevaron a cabo una serie de preguntas que tenían por objetivo conocer que conceptos y emociones son asociados a la imagen original de la Virgen de Guadalupe, de qué manera se originaron dichas asociaciones, así como contrastar las respuestas entre las entrevistas realizadas a sujetos católicos, como a no católicos. Por medio de los resultados obtenidos con las entrevistas se llegó a la obtención de importantes hallazgos acerca de la construcción de la conexión simbólica y conceptual entre los receptores y el símbolo en cuestión (La imagen de la Virgen de Guadalupe), uno de ellos fue que los elementos visuales juegan un papel fundamental en la primera impresión que un símbolo o imagen con carga simbólica genera en sus receptores, ya que son factores tales como las formas y colores utilizados aquellos elementos que entablan el contacto visual con el sujeto, si dichos elementos de índole visual logran captar la atención del observador posteriormente será más fácil generar una vinculación a nivel conceptual, simbólico y emocional con éste.

La entrevista a profundidad permitió confirmar que el contexto del individuo es el que conforma los conceptos que rodean a los símbolos pertenecientes a una comunidad, siendo aquellos conceptos de origen los que sin duda perdurarán a través del tiempo y de la continua exposición del símbolo a sus receptores, sin embargo, al igual que aquellos sujetos que la conforman la sociedad avanzará y cambiará, y con ello los

conceptos y significados atribuidos a sus símbolos. La importancia de llevar a cabo entrevistas y encuestas radica en que el entrevistador es capaz de entrar en contacto directo con el receptor de la imagen que se está estudiando, así como de observar y conocer de primera mano los efectos que dicho símbolo ha tenido a lo largo del tiempo sobre la población.

El estudio de dichas representaciones de esta imagen, así como el contrastar la información de ahí obtenida con las fuentes bibliográficas y la investigación de campo han permitido adquirir los conocimientos necesarios, y más aún han permitido esclarecer el entendimiento sobre la generación de un símbolo, y sobre todo sobre los elementos que intervienen para otorgarle la fuerza conceptual y estructural que le otorgan dicho título. Por todo lo anterior se puede concluir que si se han cumplido tanto los objetivos particulares, como el objetivo general de la investigación al llevar a cabo la investigación del origen de la imagen, así como su evolución y posteriormente al realizar los análisis de las seis representaciones de la Virgen de Guadalupe por medio del método Panofsky, los imaginarios colectivos y la semiótica, posteriormente se llevó a cabo la investigación de campo y se obtuvo la información necesaria para la estructuración de la propuesta de modelo de análisis.

De manera que se puede afirmar que también se ha comprobado la hipótesis obteniendo una serie de componentes, con los cuales se ha realizado la propuesta de modelo de análisis sobre la imagen simbólica para proyectos de diseño de marca y otros proyectos de diseño gráfico, coadyuvando a los profesionales pertenecientes a este campo con una serie de herramientas que faciliten y agilicen su trabajo. Finalmente se ha podido contestar la pregunta de investigación de manera afirmativa mediante la propuesta de modelo de análisis sobre la imagen simbólica que se ha hecho, dentro del cual se encuentran explicados a través de la propuesta qué elementos son significativos para propiciar la construcción de una imagen o diseño de marca y otros proyectos de diseño con carga simbólica para generar una mayor identificación de éstos con los receptores.

Los resultados obtenidos han sido satisfactorios, ya que ha sido a través de un largo y complejo pero a la vez muy enriquecedor proceso que se ha logrado la concreción del presente proyecto y el alcance de los objetivos planteados, todo esto con la finalidad

de ofrecer una herramienta que aporte ya sea en menor o mayor grado apoyo y una visión fresca pero estructurada para mejorar el ejercicio profesional dentro del área del diseño gráfico, la cual siempre presenta nuevos e interesantes retos y exige la constante actualización del quienes han decidido comprometerse a vivir de esto, y sobre todo a ofrecer a través de su trabajo productos realizados con creatividad y calidad.

Bibliografía

Abbagnano, N. (1974). Diccionario de filosofía (2da ed.). Fondo de Cultura Económica.

Álvarez, A. (2010). La triple imagen de la Guadalupana. Dialnet. https://www.dip-badajoz.es/cultura/ceex/reex_digital/reex_LXVI/2010/T.%20LXVI%20n.%201%202010%20en.-abr/RV13418.pdf

Altamirano, S. L. (2012). La representación social del Guadalupanismo en el programa de televisión La Rosa de Guadalupe. Dialnet. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3989392>

Álvarez Licona, N. E., & Sevilla González, M. (2002). Semiótica de una práctica cultural: el tatuaje. Cuicuilco, 9(25). Escuela Nacional de Antropología e Historia. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35102512>

Ángeles Becerra, P. (2014). Revolución Mexicana. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Recuperado de <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/handle/123456789/14956>

Araya Umaña, S. (2002). Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión (1a ed.). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).

Arnal, A. (s. f.). Detrás de la mirada, una revolución. Memórica, México haz memoria. https://memoricamexico.gob.mx/es/memorica/detras_de_la_mirada_una_revolucion

Arnal, A. (1998). Construyendo símbolos – fotografía política en México: 1865-1911. E.I.A.L., 9(1). Recuperado de <https://eial.tau.ac.il/index.php/eial/article/view/1094/1126>

Arnal, A. (2015, diciembre). La devoción del salvaje. Religiosidad zapatista y silencio gráfico. Open Edition Journals. Recuperado el 4 de abril de 2023, de <https://journals.openedition.org/orda/2111#quotation>

Artigas, J. B. (2011, 16 de mayo). La Basílica del siglo XX en La Villa de Guadalupe. Repositorio Institucional de la UNAM. <https://repositorio.unam.mx/contenidos/52723>

Augé, M. (1998). Dios como objeto: Símbolo, cuerpos, materias, palabras (2a ed.). Editorial Gedisa, S.A.

Ballestas Rincón, L. H. (2015). Las representaciones implícitas en las formas esquemáticas prehispánicas: Un enfoque gráfico comparativo de la cultura material de México y Colombia. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://posgrado.unam.mx/mesoamericanos/uploads/docs/ESQUEMÁTICA%20LHB-2016.pdf>.

Barthes, R. (1986). Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, estos, voces. Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Belting, H. (2007). Antropología de la imagen (1a ed.). Katz Editores.

Benitez, J. J. (1995). El misterio de la Virgen de Guadalupe: Sensacionales descubrimientos en los ojos de la Virgen mexicana (1a ed.). Planeta Colombiana Editorial.

Blumer, H. (1982). El interaccionismo simbólico: Perspectiva y método (1a ed.). Gráficas Porvenir, Lisboa 13.

Broda, J. (s. f.). La ritualidad mesoamericana y los procesos de sincretismo y reelaboración simbólica después de la conquista. Graffylia. Recuperado el 13 de febrero de 2022, de <https://filosofia.buap.mx/sites/default/files/Graffylia/2/14.pdf>

Bustillo, V. C. (2019, 26 de abril). La historia de la Virgen negra más famosa de España: Montserrat. Historias. www.cope.es. Recuperado el 18 de mayo de 2023, de https://www.cope.es/religion/historias/noticias/historia-virgen-negra-mas-famosa-espana-montserrat-20190426_399056

Camarena Adame, M. E. & Tunal Santiago, G. (2009). La religión como una dimensión de la cultura. *Nómadas, Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 22(2), 1-15. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=18111430003>

Carrere, A. (2009). Retórica tipográfica. Universidad Politécnica de Valencia. Editorial UPV.

Castoriadis, C. (2007). La institución imaginaria de la sociedad (1a ed.). Tusquets Editores, S.A.

Coca R, A. (s. f.). El estandarte de la Virgen y la independencia de México. Salesianosmem.org. Recuperado el 23 de marzo de 2023, de

http://www.salesianosmem.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=50:independencia-mexico-virgen&catid=23&Itemid=111

Connaughton, B. (2011). México durante la guerra de Reforma Tomo I: Iglesia, religión y leyes de reforma (1a ed.). Universidad Veracruzana Dirección General Editorial.

Cortina, A. (2000). Introducción a la filosofía práctica (6a ed.). Editorial Tecnos, S.A.

Costa, J. (2003). Diseñar para los ojos (2a ed.). Grupo Editorial Design.

Eliade, M. (1991). Mito y realidad (1a ed.). Labor, S.A.

D'Agostino, A. M. E. (2014). Imaginarios sociales, algunas fuentes para su indagación. Anuario de Investigaciones, 21, 127-134. Universidad de Buenos Aires. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=369139994011>

De la Maza, F. (1953). El Guadalupanismo mexicano (1a ed.). Porrúa y Obregón S.A.

<https://ia802209.us.archive.org/23/items/elguadalupanismo00maza/elguadalupanismo00maza.pdf>

De Nazaret, M. (2019, 15 de noviembre). Los misterios de la tilma de Guadalupe [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=7cZ4cZfWp8c&feature=youtu.be>

Díaz Domínguez, A. (2021). ¿Qué nos dice el censo 2020 sobre la religión en México? Nexos.com.mx. Recuperado de <https://datos.nexos.com.mx/que-nos-dice-el-censo-2020-sobre-religion-en-mexico/>.

Dirección del Trabajo, Gobierno de Chile. (2021). ¿Cuál es el concepto de empresa? Dt.gob.cl. Recuperado de <https://www.dt.gob.cl/portal/1628/w3-article-103979.html>

Durand, G. (1968). La imaginación simbólica (2a ed.). Amorrortu Editores S.C.A.

Eco, U. (2000). Tratado de semiótica general (5ta ed.). Editorial Lumen.

Entrena Duran, F. (1986). Los levantamientos cristeros en México: entre la guerra santa y la reivindicación agrarista. Revista de Indias, 46(178), [Páginas]. Recuperado de https://www.academia.edu/20225687/Los_levantamientos_cristeros_en_M%C3%A9xico_entre_la_guerra_santa_y_la_reivindicaci%C3%B3n_agrarista

Estandarte de Hidalgo. (2023, 16 de marzo). Wikipedia.org. Recuperado el 22 de marzo de 2023, de https://es.wikipedia.org/wiki/Estandarte_de_Hidalgo

Garciadiego, J. (2010). Textos de la Revolución Mexicana (1a ed.). Fundación Biblioteca Ayacucho.

Geertz, C. (2003). La interpretación de las culturas (12a ed.). Editorial Gedisa, S.A.

Glamour.mx. (2018). La "it girl" italiana que le hizo un homenaje a la Virgen de Guadalupe en la Met Gala. Recuperado de <https://www.glamour.mx/celebrities/estilo-celeb/articulos/coco-brandolini-d-adda-look-virgen-de-guadalupe/8922>

González, F. (1989). Los símbolos precolombinos: cosmogonía, teogonía, cultura. Revista Internacional de Arte - Cultura - Gnosis. Recuperado de https://www.academia.edu/39554271/LOS_SIMBOLOS_PRECOLOMBINOS_Cosmogon%C3%ADa_Teogon%C3%ADa_Cultura_Federico_Gonz%C3%A1lez.

González Salinas, O. F. (2014). La primera construcción mítica en torno a Miguel Hidalgo. Scielo.org. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-899X2014000200007&lng=es&tlng=es.

Gruzinski, S. (1994). La guerra de las imágenes: De Cristóbal Colón a «Blade Runner» (1492–2019) (1a ed. en español). Fondo de Cultura Económica.

Gutiérrez Escudero, A. (2008). El inicio de la independencia en México: el cura Hidalgo. Araucaria, 10(19). Recuperado de <https://revistascientificas.us.es/index.php/araucaria/article/view/1197>

Heller, E. (2008). Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón (1a ed.). Gustavo Gili.

Historia de la Virgen de Montserrat. (2023). Virgenmontserrat.com. Recuperado el 18 de mayo de 2023, de <https://virgenmontserrat.com/historia/>

INAH. (2023). Desfile por el zócalo de la vanguardia de la división Pacheco – Zapatistas. Recuperado de http://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/fotografia%3A13145

INAH. (2023). Estandarte de la Virgen de Guadalupe. Recuperado de http://www.mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/objetohistorico%3A22

Jornada.com.mx. (2006). Protesta. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/1999/09/13/protesta.html>

Jung, C. G. (1995). *El hombre y sus símbolos* (Primera Edición). Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Robinson, K. J. (2022, 17 de agosto). El profundo significado de los tatuajes. National Geographic. Recuperado de <https://www.nationalgeographicla.com/viajes/2022/08/el-profundo-significado-de-los-tatuajes>

Klein, N. (2001). *No logo: el poder de las marcas*. (Primera Edición). Ediciones Paidós Ibérica S.A.

La Virgen de Guadalupe. (2012, 11 de diciembre). [Video]. YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=GBWcgHBvU3s>

Letraslibres.com. (2001). El estilo personal. Recuperado de <https://letraslibres.com/revista-mexico/el-estilo-personal/>.

López, D. (2011). *La guerra cristera (México, 1926-1929): Una aproximación historiográfica*. Recuperado de <https://despapiro.unizar.es/ojs/index.php/historiografias/article/download/2523/2246>

Los misterios de la tilma de Guadalupe. (2019, 15 de noviembre). [Video]. YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=7cZ4cZfWp8c>

Lotman, I. M. (2002). El símbolo en el sistema de la cultura. *Forma y Función*, 15, [Páginas]. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21901505>

Martínez Baracs, R. (2003). Debate: Remedios y Guadalupe. *Dimensión Antropológica*, 10(29). Recuperado de <https://www.dimensionantropologica.inah.gob.mx/?p=910>

Méxicodesconocido.com.mx. (1999). Los matachines: Soldados de la Virgen (Chihuahua). Recuperado de <https://www.mexicodesconocido.com.mx/los-matachines-soldados-de-la-virgen-chihuahua.html>.

Miguel Hidalgo y Costilla (1753-1811). (2013, 15 de septiembre). Presidencia de la República. Recuperado el 17 de mayo de 2023, de <https://www.gob.mx/ejn/articulos/miguel-hidalgo-y-costilla-1753-1811>

Milán López, J. A. (2015). Identidad, imaginarios y memoria en las representaciones visuales sobre la Intervención Francesa y el Segundo Imperio: Un estudio comparativo, 1862 – 1906. Universidad Autónoma Metropolitana.

