

Guadalupe Sánchez Álvarez \*

## Mercados Mexicanos: *ateliers* de Religiosidad-es

### Resumen

Los mercados populares mexicanos son espacios que experimentan un devenir propio al interior. Se organizan en secciones, cada una dotada de una personalidad sensitiva que se transmite al usuario que las transita. Este trabajo presenta una descripción de las dinámicas que se viven en estos espacios, en relación con la brujería, la curandería y la santería, prácticas realizadas en la mayoría de los mercados de México. La intención es revelar los mercados tradicionales como espacios dinámicos de religiosidad, para re-conceptualizarlos como nodos diversos e incluyentes de creencias.

**Palabras clave:** mercados, *aterieres*, religiosidades, espacios dinámicos, nodos incluyentes.

### Abstract

*Mexican popular markets are spaces undergoing a becoming own inside. They are organized into sections, each one equipped with a sensitive personality that is transmitted to the user who passes them. This paper presents a description of the dynamics that live in these areas, in relation to witchcraft, healing and santería, performed in the majority of markets of Mexico. The intention is to reveal traditional markets as dynamic spaces of religiosity, for re-conceptualize them as nodes diverse and inclusive beliefs*

**Key words:** *markets, you ateliers, religiosities, dynamic spaces, inclusive nodes.*

---

\* Profesora investigadora en el Instituto de Antropología, Universidad Veracruzana.  
guadalusanchez@uv.mx

## Invitación al tema

El diseño arquitectónico de los mercados se apega a normativas; la distribución de sus espacios guarda concordancia para que las actividades de cada sección fluyan y se conecten. Están organizados en secciones dotadas de una personalidad sensitiva determinada por los productos y actividades que en ellas se realizan. Es claro que existen diversos trabajos sobre los mercados: su arquitectura, su tipo, su organización y sus orígenes, que son criterios obligados de análisis. En este caso se les otorga la categoría de *ateliers de religiosidad-es*, especialmente a aquellos que conservan el concepto tradicional del “mercado mexicano”, que consiste en aglomerar personas que intercambian servicios o productos silvestres por dinero, ya que su origen se remonta al tianquis prehispano.

Un recorrido por “los pasillos de las frutas” estimula los sentidos a través de formas, olores y colores. El lugar parece estar dotado de una magia que lleva al usuario a experimentar equilibrio energético y estado mental de armonía y abundancia. En cambio, transitar “el pasillo de la carne” donde la muerte impregna los sentidos a través de los fiambres que yacen incompletos en los mostradores, o en “canales” que cuelgan de arneses oxidados sobre las cabezas de los expendedores. Qué decir del particular olor de la sangre que ha dejado de ser un tibio líquido portador de vida y al mismo tiempo no alcanza la textura de la muerte. Su estado visual y táctil puede provocar morbo o náuseas.

Su origen y organización no condicionan una homogeneidad, al contrario, en ellos predomina lo diverso, tanto en formas y colores, como en aromas, objetos y sujetos, por eso a ellos acude todo aquel que cubre el costo del producto que adquiere.

Tal condición propicia convergencia, interacción y convivencia de niveles culturales y socioeconómicos diversos. En su interior se crea una dinámica que conlleva diversas mixturas de perspectivas e historias de vida, en las que la religiosidad es un protagonista particular porque se presenta en composiciones que difícilmente tendrían lugar en otros espacios. Por eso, al interior de los mercados se experimenta un devenir propio que no se ajusta a mediciones de tiempo y cánones oficiales; el tamiz de clase y religión se desestructura.

El punto de vista de este trabajo plantea que las características principales de los mercados no se limitan a conjuntar espacios de comercio, sino a propiciar al usuario un sin fin de experiencias sensoriales y visuales. Se les considera espacios de influencia porque pertenecen a las costumbres nacionales y porque en ellos se dan cita todo tipo de religiosidades, nuevas y antiguas, y en conjunto compartiendo característica: *no servir a la ideología religiosa oficial*.

