

Significaciones rituales asociadas a la labor de los tenderos de barrio

Ritual meanings associated with
the work of the neighborhood shopkeepers

Dagoberto Páramo Morales
dparamo@uninorte.edu.co

Ph. D. en Ciencias Económicas y Sociales -Gestión de Empresas, *Marketing-*, Université de Genève (Suiza). Master en Administration (MA), Tulane University, USA, Master of Business Administration (MBA) con énfasis en International Management, Université Catholique de Louvain (Bélgica). Profesional en Marketing, UNEVMAC, México. Docente-investigador, Escuela de Negocio, Universidad del Norte, Colombia. Coordinador Grupo de Investigación en *Marketing* (Colciencias, A).

Correspondencia: Universidad del Norte, Km 5 vía a Puerto Colombia, A.A. 1569, Barranquilla, Colombia.

Elías Ramírez Plazas
elramirez2008@gmail.com

Director del Grupo de Investigaciones Pymes, acreditado ante Colciencias (Categoría B). Profesor titular en el Programa de Administración de Empresas, Universidad Surcolombiana, Neiva, Colombia. Ingeniero Industrial, magíster en Economía y Administración Comercial y magíster en Dirección Universitaria de la Universidad de los Andes, Colombia. Estudios de doctorado en Ciencias del Marketing, Universidad de Murcia, España.

Correspondencia: Universidad Surcolobiana de Neiva, Huila, Colombia.

Resumen

Este estudio exploratorio explica desde una perspectiva etnográfica los rituales que los tenderos de barrio han fomentado en el núcleo familiar y en área de influencia del negocio. Para el desarrollo de la investigación se utilizaron métodos etnográficos y etnológicos. Se aplicaron 24 entrevistas en profundidad a tenderos de Barranquilla y Neiva, se utilizaron 20 horas de observación participante y no participante y se analizaron diferentes documentos. La propuesta de rituales resultante de la revisión teórica y de las categorías encontradas, indica que las actuaciones de los tenderos están fijadas por un entorno cultural aceptado, compartido. Ellos utilizan dos tipos de rituales relacionados con: 1. Transcurso anual del tiempo: pasajes, agüeristas, de integración. 2. Propósito particular: oración, posesión, despojo de significado, arreglo personal, percepción de uno mismo, inversión en objetos y de extensión para integrarse más con la comunidad donde prestan sus servicios.

Palabras clave: *Tienda tradicional, rituales, etnomarketing.*



Abstract

This exploratory study explains from an ethnographic perspective the rituals that neighborhood's shopkeepers have promoted in the family niche and in their business area of influence. During the research development we applied ethnographic and ethnological methods. 24 in-depth interviews were applied with shopkeepers of Barranquilla and Neiva; 20 hours of participant and non-participant observation were spent and different documents were analyzed. The rituals proposal resulting from the theoretical review and the obtained categories, indicates that actions of the shopkeepers are determined by an accepted and shared cultural environment. They use two types of rituals related with the: 1. Annual time: passages, "agüeristas", integration. 2. Particular intention: Prayer, possession, spoliation of meaning, personal arrangement, perception of oneself, investment in objects and of extension for more with integration the community where they deliver their services.

Keywords: *Traditional stores, rituals, etnomarketing.*

1. INTRODUCCIÓN

De las definiciones y clases de rituales planteados, se deduce que es una actividad simbólica de hacer siempre un acto de la misma manera mediante la ejecución de pasos que suceden y se repiten a lo largo de la vida de las personas (cumpleaños, 15 años, graduaciones, matrimonio, arreglo personal). Los ritos constituyen procesos de comunicación en donde se da significado a las experiencias y con los que facilita las relaciones entre los individuos y la sociedad.

Desde una perspectiva comercial, los rituales se mediatizan mediante reuniones sociales, cívicas, religiosas o empresariales, convenciones, donde lo esencial es que las empresas se integren a las comunidades del área de influencia.

Al revisar los estudios en la base de datos electrónica de ProQuest el 24 de julio de 2009 sobre comportamiento del consumidor y venta detallista se encontraron 511 artículos sobre droguerías, comercialización, surtidores, cine, etc.; y se hallaron 10 estudios sobre comportamiento del consumidor, venta detallista y rituales en: comprador de almacenes, hábitos de compra (McManus, 1998; Lynnette, 1996; Arnett, 1991).

2. ASPECTOS TEÓRICOS BÁSICOS

La complejidad inmersa en las aproximaciones conceptuales de los rituales es amplia y no tan homogénea al contrario de lo que tiende a suponerse. La gama teórica no solo es diversa sino contrastante y por momentos contradictoria (Douglas, 1984; Durkheim, 1993; Van Gennep, 1986); y moderna (Gluckman, 1963; Turner, 1969; Goffman, 1970). Sin embargo, un análisis de su esencia los muestra como un set de mecanismos sociales utilizados, por un lado, para conservar la tradición y la historia de una comunidad y, por el otro, para renovar, redefinir e inducir cambios en la estructura social recurriendo al hábito de misterio y misticismo que los respalda socialmente.