Molano L, O. L. (2007). Identidad cultural: Un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, 7. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67500705>

Monterrosa Prado, M. (1979). Manual de símbolos cristianos. Instituto Nacional de Antropología e Historia, Dirección de Estudios Históricos. Recuperado de <https://mediateca.inah.gob.mx/repositorio/islandora/object/libro%3A505>

Morris, C. (2003). Signos, lenguaje y conducta (1a ed.). Biblioteca de Obras Maestras del Pensamiento. Editorial Losada, S.A.

Mujica Bermúdez, L. (2002). Aculturación, Inculturación e Interculturalidad: Los supuestos en las relaciones entre «unos» y «otros». Centro de Recursos Interculturales. Recuperado el 7 de febrero de 2022, de https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/Aculturacion_inculturacion_e_interculturalidad.pdf

Museo Regional Cristero Antiguo Palacio Municipal. (s. f.). 101 Museos. Recuperado de <https://www.101museos.com/museos/jalisco/728/museo-regional-cristero-antiguo-palacio-municipal>

Museo Nacional de Antropología e Historia. (2015). La flor en la cultura mexicana (1a ed.).

Museo Regional Cristero Antiguo Palacio Municipal | 101 Museos. (s. f.). *101museos.com*. <https://www.101museos.com/museos/jalisco/728/museo-regional-cristero-antiguo-palacio-municipal>

Nájera Coronado, M. I. (2004, 10 de julio). Del mito al ritual. *Revista Digital Universitaria*. Recuperado el 5 de marzo de 2022, de <http://www.filologicas.unam.mx/cem/plantac/NajeraCMartha/NajeraC-Martha.htm>

Noldin Cáceres, C. A. (2019). Simbología en Medicina y Ciencias de la Salud. *Anales de la Facultad de Ciencias Médicas (Asunción)*, 52(1), 43-58. [https://doi.org/10.18004/anales/2019.052\(01\)43-058](https://doi.org/10.18004/anales/2019.052(01)43-058)

O de Bonfil, A. (1970). La literatura Cristera (1a ed.). Instituto Nacional de Antropología e Historia.

O’Gorman, E. (2016). Destierro de sombras: Luz en el origen de la imagen y culto de Nuestra Señora de Guadalupe del Tepeyac (2a ed.). Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Históricas.

Opinion Duel. ¿Cuál es la diferencia entre una empresa y una institución? Recuperado de <https://opinionduel.com/negocios/cual-es-la-diferencia-entre-una-empresa-y-una-institucion/>

P. Ángel Peña. (s. f.). Las maravillas de la Virgen de Guadalupe. Recuperado de <https://docplayer.es/22924144-Las-maravillas-de-la-virgen-de-guadalupe.html>

Panofsky, E. (1959). *Estudios sobre Iconología*. Editorial Titivillus.

Paz, O. (1992). El laberinto de la Soledad (Segunda Edición). Fondo de cultura económica.

Peláez Geiger, J. A. (2012, julio). Mitos sobre el inicio de la lucha de Independencia de México. https://www.academia.edu/6846629/MITOS_SOBRE_EL_INICIO_DE_LA_LUCHA_DE

Quezada, C. J. (2012). La mujer cristera en Michoacán, 1926-1929. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=325127480006>

Raiter, A., Zullo, J., Sánchez, K., Szretter Noste, M., Basch, M., Belloro, V., Pérez, S. I., & García P. (2001). Representaciones Sociales (1a ed.). Editorial Universitaria de Buenos Aires.

Real Academia Española. (2023). Recuperado de <https://dle.rae.es/grafiti?m=form>

Real Academia Española. (2023). Recuperado de <https://dle.rae.es/identidad?m=form>

Real Academia Española. (2023). Recuperado de <https://dle.rae.es/manda?m=form>

Real Academia Española. (2023). Recuperado de <https://dle.rae.es/tatuaje?m=form>

Real Academia Española. (2023). Recuperado de <https://dle.rae.es/cultura?m=form>

Redacción. (2022, diciembre). Virgencita Plis, la historia del diseño que impulsó la marca de ‘Amparín’ Serrano: ‘Es mi madrina’. El Financiero. Recuperado de

<https://www.elfinanciero.com.mx/espectaculos/2022/12/12/virgencita-plis-asi-es-como-nacio-la-imagen-de-la-virgen-de-amparin-serrano-de-distroller/>

Restrepo Arcila, R. (1998). *Cosmovisión, pensamiento y cultura*. Universidad EAFIT Repositorio Institucional. Recuperado el 2 de febrero de 2022, de <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/16385>

Reyes Paneque, Y. A. (2007). *La marca incalculable riqueza*. Ciencia en su PC, (3). Centro de Información y Gestión Tecnológica de Santiago de Cuba. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181320171006>

Rivera González, J. G. (2019, enero-abril). Los muros callejeros hechos altares: La Virgen de Guadalupe pintada en muros de colonias populares en la ciudad de San Luis.

Robson, C. & McCartan, K. (2016). *Real World Research*. (4ta, ed.). Editorial Wiley.

Potosí. *Revista de Ciencias Antropológicas*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=529560619007>

Sample Size Calculator. (s. f.). <https://www.calculator.net/sample-size-calculator.html?type=1&cl=90&ci=5.5&pp=50&ps=910608&x=58&y=22>

Sierra Valentí, X. (2009). Tatuajes: Un estudio antropológico y social. *Piel*, 24(6), 314-324. [https://doi.org/10.1016/S02139251\(09\)71649-1](https://doi.org/10.1016/S02139251(09)71649-1)

Stalman, A. (2020). *Totem. Transformando clientes en creyentes*. Editorial Planeta S.A.

Tlacaélel Vídeos Oficiales. (2019, 12 de diciembre). *De Tonantzin a Guadalupe, la historia* [Vídeo]. YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=34nmX6fzPyA>

Traslosheros, J. E. (2002, 7 de junio). *Señora de la historia, Madre mestiza, Reina de México: La Coronación de la Virgen de Guadalupe y su actualización como mito fundacional de la patria*. Recuperado el 16 de enero de 2022, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34400705z>

Trillanes, Sánchez, R. (2015). *El estandarte de Hidalgo: La historia no contada* [Vídeo]. Recuperado el 1 de octubre de 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=KutwX88SZB4&t=260s>

Valenzuela, E., & Aranís, D. (2018). La manda religiosa en santuarios de baile. *Teología y Vida*, 59(4), 539-562. Instituto de Sociología Pontificia Universidad Católica de Chile, Centro de Estudios Interculturales e Indígenas. Recuperado de <https://www.scielo.cl/pdf/tv/v59n4/0717-6295-tv-59-04-00539.pdf>

Valtierra Zamudio, J., & Gaytán Alcalá, F. (2020, julio). Interculturalidad e inculturación de la teología en México y Guatemala. Recuperado de <https://doi.org/10.21501/23461780.3687>

Van Young, E. (2006). *La otra rebelión: La lucha por la Independencia de México 1810 – 1821* (1a ed.). Fondo de Cultura Económica.

Villafañe, J. (2006). *Introducción a la teoría de la imagen* (Reimpresión). Ediciones Pirámide.

Viveoaxaca.org. (2015). ¿Qué es una calenda de Oaxaca? Recuperado de <https://www.viveoaxaca.org/2015/12/Calenda.html>

Von Wobeser, G. (2015). Antecedentes Iconográficos de la Imagen de La Virgen de Guadalupe. Recuperado el 4 de enero de 2022, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36941590007>

Womack, J. (1969). *Zapata y la revolución mexicana* (Primera Edición). Siglo XXI editores S.A. de C.V.

Zires, M. (1994). Los mitos de la Virgen de Guadalupe: Su proceso de construcción y reinterpretación en el México pasado y contemporáneo. Recuperado el 21 de enero de 2022, de https://www.academia.edu/33840508/Los_mitos_de_la_Virgen_de_Guadalupe_su_proceso_de_construccion_y_reinterpretacion_en_el_Mexico_pasado_y_contemporaneo

Zukerhut, P. (2007). *Cosmovisión, espacio y género en México antiguo*. Recuperado el 3 de mayo de 2022, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55703804>

Anexo A. Encuesta Rápida Acerca de Distroller

Como parte de la investigación de campo se realizó una encuesta de 6 preguntas para conocer la percepción que tiene la población acerca de la marca Distroller, y en específico acerca de un producto denominado “Virgencita Plis” en el cual la marca ha basado gran parte de su éxito, dicho producto se trata de la caricaturización de la Virgen de Guadalupe, y su presentación en diversos objetos tales como alcancías, libretas, mochilas, marcos para fotos, entre otros.

Con dicha encuesta se pretende conocer si la caricaturización del símbolo católico ha sido del agrado de la población, o por el contrario ha causado aversión o incluso indiferencia, esto es con el objetivo de conocer hasta qué punto ha resultado exitosa la caricaturización de un símbolo que ha sido insertado en diversos ámbitos un tanto alejados del punto de origen, demostrando además con esta aceptación que la identificación de la población mexicana con la imagen de la Virgen de Guadalupe es aún fuerte y vigente, y que sus nuevos soportes, e incluso el rediseño de esta a través de una caricaturización no se han convertido en un obstáculo para mantenerse presente en la sociedad mexicana.

De tal manera que se puede observar cómo al tomar en cuenta elementos del entorno de los sujetos tales como en este caso el símbolo religioso que se está analizando para la generación de marcas, diseños, o bien productos de consumo comercial, dichos productos tendrán una mayor aceptación por parte de los receptores, ya que han sido creados a partir de elementos significativos del contexto de aquellos receptores a los cuales van dirigidos, y que además guardan no solo conceptos, sino emociones y simbolismos dentro de sí.

Siendo esta una de las premisas del presente proyecto, era de suma importancia llevar a cabo dicha encuesta, y conocer si la percepción del producto por parte de los receptores era negativa o positiva.

A continuación, se presentan las preguntas que conforman dicha encuesta, con una breve explicación del objetivo de cada una de ellas.

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido “Virgencita Plis” que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad_____ Genero M_____ F _____

La primera pregunta es para saber que tan reconocida es la marca dentro de la población hasta el día de hoy, ya que si bien aún se encuentra presente dentro del mercado a través de diversos productos además de la “Virgencita” la fiebre por adquirir los productos con la caricaturización de la Virgen no se encuentra en su máximo punto como hace unos años.

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

La segunda pregunta es directa y evidentemente para saber si el personaje ya mencionado es conocido por la población en general.

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plis?

Si No

La tercera pregunta busca conocer si el personaje de la “Virgencita” es percibido como un elemento agradable para los receptores, o si por el contrario se ha ganado la antipatía de estos.

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

- a) Me gusta ____ b) Me da igual ____ c) Me disgusta ____ d) Me ofende ____

La cuarta pregunta, que es subsecuente a la tercera permite saber con mayor profundidad las razones por las cuales dicho personaje gusta a los receptores, ofreciendo una serie de opciones a elegir, para enfatizar cual fue el atractivo visual de la nueva presentación de la Virgen.

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

Por último, las preguntas 5 y 6 presentan opción de respuesta negativa y positiva a preguntas directas acerca de si la percepción de la caricaturización de la Guadalupana es positiva o negativa, y si dichos receptores llegarían al punto de adquirir el producto.

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

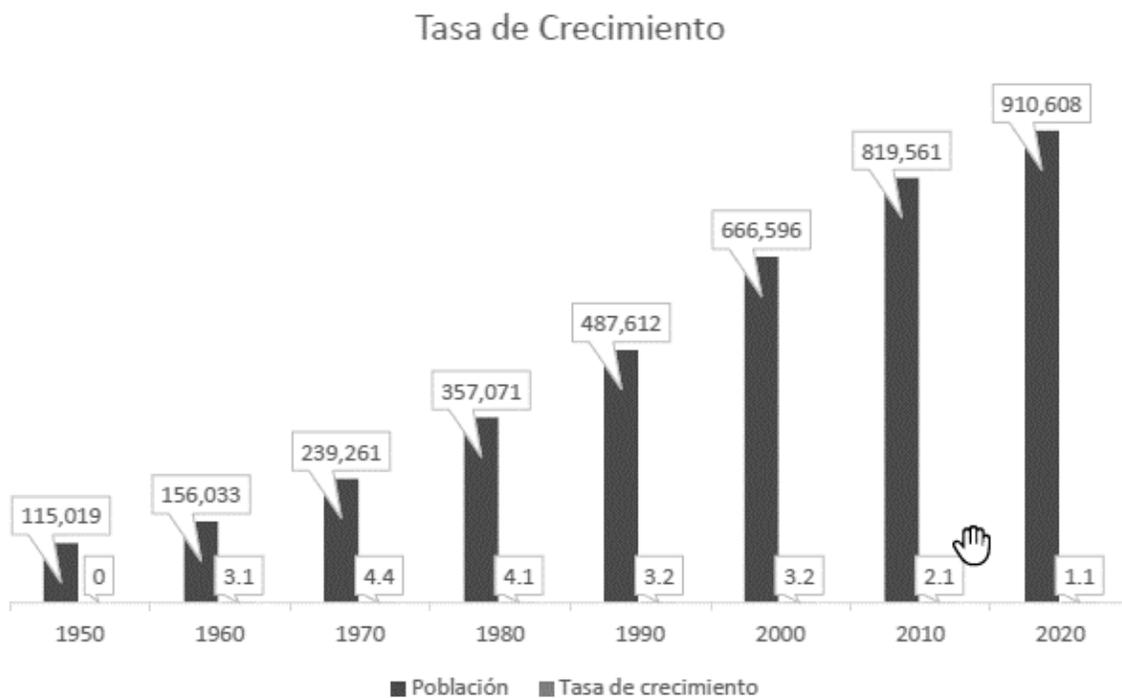
6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

La muestra que se llevó a cabo fue de tipo aleatorio, en el cual la población es de 910,608 mil habitantes, entre hombres y mujeres, se tomó como base los datos de la población

registrada en el año 2020, obtenida de la Numeralia Municipal 2021. La tabla de la cual se obtuvieron los datos se puede observar a continuación.