El carácter de *ateliers<sup>1</sup> de religiosidad-es* inicia en el “pasillo de las yerbas” o “de los yerberos” que también provoca de modo particular, pero muy distinto de los anteriormente mencionados, por decir algo: mareos, náuseas, exaltación, palpitaciones, excitación. Algunos transeúntes llegan a desear huir rápidamente, otros, por el contrario, se sienten atraídos, experimentan una fuerza que los retiene. Desde luego, esos “sentires” no han sido los pábulos de quienes diseñan mercados, los motivos que incitan el confinamiento de esos pasillos al fondo de las arquitecturas o en las plantas altas tiene relación con los prejuicios y el rechazo a lo diferente.

<sup>1</sup> Del francés *atelier*: Taller o estudio de un pintor, de un escultor o de un modisto. Diccionario de la Real Academia Española.

La población llama “pasillo de las yerbas” a uno que reúne a las especies vegetales y a los productos del “pasillo de la brujería” que en ocasiones se halla contiguo. Calificativos sabios y sutiles porque indudablemente, no todos los expendedores de los locales son “brujos” o “yerberos”. La sensibilidad de los concurrentes llama “fruteros” a quienes venden fruta; “carniceros” a quienes atienden “el pasillo de la carne” y zapateros a quienes comercializan zapatos, pero nunca consideran “brujo” o “bruja” a quien atiende en aquellos pasillos. En ambos, se hallen juntos o separados, también se comercializan imágenes de bulto que pertenecen a la religión católica, e imágenes que no pertenecen a ningún culto, en específico me refiero a la “santa muerte” y a “Malverde”, el considerado “santo de los narcos”. Con las mismas se comercian deidades de religiones extranjeras, más comúnmente las pertenecientes a la santería, y los productos relacionados son, supuestamente, importados de Cuba. Así, mazos de hierbas, imágenes, velas de colores, veladoras de siete potencias, collares de Orulla, cofas, y pulseras para babalawo,<sup>2</sup> conviven con escapularios de todos los santos y vírgenes que incluyen a Malverde; coronas de ajos y coronas de adviento; aguas de retiro, espíritus para untar o tomar, sal negra, semillas de plantas especiales para los conjuros; aceites de distintos componentes, incluidos el de pachuli, el de toloache y el de corajo; animales vivos, disecados o pulverizados; cascarilla, fetiches, rosarios, crucifijos, budas, orishas, Krisnas, y un largo etcétera. Todo conformando un organizado y colorido caos que atrae la mirada de un lado a otro saturando los sentidos. Por si fuera poco, cuando el cliente no es capaz de visualizar lo que busca, el marchante le auxilia y se entrega a la tarea de encontrar el pro-

<sup>2</sup> Grado máximo que se alcanza en la estructura religiosa de la santería.

ducto, incluso busca en locales distintos, el servicio que brinda debe ser completo y satisfactorio.

Visualmente el pasillo se antoja un enjambre multi-aromático y multiforme del que destacan las creaciones que antes aludimos, ya que todas son elementos importantes de las expresiones religiosas que a pesar de ser diferentes, cohabitan en vitrinas, mesas, mostradores, cajas o bodegas, siempre en perfecta armonía. No importan las identidades de los artistas o artesanos, todos son creadores de imágenes y todos subyacen anónimos en las propias piezas que, conviven acomodadas sin reclamar primera fila. Pareciera que cada objeto posee la certeza de que en algún momento alguien “lo encontrará”.

Así, es posible encontrar en perfecta armonía a un “San Sebastián”, de rostro tierno y expresión corporal afeminada que parece disfrutar el dolor; el busto de “Malverde”, guapo y atractivo, cuyo nombre alude abiertamente al cannabis. Los orishas se expenden de modo explícito, abstracto o simbólico, en forma individual o agrupados como “7 potencias”. Destacarán por sus exuberantes cuerpos las representaciones de Oshún y Oyá, incluida santa Bárbara, la representación femenina de Shangó, que contrastará con la versión católica que la personaliza con rostro divino y sublime en atuendo triangular. Las deidades masculinas de la santería son personificadas derrochando virilidad, característica contrastante con las dolorosas expresiones que predominan la imaginería católica.