Cazeneuve (1972: 18) considera un ritual como un “un conjunto de reglas establecidas que se repiten de acuerdo con reglas invariables”; Turner

(1990:7) ve los rituales como “una conducta formal prescrita relacionada con la creencia en seres o fuerzas místicas”; Durkheim (1993: 608) los visualiza como “medios a través de los cuales se reafirma periódicamente el grupo social”; Moulian (2002: 42) los analiza como “complejos sistemas de comportamientos a través de los cuales las comunidades actualizan sus creencias y valores los cuales buscan regular las relaciones de los hombres con el universo y lo sagrado”; y Álvarez (2005: 226) los considera “actos colectivos simbólicos que cohesionan un grupo y contribuyen a la construcción de su identidad mediante la celebración de actos de relevancia comunitaria”.

Es claro que el ritual se origina en la antropología, tiene raíces en el estudio de las sociedades primitivas, ha sido usado para teorizar elementos de la vida religiosa de la gente y en la posguerra, varios antropólogos lo consideraron bueno, saludable e importante para la transformación cultural y religiosa de las personas (Larsen y Tufte, 2001): “Un ritual, como un elemento curativo de las enfermedades de la modernidad, [llega] hasta el punto en donde el [mismo] ritual parecía actuar independientemente de algún determinismo sociocultural” (Bell, 1997: 258).

Por su parte Bell (1997:264) analizando los estudios religiosos conceptuó que “el ritual es un medio para crear y renovar una comunidad, para transformar la identidad humana y explicar nuestro papel en el cosmos”, mientras que Durkheim (1993) teorizó sobre los rituales e hizo una distinción entre lo sagrado y lo profano, sosteniendo que el ritual sirve para experimentar emociones y fenómenos espirituales intensos, pues explica, por ejemplo, que la religión está conformada por un grupo de ideas y de prácticas con las cuales la gente sacraliza la estructura social o parte de ella: “La religión es el medio a través del cual la vida social compartida se experimenta, se expresa y se legitima” (Durkheim, 1993, citado por Bell, 1997: 38).

La religión y el comportamiento religioso fueron el objeto de estudio de Durkheim (1993), pero su acercamiento fue hecho desde el mundo de lo social en tanto plantea que las religiones son representaciones colectivas donde los ritos son formas de actuar de grupos organizados y cuyos propósitos son los de evocar, mantener o recrear ciertos estados

mentales. Fue Durkheim (1993) quien planteó las primeras teorías sobre la religión y el ritual; sostuvo que los ritos también servían a la sociedad civil en forma secular mediante ritos cívicos en eventos nacionales, y sus teorías fueron la base para esbozar el funcionalismo y estructuralismo para entender el ritual en su verdadera dimensión social y cultural.

Van Gennep (1986) estudió los momentos difíciles y críticos de la existencia sobre todo cuando la gente se mueve de una etapa a otra en su propio ciclo de vida; formuló el método secuencial del ritual en los aspectos del pasado, presente y futuro de las personas, y explicó los rituales de pasajes. Max Gluckman (1963, citado por Bell, 1997) indagó las razones por las cuales las relaciones sociales requieren los ritos de pasajes y sustentó que los rituales son mecanismos complejos donde se negocian y mediatizan los problemas sociales; pensamiento opuesto a Durkheim (1993), quien sostenía que el ritual es una expresión proyectada de cohesión y unidad social.

Desde la antropología estructural Strauss (1963) divide a las sociedades en dos tipos: "calientes" donde el tiempo es una sucesión de eventos registrables y "frías" donde el tiempo es estático, poco perceptivo a los cambios y dependen de la repetición de los rituales para garantizar la sobrevivencia del grupo. La antropología social, por su parte, se ha caracterizado por poner el énfasis en la "diferencia", en la exclusión de la dimensión ideológica y en el uso de una metodología focalizada en el punto de vista del actor (Gledhill 2000; Menéndez 2002; Rebel 2004); lo que favoreció la descripción y análisis de los adictos, gays, obesos, discapacitados, alcohólicos, mediante sus testimonios, voces, narrativas, experiencias y representaciones sociales (Menéndez 1997); y se preocupó por los rituales sociales, religiosos, mágicos, salud-enfermedad-atención (Moulian, 2001).

Los trabajos de Turner (1969) han sido los de mayor influencia en la conceptualización del rito en la teoría social contemporánea; combinó los trabajos de Van Gennep (secuencia del ritual) y Gluckman (ritualización del conflicto social) en el desarrollo del modelo de estructura y antiestructura. Sostuvo que los rituales sirven como dramas sociales porque los sentimientos se expresan a través del "liminoides" (umbral, un espacio y un tiempo intermedio entre el pasado, el presente y el futuro). Logró asimismo

establecer una distinción entre rituales tradicionales y modernos, argumentando que los primeros son confirmaciones emocionales del orden social, mientras que los segundos son esporádicos, con experimentación lúdica y con cierta crítica social (Turner, 1982). Sustentó también que los rituales constituyen modalidades de reflexividad social y que en ellos se vertebran los componentes cognitivos, emotivos y volitivos de la experiencia (Turner, 1986).