Población Total y Tasa de Crecimiento



La fórmula que se utilizó para determinar el tamaño de la muestra que se requería es la siguiente, en donde:

n = tamaño de la población

z = parámetro estadístico (nivel de confianza)

P = proporción de la población

E = Margen de error

$$n = \frac{z^2 \times \hat{p}(1-\hat{p})}{\epsilon^2}$$

n= 910,608

z= 90% (nivel de confianza)

p= 50%

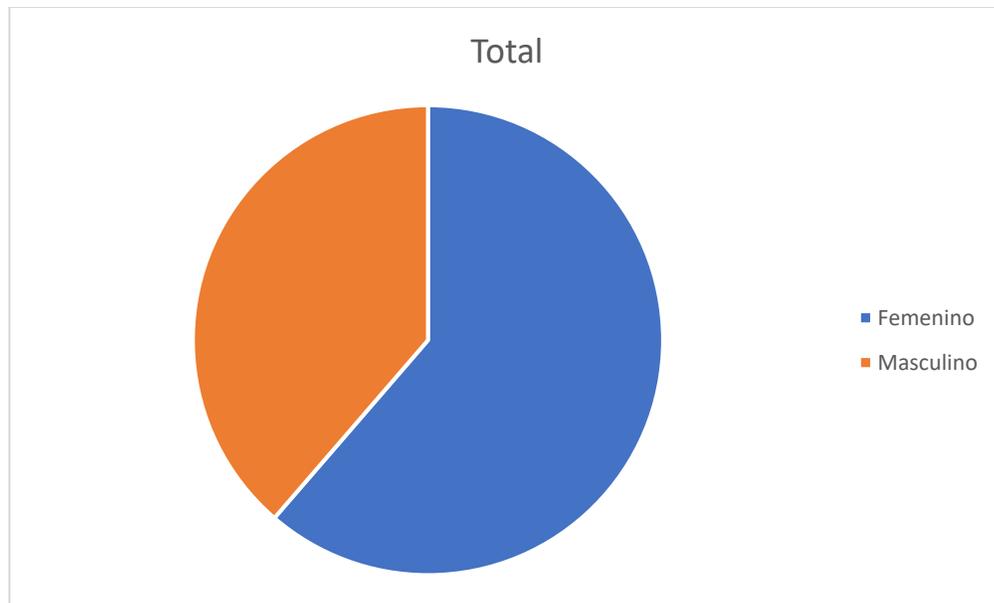
e= 5.5%

Con base en los datos anteriores se obtuvo una muestra de 225 encuestas con las cuales se puede obtener una idea más clara de la percepción que se tiene de la marca Distroller, y sobre todo del personaje “virgencita Plis” que fue producto de una caricaturización de la Virgen de Guadalupe, y que se ha comercializado masivamente en todo el país, así como en el extranjero, esto con la finalidad de entender si los receptores de esta nueva imagen, y a la vez publico meta de los productos que se ofertan reaccionan de manera positiva o negativa a la nueva presentación de un símbolo ya conocido desde generaciones atrás, y perteneciente a un ámbito caracterizado por la formalidad, rigidez, y sobre todo ceremonia y ritualidad. Este estudio se lleva a cabo para entender como han tomado los receptores el traslado de este símbolo a nuevos soportes.

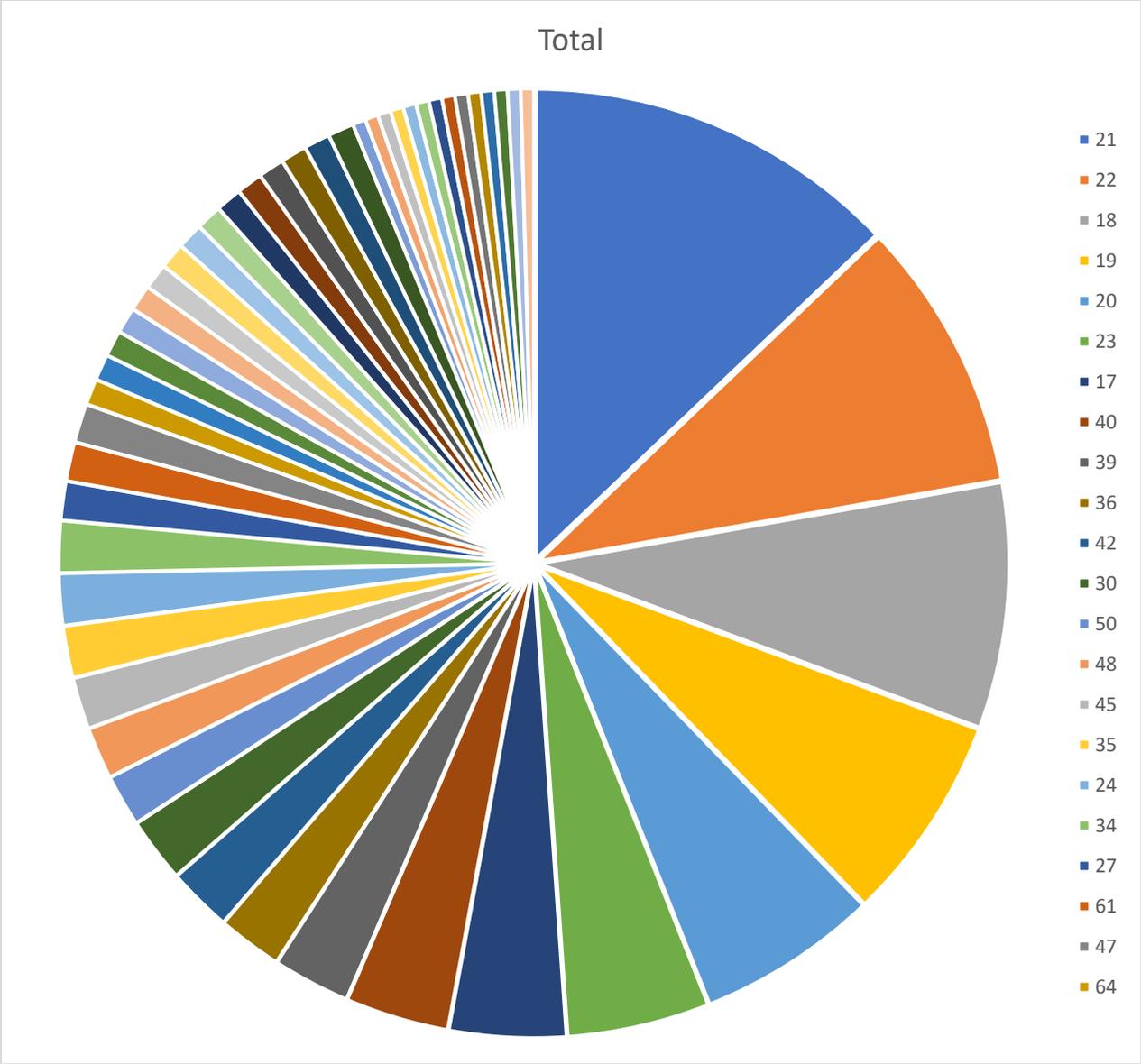
A continuación, se presentan las gráficas resultado de las respuestas obtenidas por cada una de las preguntas realizadas en la encuesta para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller

Previa a la sección de preguntas estructuradas se solicitaron los datos de los encuestados tales como: edad, y género, de esta manera se tendría un panorama claro de que género demuestra mayor conocimiento acerca del personaje, así como el rango de edad de este.

Como se puede observar dentro de las personas que contestaron las encuestas existe un mayor porcentaje femenino siendo este de un 61% con 138 encuestas, en contraste con el porcentaje masculino de 39% y 87 encuestas, dichos valores no afectan de forma negativa al estudio de campo, sin embargo si estos resultados se complementan con los de la pregunta siguiente se puede deducir que la mayoría de los encuestados Si conocen al personaje y que entre estos se encuentra mayormente un público femenino, lo cual indica que el ya mencionado personaje captó la atención de esta sección de la población, dicha suposición resultaría confirmada incluso a través de aquellas reacciones generadas al aplicar las encuestas ya que el investigador puede verificar que las mujeres encuestadas reaccionaban positivamente al recordar el personaje, mientras que los varones no parecían tenerlo tan presente en su memoria.

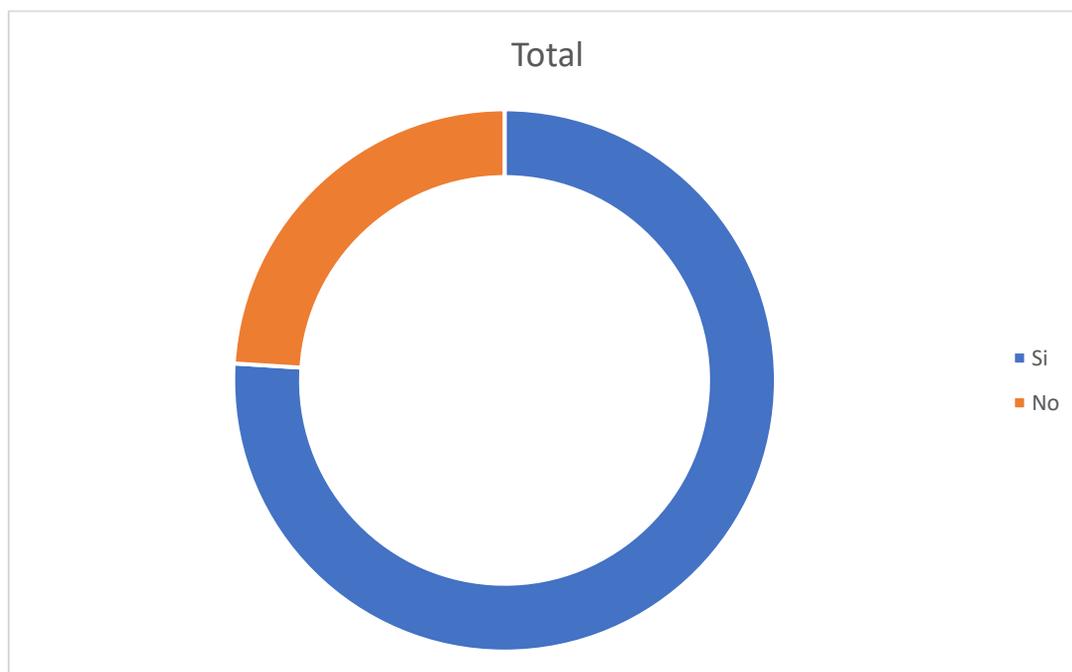


Posteriormente se encuentran los resultados correspondientes a los datos correspondientes a la edad, como es observable dicho rango es bastante amplio siendo desde los 21 años, hasta los 64 años de edad, el motivo de la aplicación de las encuestas en un rango de tal amplitud es debido a que era necesario conocer la opinión de la población en general y no de una sección específica.



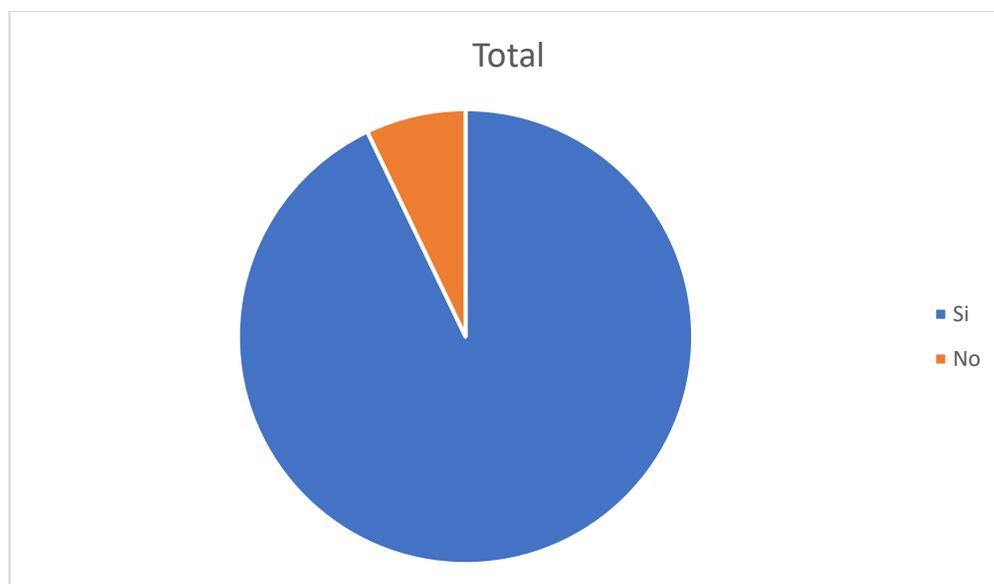
1.- ¿Conoce la marca Distroller?

En la siguiente gráfica se puede observar como la gran mayoría de los encuestados reconocen a la marca, y solo un porcentaje mucho menor no lo hace, lo anterior demuestra que Distroller ha logrado posicionarse en la memoria de los mexicanos y que probablemente en gran medida esto se debe a su éxito con el personaje de “Virgencita Plis”.



2.- ¿Conoce o recuerda el personaje Virgencita Plis?

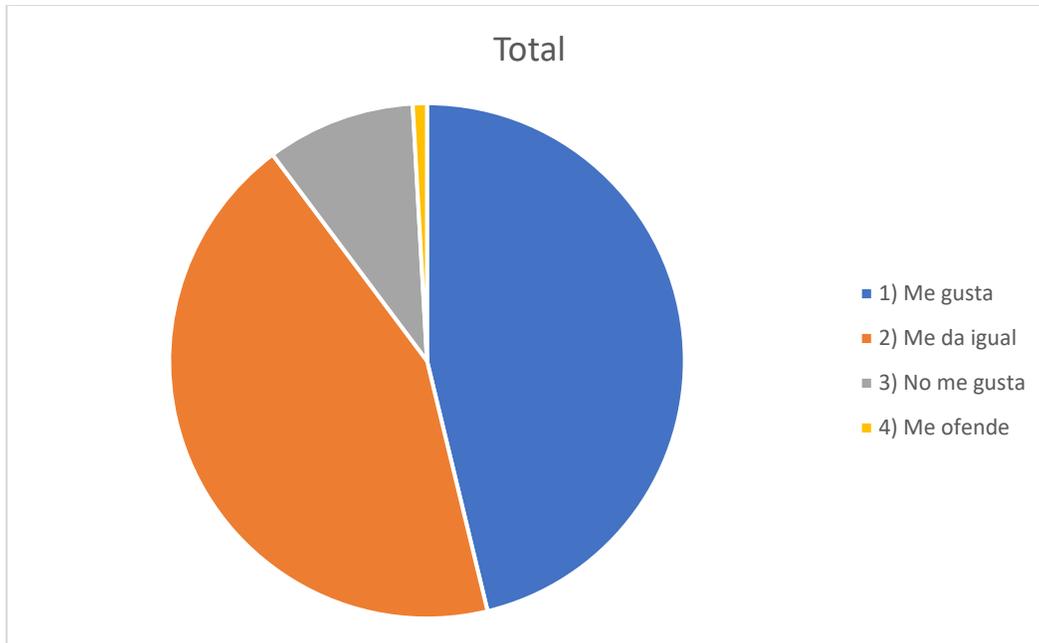
La siguiente pregunta está más focalizada al personaje ya mencionado, y en esta ocasión es mucho más notable que la gran mayoría reconoce a la caricaturización de la Virgen, resultando en 209 si y 16 no.