En estos recintos no sólo encontramos imágenes religiosas de la santería y del catolicismo, las hay chinas, hindúes, mahometanas, etcétera; todas y cada una con personalidad propia, sobre todo las que no son producidas al abrigo de academias e instituciones, circunstancia que las convierte en

piezas libres y desprovistas de la estandarización icónica y de la carga simbólica oficial. La diferencia es evidente cuando comparamos las imágenes que se venden en recintos autorizados por la iglesia católica, aunque cabe decir que no se trata de una “falta de respeto”, se debe simplemente a que las técnicas de producción son libres al no existir supervisión institucional: no hay normas que seguir y, por tanto, la interpretación es personal. Las piezas son resultado de la fe, la creatividad y la experiencia de vida, de ahí la libre interpretación y representación. El creador las dota consciente e inconscientemente de elementos que forman parte de sí mismo, les imprime elementos no oficiales que forman parte de los imaginarios colectivos. No es relevante si la integración obedece a estrategias de mercadotecnia, a la intención mercantilista o a la ideología de una mentalidad mística, lo importante es que son producidas con una intención más allá del materialismo.

### Los ateliers

Sin duda el *mercado de Sonora* es el más conocido por la cantidad de productos religiosos que ofrece y por su diversidad. Se localiza en la Ciudad de México<sup>3</sup> y no es casual que antaño se le conociera como “Mercado de los brujos” o “Mercado de los animales”. Lo conforman cientos de locales que diariamente atienden a miles de personas. En sus largos pasillos se vive una organización compleja pero precisa en la que nadie “se roba a un cliente”, la suerte es la suerte y vende más quien ofrece mejores precios, atención y productos.

<sup>3</sup> El Mercado se localiza en la colonia Merced Balbuena, en la Delegación Venustiano Carranza. La actividad que se realiza en ese espacio es herencia de la tradición prehispánica del tianguis, pero como lo conocemos ahora, se inauguró en 1957.

Desde este espacio se provee a otros mercados esparcidos a lo largo del país, se atiende al público que acude a comprar artículos, y se brindan servicios de *lectura de cartas, de tarot, de horóscopo zodiacal y chino, limpias, amarres amorosos, adivinaciones, curas de empacho, brebajes* para favorecer embarazos o para interrumpirlos, y más. Y a excepción de los servicios católicos, en este mercado se ofrece asistencia espiritual y todo tipo de “curas”.

Hay que advertir la infinidad de mezclas de corrientes y la casi nula pureza de cada una. Pareciera que las etiquetas y barreras místicas se adelgazan; que las anquilosadas estructuras religiosas se desvanecen para fusionarse en *pro* del necesitado. Las mezclas de corrientes y creencias llegan a ser tan extravagantes que en un solo objeto o composición, sea gráfico, pictórico, escultórico o de bisutería, se combinan símbolos tan ajenos como pueden ser un ojo de venado huichol con una estrella de David. Pulseras de coloridas cuentas manufacturadas para brindar la protección necesaria a los signos zodiacales y, por tanto, incluirán la imagen de san Benito, santo católico utilizado tradicionalmente para protegerse de la brujería. Lo inaudito tiene efecto cuando junto al santo cuelga un ojo turco, amuleto cuyo origen se remonta a Grecia, Poseidón y Zeus, o cuando junto a él se coloca una mano judaica, una estrella de David, un pez cristiano, el misterio de la trinidad o el triángulo masón. Son escasos los elementos que permanecen como antaño, sirva como ejemplo “el ojo de venado” que se coloca con hilo rojo en la muñeca de los infantes para protegerlos del “mal de ojo”.

Otro mercado de la Ciudad de México que expende productos multi-religiosos es el *mercado de Azcapotzalco*, uno que juega el papel de proveedor, ya que, por tradición, en Azcapotzalco

existen “brujas”, “hierberos”, “hueseros” y “curanderas” que atienden en su domicilio. Envían a los clientes al mercado sólo a surtir la lista de productos necesarios, es costumbre acudir al sitio y de ahí que anímicamente resulte tan natural comprar un elegua, una gallina negra o una fruta. El mercado se encuentra en un sitio donde existió un tianguis prehispánico y la mayoría de los habitantes de esa región desciende de los habitantes naturales, quizá por eso no es relevante mirar quién adquiere productos de brujería. La misma dinámica presenta el mercado Tacuba también construido en un sitio de ocupación prehispánica.