Goffman (1970) señala que en las sociedades modernas los rituales no marcan una distinción entre lo sagrado y lo profano; sostiene que lo que queda de los rituales religiosos se lleva a cabo en la interacción diaria como el ritual respecto al yo como un objeto sagrado. Su principal interés fueron los rituales en los escenarios microsociales diarios donde están presentes dos o más individuos, e identifica varios rituales de interacción donde todos se refieren al yo como a un objeto sagrado.

Bourdieu (1985) sostiene que para el ritual funcione, es preciso que la persona que lo presente sea percibida como legítima, lo que se expresa por la eficacia simbólica de sus palabras y el reconocimiento de su accionar. Godelier (1986) indica que algunos rituales legitiman las acciones de quienes gobiernan o dominan y que su fuerza radica en hacer borrar las huellas de artificiosidad con que son impuestas ciertas creencias y prácticas sociales. Leach (1993) opina que los ritos constituyen un proceso de comunicación a través de múltiples medios expresivos (canto, danza, oraciones, el manejo de símbolos, la alimentación), que emplean códigos distintos (lingüísticos, proxémicos, kinésicos) para producir conjuntamente un mensaje.

Rothenbuhler (1998) argumenta que el ritual es una actuación de algo, para alguien; es una acción particular que tienen un significado social y estructurada por un fenómeno social; son acciones sociales que enfatizan la participación en momentos críticos de la vida: “Un ritual es una actuación voluntaria de un comportamiento adecuado para surtir efectos simbólicos o participar en momentos críticos de la vida” (Rothenbuhler, 1998: 27).

Desde el simbolismo Geertz (1973) afirma que en el ritual se articulan el *ethos* y la cosmovisión proporcionando modelos del mundo y modelos para

la acción. A través de los ritos se reproducen, se renuevan las representaciones colectivas, se socializan las emociones y las actitudes, se refuerzan las relaciones, los valores sociales, se regulan las necesidades humanas y las constricciones medioambientales (Moulian, 2001). Malinowski (1994) desde su perspectiva antropológica defiende que los ritos son conductas reductoras de la ansiedad, que vinculan las actividades prácticas orientadas a la resolución de las necesidades humanas con las emociones y deseos que generan expectativas de satisfacción.

Los rituales van emergiendo en el marco de una cultura dada y en función de determinados hechos que requieren ser relevados. Por ejemplo, frente a los problemas sociales como consumo de alcohol en México se han constituido rituales para evitar su consumo mediante el “Juramento a la Virgen” en donde el alcohólico “jura” en una iglesia católica y ante un sacerdote y ante la Virgen de Guadalupe no beber durante un lapso. Desde ese momento puede permanecer con sus amigos o familiares sin que los miembros del grupo lo presionen a beber, dado que el sujeto está “jurado”, según se ha logrado comprobar, este extraña no tanto el alcohol sino las relaciones sociales constituidas alrededor de su consumo (Maldonado, Menéndez, Di Pardo, 1999).

Algunas tipologías de rituales

Las diferentes aproximaciones conceptuales y el uso que se hace de ellos en diferentes áreas del conocimiento han clasificado los rituales desde diferentes perspectivas.

Strauss (1963) plantea tres tipos de rituales: a) **históricos**: recrean el pasado y lo vuelve presente, b) **mortuorios**: recrean el presente para integrarlo al pasado, c) **control**: ajustan las relaciones entre los humanos y las especies totémicas en un pasado mítico.

Harris (1988) retoma el análisis de los “ritos del pasaje” y asegura que estos evidencian las evoluciones importantes del ser humano por un acontecimiento natural o sociocultural y los clasifica así: a) **nacimiento**: miembro pequeño de la familia, b) **pubertad**: expresión del estatus sexual, c) **matrimonio**: adulto en la sociedad, d) **muerte**: regreso al mundo de los antepasados.

Belk (1988), basado en la naturaleza de la autopercepción y en la forma ritual como son tratadas las posesiones desde la antropología, propuso cuatro enfoques para comprender la complejidad del consumidor mediante la extensión de las personas en los bienes que posee:

- a. **Percepción de uno mismo:** significa que mientras más control tenemos sobre un bien, más cerca estamos de él; por ello algunas posesiones y experiencias tienen un gran impacto en las personas al considerarlas parte inseparable de ellas.
- b. **Pérdida de posesiones:** debido a la pérdida de ciertas posesiones, una reacción es una actitud de autorrestauración que lleva a adquirir productos similares como remplazo de los extraviados o, en el caso de la pérdida de un órgano, a buscar una prótesis o un artefacto que ayude a recuperar su identidad.
- c. **Inversión en objetos:** dada la estrecha relación que se construye con algunos objetos, las personas optan por darle nombres a sus autos, motos, etc., e incluso sufren cuando no funcionan correctamente. Es tal el tiempo y la dedicación dada a ciertas posesiones, que algunos objetos son vistos como prolongación de las personalidades de sus propietarios.
- d. **Autoextensión:** las posesiones hacen que las personas se autoextiendan. Por ejemplo, un uniforme o una medalla convencen al dueño y a otras personas que es alguien diferente. La relación entre tener, hacer y ser hace que las posesiones tengan un enorme impacto en la conducta y comportamiento de los consumidores.