3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

En esta pregunta se le brinda tres opciones al encuestado 1) Me gusta 2) Me da igual 3) No me gusta y finalmente 4) Me ofende, se obtuvo un mayor porcentaje de respuestas positivas a la pregunta, y también un porcentaje considerable de Me da igual, por lo que se puede deducir que la utilización de un símbolo conocido y aun querido no implica ofensa para la mayoría de las personas, se observa también que el porcentaje de “No me gusta” junto con el de “Me ofende” son realmente pequeños en comparación con los otros, sin embargo si existe un pequeño sector de la población que no acepta bien la utilización de un símbolo de tipo sagrado como producto a comercializar.

¿Cuál es su opinión sobre el personaje?	No. de encuestas
Me gusta	104
Me da igual	98
No me gusta	21
Me ofende	2
Total, general	225

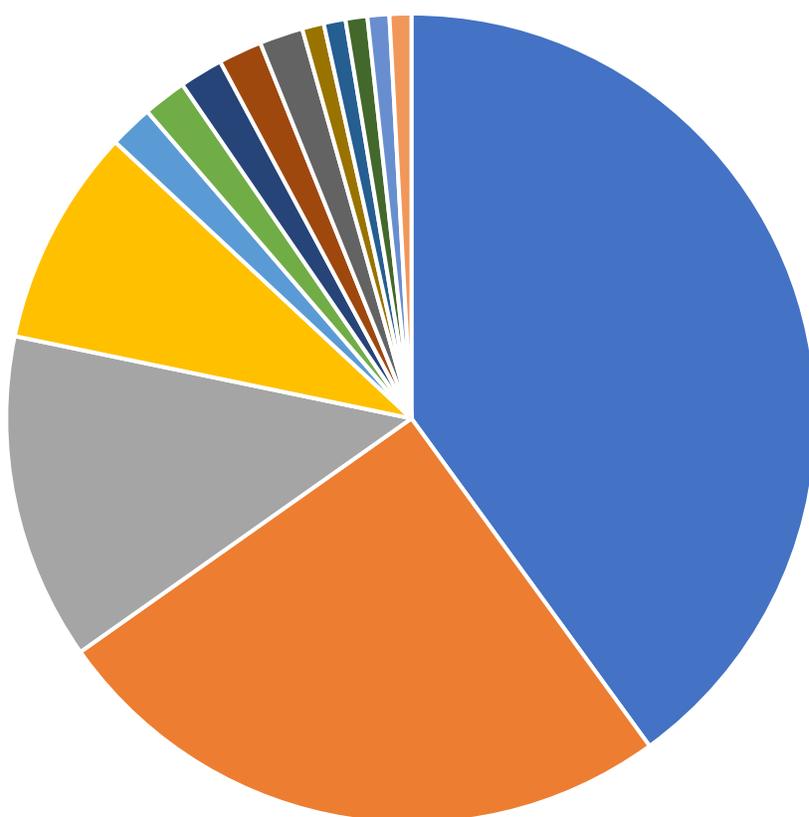


4.- ¿Por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje?

A través de las respuestas obtenidas con esta pregunta se busca conocer que es lo que motiva al receptor a aceptar o rechazar al personaje, si es una cuestión más visual, como en el caso de las respuestas 1) Por los colores brillantes, y 2) Porque está caricaturizada, o bien por motivaciones tales como la opción 4) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe, ya que es importante saber a qué se le da mayor peso, al contenido emocional o conceptual, o bien a la parte visual.

Es evidente si se observa la gráfica que las respuestas mostraron que la parte visual es muy importante para los receptores, ya que las opciones 1 y 2 fueron las más elegidas, sin embargo la opción 3) Porque le quita lo formal a la imagen quedo en tercer lugar, lo cual también es un hallazgo importante, ya que estos resultados no solo apuntan a la importancia de la parte visual en la aceptación de un producto o diseño, sino también la cuestión de que se brinde un aura de accesibilidad, resulta necesario brindar una imagen que no genere la sensación de rechazo, o bien de formalidad e incluso de seriedad excesiva hacia los receptores, ya que esto hace que se alejen, resulta importante lograr proyectar lo que se desea de una manera estética y afable.

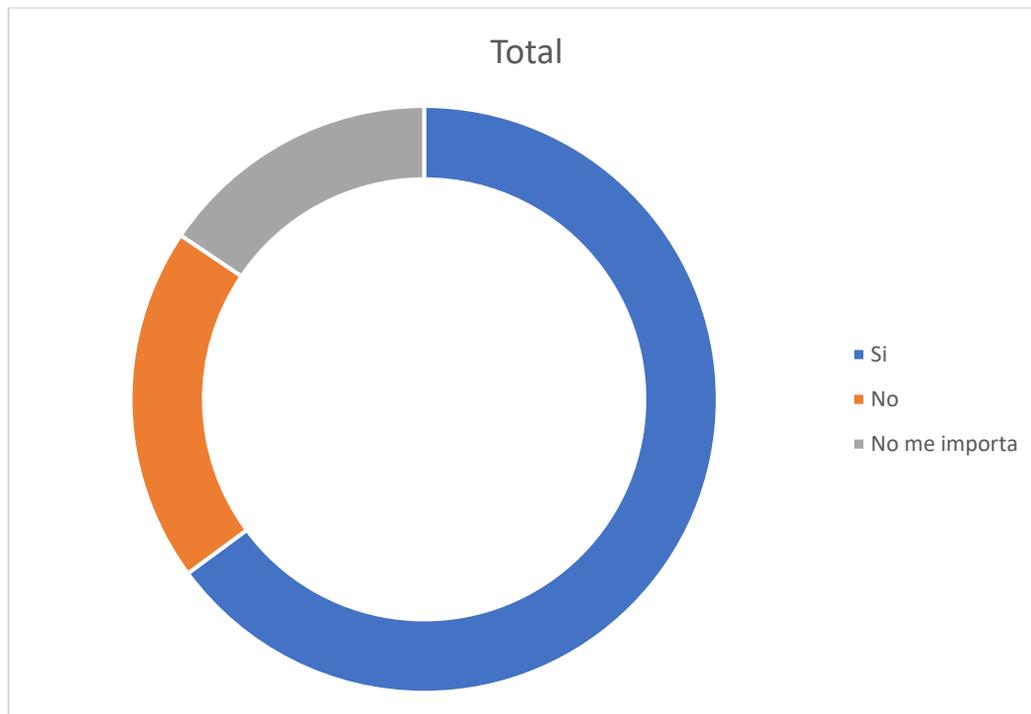
Total



- 1) Por los colores brillantes
- 2) Porque esta caricaturizada
- 3) Porque le quita lo formal a la imagen
- 4) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe
- 1) Por los colores brillantes, 3) Porque le quita lo formal a la imagen
- 1) Por los colores brillantes, 2) Porque esta caricaturizada, 4) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe
- 2) Porque esta caricaturizada, 4) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe
- 1) Por los colores brillantes, 4) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe
- 1) Por los colores brillantes, 2) Porque esta caricaturizada, 3) Porque le quita lo formal a la imagen
- 2) Porque esta caricaturizada, Me recuerda mi infancia
- 2) Porque esta caricaturizada 3) Porque le quita lo formal a la imagen
- 1) Por los colores brillantes 2) Porque esta caricaturizada 3) Porque le quita lo formal a la imagen
- 2) Porque esta caricaturizada 2) Porque esta caricaturizada

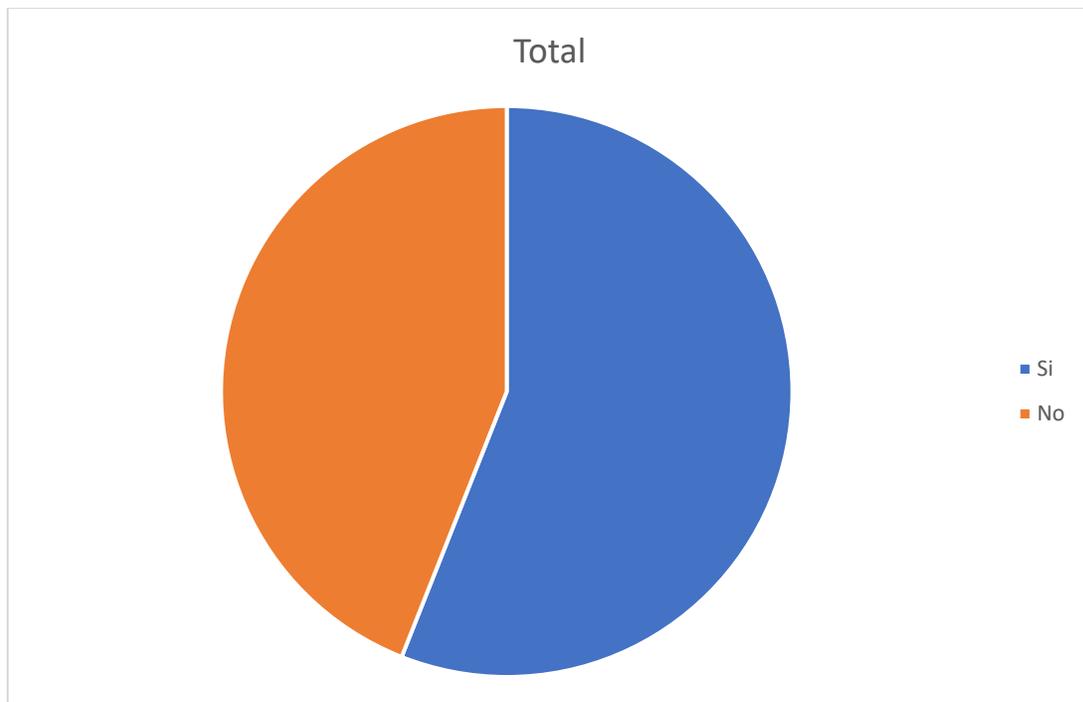
5.- ¿Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe?

En esta pregunta se obtuvo respuesta a la aceptación que ha tenido la caricaturización de la Virgen de Guadalupe, en su mayoría los encuestados mostraron un buen nivel de aceptación, sin embargo, existe un porcentaje que, si bien es menor, muestra su rechazo a la caricaturización, e igualmente se observa un porcentaje ligeramente inferior que se muestra indiferente. Es de destacar que a pesar de la respuesta negativa o indiferente en esta pregunta el producto fue rápidamente identificado por los encuestados con lo cual se puede comprobar su identificación y permanencia en la memoria de los receptores.



6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Por último, se realizó la pregunta a los encuestados de sí realmente adquirirían un producto de esta marca, en su mayoría dijeron que sí, pero también el porcentaje que contesto que no es menor, pero considerable en comparación. Nuevamente con las respuestas obtenidas destaca el hecho de que a pesar de que un porcentaje notable dijo que no adquirirían un producto de la marca tienen presente a esta y al personaje del cual se ha estado hablando.



Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañotas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 71 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?
 Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?
 Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?
 a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.
 a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe
 Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?
 Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañotas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 42 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?
 Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?
 Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?
 a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta al personaje.
 a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe
 Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?
 Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañotas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 18 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?
 Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?
 Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?
 a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.
 a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe
 Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?
 Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañotas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 17 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?
 Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?
 Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?
 a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.
 a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe
 Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?
 Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgencita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacandias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 18 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual X c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgencita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacandias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 18 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual X c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgencita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacandias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 17 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta X b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgencita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacandias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 17 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta X b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad M Género M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual X c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- Por los colores brillantes
- Porque esta caricaturizada
- Porque le quita lo formal a la imagen
- Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 19 Género M _____ F ✓

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual ✓ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- Por los colores brillantes
- Porque esta caricaturizada
- Porque le quita lo formal a la imagen
- Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 18 Género M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta X b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- Por los colores brillantes
- Porque esta caricaturizada
- Porque le quita lo formal a la imagen
- Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 18 Género M _____ F ✓

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual ✓ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- Por los colores brillantes
- Porque esta caricaturizada
- Porque le quita lo formal a la imagen
- Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 16 Género M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual X c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 18 Género M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta X b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 18 Género M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta X b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 20 Género M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta X b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgencita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcarcias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 22 Género M F ✓

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual ✓ c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgencita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcarcias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 19 Género M ✓ F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual ✓ c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgencita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcarcias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 20 Género M F ✓

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta ✓ b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgencita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcarcias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 19 Género M F ✓

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual ✓ c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 17 Género M X F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta ✓ b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) ~~Porque esta caricaturizada~~
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 17 Género M X F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual X c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 18 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta X b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 18 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual ✓ c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañalces, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 17 Género M X F _____

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta X b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje:

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañalces, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 20 Género M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta X b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje:

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañalces, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 18 Género M X F _____

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si (Si) No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si (Si) No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta (c) b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje:

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si (Si) No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si (No)

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañalces, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 18 Género M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si (Si) No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si (Si) No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta (a) b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje:

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si (Si) No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si (No)

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcarrias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 27 Genero M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta X b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcarrias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 29 Genero M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual X c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcarrias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 27 Genero M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual X c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcarrias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 27 Genero M X F _____

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual X c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 23 Género M _____ F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 20 Género M F _____

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 24 Género M _____ F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M _____ F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacandías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad: 22 Género: M F

1. ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2. ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3. ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4. En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5. Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6. ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacandías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad: 22 Género: M F

1. ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2. ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3. ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4. En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5. Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6. ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacandías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad: 21 Género: M F

1. ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2. ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3. ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4. En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5. Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6. ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacandías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad: 21 Género: M F

1. ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2. ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3. ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4. En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5. Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6. ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. (Gracias por su tiempo)

Edad 21 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.

Si No

6.- ¿Usted adquirió o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. (Gracias por su tiempo)

Edad 22 años Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.

Si No

6.- ¿Usted adquirió o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. (Gracias por su tiempo)

Edad 21 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.

Si No

6.- ¿Usted adquirió o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. (Gracias por su tiempo)

Edad 21 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

~~Si~~ No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

~~Si~~ No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.