En otros de menor dimensión encontramos la misma variedad y mezclas de productos, así como la asistencia de brujos, yerberos y babalawos, caso concreto, el *mercado de Coatepec*. En su interior “los locales de la brujería” son pocos y se encuentran dispersos, su ubicación es un tanto anónima a excepción del que se sitúa en uno de los accesos principales, es de dimensiones amplias y en él ofrece sus servicios un brujo cuya asistente es su madre. La ubicación resulta indiscreta, pues los locatarios contiguos usualmente están pendientes de todo lo que en él sucede: quién acude, qué productos adquiere o si “pasa a consulta”. Acaso miran para alimentar el morbo que genera imaginar el “trabajo” que hará el brujo y a quién irá dirigido. Tal vez para saber de “quién cuidarse” o a quién prevenir para prepare un “contra-embruje”.

En el mercado de la ciudad de *Aguascalientes* la sección de religiosidad se localiza en la planta alta. Ahí las líneas religiosas, yerberos, herbolarias, brujiles y alternativas también resultan confusas a pesar de ser pequeño. En un mismo establecimiento se ofrece “pomada del tigre”, tónicos de laboratorio para estimular la actividad sexual, ungüentos para varios tipos de ma-

lestares, plantas como toloache, ruda, etcétera; polvos “Domino a mi hombre” en cuya etiqueta aparece representada una exuberante mulata colocando su pie sobre el cuello de un hombre que yace tumbado en el piso. Igualmente se ofrece la contra: “polvos quita calzón”, tan contundente que no admite descripción y explicación. En resumen, el tamaño no es relevante, pues en tan pequeño espacio es posible encontrar lo mencionado, además de un gran número de objetos pertenecientes a distintas religiones y a religiosidades diversas.

Este trabajo resultaría incompleto si se omite mencionar el mercado de Catemaco, Veracruz, donde el pueblo en general presenta una dinámica de *atelier*. Incluso es común verles en plena acción dentro de los panteones. Ahí la tradición del curanderismo se remonta a las culturas prelatinas, pero ha aceptado actores de otras religiosidades para poder subsistir hasta nuestros días. El lugar es famoso por la variedad y efectividad de los “brujos”, el servicio que ofrecen llega a ser parecido al de un verdadero *coaching*, ya que el brujo se traslada al domicilio del necesitado, aunque se encuentre en otra región. En Catemaco hay de todo, brujos buenos y malos, espiritistas, chamanes y hasta satánicos; la mayoría de género masculino.

En cambio, Huautla de Jiménez (Oaxaca) es un poblado famoso porque ahí “curan” las mujeres que se apoyan en los productos brindados por las montañas mágicas: los hongos. El mercado no es muy concurrido debido a que las curanderas “trabajan en sus casas”, pero sobre todo porque en los últimos tiempos, esas tradiciones y sus guardianes se han visto afectados por la ideología católica que se mezcla con la política para atacarles. Parece que el equilibrio de las fuerzas se perdió con la muerte de María Sabi-

na, la legendaria curandera de Oaxaca que curaba con “honguitos” pero pidiendo favor a los santos católicos. Su ausencia ha provocado que sucedan hechos similares a los levantamientos insurgentes que, a principios del siglo XIX, exigieron a la gente de la región que dejara de hacer lo que la Iglesia prohibía.

Destacan las curanderas que se asumen católicas tal y como María Sabina lo hacía, incluso a pesar de que en la región se celebra la “ceremonia de sanación con hongos”.

## Confluencias

En términos generales se observa que los espacios dedicados a la religiosidad al interior de los mercados son lugares de confluencia y convergencia de sujetos que adolecen de males similares o poseen ciertos “dones”. Lo que otorga valor a los *ateliéres* de todo el país es el abanico de opciones que ofrecen como solución, cada una dependerá de quién la genere, de tal suerte que en lo individual son un acto creativo y un diseño, una oportunidad de modificar el destino y una práctica particular de religión. La presencia de personas de todo el país y el extranjero propicia la incorporación de prácticas que contribuyen a la gesta de nuevas religiosidades, su asistencia también explica la presencia de productos ajenos a la región y a México.