Belk (1988), por otro lado, define el materialismo como la importancia que un consumidor le da a las posesiones, enfatizando que en los estratos altos estos bienes asumen un lugar central en sus vidas, porque aquel cree que le dan (in)satisfacción. Cuando los objetos son medios esenciales para la vida, son instrumentales, y si se adquieren para generar envidia, admiración o alcanzar estatus, son terminales (Richins y Dawson, 1992).

McCracken (1990) reconoce que los individuos son el producto de su cultura, de sus agrupaciones sociales, por lo tanto, su actuación social está mediatizada por los siguientes comportamientos rituales:

- a. **Arreglo personal.** Es asegurarse de que la ropa, el peinado y su apariencia personal reflejen en actos especiales significados simbólicos socialmente reconocidos por el grupo de referencia al que pertenece o desea interactuar.
- b. **Intercambio.** Se relaciona con el comportamiento social de dar regalos, en la medida en que desea transferir las propiedades significativas que estos poseen a aquellos a quienes se los obsequia.
- c. **Posesión.** Se asocia con el hecho social de destinar buena parte del tiempo en la limpieza, discusión, comparación, ostentación y fotografiado posesiones o experiencias que tienen un valor simbólico para su dueño.
- d. **Despojo de significado.** Se manifiesta cuando el individuo está a punto de deshacerse de un bien, ya sea mediante su regalo o venta, tratando de eliminar el significado asociado a su propia personalidad. Igualmente existen bienes que las personas nunca se ufanan de poseer porque estos ya no tienen propiedades simbólicas socialmente reconocidas.

Turner (1990) establece cuatro tipos de rituales:

- a. **Periódicos.** Son aquellos que se realizan en forma periódica y están relacionados con aspectos culturales importantes para el grupo.
- b. **Pasaje.** Se refiere a los cambios por los que atraviesa un individuo de un estado a otro: nacimiento, 15 años, muerte.
- c. **Reguladores.** Son importantes en sociedades primitivas donde el poder no está centralizado y generalmente son violentos.
- d. **Reparadores.** Ayudan a los individuos a readaptarse a la sociedad.

Deal y Kenedy (1982) y Bertrand (1991) presentan cinco clasificaciones de rituales:

- a. **Iniciación.** Se llevan a cabo en el momento en que el nuevo empleado entra a formar parte de una organización.
- b. **Integración.** Se trata de reuniones periódicas que sirven para cimentar los lazos entre personas o entre los miembros de un grupo. Estos ritos son informales y hacen sentir al empleado parte importante de la empresa.
- c. **Trabajo.** Mediante reuniones se promueven las creencias y los valores empresariales que proveen cohesión y solidaridad a sus empleados, y favorece la creación de una imagen sólida hacia el entorno.
- d. **Exclusión.** Se utilizan en las ceremonias en donde se separa a alguien de un grupo.
- e. **Gerenciales.** Son creados para fomentar valores, conservar el control y ejercer influencia hacia los empleados por parte de los gerentes.

Kreps (1986) plantea cuatro formas de rituales:

- a. **Separación.** Sirve para separar un miembro de una organización o de un grupo.
- b. **Cohesión.** Busca generar unión social y espíritu de equipo.
- c. **Socialización.** Genera un sentimiento de pertenencia al grupo.
- d. **Disminución del estrés.** El rito tiene como fin disminuir la sensación de pánico o ansiedad dentro de la organización.

Urbiola y Lara (2007) plantean cuatro clases de rituales:

- a. **Periódicos.** Son aquellos que se realizan en forma periódica y están relacionados con aspectos culturales considerados importantes para el grupo.

- b. **Pasaje.** Este ritual se refiere a los cambios por los que atraviesa un individuo de un estado a otro: nacimiento, 15 años, pubertad, matrimonio, muerte.
- c. **Regulación.** Son las promociones o ascensos que tiene un empleado, o cuando se retira o es despedido de la organización.
- d. **Reparadores.** Ayudan a los individuos a readaptarse a la sociedad.

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1. Soporte epistemológico

Este estudio fue de corte cualitativo porque fue orientado al descubrimiento, como forma de minimizar la manipulación del investigador y de no definir límites previos a los resultados mediante hipótesis (Guba, 1978). También contrasta con los diseños experimentales controlados donde se manipulan variables y los cuestionarios, predeterminando las categorías de respuesta (Patton, 2002).

En busca de una mayor riqueza para la recopilación, análisis y comprensión de la información se recurrió al paradigma relativista en su acepción etnográfica, que se inspirados en el relativismo cultural de Goffman (1961); la antropología estructural de Levi-Strauss (1971); el relativismo simbólico de Blumer (1969); la etnometodología de Garfinkel (1967); el método Prodin de Bergadaà (2006); las técnicas de entrevista en profundidad, de observación directa –participante y no participante– y el análisis de documentos (Patton, 2002).