Si No

6.- ¿Usted adquirió o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretos, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañales, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M F ✓

1.- ¿Conoce la marca Distroller?
 Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?
 Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?
 a) Me gusta b) Me da igual ✓ c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.
 a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe
 Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?
 Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretos, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañales, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?
 Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?
 Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?
Un personaje muy icónico y sobre todo importante para los jóvenes
 a) Me gusta X b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.
 a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe
 Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?
 Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretos, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañales, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 18 Género M F ✓

1.- ¿Conoce la marca Distroller?
 Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?
 Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?
 a) Me gusta ✓ b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.
 a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe
 Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?
 Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretos, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañales, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 20 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?
 Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?
 Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?
 a) Me gusta X b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.
 a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe
 Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?
 Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Pils" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañalías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Pils?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Pils" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañalías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Pils?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Pils" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañalías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 22 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Pils?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Pils" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañalías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 19 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Pils?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcaricuas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcaricuas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 22 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcaricuas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 20 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcaricuas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 20 Género M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si _____ No _____

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si _____ No _____

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta X b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe.

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.

Si _____ No _____

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si _____ No _____

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 20 Género M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si _____ No _____

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si _____ No _____

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual X c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe.

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.

Si _____ No _____

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si _____ No _____

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 19 Género M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si _____ No _____

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si _____ No _____

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual X c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe.

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.

Si _____ No _____

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si _____ No _____

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si _____ No _____

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si _____ No _____

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual X c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe.

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.

Si _____ No _____

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si _____ No _____

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. (Gracias por su tiempo)

Edad 24 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque está caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. (Gracias por su tiempo)

Edad 21 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque está caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. (Gracias por su tiempo)

Edad 21 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque está caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. (Gracias por su tiempo)

Edad 19 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque está caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
 d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgencita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacandias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsiguientes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 14 Género: M _____ F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgencita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacandias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsiguientes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 28 Género: M _____ F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgencita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacandias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsiguientes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 19 Género: M _____ F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgencita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacandias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsiguientes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género: Mujer F _____

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 20 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 22 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 20 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 26 Género M _____ F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 19 Género M _____ F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 19 Género M _____ F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 19 Género M F _____

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plis" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañales, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 18 años Genero M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si _____ No X

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plis?

Si X No _____

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual X c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.

Si X No _____

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si _____ No X

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plis" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañales, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 19 Genero M X F _____

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si _____ No X

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plis?

Si _____ No X

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual X c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.

Si X No _____

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si X No _____

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plis" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañales, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Genero M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si X No _____

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plis?

Si X No _____

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual X c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.

Si X No _____

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si X No _____

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plis" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcañales, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Genero M _____ F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si X No _____

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plis?

Si X No _____

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta X b) Me da igual _____ c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.

Si X No _____

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si X No _____

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller; el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 20 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller; el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 19 Género Mrs. F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller; el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 22 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller; el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual X c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M X F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- X a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 19 años Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual X c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 19 Género M X F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual X c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 19 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje?

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 14 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 23 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 22 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcarcias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 11 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual X c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcarcias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 11 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

(Si) Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

(Si) Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual X c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción b) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

(Si) Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si (No) No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcarcias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 23 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual X c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcarcias, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual X c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción b) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

(Si) Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si (No) No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 20 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta X d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 25 Género M X F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual X c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 23 Género M X F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta X b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 23 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual X c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 22 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?
Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?
Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?
a) Me gusta X b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.
a) Por los colores brillantes.
b) Porque está caricaturizada.
 X c) Porque le quita lo formal a la imagen.
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe.

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.
Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?
Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 22 Género M F X

1.- ¿Conoce la marca Distroller?
Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?
Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?
a) Me gusta X b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.
a) Por los colores brillantes.
b) Porque está caricaturizada.
 X c) Porque le quita lo formal a la imagen.
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe.

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.
Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?
Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 23 Género M X F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?
Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?
Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?
a) Me gusta X b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.
a) Por los colores brillantes.
b) Porque está caricaturizada.
c) Porque le quita lo formal a la imagen.
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe.

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.
Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?
Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M X F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?
Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?
Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?
a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta X d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cuál de las siguientes razones le gusta el personaje.
 X a) Por los colores brillantes.
b) Porque está caricaturizada.
c) Porque le quita lo formal a la imagen.
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe.

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe.
Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?
Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 22 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 23 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 19 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 19 Género M F

1. ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2. ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3. ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4. En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje:

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5. Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6. ¿Usted adquirió o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M F

1. ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2. ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3. ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4. En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje:

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5. Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6. ¿Usted adquirió o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 años Género M F

1. ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2. ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3. ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4. En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje:

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5. Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6. ¿Usted adquirió o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M F

1. ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2. ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?

Si No

3. ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4. En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción b) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje:

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5. Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6. ¿Usted adquirió o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 21 Género M _____ F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No _____

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No _____

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No _____

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si _____ No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 23 Género M _____ F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si _____ No _____

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si _____ No _____

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si _____ No _____

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si _____ No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 39 Género M _____ F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No _____

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No _____

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si _____ No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si _____ No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacenas, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 20 Género M F _____

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si _____ No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si _____ No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta _____ b) Me da igual c) Me disgusta _____ d) Me ofende _____

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si _____ No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No _____

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgencita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 36 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes.
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgencita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 39 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes.
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgencita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 37 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes.
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgencita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alacías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 41 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgencita Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

- a) Por los colores brillantes.
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 17 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?
 Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?
 Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe
 Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?
 Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 30 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?
 Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?
 Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

a) Por los colores brillantes
b) Porque esta caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe
 Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?
 Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 31 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?
 Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?
 Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe
 Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?
 Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenita Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 50 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?
 Sí No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenita Plus?
 Sí No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje.

a) Por los colores brillantes
 b) Porque esta caricaturizada
 c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe
 Sí No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?
 Sí No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 52 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje

- a) Por los colores brillantes
b) Porque está caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 54 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje

- a) Por los colores brillantes
b) Porque está caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 50 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje? Muy colorido, tierna.

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje

- a) Por los colores brillantes
b) Porque está caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Encuesta rápida acerca de Distroller

El siguiente cuestionario ha sido diseñado para conocer la percepción del público general acerca de un producto de la marca Distroller, el producto es el ya conocido "Virgenota Plus" que se basa en la caricaturización de la Virgen de Guadalupe y en su aplicación en diferentes objetos tales como: libretas, mochilas, bolsas, portarretratos, alcancías, joyería entre otros. Este cuestionario se realiza únicamente con fines académicos por lo cual no se utilizará la información aquí obtenida para otros fines que los señalados, y por la misma razón no se solicita el nombre del encuestado, únicamente su género, y edad, así como contestar las subsecuentes preguntas. ¡Gracias por su tiempo!

Edad 47 Género M F

1.- ¿Conoce la marca Distroller?

Si No

2.- ¿Conoce o recuerda al personaje Virgenota Plus?

Si No

3.- ¿Cuál es su opinión sobre el personaje?

a) Me gusta b) Me da igual c) Me disgusta d) Me ofende

4.- En caso de que su respuesta anterior haya sido la opción a) señale por cual de las siguientes razones le gusta el personaje

- a) Por los colores brillantes
b) Porque está caricaturizada
c) Porque le quita lo formal a la imagen
d) Porque me gusta la imagen de la Virgen de Guadalupe

5.- Le parece bien que se haya caricaturizado la imagen de la Virgen de Guadalupe

Si No

6.- ¿Usted adquiriría o ha adquirido un producto de esta marca?

Si No

Anexo B Análisis de Entrevista Profunda

Sujetos entrevistados: Los entrevistados fueron un total de 6 personas, tres católicos y tres no católicos, de tres rangos diferentes de edad en cada inclinación religiosa, jóvenes de 18 a 29 años, adultos jóvenes de 30 a 44 años, y adultos de 45 a 65 años, las entrevistas se llevaron a cabo de esta manera con la intención de comparar los conceptos y emociones que tanto el grupo de católicos como de no católicos asociaban con la imagen de la Virgen, así como si su percepción era negativa o positiva, y si su inclinación religiosa marcaba una gran diferencia en sus respuestas hacia la imagen.

Además de esto, se cuestionó si los entrevistados conocen la imagen, y el primer contacto de los entrevistados con la imagen, así como la asociación de la imagen con conceptos y emociones, y del porqué piensan que existe un vínculo entre estos y la imagen, finalmente se les cuestionó sobre su opinión sobre la utilización del símbolo religioso en los medios masivos de comunicación, así como si ellos poseían una imagen de la Virgen, todo lo anterior es con el objetivo de conocer qué nivel de aceptación y presencia en la memoria de los receptores tiene la Virgen, así como hasta qué punto se encuentra presente en sus vidas.

A continuación, se presentan cada una de las preguntas que conforman la base de las entrevistas, así como tablas que permitieron llevar a cabo la ubicación de los conceptos y emociones más vinculados con la imagen, facilitando el posterior análisis general.

1.- Nombre, edad y ocupación

2. Inclinación religiosa

PERSONA	OCUPACIÓN	EDAD	Inclinación religiosa
Michelle	Ingeniera en Química farmacéutica	25	Católica

	Encargada de área dermatológica en farmacias del Ahorro.		
Victor	Diseñador Gráfico Profesor y free lance	40	Católico
Antonieta	Auxiliar de cocina en un restaurante	62	Católica
José Luis	Estudiante Universitario	23	Agnóstico
Jonathan	Diseñador Gráfico free lance	40	Agnóstico
Héctor	Arquitecto	45	Agnóstico

En la primera y segunda pregunta únicamente se define los dos grupos de católicos y no católicos, así como el rango de edad al que pertenecen. Esto permitirá observar si la diferencia de edad genera una gran diferencia en cuanto a respuestas a pesar de pertenecer a la misma inclinación religiosa, o bien si existen coincidencias en las respuestas en el mismo rango de edad a pesar de ser de diferente inclinación.

3.- ¿Conoce la imagen de la Virgen de Guadalupe?

PERSONA	SI	NO
Michelle	X	
Víctor	X	
Antonieta	X	
José	X	
Jonathan	X	
Héctor	X	

Los resultados señalan que, a pesar de su inclinación religiosa, es decir ya sean o no católicos cada uno de los entrevistados respondió afirmativamente cuando se les cuestionó sobre su conocimiento acerca de la imagen de la Virgen de Guadalupe, es decir este símbolo cumplió exitosamente sus objetivos de origen, de insertarse y permanecer presente en la memoria de los receptores, observándose como aun después de cientos de años está presente, ya que aunque la mitad de los entrevistados no sean adeptos reconocen sin dudar al símbolo católico.

4.- ¿En dónde o cuando fue la primera vez que vio la imagen de la Virgen de Guadalupe?

PERSONA	PRIMERA EXPERIENCIA O CONTACTO CON LA IMAGEN
Católica 25 años M	Primera vez llevada a una iglesia católica (infancia)
Católico 40 años V	Al ver un busto de la Virgen en casa de su abuela que era muy devota y le inculco mucho respeto hacia la imagen (infancia)
Católica 62 años A	En su casa ya que sus padres tenían una imagen de la Virgen (infancia)
Agnóstico 23 años J	En la iglesia de su pueblo cuando era un niño pequeño (Infancia)
Agnóstico 40 años J	Imagen grande en la cochera de su abuela y escuela de monjas (infancia)
Agnóstico 45 años H	Por su formación católica en el núcleo familiar, y al recibir preparación para primera comunión (infancia)

De los anteriores resultados se infiere que la inserción de este símbolo en la vida de cada uno de los entrevistados fue a una edad temprana, que es cuando es más impresionable el ser humano, sin embargo lo que es más importante resaltar aquí es que es el periodo de tiempo al que se le debe la permanencia y la memorabilidad del signo, ya que esto no se dio de la noche a la mañana, como bien lo mencionan su presencia fue en la infancia,

por lo que la constante presencia de la imagen a través del tiempo asentaría su presencia e identificación unívoca en la memoria de los receptores.

5.- ¿De la siguiente lista de palabras cuales relacionaría con la imagen de la Virgen de Guadalupe?

Conceptos	Entrevista 1 Cat Michelle	Entrevista 2 Cat Víctor	Entrevista 3 Cat Antonieta	Entrevista 1 No Cat José	Entrevista 2 No Cat Jonathan	Entrevista 3 No Cat Héctor	Total
1. Madre	X	X	X		X		4
2. Protección		X	X		X		3
3. Bondad		X	X		X		3
4. Familia		X			X		2
5. Fuerza		X			X		
6. Fanatismo					X		1
7. México	X	X		X	X	X	5
8. Tradición		X			X	X	3
9. Patriotismo	X	X			X		3
10. Revolución		X			X		2
11. Arte		X		X	X	X	4
12. Religión	X					X	2
13. Cariño	X (abuelita)						1
14. Confianza	X						1

15. Bienestar	X						1
16. Calma		X					1
17. Paz		X					1
18. Tranquilidad		X					1
19. Serenidad o Templanza		X					1
20. Historia		X					1
20. Cobijo		X					1

Conceptos	Entrevista 1 Cat Michelle	Entrevista 2 Cat Víctor	Entrevista 3 Cat Antonieta	Entrevista 1 No Cat José	Entrevista 2 No Cat Jonathan	Entrevista 3 No Cat Héctor	Total
21. Dulzura			X				1
22. Celestial			X				1
23. Símbolo				X			1
24. Iconografía						X	1

Los resultados obtenidos con las respuestas indican que los conceptos más asociados con la imagen de la Virgen son: México, Madre y Arte, lo cual muestra que la imagen de la Virgen está directamente asociada y vinculada según los observadores con el país, los siguientes conceptos más mencionados fueron Madre y Arte a la vez, ya que este símbolo es considerado hasta el día de hoy como la figura maternal del país, también se considera como una pieza de arte religioso, de igual manera los conceptos que le siguen:

Protección, Bondad, Tradición y Patriotismo están muy arraigados en la cultura mexicana y han sido conceptos básicos e incluso parte importante de la estructura del imaginario mexicano.

6.- ¿Por qué asocia a la imagen de la Virgen con dichas palabras o conceptos?

PERSONA	Motivo de asociación del concepto con la imagen
Católica 25 años M	Relación de la imagen con su abuelita y vínculo de que todo está bien y va a estar bien.
Católico 40 años V	Por su primer acercamiento a la imagen en compañía de su abuelita. (Respeto, imposición, sumisión)
Católica 62 años A	Debido a una película sobre la Virgen de Guadalupe que vio de niña, la cual presentaba la imagen con dulzura y celestial.
Agnóstico 23 años J	Al observar que la imagen inspira a las personas a tener esperanza.
Agnóstico 40 años J	Debido a que esa es la imagen que han proyectado de ella por muchos años. Al observar.
Agnóstico 45 años H	Anteriormente en su infancia la veía como símbolo de tranquilidad y confianza, de adulto respeta el símbolo y las creencias ajenas.