Las personas que se dedican a esas artes por tradición familiar lo hacen porque han heredado recetas y pócimas secretas. Otros porque poseen conocimientos que pueden ser aplicados a la materia, ya sean herbolaria, medicina, adivinación, etcétera. Y cabe resaltar, no son actividades propias de las mujeres, hay quienes se dedican a ello en cumplimiento de una promesa por favores o milagros recibidos, sobre todo quienes se espe-

cializan en el culto a la Santa Muerte, a Malverde o a San Judas Tadeo, el santo “de las causas perdidas” que actualmente ha cobrado fuerza en la religiosidad popular.

Ex ladrones y ex presidiarios suelen dedicarse al giro porque aseguran tener poder para hacer el bien y el mal, afirmando además que tal poder les fue concedido mediante “un pacto”. Otros comentan que lo hacen por gratitud ya que, en su momento, alguna deidad los benefició con salud o los ayudó a escapar de la muerte. Otros se dicen santeros, brujos o chamanes pero al momento de proporcionar las pócimas y hacer conjuros, incluyen rezos y oraciones católicas. Se acude a los pasillos de los *ateriéres* buscando salud, una cura para enfermedades imposibles o desahucios, por qué no, para provocar daño y vengarse.

Es por demás interesante que la mayoría de quienes ahí acuden se asumen como “católicos”. A su modo lo son, pero además *creen en esas cosas*.<sup>4</sup> Algunas mujeres van buscando polvos, brebajes, embrujos, hechizos o lo que sea que ayude a que regrese el ser amado; otras buscando una pócima para retener al amor prohibido, alejar a malos vecinos o pedir protección para el hijo que se fue a Estados Unidos.

El sexo masculino demanda fórmulas para tener éxito con las mujeres, abundancia económica, pero, además inquiriendo protección en “el trabajo” cuando éste se realiza fuera de la ley.

Así, bajo un aparente anonimato, en esos mercados transitan cuerpos tatuados, rayados, mutilados o golpeados, literal y emocionalmente hablando. Muchos llevando una lista de ingredientes que les fue demandada por alguien que

<sup>4</sup> Las cursivas son mías.

se dedica a esas artes, y con la certeza de que los expendedores no harán preguntas aun sabiendo qué tipo de “trabajo” se pretende con los artículos solicitados. En contadas ocasiones el expendedor se atreverá a sugerir agregar uno que otro elemento que, a su juicio, hará efectiva la receta o potenciará los resultados.

El ambiente que se experimenta en los *ateliers de religiosidad-es* es único e indescriptible, en ellos se mezcla libertad, complicidad, servicio, satisfacción, soberbia, malicia, maldad, desesperación, necesidad y necedad, y todo se conjuga para dar como resultado una religiosidad particular. Los actos que ahí suceden no son una “falta de respeto” a dios o las buenas consciencias, simplemente la interpretación y sentir de la religiosidad es libre, no hay supervisión institucional.

Ante la mirada del “otro” que en ocasiones parece asumirse como juez y vigilante, tal como ocurre en Coatepec, el concurrente adopta una actitud especial semejante al estado liminal, acaso catatónico, o simplemente se envuelve en una coraza impenetrable que supera la vergüenza y temor “al qué dirán”. La necesidad es más fuerte que cualquier impedimento cultural; las personas acuden a los mercados buscando los mismos remedios y embrujos, pero tal como sucede con las recetas culinarias, el resultado dependerá de la sazón del creador y el grado de fe que tenga el cliente. Y como los artistas, quienes ofrecen sus productos y servicios buscarán soluciones para imprimir su propio estilo procurando además efectividad, de ello dependerá su prestigio y se asegurará la fidelidad del cliente.