3.2. Técnicas de recopilación y de análisis de la información

Como fuente primaria fueron entrevistados 24 tenderos tradicionales en Barranquilla y Neiva, seleccionados de acuerdo con el estrato socio-económico. Su escogencia se realizó a partir de diálogos preliminares encaminados a obtener su anuencia para hacer parte de la investigación y determinar si el informante calificaba según los criterios establecidos en el estudio. Todo el material fue grabado –con audio o video–, luego se

transcribió literalmente, y al final fue sometido a un riguroso proceso de análisis de contenido. Se diseñaron matrices de análisis por ciudad y luego de manera conjunta.

Para el contraste de una realidad cultural con otra, se aplicaron algunas técnicas de la etnología buscando siempre el contraste entre los tenderos de una ciudad y de otra. La interpretación de todo el gran volumen de información se hizo desde la antropología.

4. PRINCIPALES RESULTADOS

Para el análisis de los rituales de los tenderos de barrio se tuvieron en cuenta las tipologías de Belk (1988), las de McCracken (1990) y a partir de los modelos teóricos hallados y las tipificaciones propuestas por Deal & Kennedy (1982); Bertrand (1991); Kreps (1986); y Urbiola & Lara (2007).

Los rituales fueron agrupados en 10 niveles, así:

a. Rituales de pasajes

Buscan cambios sociales a través de participación en eventos especiales de la familia y comunitarios. Así mismo, McCracken (1990) llama ritual de intercambio a las celebraciones donde se dan regalos, como bautizos y matrimonios:

- **Nacimiento y bautizos.** Son solidarios cuando nace un niño(a) de un amigo, vecino o cliente especial, le llevan regalo y aconsejan a la madre sobre los cuidados que deben practicar.
- **Matrimonio.** Los tenderos cuando asisten al ritual del matrimonio de un amigo, vecino o cliente especial llegan después de cerrar la tienda (10 p. m.); se ponen elegantes, llevan un detalle; toman poco y regresan temprano. Cuando se casa un dueño o un familiar que atiende el negocio, ese día la tienda no se abre porque todos están preparando la celebración y el día siguiente tampoco, por los excesos de la celebración.

- **Fúnebre.** Si el fallecido es alguien muy cercano a la familia de los tenderos, la tienda no se abre mientras sucede el velorio, la misa y el entierro. Este rito permite conmemorar y despedir al difunto y posibilita poner en paz a los vivos con el fallecido y refuerza los lazos sociales de solidaridad entre quienes participan. Cuando el fallecido no es muy cercano a los tenderos, solo acompañan a los dolientes en el velorio o en la misa, o en el entierro y se turnan con sus familiares para no cerrar el negocio. En este rito se visten de negro o blanco y se evitan los colores llamativos o encendidos.

b. Rituales de integración

Buscan reconocimiento e integración social del tendero con la comunidad mediante actos sociales familiares dentro del negocio o participación del tendero y su familia en fiestas de cumpleaños, fiestas regionales, 31 de diciembre, Día de los Niños y Noche de las Velitas:

- **Cumpleaños de tenderos y allegados.** Los tenderos son invitados a almorzar por sus parejas, hijos o familiares y muchos de ellos afirmaron que estrenan ropa para la ocasión. A pesar de que siempre existe un reconocimiento a la persona que cumple años por parte de su núcleo social más inmediato, los tenderos no dejan de trabajar por este motivo; exceptuando si su cumpleaños corresponde a un festivo. La fecha de cumpleaños del dueño del negocio solo es tenida en cuenta por el 5% de total de proveedores.
- **Fiestas regionales.** Los rituales de integración se hacen mediante la degustación de comidas típicas preparadas por los consumidores, como guandul, mote de queso, sancocho de gallina, lechona, asado, tamales, chicha y mediante el consumo elevado de licor. A su vez, los tenderos obsequian un trago o una cerveza a los clientes especiales. En estas fiestas al igual que el 24 y 31 de diciembre, los tenderos participan cerrando mucho más tarde; atendiéndolos hasta altas horas de la noche y *“si es necesario amanecer, se amanece”*. Durante las fiestas regionales los tenderos se visten con los atuendos típicos de la región. La participación de los tenderos en las festividades regionales se hace posible siempre que ellos vivan en el mismo lugar en que poseen la

tienda. El 30% de los entrevistados no vivían en la tienda, razón por la cual en Navidad y año nuevo cerraban más temprano para celebrar con sus amigos y familiares; pero, por el contrario, en las fiestas regionales ampliaban el horario de atención.