En este caso las respuestas apuntan a una asociación de conceptos vinculada a la parte infantil y emotiva, en algunos casos sobre todo en el grupo de personas católicas, las cuales indican que la inserción de dicho símbolo fue en su infancia, por otra parte los no católicos hablan desde un punto de vista en el cual si bien algunos de ellos alguna vez fueron católicos actualmente ya no pueden denominarse así, e igualmente sus creencias han cambiado así como su percepción, y en este caso la asociación viene de experiencias pasadas, pero también mucho de la observación de católicos y su comportamiento con respecto a la Virgen, brindándoles una perspectiva más objetiva.

7.- ¿Ahora podría decirme que emociones asocia con la imagen de la Virgen de Guadalupe?

Conceptos	Entrevista a 1 Cat Michelle	Entrevista a 2 Cat Víctor	Entrevista a 3 Cat Antonietta	Entrevista 1 No Cat José L	Entrevista 2 No Cat Jonathan	Entrevista a 3 No Cat Héctor
1.Paz	X	X	X		X	X (prim acerc)
2. Felicidad	X		X			
3.Incomodidad						
4.Tristeza						
5.Esperanza			X	X		
6.Consuelo	X		X			
7.Nada						
8.Confianza	X					X (prim acerc)
9.Alegria		X				
10.Regocijo		X				
11. Tranquilidad		X			X	X (prim acerc)
12.Cobijo		X				
13.Armonia			X			
14.Inspiración				X		
15.Respeto						X

En el caso de los resultados de esta pregunta el primer concepto Paz fue el que más asociaron los entrevistados con la imagen, seguido de Tranquilidad, felicidad, esperanza y confianza. La continua exposición a la imagen, así como la repetición de ciertos conceptos asociados a ella, ya fuera por parte de quienes la introdujeron al presentarla como una “madre celestial”, y como un ser de luz y paz, e incluso como bien lo señalan los entrevistados la posición de la figura de la Virgen y sus rasgos han proyectado una imagen que abarca todos estos conceptos y posiblemente aún más, los cuales se han asentado en la memoria visual y simbólica de los mexicanos perdurando hasta hoy en día.

8.- ¿Le parece apropiado el uso de la imagen de la Virgen de Guadalupe en televisión y en otros medios de comunicación como es el caso de su utilización en el programa “La rosa de Guadalupe” o en el caso de la caricaturización que realizó la marca Distroller con el personaje “Virgencita Plis”?

PERSONA	SI	NO	PORQUE
Católica 25 años M		X	Le parece una falta de respeto.
Católico 40 años V	X		Va dirigida a los jóvenes y niños de la época en la que surgió y les brinda una imagen más amistosa, no tradicional, mística e inalcanzable.
Católica 62 años A	X (Estampas y medios impresos sí)	X	No- Le molesta que utilicen imágenes que son sagradas, y que además la comercialicen para obtener ganancias. Si- Le parece bien su uso en estampas y medios impresos como modo de recuerdo.
Agnóstico 23 años J	X		Siempre y cuando sea de manera respetuosa está bien.

Agnóstico 40 años J	X		Hasta ciertos puntos, porque tratan de obtener ganancias y de atraer gente a través de la imagen.
Agnóstico 45 años H		X	Le parece un abuso de la fuerza que tienen este tipo de imágenes (iconografía).

A pesar de que al menos la mitad de los entrevistados manifestaron su descontento con el uso de dicho símbolo religioso, no lo hicieron de manera tajante, sino que les parece aceptable hasta cierto punto, siempre y cuando se guarde respeto a dicha imagen. Algunos de los usos incluso les gustan y les parecen una buena forma de presentar un símbolo que ha sido por mucho tiempo presentado como inalcanzable como algo más accesible, más amistoso inclusive, brindando a través de la caricaturización una imagen que a la vez de atraer hace referencia a algo que ya conocían, pero de una manera actual y amigable.

9.- ¿Tiene alguna imagen o figura de la Virgen de Guadalupe, y si es así en qué circunstancias la adquirió o como llegó a sus manos?

PERSONA	SI	NO
Católica 25 años M	X (Estampita)	
Católico 40 años V		X
Católica 62 años A	X (Cuadros)	
Agnóstico 23 años J		X
Agnóstico 40 años J		X
Agnóstico 45 años H		X

En esta pregunta la mayoría de las respuestas fue negativa, curiosamente a pesar de conocer a la Virgen de Guadalupe, e incluso de mostrarse recelosos de su uso en la anterior pregunta, no muchos de los entrevistados poseen una imagen de ella, esto es

debido a que al paso del tiempo dichas imágenes o figuras de este símbolo que estaban presentes en sus vidas permanecieron en la casa de sus padres, o bien en el lugar donde la vieron por primera vez.

10.- ¿Cree que la imagen de la Virgen de Guadalupe es un símbolo representativo de México a nivel nacional e internacional?

PERSONA	SI	NO
Católica 25 años M	X	
Católico 40 años V	X	
Católica 62 años A	X	
Agnóstico 23 años J	X	
Agnóstico 40 años J	X	
Agnóstico 45 años H	X	

Por medio de las respuestas obtenidas en esta pregunta queda evidenciado que la imagen de la Virgen de Guadalupe es considerada tanto por católicos, como por no católicos un símbolo representativo del país, demostrando que, si un símbolo posee la fuerza conceptual, y visual será identificado y recordado por los observadores independientemente de que este tenga un valor en la vida de estos, o de que simplemente forme parte de su bagaje cultural.

Conclusiones

Las respuestas obtenidas han sido de gran ayuda para ver con mayor claridad que, si bien la imagen de la Virgen de Guadalupe es un símbolo que surgió a través del sincretismo fruto de la conquista española se ha mantenido vigente hasta el día de hoy, transportándose del ámbito religioso únicamente a diversos medios que propician su presencia y permanencia en la vida de los mexicanos, los soportes clásicos como cuadros y figuras tridimensionales han servido a dicho objetivo, sin embargo al paso de los años el surgimiento de los medios impresos y posteriormente de los medios masivos de comunicación ha logrado que incluso la imagen clásica y rígida que se tenía de ella se haya ido transformando poco a poco.

La Virgen sin duda se ha convertido en un símbolo asociado a conceptos y a emociones que son de gran importancia para cada uno de los receptores, ya sea que aún se consideren parte de la población católica o no. Sin embargo es también una cuestión de lenguaje aquella que influye en el reconocimiento de un símbolo, puesto que al hablar con los entrevistados se pudo observar que mencionaban cuestiones tales como reconocer que la postura en la que está representada la Virgen es considerada como una expresión pacífica, o bien el uso de colores que no resultan demasiado brillantes como parte de un mensaje de paz y tranquilidad, a través de estas respuestas los entrevistados como receptores están demostrando los efectos que la formación cultural y de su entorno han tenido para brindarles los parámetros, e incluso si se le puede nombrar así los filtros a través de los cuales se observa los elementos que rodean al ser humano.

De lo anterior se puede concluir que un símbolo es construido con base en los valores de una comunidad o sociedad, sobre todo en aquellos que resultan de mayor importancia o jerarquía para esta, siendo proyectados de manera visual también a través de elementos o figuras de igual importancia para dicha comunidad, es decir en la sociedad mexicana la figura de la “madre” tiene un papel importante y es por lo que la imagen de la Virgen tuvo aceptación y relevancia desde el surgimiento de esta. Por lo tanto, la construcción de un símbolo debe tener presente la cuestión cultural y contextual, pero también la cuestión visual y signífica, incluso la simbólica ya presente, la cual puede o no

estar expresada visualmente sino en las cuestiones culturales o creencias de una comunidad. Cuando un profesional del diseño o bien del área de la comunicación visual desea generar un símbolo debe tener en cuenta los puntos anteriormente mencionados, puesto que son las bases sobre las cuales se construirá el diseño de dicho símbolo, y de lo cual dependerá el éxito y aceptación de este, que está vinculado directamente con la identificación que el receptor decida que tiene con dicho símbolo.

Además de lo anterior debe tenerse en cuenta que este no es un proceso de la noche a la mañana tal como lo demuestran las respuestas obtenidas, y si bien el área del diseño no se cuenta con años para la aceptación de un nuevo diseño con miras a poseer poder simbólico, si debe considerarse entonces que la exposición al diseño deberá ser constante, además del uso de los conceptos y emociones que se vincularan a este, y establecer una estrategia que permita llevar esto a cabo.

Entrevistas a católicos

Antonieta, 62

Claudia: Hola buenas noches este bueno como le había comentado vamos a hacer una entrevista que es para ver la percepción que existe de la de la virgen de Guadalupe y bueno ah entonces primero sería por favor que me dijera su nombre completo su edad y su ocupación y o profesión.

María Antonieta: Me llamo María Antonieta Cruz, hoy tengo 62 años y soy auxiliar de cocina en un restaurante.

Claudia: Ok, bueno vamos a empezar con las preguntas. ¿Tiene usted alguna inclinación religiosa, y si sí, cuál es?

María Antonieta: Soy católica.

Claudia: ¿Conoce la imagen de la virgen de Guadalupe?

María Antonieta: Sí.

Claudia: ¿Y dónde fue la primera vez que vio la imagen de la Virgen?

María Antonieta: En mi casa, mi mamá tenía un cuadro de la Virgen y fue la primera vez que vi la imagen de la Virgen.

Claudia: Ok, ehmm de las siguientes palabras cuales relacionaría con la imagen de la Virgen, le voy a decir algunas: madre, protección, bondad, familia, fuerza... no me ha dicho que alguna relacione... patriotismo, Revolución, arte, tradición o algunas que se le ocurran a usted que me pudiera mencionar, las que sea que se le vengán a la mente cuando piense en la imagen.

María Antonieta: Mmmm, madre, protección, bondad, dulzura celestial.

Claudia: ¿Ok, serían todas? ¿Sí?

María Antonieta: Sí.

Claudia: Y bueno, ¿me podrías contar un poco por qué asocia a la imagen de la virgen con estas palabras?

María Antonieta: Cuando yo era niña vi una película en donde sale la Virgen, cuando se le presenta a Juan Diego, es una película ya antigua y a mí esa imagen, bueno siendo pequeña, me proyectó como mucha dulzura, y lo de celestial porque pues parecía algo no de este mundo, la imagen que estaban presentando.

Claudia: Ok, ahora de la siguiente lista también, por favor, si pudiera... amm, o sea decirme cuáles de estas palabras que son más bien emociones, ¿cuáles identifica con la imagen de la Virgen? Paz, felicidad, incomodidad, tristeza, esperanza, consuelo, ¿nada?

María Antonieta: Esperanza, consuelo, felicidad, paz, armonía.

Claudia: Ok, estos es lo que, digamos, le hace sentir la, la Virgen de Guadalupe. ¿Ok vamos a continuar, le parece apropiado el uso de la imagen de la Virgen de Guadalupe en televisión y en otros medios? Por ejemplo, como en el caso de la caricaturización de la marca Distroller o como la hemos visto en la televisión en la rosa de Guadalupe, o en cuestiones de estas, ¿qué le parece esto?

María Antonieta: Ehh desde mi punto de vista me molesta que utilicen las imágenes que para mí son sagradas en este tipo de cosas, pero bueno hola eh por qué porque para mí es una imagen sagrada y eso me molesta, pero pues no se puede evitar.

Claudia: Ehmm, ¿por qué? ¿Por qué le molesta?

María Antonieta: Porque para mí es una imagen sagrada y eso me molesta, o sea me molesta que la utilicen para comercializarla, para obtener ganancias, o sea la están monetizando.

Claudia: Ehh ese, ¿Esa molestia es en caso de los medios masivos? ¿De Distroller, o en cuál es específico?

María Antonieta: En de Distroller.

Claudia: ¿Pero y por ejemplo en el caso de los calendarios y cosas así?

María Antonieta: En el caso de los calendarios y en el caso de la política también.

Claudia: ¿E incluso en las camisetas o en las estampitas?

María Antonieta: Bueno en las camisetas y en las estampitas pues no porque luego uno quiere un recuerdo no, pero sí, sí me molesta que comercialicen la imagen.

Claudia: Mm ok, ehh ¿tiene usted alguna imagen o figura de la Virgen en su casa, ¿sí?

María Antonieta: Sí.

Claudia: ¿Y si sí en qué circunstancias la adquirió, ¿cómo llegó a usted?

María Antonieta: Una es herencia, la imagen que tenía mi mamá en mi casa, y la otra se la compré, la compré yo a unos jóvenes para ayudarlos porque eran como de una casa de... de drogadictos y que hacían ese tipo de imágenes, o que hacían esos cromos en madera y con eso se ayudaban para poder alimentarse o sobrevivir entonces yo les compré esta imagen.

Claudia: Ahmm ok, por último, ¿cree usted que la imagen de la virgen de Guadalupe sea un símbolo representativo de México a nivel nacional e internacional, y por qué?

María Antonieta: Este sí, sí lo creo, pues de hecho la virgen yo he visto que sí nos representa pues mundialmente, tengo familiares que viven en el extranjero y en cuanto ven una imagen de la virgen de Guadalupe lo inmediatamente lo relacionan con México.

Claudia: Okey sería todo, muchas gracias.

María Antonieta: No, al contrario, gracias.

Víctor 40

Claudia Laura Cruz Leyva:

Muchas gracias por aceptar la entrevista, como te había comentado. Esta es una entrevista que tiene por objetivo conocer la percepción que se tiene de la imagen de la virgen de Guadalupe. ¿Y bueno, me gustaría que, para empezar, por favor, me dijeras tu nombre, tu edad y tu ocupación o profesión?

Víctor Luis Juárez Estrada:

Mi nombre es Víctor Luis Juárez Estrada, tengo 40 años de edad y soy profesionista independiente. Consultor en diseño y docente universitario.

Claudia Laura Cruz Leyva:

OK, ¿tienes alguna inclinación religiosa?

Víctor Luis Juárez Estrada:

Eh, soy católico por tradición. Pues los conceptos del catolicismo y las bases que la familia me inculcó. Aunque ya en edad adulta no lo sigo al pie de la letra, pero sigo con ciertas bases de esa educación. ¿OK, conoces la imagen de la virgen de Guadalupe?

Claudia Laura Cruz Leyva:

Sí, por supuesto. ¿Y me podrías decir cómo fue tu primera vez que conociste la imagen de la virgen? ¿Cómo la conociste?