Ninguno de los que ahí convergen carece de fe, al contrario, se percibe en exceso tal como la creatividad, la religiosidad y la experiencia de vida que enriquece la percepción religiosa dotán-

dola de libre interpretación y expresión. Además favorece el surgimiento de deidades y representaciones alejadas de la normativa oficial católica, “San Cuau” es un buen ejemplo y seguramente sus seguidores son practicantes del fútbol.

### **A manera de soporte**

Los mercados en México funcionan como sedes integradoras de todas las religiones, ideologías, preferencias, estatus culturales, económicos, etcétera. Es claro que Marc Augé (1998) no visitó estos mercados mexicanos, no obstante, el mundo africano animista que describe en su libro *Dios como objeto*, parece apropiado a la religiosidad que en esos espacios se vive. Para Augé, en el dios-objeto visible se confunden y se materializan las dimensiones de la cohesión social. En los mercados mexicanos se experimenta, en cierto modo, lo expresado por el autor, pero además se crea un universo complejo de posibilidades en el que el hombre es dios, sana y mata a voluntad. El objeto es convertido en un dios al margen de los conocidos, y quien tiene el poder de crear dioses es nada menos que el hombre y no al contrario. Los dioses africanos de Augé se encuentran en nuestros *ateliers* mexicanos, sutil y simbólicamente, sobre todo en la santería cubana que, como sabemos, es nodo de muchas religiones como la propia *taina*, la *yoruba*, la católica, palo *monte*, abacoa, *candomble* y todas las derivadas de la mitología *bantú*.<sup>5</sup>

Sean mercados o *ateliers*, funcionan como universos animistas en los que el pensamiento humano

<sup>5</sup> La mitología bantú es el sistema de mitos y leyendas de los pueblos bantúes de África y de los cuales se derivan cientos de grupos étnicos. Para más información véase: Patricia Ann Lynch y Jeremy Roberts. (2010). *African Mythology A to Z*. Nueva York, Chelsea House. Alice Werner (1933), *Myths and Legends of the Bantu*. Londres: George W. Harrap and Co.

experimenta la libertad de desbordarse para crear fascinantes interrelaciones entre materia y vida, seres humanos y dioses, vivos y muertos, todos aglutinados en una compleja red simbólica. En sus pasillos, cada persona y cada cosa encuentran sentido, cada persona encuentra el sentido de sí en un objeto, o bien, el sentido del objeto en relación a sí mismo; relaciones que tienen cabida únicamente en dimensiones no terrenales en las que se interactúa con los dioses.

También el concepto “objeto social total” de Marcel Mauss (1971) se ajusta a la dinámica de los *ateliers*, señala la existencia de distintos niveles que se condensan en el dios-objeto como sentido, historia, revelación y enigma de toda la realidad. Así, en nuestros *ateliers* mexicanos tenemos dioses de piedra, plantas, madera, hierro, o dioses animales, vivos o muertos. También personajes virtuosos o asesinos deificados como Malverde, y toda clase de conjuros que se realizan pidiendo la ayuda de esos dioses. Encontramos elementos del chamanismo y curanderismo prehispánico en una versión actual, como ejemplo, las creencias huicholes y la tradición de las plantas medicinales convertidas en herbolaria mexicana que sobrevive al interior de las familias. Nada menos los hongos que tienen poder porque, en palabras de María Sabina, “son carne de Dios”.<sup>6</sup>

Es indiscutible que en los mercados parece detenida la historia de la humanidad, en sus “pasillos de yerberos y brujos” se generan día a día historias propias que provocan fracturas a la historia oficial de la religión, atentando a las mediciones

6 Cita tomada de: Benigno Horna de la Cruz. “Análisis antropológico de los aspectos sociales y culturales del uso de las plantas alucinógenas entre los Mazatecos de México: realidad o fantasía” en *Año/Cero*, Año xv, núm. 02, p. 163. Disponible en: <<http://benignohorna.com/Referencias.htm>>.

modernas del tiempo. Paradójicamente, en su interior todo gira en torno a la religión, en sus distintas representaciones y versiones, por ello encontramos plantas con el nombre de algún santo católico como es la hierba de San Juan, que sirve para aliviar depresión y locura, o ahuyentar a las brujas. Otras con nombres tan extraños y sugerentes como “tripas de Judas”,<sup>7</sup> planta conocida en toda la República por la amplia gama de enfermedades que cura.<sup>8</sup>

Pareciera que en estos *ateliers* la idea de una sola religión es arcaica, pero contrasta con la diversidad, la inclusión y la convivencia de representantes de corrientes diversas. Irónicamente, la ideología católica es la gran ausente a pesar de hacerse presente constantemente como alegoría a lo que sus preceptos consideran “pagano”.