- **31 de diciembre.** Son días en que los tenderos llevan a cabo los rituales de estrenar ropa, integrarse con familiares y amigos y asistir a fiestas donde son invitados.
- **Cierre del negocio.** Lo hacen el 30% de los tenderos por ser un día festivo, por descanso, devoción, solidaridad y/o cumpleaños. Algunos festivos son utilizados para llevar a cabo rituales como la visita a familiares o enfermos, paseos a ríos o piscinas, caminatas y visitas a centros comerciales. En estas fechas se abre más tarde el negocio o se cierra más temprano.
- **Día de los Niños.** El 31 de octubre se celebra el Día de los Niños y todos los tenderos manifestaron obsequiar dulces a los niños y a las niñas que visitaron su tienda. Afirmaron que sería motivo de vergüenza no hacer una atención tan sencilla como regalar dulces, hecho que evidencia una falta social por su no participación.
- **Noche de las Velitas.** El 7 de diciembre se celebra la Noche de las Velitas, fiesta en donde todos los tenderos aparte de aumentar sus ventas, decoran la acera del negocio con velas. Expresaron que una conducta inapropiada sería que todas las casas de la cuadra tuvieran velas menos la tienda. Este rito social de decorar de forma diferente el negocio, deja entrever el deseo de integrarse con la comunidad en esta festividad. Ninguno manifestó participar por razones religiosas.

c. Rituales agüeristas

Son conductas maniacas y/o supersticiosas que no generan ningún cambio social y se hacen para traer buena suerte, ahuyentar los malos espíritus en las familias y aumentar las ventas en sus negocios. Son creencias o maneras de presagiar el futuro por parte del 30% de los tenderos entrevistados que las practican así:

- **Agüeros para la familia.** Fundamentados en el consumo de doce uvas a las doce de la noche del 31 de diciembre; el baño corporal con café o con jabón de la prosperidad o del amor; el uso de ropa interior amarilla por parte de las mujeres, el riego con sahumerio de la tienda; la vuelta a la manzana con una maleta de viaje para que durante el nuevo año haya muchos viajes. Son rituales supersticiosos llevados a cabo para alejar “las malas energías” y traer prosperidad para su familia y seres queridos.
- **Agüeros para el negocio.** Con el objetivo de incrementar las ventas y que no entren “las malas energías” circulantes en la calle al negocio, algunos tenderos realizan los siguientes actos: riegan el negocio con hierbas y agua bendita, colocan campanas hindúes y monedas chinas a la entrada de la tienda; ubican detrás de las puertas del negocio matas de sábila, de ruda o espigas del trigo; riegan la tienda con lentejas; lavan el local y surten el negocio con toda clase de productos o reorganizan toda la mercancía con el fin de que así permanezca durante todo el año; barren la tienda con esencias de sándalo con una escoba solamente destinada para este fin.

d. Rituales de oración

Basados en la fe y en contra de los actos agüeristas, otro grupo de tenderos (30%) realiza actividades de oración familiares o comunitarias en donde solicitan a Dios que les vaya bien a nivel familiar y comercial.

- **Semana Santa.** Algunos de los tenderos por respeto a sus creencias religiosas cierran el negocio el Jueves y el Viernes Santo para asistir a actos litúrgicos. Otros tenderos se turnan con su familia para concurrir a algunas ceremonias religiosas. En esta semana se aumentan las ventas entre enlatados, huevos y pescados por la practica religiosa del ayuno entre clientes, amigos y familiares. Por esta razón compran menos carne y más de aquellos productos mencionados.
- **Navidad.** Son días en que los tenderos llevan a cabo los rituales de comida, estrenar ropan, se integran con familiares y amigos para recibir presentes de amigos, vecinos o compradores, y para obsequiar a clientes leales y amigos algún detalle como vino y galletas.

- **Oración diaria.** Otros tenderos con sus familias diariamente hacen una oración con cada comida y por las noches antes de acostarse.

e. Ritual de posesión

McCracken (1990) indica que son los bienes preferidos por las personas, a los cuales les dedican tiempo limpiándolos, comparándolos, ostentándolos y fotografiándolos. El bien preferido por los tenderos es la misma tienda porque les ha dado ingresos tanto para educar a sus hijos como para comprar bienes; igualmente expresaron preferencia por la familia porque ha colaborado para sacar la tienda adelante y los ha convertido en personas importantes en el barrio.

f. Ritual de despojo de significado

McCracken (1990) argumenta que son los bienes que tienen poco significado y por eso los venderían o los regalarían. Los bienes que venderían los tenderos son aquellos que no tienen nada que ver con el negocio de la tienda (finca, bicicleta, muebles).

Es necesario indicar que un tendero desearía vender el negocio para integrarse a su familia, puesto que nunca lo volvió a invitar a ninguna reunión de integración porque sólo piensa en la tienda y nunca la cierra; mientras que otros tenderos desearían conseguir recursos para ampliarla; los bienes que desean cambiar son una finca o una casa a fin de obtener nuevos ingresos y un carro de segunda para tener más comodidad ya que la familia se ha ampliado.

g. Ritual de arreglo personal

McCracken (1990) expresa que la ropa, las joyas, los vestidos, los peinados, etc. tienen un significado simbólico en el grupo donde interactúan los tenderos. El 40% de los tenderos viven siempre arreglados y el resto se viste en forma especial cuando los invitan a matrimonios, cumpleaños, bautizo de un niño, fiestas especiales o ceremonias religiosas.

h. Ritual de percepción de uno mismo

Belk (1988) pronuncia que ciertas posesiones y determinadas experiencias tiene gran impacto en las personas. La tienda es para los tenderos su posesión más importante porque la consideran parte inseparables de sus vidas.