Víctor Luis Juárez Estrada:

Eh, la primera vez que la vi fue una imagen pequeña, de quizá 20 por 20 cm. Es lo que le llaman un busto de la virgen, o sea, es una imagen que únicamente tomaba parte de, digamos, la altura de los hombros hacia la cabeza, en la imagen típica de la virgen de Guadalupe que está en la Basílica, la imagen que se descubrió en el cerro de Tepeyac, según la historia, no la tradición. La primera vez que la vi, recuerdo que era niño y tenía una sensación de tranquilidad, como de calma, cierta paz, pero a la vez era una imagen que acompañaba a otras de santos y de Jesús, Cristo. Pero en un escenario muy emocional, como sufriendo, en dolor. Esta imagen se diferenciaba de las otras porque no estaba sufriendo, no sabía que era una mujer, es una mujer como durmiendo, le decía. Yo se veía muy en paz. Porque a pesar de que la imagen muestra ciertos rasgos de los ojos entreabiertos, la veía como durmiendo, a mí me causaba esa sensación. Yo no la interpretaba de otra forma, sólo sabía que era una mujer durmiendo en paz. En esa forma fue la primera sensación y le guardé mucho respeto porque pues respetaba y quería mucho a mi abuela, que era quien era dueña de esa imagen y quien me enseñó a nombrarla.

Claudia Laura Cruz Leyva:

OK. ¿Y me podrías decir en qué emociones te produce la virgen, la imagen de la virgen cuando la ves o cuando viene a tu mente? ¿Qué emoción te genera?

Víctor Luis Juárez Estrada:

De cierta forma regocijo. Y más que sea solo por la virgen en sí o la imagen, sino por el significado emocional. Se cruzan las emociones por lo que yo sentí al ver a mi abuela y al ver a mi abuela era entrar en su cuarto y ver esa imagen, no entre otras. Es este regocijo, una mezcla entre alegría y paz como decir llegué a un lugar sagrado, llegué a un lugar tranquilo, llegué a un lugar que me cobija. Ajá y te recuerda por la asociación con tu abuelita, ¿no? Mhm es así.

Claudia Laura Cruz Leyva:

OK, ahora, ¿y qué te parece el uso que se le ha dado a la imagen de la virgen de Guadalupe actualmente ya en medios masivos de comunicación, como por ejemplo en televisión? No sé si has visto que ya existe un programa que se llama "La Rosa de Guadalupe" o incluso, como fue el caso de la caricaturización por parte de la marca Distroller. No sé si ubicas este personaje que se llama "Virgencita, Please". ¿Qué opinas de todo esto? ¿Te parece apropiado?

Víctor Luis Juárez Estrada:

Ah, sí, o sea. Por un lado, ya que lo mencionaste, "La Rosa de Guadalupe" me parece el lado fanático, el fanatismo, en el que no creo. Esta creencia desmedida y este milagro de lo más oportuno, sí creo, qué es la energía se mueve si creo en esto como resultado de una oración, así como las meditaciones mueven a nivel interno. Una persona la energía mueve en la meditación, entre otras personas, pero al menos nunca me ha tocado a mí ver ese tipo de escenarios como "La Rosa de Guadalupe", ¿no? Por supuesto que sople el viento y que apaga una vela o que mueva cosas y de repente la voluntad de una persona ajena cambie por este por una cuestión entre comillas mágica, ¿eh? Esa es la parte del fanatismo en el que no creo, pero, por otro lado, las figuras, la figura tradicional de la virgen pues bueno, tiene mucha historia y tiene un contexto cultural muy importante de muchos años y que está muy arraigado en la idiosincrasia de muchas personas en México. No puedo decir de todo México, pero sí

es masivo. El asunto es que esa imagen, pues bueno, evoca quizá etapas en la historia viejitas, lo voy a decir así, en quizá la identidad de imágenes para, pues como personas de la vieja escuela este lo hace ver en cierto momento viejo, obsoleto, acartonado, eh, rígido, incluso relacionado con la parte católica que castiga a las personas y el hecho de caricaturizar en una imagen así a mí me hace mucho sentido y me parece algo muy acertado. También por experiencia, que, en algún momento alguno de mis primos, que vivían en Estados Unidos cuando tuvimos oportunidad de reencontrarnos y en la adolescencia, precisamente este primo llegó con una figura, era una especie de juguete de Jesús, pero Jesús era una figura de plástico que no era el Jesús Crucificado y no lo Jesús, como en su sagrado corazón. OO en esta figura mística, siempre meditando siempre como en pose, savia o Eh buena oración si no el mismo juguete te decía en la base Party Jesus, es decir, como mi amigo Jesús Hierro, Jesús, que tenía como pose algo así, tenía como un guiño y tenía dos manos como diciendo, Hey, soy tu amigo Jesús.

Claudia Laura Cruz Leyva:

¿Qué? ¿Qué inusual, ¿no? Sí.

Víctor Luis Juárez Estrada:

Es crímenes de lesa parte, venía de haber figuras llorosas, dolida, sangrando, con castigados de Jesús, y ver a Body Jesús fue una manera en la que supe que cierta comunidad cristiana en Estados Unidos identificaba no con este tipo de figuras. Un Jesús más cercano, más amigo de niños y adolescentes que un Jesús Castigador, redentor, místico, inalcanzable. Mhm lo mismo para cuando conocí a Distroller de la figura, no la seguí como tal, o sea no, no me hice coleccionista de los de toda la organización que he visto. Y porque quizá yo no estaba yo como en esa, en esa etapa, no de comprarme una revista o comprarme un sticker o comprarme una playera o algo que hubiera con con esa imagen, pero se me hizo una forma muy sutil y muy cercana como para acercar sobre todo a niños. O puedo decir niñas, se me hacía como por un público muy femenino. Pero una figura muy cercana, muy, muy, muy amistoso y. ¿Si puedo decir alguna frase que? Somos. Somos hijos de nuestro tiempo. Pero he escuchado en la conversación y en la forma de hablar de de niñas y adolescentes en

esa época que yo conocí a Distroller y con estos términos, no como como anglicismos de Ay, please. Y entonces cuando llego a Virgencita, Please, dije, pues sí, va para ellos no va para estas fresas que ahora este busca como integrarse a la cultura mexicana, pero desde una vista más amistosa, no tradicional, mística no alcanzable.

Claudia Laura Cruz Leyva:

Sí. ¿Tienes tu alguna imagen o figura de la virgen de Guadalupe? ¿Y si la tienes, en qué circunstancias llegó a ti o cómo la adquiriste?

Víctor Luis Juárez Estrada:

Y yo así por pertenencia, no. O sea, que yo tenga en en mi pared o en mi cartera o un lado de una figura no más bien pues conservó cerca este. Las cosas que mi abuela dejó, entonces ahí hay imágenes de de virgencitas de, de yeso y sigue creciendo este cuadro. Este cuadro del 20 por 20 este empotrado en la pared con ese tipo de figuras. En lo personal no, no uso imágenes, es una es una de las cosas que ya de adulto dije no, no sigo las imágenes, sigo a las personas que que nos hablan de esas imágenes pero que nos dan también un contexto más histórico, más social. No se en religión católica, sigo ahora la comunicación que lleva este desde el Papa Juan Pablo segundo, hasta el Papa Francisco, no como como personas o personas con mentes de la historia como como personas que salieron de la sociedad y que están ocupando cargos en esa iglesia. Leo cosas de ellos, veo cosas de ellos, sigo en redes sociales, cosas de ellos, no para el persignarme todos los días, sino simplemente por admirar a la persona. Más que tener yo imágenes.

Claudia Laura Cruz Leyva:

OK, muy bien. Y por último, ¿tú que la imagen de la virgen de Guadalupe es un símbolo representativo de México a nivel nacional e internacional?

Víctor Luis Juárez Estrada:

Sí, sin duda Eh, pues la comunidad católica es amplia, no es, es masiva. Entonces mhm el catolicismo como tal tradicional sigue ese tipo de imágenes y pues representa cada una de las de las vírgenes en diferentes partes del mundo a través de rasgos no como el fenotipo. ¿Entonces nos identificamos y nos identifica por tradición o por educación, porque así nos lo enseñaron, que la Virgen Morenita es la virgen del país de

los Morenos? Entonces siento que representa en general a un México, yo no digo que me represente, pero sin duda si es un símbolo que habla sobre nuestro fenotipo y que habla sobre nuestra historia, todo el contexto que se dio este descubrimiento de esta imagen y todo el papel de la iglesia en aquellos años. Entonces sí, sin duda es un símbolo de identidad de esa historia, pero no creo que sea un símbolo que identifique como a mí, a todas las personas. Sí hay una mayoría, pero no para todos.

Claudia Laura Cruz Leyva:

¿OK? Pues este sí sería todo, se encuentra la entrevista. Te agradezco muchísimo tu tiempo.

Michelle 25

Claudia Laura Cruz Leyva: Esta entrevista tiene como objetivo conocer la percepción que se tiene de la imagen de la Virgen de Guadalupe. Vamos a comenzar. Quisiera que, por favor, me dijeras tu nombre, edad, y tu ocupación o profesión.

Michelle Alfaro: Muy bien, hola, ¿qué tal? Buenas tardes, soy Alondra Michelle Alfaro Ledesma. Tengo 25 años y estudié ingeniería en química farmacéutica. Actualmente, soy coordinadora del área dermatológica para Farmacias del Ahorro. A eso me dedico en este momento.

Claudia Laura Cruz Leyva: ¿Tienes alguna inclinación religiosa?

Michelle Alfaro: Sí, soy, podría considerarse católica. Fui criada en una familia católica desde que tengo memoria.

Claudia Laura Cruz Leyva: ¿Conoces la imagen de la Virgen de Guadalupe?

Michelle Alfaro: Sí, claro, por supuesto.

Claudia Laura Cruz Leyva: ¿Me podrías platicar un poquito? ¿Cuándo fue la primera vez que viste la imagen de la Virgen de Guadalupe y cómo fue?

Michelle Alfaro: La primera vez que la vi fue en las iglesias de mi religión, que hacen mucha referencia a ella, incluso está justo a la derecha en cuestión, en México DF,

cerca de la imagen de la Virgen de Guadalupe. Mi primer acercamiento con ella fue la primera vez que fui llevada a una iglesia católica y, posteriormente, cuando me explicaron sobre ella, comencé a verla en muchas partes. Por ejemplo, en casas de algunas de mis tías tienen muchas imágenes de la Virgen de Guadalupe, incluso llaveros, velas. Hay muchos objetos que hacen referencia a la imagen, entonces sí, tengo muchos recuerdos de dónde la vi desde que tengo memoria.

Claudia Laura Cruz Leyva: ¿Te voy a decir una lista de palabras, entonces las escuchas y después me dices cuáles de estas se relacionan con la imagen de la Virgen de Guadalupe y si ninguna de estas se relaciona, entonces tú me dices cuál es?

Michelle Alfaro: ¿OK?

Claudia Laura Cruz Leyva: Madre, protección, bondad, mi familia, fuerza, fanatismo, México, tradición, patriotismo, revolución y arte.

Michelle Alfaro: Madre sí, religión sí, México sí. Fanatismo, no. Patriotismo, sí, yo creo que sí. Un poco de arte, sí, también.

Claudia Laura Cruz Leyva: ¿Y, ¿cuándo piensas en la imagen de la Virgen, qué palabra se te viene a la mente? ¿Qué conceptos?

Michelle Alfaro: Cariño.

Claudia Laura Cruz Leyva: ¿Por qué la asocias con estas palabras?

Michelle Alfaro: Porque desde que era muy chiquita, mi abuelita, que fue quien impulsó mi religión, nos comentó la historia. Siempre nos platicaba la historia de que fue justamente en un monte donde se le reveló a cierta persona, entonces como que generó justo ese vínculo. Lo primero que sintió fue cariño, esa confianza, ese vínculo de "todo va a estar bien" y "todo está bien", como que se me quedó muy, muy grabado, justo ese concepto que mi abuelita en ese entonces me comentó.

Claudia Laura Cruz Leyva: ¿Te parece apropiado el uso de la imagen de la Virgen de Guadalupe actualmente en medios masivos de comunicación, como por ejemplo en televisión, en el programa "La Rosa de Guadalupe" o también, por ejemplo, ¿en la caracterización que hizo la marca Distroller de la imagen de la Virgen?

Michelle Alfaro: Sí.

Claudia Laura Cruz Leyva:

No sé si conoces a este personaje que se llama Virgencita Plis.

Michelle Alfaro:

Sí.

Claudia Laura Cruz Leyva:

¿Qué opinas de esto? ¿Te parece apropiado?

Michelle Alfaro:

Pienso que al tratarse de religión es muy delicado. Las personas, al sentirnos tan identificadas con algo en lo que creemos, si distorsionamos la realidad de lo que creemos en algo completamente distinto, puede ser un poco falta de respeto. Todas las religiones, independientemente de cuál sea, se deberían de respetar y justamente la católica es quien impulsa mucho el hecho de la Virgen de Guadalupe. Entonces, veo mal el hecho de que jueguen con ella, por ejemplo, la marca que mencionas, Virgencita Plis, si lo veo mal.

Claudia Laura Cruz Leyva:

¿Para nada te agrada que hayan hecho una caricaturización? ¿Lo ves como una falta de respeto totalmente?

Michelle Alfaro:

Sí, pero no me lo tomo tan personal. A ellos les gusta así, a mí no. Cada quién tiene sus gustos. Por mi parte, siento que no está bien, pero tampoco me siento en la posición de hacer una huelga para que se detenga o me sienta completamente afligida por el hecho, simplemente no lo apoyo.

Claudia Laura Cruz Leyva:

¿Tienes alguna imagen o figura de la Virgen de Guadalupe en tu casa o en tu posesión? ¿Y si es así, cómo llegó a ti?

Michelle Alfaro:

Sí, en mi cartera, y fue un regalo de mi abuelita cuando fui a la Basílica.

Claudia Laura Cruz Leyva:

¿Crees tú que la imagen de la Virgen de Guadalupe es un símbolo representativo de México a nivel nacional e internacional?

Michelle Alfaro:

Sí.

Claudia Laura Cruz Leyva:

¿Por qué?

Michelle Alfaro:

Porque los hechos que me contaba mi abuelita en ese entonces fueron suscitados aquí en México, justamente. Entonces, México sí se lleva la medallita en eso.

Claudia Laura Cruz Leyva:

OK, pues sería todo, entonces ahorita damos por terminada la entrevista. Muchas gracias.