Llama la atención que a pesar de la religiosidad tan diversa que se realiza en los mercados, cada uno cuenta con un altar comunitario dedicado a una deidad católica, casi siempre dedicado a la virgen de Guadalupe. Otras veces ofrecido a un cristo o a la deidad de la región, tal como el caso del mercado de la Merced que adoptó

7 Sinonimia popular: *Temecatlixihuitl* (náhuatl): “bejuco que se da sobre las piedras”. Alquilón, bejuco, bejuco de sanalotodo, bejuco loco, cola del diablo, hierba del buey, jiote, rondón, sana todo, secapalo, uva silvestre, tripa del diablo, tripa de vaca, tripa de Judas; Morelos: teme-catlixihuitl (náhuatl); Puebla: xaksis, chichi’ (totonaco), ju-tayu (otomí), omisal; San Luis Potosí: yax tsamnek (tenek); Sinaloa: yuku guirua (mayo). Fuente: Biblioteca Digital de la Medicina Tradicional Mexicana/ Atlas de las Plantas de la Medicina Tradicional Mexicana. Disponible en: <<http://www.medicinatradicionalmexicana.unam.mx>>.

8 Según la sabiduría popular, las “tripas de Judas” sirven para curar granos, espanto, espasmo, gripe, caída de cabello, dolor de estómago, retortijones, afecciones reumáticas, entre otras.



a la virgen de las Mercedes. A nivel comercial, las deidades católicas como esta virgen no son demandadas comercialmente en los pasillos que analizamos para este trabajo, no obstante, abundan como guardianas de los locales que no se dedican a comercializar la religiosidad como si se tratase de vírgenes ajenas al catolicismo.

### Conclusiones

Son incontables los mercados que siguen las dinámicas de *ateliers de religiosidad-es*, todos favorecidos por la propia historia de México y por las costumbres que subyacen ocultas en la historia oficial y en las mezclas que sólo tienen lugar en su interior. La religiosidad diversa y cambiante que se vive en los espacios apartados de la cotidianidad regida por la religión oficial, proporciona el carácter de *ateliers* a los mercados; quienes los transitan no experimentan rechazo de quienes proporcionan sus servicios.

En ellos reina la diversidad y, en conjunto, elementos, dioses y personas asemejan una sinfonía democrática, de ahí que el estatus económico no determine la religión, el pobre no es necesariamente católico, ni viceversa.

Son un todo unido por similitudes y diferencias que se distinguen a pesar de cada expresión particular, manifestación y representación de una religión específica, que se equilibra en sana convivencia, creando día a día elementos identitarios de nuevas religiosidades.

Caso peculiar son los santeros homosexuales que profesan tal corriente a pesar de que los preceptos religiosos no admiten un *babalawo* con tales preferencias; son rechazados como en la religión católica, pero ese será tema de otro trabajo.

### Bibliografía

- AUGÉ, Marc (1998). *Dios como objeto: símbolos, cuerpos, materias, palabras*. Barcelona: GEDISA.
- MAUSS, Marcel. trans. Teresa Rubio de Martín-Retortillo (1971). *Sociología y antropología*. Madrid: Técno.
- ANN Lynch, Patricia, and Jeremy Roberts (2010). *African Mythology A to Z*. Nueva York: Chelsea House.
- WERNER, Alice (1933). *Myths and Legends of the Bantu*. Londres: George W. Harrap and Co.
- BIBLIOTECA Digital de la Medicina Tradicional Mexicana / *Atlas de las Plantas de la Medicina Tradicional Mexicana*. Disponible en <<http://www.medicinatradicionalmexicana.unam.mx>>.