i. Ritual de inversión en objetos

Belk (1988) sostiene que las personas desarrollan estrechas relaciones con algunos bienes y hasta le dan nombres, e incluso sufren cuando no funcionan correctamente. De los tenderos observados se encontró que el 50% de ellos le tenían nombre a sus negocios con publicidad de empresas cerveceras, licores, cigarrillos y gaseosas, especialmente. Los dueños se identifican tanto con los negocios que los consideran prolongación de su personalidad y sufren cuando no hay ventas o sucede un siniestro.

j. Ritual de extensión

Belk (1988) argumenta que las personas se autoextienden con ciertos bienes y los tenderos lo hacen con la tienda, ya que según ellos los convierte en personas importantes en el barrio.

5. CONCLUSIONES

Aunque normalmente el uso de la palabra ritual está asociado a la antropología, es posible estudiar los rituales en otras disciplinas para entender procesos de construcción simbólica entre los miembros de una organización social y económica como la tienda de barrio y plantear una propuesta de clasificación en función del tiempo y del propósito con los que son llevados a cabo, así:

- **Rituales relacionados con el transcurso anual del tiempo:** pasajes (buscan cambios sociales a través de participación en eventos especiales de la familia y comunitarios, como nacimientos, bautizos, matrimonios y entierros); agüeristas (son conductas maniacas y/o supersticiosas que no generan ningún cambio social y se hacen los 31 de diciembre y en

otras fechas para traer buena suerte, ahuyentar los malos espíritus en las familias y aumentar las ventas en sus negocios; integración (buscan reconocimiento e integración social del tendero con la comunidad mediante actos sociales familiares dentro del negocio o participación del tendero y su familia en fiestas de cumpleaños, fiestas regionales, 31 de diciembre, día de los niños, noche de las velitas).

- **Rituales relacionados con un propósito particular:** oración; posesión (bienes preferidos por los tenderos); despojo de significado (bienes que se venderían o regalarían); arreglo personal; percepción de uno mismo (ciertas posesiones y determinadas experiencias tienen gran impacto en las personas); inversión en objetos (es cuando las personas desarrollan estrechas relaciones con algunos bienes y optan por darle nombres y sufren cuando no funcionan correctamente); extensión (son los bienes que hacen ver más grandes las personas).

El desarrollo de los rituales de pasajes y de integración en las tiendas de barrio ha servido para el fomento del *marketing* relacional, constructo que mediante el ejercicio del negocio, ha sido creado por los tenderos desde hace más de cincuenta años. Igualmente, el concepto según el cual las organizaciones deben hacer actividades promocionales para fidelizar sus clientes en las tiendas de barrio durante los rituales de pasaje y de integración se invierte porque son los clientes quienes les llevan a los tenderos detalles de Navidad, de cumpleaños y las comidas típicas que hacen en sus hogares durante las fiestas regionales en consideración a que estos trabajan hasta las dos, tres o cuatro de la madrugada, no tienen tiempo para prepararlas.

Los tenderos utilizan los ritos institucionalizados socialmente apropiándose para el mundo de la pequeña tienda, de los vecinos del barrio, de los clientes, de los amigos y de los proveedores dado que sus actuaciones están condicionadas por un entorno cultural definido, aceptado y ampliamente compartido (Douglas, Irshewood, 1979; McCracken, 1990). Sin embargo, estos ritos poseen ligeros matices de acuerdo a la ubicación social de la tienda; se viven más rituales de intercambio (McCracken, 1990) entre el tendero y sus clientes en las tiendas de estrato bajo, que en las tiendas de estratos altos donde casi son nulos.

6. FUTUROS ESTUDIOS

Se recomienda hacer estudios sobre ritualidades en otras actividades económicas y en regiones donde haya mucha heterogeneidad para comprender su incidencia en el comportamiento gerencial. Igualmente se recomienda hacer estudios empíricos sobre ritualidades de los tenderos y con base en el presente resultado formular hipótesis y explicar estas relaciones con otras variables comportamentales.

Referencias

- Andreasen, A.R. (Ed.). (1972). *Improving inner-city marketing*. AMA, Chicago.
- Arnett, E. (1991, 18 Apr.). Elbows useful at basement rite. *Boston Globe*. Boston: Mass: April 18, p.47.
- Bagarozzi, D. A. & Anderson, S. A. (1996). *Mitos personales, matrimoniales y familiares: formulaciones teóricas y estrategias clínicas*. Barcelona: Paidós.
- Belk, R. (1988, Septiembre). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 15.
- Bell, C. (1997). *Ritual: perspectives and dimensions*. New York: Oxford University Press
- Bergadaa, M. (2006). *La proximité au Lieu de Vente. Comment Implique-t-elle le Client ? Observatoire de Vente et Stratégies du Marketing (OVSM)*. Suisse: Université de Genève.
- Bertrand, Y. (1991). *Culture organisationnelle. Collection communication organisationnelle*. Canada: Presses de l' « Université du Québec. Tele Université.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism; Sociology; addresses, essays, Lectures; Methodology*. London: Prentice Hall.
- Bourdieu, P. (1985). *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid: Akal.
- Cazeneuve, J. (1972). *Sociología del rito*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Contreras, M. (1998). La eficacia simbólica del agua en el ritual cristiano del bautismo. Un enfoque antropológico. *La Gazeta Antropológica*, 14.
- Deal, T.E. & Kenedy, A. A. (1982). *Corporate cultures: The rites and rituals of corporate life*. Reading, M. A.: Addison Wesley.
- Douglas, I. (1979). *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. México: Grijalbo.
- Douglas, M. (1978). *Símbolos naturales. Exploraciones en cosmología*. Madrid: Alianza.