Michelle Alfaro:

Muchas gracias

No católicos

Héctor 45

Claudia Laura Cruz Leyva:

Buenas noches. Como tú sabes, te había comentado acerca del estudio que estoy haciendo acerca de la imagen de la Virgen de Guadalupe y estas entrevistas tienen por objetivo conocer la percepción que se tiene de esta imagen, ¿verdad?

Claudia Laura Cruz Leyva:

Entonces vamos a iniciar. Primero, quisiera que me dijeras por favor tu nombre, edad y tu ocupación o profesión.

Héctor Jiménez:

OK, mi nombre es Héctor Jiménez, tengo 45 años, soy arquitecto y actualmente ejerzo mi profesión.

Claudia Laura Cruz Leyva:

OK, ¿tienes alguna inclinación religiosa?

Héctor Jiménez:

No por el momento, alguna vez. Sí, digamos traté de experimentar alguna creencia o alguna doctrina, pero todo me llevó a alejarme de toda.

Claudia Laura Cruz Leyva:

OK, ¿conoces la imagen de la Virgen de Guadalupe?

Héctor Jiménez:

Y desde luego.

Claudia Laura Cruz Leyva:

Y bueno, si es así, ¿cómo fue la primera vez que la viste? ¿De qué manera fue tu primer acercamiento o cómo la conociste?

Héctor Jiménez:

Bueno, yo vengo de una familia católica y pues es un icono prácticamente. Digamos que las dos imágenes bases de esa religión las conozco yo solamente por esa formación que me dan mis padres. Tuve una formación que le llaman preparación para primeras comuniones y todo eso, y pues ahí fue donde la conocí.

Claudia Laura Cruz Leyva:

OK, te voy a dar una lista de palabras para ver si algunas de estas las relacionas con la imagen de la Virgen y si no, pues tú me puedes decir también algunas que a ti se te ocurran. ¿Recuerdo, eh?

Héctor Jiménez:

¿OK?

Claudia Laura Cruz Leyva:

Por ejemplo, madre, protección, bondad, familia, fuerza, fanatismo, México, tradición, patriotismo, Revolución, arte.

Héctor Jiménez:

Claro.

Claudia Laura Cruz Leyva:

No sé si alguna de estas te parezca que sí relaciona con la imagen o tú la relacionas, o si bien se te vienen otras a la mente.

Héctor Jiménez:

Claro que sí. De hecho, hace mucho me hace 3 que en mi caso son como más representativas que sería México, que sería religión, qué tal y tradición.

Claudia Laura Cruz Leyva:

¿Y algunas otras que se te ocurran?

Héctor Jiménez:

Este fanatismo, oh. Artes claro que sí, desde luego. Podría ser. Sí, iconografía.

Claudia Laura Cruz Leyva:

OK, iconografía, muy bien. OK, te voy a decir ahora otra, pero de emociones. ¿O más bien sabes qué? Aquí sería mucho más interesante que tú me dijeras qué emociones te genera la imagen de la Virgen. Igual si tampoco te genera ninguna emoción, también me gustaría saber.

Héctor Jiménez:

OK, bueno, es retomando lo que me dices de cómo la conocí. Yo creo que es un sentimiento, digamos que universal cuando la conoces por primera vez, porque tienes más inocencia, no, porque tienes la ilusión de algo diferente y te genera paz que genera en ese momento tranquilidad y confianza. Ya con los años, uno va dándole otra connotación a todos estos iconos y vas cambiando las cosas, no. Yo ya podría decirte que después de mi adolescencia yo lo veía como algo muy fanático, de fanatizado, no por los mexicanos, ahorita en realidad yo lo veo como un símbolo de respeto, me a

pesar de que no sigo ninguna religión, o sea, digo bueno es algo que representa al catolicismo mexicano, un simple doy su lugar este y ahí lo dejo, lejos de creer o no.

Claudia Laura Cruz Leyva:

OK, ¿te parece apropiado el uso de la imagen de la Virgen de Guadalupe en televisión? Así como en otros medios, como el caso de Distroller, de la caricaturización que hizo de ella, ¿y por qué?

Héctor Jiménez:

No, mira, totalmente estoy en desacuerdo con eso porque a pesar de que yo no sigo la religión este ahorita al pie de la letra, yo creo que debemos de mantener ese respeto por todos esos iconos. Hacer una caricatura o hacer uso de estas imágenes en los medios masivos es abusar de la inocencia de la gente y, a final de cuentas, lo que un icono siempre tiene es el que se va a quedar plasmado en la mente y en la cabeza de las personas. No, entonces hay incluso partidos políticos que hacen uso de frases que tienen connotaciones religiosas y yo lo veo desde mi iba como un abuso, no un abuso de esa fuerza que tiene la iconografía o de esa fuerza que tiene la palabra para, pues atrapar gente y estoy totalmente en desacuerdo.

Claudia Laura Cruz Leyva:

No, OK. ¿Tienes alguna imagen o figura de la Virgen en tu casa? Y te digan qué circunstancias la adquiriste o cómo llegó ahí.

Héctor Jiménez:

No, en mi casa no he en casa de mis padres, es seguramente debe de haber más de una, no. Y es por tradición, pero yo actualmente donde vivo en mi casa no tengo, incluso no tengo iconografía de ninguna religión.

Claudia Laura Cruz Leyva:

OK, bueno ya por último, ¿crees tú que la imagen de la Virgen de Guadalupe es un símbolo representativo de México a nivel, digamos nacional e internacional? ¿Y por qué?

Héctor Jiménez:

Totalmente, eh. Bueno, ah, no me sé muy bien la historia, pero a final de cuentas este

primero fue la Virgen María este de un, digamos, un aspecto blanco, caucásico, podemos decirlo. Y después le hacen morena y ahí es donde empieza a torcerse las cosas. La hacen morena este para atrapar a toda esa población indígena, para hacerles creer que es su madre es muy similar a la tradición que traían de Coatlicue este entonces obviamente está todo eso manipulado, no con un fin individual de tener el poder. Lo que no sé es todo eso me hace mucho frío.

Claudia Laura Cruz Leyva:

¿OK? Pero bueno, a pesar de eso, ¿crees que sí es un símbolo que ya se convirtió en algo representativo del país?

Héctor Jiménez:

Totalmente. De hecho, hay mucha gente, muchos extranjeros que peyorativamente nos dicen mexicanos guadalupanos, no incluso en nosotros mismos, así nos llegamos a mencionar, no. Ah, mira, son bien guadalupanos, no.

Claudia Laura Cruz Leyva:

K, pues bueno, ha sido muy interesante. Te agradezco mucho, fue un poco gordita, pero creo que sí. Fue muy interesante, sobre todo algunas de tus respuestas, y te agradezco, te agradezco por tu tiempo y pues bueno, ahora termina la entrevista y sería todo.

Héctor Jiménez:

¿OK? Pues muchas gracias por tomarme en cuenta que es un tema muy interesante y cualquier cosa adicional fuera de la entrevista, pues estoy abierto al diálogo.

Claudia Laura Cruz Leyva:

Muchas gracias.

Jonathan 40

Claudia: Buenas tardes. Como te había comentado, esta entrevista tiene por objetivo conocer la percepción que se tiene de la imagen de la Virgen de Guadalupe. Te voy a hacer algunas preguntas que nos van a servir de guía. ¿Ok?

Jonathan: OK.

Claudia: Primero que nada, ¿me puedes decir tu nombre completo y tu edad?

Jonathan: Me llamo Jonathan Eduardo García Sánchez y tengo 40 años.

Claudia: ¿Y cuál es tu ocupación o profesión?

Jonathan: Soy diseñador gráfico.

Claudia: OK. ¿Tienes alguna inclinación religiosa?

Jonathan: No, ninguna.

Claudia: ¿Conoces la imagen de la Virgen de Guadalupe?

Jonathan: Sí.

Claudia: ¿Cómo la conociste? ¿Cuál fue la primera vez que la viste?

Jonathan: Por medio de mi familia, son católicos. Mis memorias más frescas son de la primaria, en una escuela católica de monjas. Nos llevaban a misa todos los lunes por la mañana y ahí comencé a conocer más la imagen. Pero principalmente, mi abuela tenía una imagen muy grande en su cochera; esa fue la primera vez que la vi.

Claudia: De la siguiente lista de palabras, ¿cuáles asocias con la imagen de la Virgen? Madre, protección, bondad, familia, fuerza, fanatismo, México, tradición, patriotismo, revolución, arte. ¿Vinculas alguna de estas con la imagen de la Virgen o se te ocurren otras?

Jonathan: La mayoría están muy relacionadas con la imagen, por lo que sé de la historia.

Claudia: ¿Hay alguna otra palabra que te venga a la mente?

Jonathan: Una similar a protección, pero no la tengo tan a la mano. ¿Podríamos saltarnos esta?

Claudia: Sí, está bien. ¿Podrías contarme por qué asocias estas palabras con la imagen?

Jonathan: Madre, por la historia de Jesucristo y lo que vivieron; es la madre de todos los mexicanos. Protección, porque es una imagen protectora que la gente usa como amuleto. Bondad, por su personalidad en la historia. Familia, porque es una imagen familiar que se usa en México. Fuerza, ya que muchas personas sacan fuerza de su devoción hacia la Virgen. Fanatismo, como toda imagen religiosa, tiene sus lados extremos. México, la Virgen de Guadalupe es única de México. Tradición, es una imagen tradicional de las familias mexicanas. Patriotismo, porque ha sido usada en muchos movimientos bélicos o de guerrillas en México. Revolución, también ha sido una imagen muy usada en simbologías de la Revolución Mexicana. Arte, hay muchas imágenes que no son exactamente la original, sino figuras abstractas u otro tipo de arte.

Claudia: ¿Qué emociones te vienen a la mente cuando piensas en la imagen de la Virgen de Guadalupe?

Jonathan: Ahora no me provoca mucho, ya no tengo religión. Tendría que recordar qué me provocaba antes. Quizás tranquilidad, confianza, devoción. Pero hoy en día ya no tengo las mismas ideologías que tenía antes, aunque todavía me causa cierto tipo de tranquilidad como paz.

Claudia: ¿Te parece apropiado el uso de la imagen de la Virgen de Guadalupe en televisión y otros medios, como la caricaturización que hizo la marca Distroller?

Jonathan: Sí, porque muchas personas tratan de transmitir la imagen en su modo de hacer las cosas. Es un negocio, se aprovechan del interés de las personas hacia la imagen y lo utilizan de manera propagandista para enganchar a las personas hacia su contenido. Distroller, como todas las marcas, siempre tratan de obtener un beneficio de alguna u otra forma aunque se use la imagen de una entidad religiosa.

Claudia: ¿Tienes alguna imagen o figura de la Virgen de Guadalupe? ¿En qué circunstancias la adquiriste o por qué la tienes?

Jonathan: No recuerdo bien, pero sí tengo una, aunque no es de la Virgen de Guadalupe. Es una Virgen con un niño en brazos, pero no es la de la Basílica.

Claudia: Por último, ¿crees que la imagen de la Virgen de Guadalupe es un símbolo representativo de México a nivel nacional e internacional?

Jonathan: Sí, claro que sí. Está muy enraizada a la cultura mexicana. Según lo que he leído, la imagen proviene de la cultura madre de México, los mexicas. En la amalgama de culturas, tomaron esa imagen y la convirtieron a la católica, creando así la imagen de la Virgen de Guadalupe en México, con historias como la de Juan Diego y el Tepeyac. La mayoría de los mexicanos son católicos por la imposición española.

Claudia: Muchas gracias, eso sería todo.

José Luis, 23

Claudia: Buenas tardes, como te había mencionado, esta entrevista tiene como objetivo conocer la percepción que se tiene de la imagen de la Virgen de Guadalupe. Te voy a hacer algunas preguntas y tú me irás platicando. Primero, ¿podrías decirme tu nombre, edad y ocupación?

José Luis: Me llamo José Luis, tengo 23 años y soy estudiante universitario.

Claudia: ¿Tienes alguna inclinación religiosa?

José Luis: Sí, soy agnóstico.

Claudia: ¿Conoces la imagen de la Virgen de Guadalupe?

José Luis: Sí.

Claudia: ¿Dónde fue la primera vez que viste la imagen de la Virgen de Guadalupe?

José Luis: La primera vez que vi la imagen de la Virgen fue en la iglesia de mi pueblo cuando era un niño pequeño, porque acompañaba a mis familiares o mis abuelos a misa.

Claudia: ¿Qué palabras te vienen a la mente cuando piensas en la imagen de la Virgen de Guadalupe?

José Luis: Creo que la principal sería "México". Algo muy representativo de la cultura mexicana. ¿Alguna otra palabra? Símbolo.

Claudia: Te voy a dar una lista y tú me dices si las relacionas: madre, protección, bondad, fuerza, fanatismo, México, tradición, patriotismo, revolución, arte. ¿Alguna de estas?

José Luis: Podría ser arte, ya que en cierta parte es una obra de arte religioso.

Claudia: ¿Hay alguna otra palabra con la que la asocias?

José Luis: No.

Claudia: ¿Con qué emociones asocias la imagen cuando piensas en ella?

José Luis: Tal vez inspiración. He visto que la imagen de la Virgen de Guadalupe inspira esperanza en la gente o los motiva a ser mejores personas.

Claudia: También te voy a decir algunas otras palabras, y me dices si las asocias: paz, felicidad, incomodidad, tristeza, esperanza, consuelo.

José Luis: No, ninguna.

Claudia: ¿Te parece apropiado el uso que se ha hecho de la imagen de la Virgen de Guadalupe en medios masivos de comunicación, como en televisión, o la caricaturización que hizo la marca Distroller con su personaje "Virgencita"? ¿Crees que está bien?

José Luis: Creo que siempre y cuando sea de manera respetuosa, está bien. Es un símbolo importante para muchas personas y es crucial que se use de manera que no ofenda a nadie. Pero también creo que es una forma de propagar esa religión, está bien, pero hasta cierto punto.

Claudia: ¿Tienes alguna imagen o figura de la Virgen de Guadalupe en tu casa? ¿Cómo la adquiriste?

José Luis: Yo como tal no, pero mi mamá sí tiene alguna figura, supongo.

Claudia: Por último, ¿crees que la imagen de la Virgen de Guadalupe es un símbolo representativo de México a nivel nacional e internacional? ¿Por qué?

José Luis: Sí, es una imagen muy representativa de México a nivel internacional. Es reconocida y apreciada por personas de todo el mundo, pero se ve mucho en la cultura mexicana.

Claudia: Bueno, sería todo. Muchas gracias.