- Douglas, M. (1984) *Implicit meanings*. Londres: Routledge and Kegan Paul.
- Durkheim, E. (1993). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Madrid: Alianza.
- Garfinkel, H. (1967). *Studies in ethnomethodology*, Englewood Cliffs: Prentice Hall. (1984. Cambridge, Polity Press).
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. New York: Basic Books.
- Geertz, C. (1992). La religión como sistema cultural. En *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Gledhill, J. (2000). *El poder y sus disfraces* (2.^a ed.) Barcelona: Bellaterra.
- Godelier, M. (1986). *La producción de grandes bombres. Poder y dominación masculina entre los Baruya de Nueva Guinea*. Madrid: Akal.
- Goffman, I. (1970). *Ritual de la interacción*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Guba, E. (1978). Toward a methodology of naturalistic inquiry in educational evaluation. *Monograph Series in Evaluation*, I. Center for the Study of Evaluation. University of California.
- Harris, M. (1988). *An introduction to general anthropology*. New York: Harper & Row.
- Kreps, G. (1986). *Organizational communication. Theory and practice*. Toronto: Longman.
- Larsen, B. S. & Tufte, T. (2001, junio). ¿Es necesario seguir un ritual?. Explorando los usos sociales de los medios de comunicación. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, VII, 13.
- Leach, E. (1993). *Cultura y comunicación. La lógica de la conexión de los símbolos. Una introducción al uso del análisis estructuralista en la antropología social*. México: Siglo XXI.
- Levi-Strauss, C. (1963). *The structural study of myth*. Suffolk: Basic Books.
- Levi-Strauss, C. (1971). *Antropología estructural*. Barcelona: Paidós.
- Lynnette, K. (1996). A door buster goes like gangbusters in sampli of holiday discount ritual. *Wall Street Journal* (Eastern edition), B 12.
- Maldonado, E., Menéndez, E.L. & Di Pardo, R. B. (1999). *El secreto del alcohol*. [Video]. México: CIESAS/UNAM.
- Malinowski, B. (1994). *Magia, ciencia y religión*. Barcelona: Ariel.
- Mariampolsky, H. (1999, January). The power of ethnography. Market research society. *Journal of the Market Research Society*, London.
- Mccracken, G. (1990). Culture and consumer behavior: An anthropological perspective. *Journal of the Market Research Society*, 32 (1) 3-11.
- Mcmanus, T. (1998). *Singles are key to the record-burying habit*. New York: Billboard.
- Menendez, E. L. (1997). Antropología médica: espacios propios, campos de nadie. *Nueva Antropología*, 51, 83-103

- Menéndez, E. L. (2002). *La parte negada de la cultura. Relativismo, diferencias y racismo*. Barcelona: Bellat.
- Moulian, R. (2001). De la reflexividad social a las mediaciones rituales: mutaciones, convergencias y paradojas en el lepün y el culto pentecostal. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 8, 29-50.
- Patton M. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rebel, H. (2004). Después del siguiente genocidio: el modernismo reaccionario y el desafío postmoderno a la ética analítica. *Relaciones*, XXV, 98, 147-210.
- Richins, M. & Dawson, S. (1992, December). A consumer values orientation for Materialism and its Measurement. Scale Development and Validation. *Journal of Marketing Research*, 19, 303-316.
- Rothenhuhler, E. W. (1998) *Ritual communications. From every day conversation to mediated ceremony*. New York: Sage.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research*. Thousand Oaks, USA: Sage.
- Turner, V. (1969). *The ritual process. Structure and anti-structure*. New York: Aldine de Gruyter.
- Turner, V. (1982) *From ritual to theatre*. New York: PAJ Publications.
- Turner, V. (1986). *The anthropology of the performance*. New York: PAJ Publications.
- Turner, V. (1990). *La selva de los símbolos. Aspectos del ritual dembu*. Madrid: Siglo XXI.
- Urbiola A. & Lara, G. (2007). *Rituales en cooperativas de aborro y crédito mexicanas*.
- Van Gennep, A. (1986) *Los ritos de paso*. Madrid: Taurus.
- Venkatesh, A. (1995). Ethnoconsumerism. A new paradigm to study cultural and cross-cultural consumer behavior. Janen Arnold Costa and Gary Barnossy (Eds.). In *Marketing in a multicultural world*. Thousands Oaks CA: Sage.