

¿Quiénes son los cofrades y las cofradas? Bases sociales y modelos cofradieros en las hermandades andaluzas

Who Are the Brothers and the Sisters? Social Bases and Confraternity Models in the Andalusian Brotherhoods

Daniel Marín-Gutiérrez

Universidad Pablo de Olavide, España

dgutmar@upo.es

Recibido: 04/09/2025

Aceptado: 09/12/2025

Formato de citación:

Marín-Gutiérrez, D. (2026). ¿Quiénes son los cofrades y las cofradas? Bases sociales y modelos cofradieros en las hermandades andaluzas. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 109, 127-149, <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/dmarin.pdf>

Resumen

Este trabajo analiza las bases sociales y las formas de ser cofrade en las hermandades andaluzas como núcleo del cofradierismo, entendido desde la intersección entre consumo cultural y religioso. A partir de la Encuesta Social 2022 del IECA y de material etnográfico, se describen los perfiles sociodemográficos, evidenciando la presencia de clases trabajadoras urbanas, un progresivo envejecimiento poblacional y una incipiente gentrificación vinculada a las clases creativas. Asimismo, se observa un proceso de normalización de género aunque persisten desigualdades en la participación femenina. El análisis de componentes principales permite identificar tres modelos cofradieros: el cofradierismo creativo conecta con consumos culturales elitistas; el comunitario reproduce dinámicas de pertenencia y tradición; y el cofradierismo de género tensiona los límites patriarcales de la institución. Estos modelos configuran un mosaico que cuestiona la idea de homogeneidad del cofradierismo andaluz.

Palabras clave

Hermandades, cofradías, cofradierismo, consumo cultural, consumo religioso, Andalucía.

Abstract

This paper analyses the social bases and ways of being a member of an Andalusian confraternity as the core of brotherhood culture, understood from the intersection between cultural and religious consumption. Based on the IECA's 2022 Social Survey

and ethnographic material, the sociodemographic profiles are described, highlighting the presence of urban working classes, a progressively ageing population and incipient gentrification linked to the creative classes. Likewise, a process of gender normalisation is observed, although inequalities in female participation persist. Principal Component Analysis identifies three models of *cofradierismo*: creative *cofradierismo* connects with elitist cultural consumption; community *cofradierismo* reproduces dynamics of belonging and tradition; and gender *cofradierismo* challenges the patriarchal limits of the institution. These models form a mosaic that questions the idea of homogeneity in Andalusian *cofradierismo*.

Keywords

Brotherhoods, Confraternities, *Cofradierismo*, Cultural Consumption, Religious Consumption, Andalusia.

1. Introducción

La conmemoración de las fiestas de Semana Santa, sus procesiones y ritos, así como los numerosos eventos festivos religiosos jalonados a lo largo del año –como las romerías o peregrinaciones que tienen un carácter ceremonial– son, en su conjunto, la expresión cultural más importante en España¹. Aunque en ellos participan multitudes, parafraseando a Ariño (1993), “ningún ritual con un cierto grado de complejidad puede producirse sin algún tipo de organización, basándose esta con frecuencia en la actualidad en asociaciones formales voluntarias” (García Pilán, 2021: 13). Concretamente, las hermandades mantienen una estrecha relación con la celebración de la Semana Santa y el conjunto de eventos festivos religiosos que vertebran las fiestas populares y, además, se ubican en el *core* del *cofradierismo* (Marín-Gutiérrez, 2025), un *frame* socio-religioso que combina una pluralidad de creencias e ideologías, el empleo de recursos estéticos para la representación de lo sagrado y la participación en rituales socio-religiosos.

Las hermandades y cofradías² son una de las formas asociativas religiosas más recurrentes en España, especialmente en Andalucía. Según la Conferencia Episcopal Española (2023), se han contabilizado 5.332 cofradías, lo que supone un 24,87% del conjunto de todas las categorías de cualquier confesión³ y tipo de entidad⁴ del Registro de Entidades Religiosas del Ministerio de Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes (RER). Si en la categoría de asociaciones religiosas existen un total de 7.825 organizaciones, las cofradías suponen el 68,14% del tejido asociativo confesional. Estas

¹Según el Ministerio de Industria y Turismo del Gobierno de España, en el año 2025 existían 83 celebraciones declaradas Fiestas de Interés Turístico Internacional, de las cuales, 39 aluden por su nombre y contenido a eventos festivos de carácter religioso.

²El Código de Derecho Canónico (CIC) vigente desde 1983 no recoge la distinción entre ‘hermandades’ y ‘cofradías’ e integra a ambas categorías, junto a otras referenciadas en el CIC de 1917 o pío-benedictino, bajo la condición de asociaciones públicas de fieles. Igualmente, conviene recordar que hermandad y cofradía aluden a dos realidades sociológicas diferentes: por ‘hermandad’ se entiende el grupo de personas asociadas para alcanzar unos fines comunes y por ‘cofradía’ se considera una expresión ritual religiosa, integrada por elementos simbólicos. A pesar de lo mencionado, en este texto, ‘hermandad’ y ‘cofradía’ serán usados como sinónimos, tal como propone el Diccionario de la Real Academia Española. Para profundizar en este debate, *cfr.* Sánchez Herrero (2003) y *cfr.* Mancha-Castro (2018).

³Las confesiones incluidas en el Registro de Entidades Religiosas son católicos, evangélicos, judíos, musulmanes, mormones, testigos de Jehová, budistas, ortodoxos, baháís, confesiones nativas paganas, hinduistas, científicos, sijs, otras confesiones cristianas y no cristianas.

⁴Iglesia, comunidad o confesión; orden, congregación o instituto religioso; asociación; federación; o fundación.

cifras se vuelven aún más relevantes en Andalucía: el 35,86% de las asociaciones religiosas de España se ubican en esta comunidad autónoma, siendo católicas el 97,87% de las correspondientes a este territorio. Y más específicamente, el 90,71% de las asociaciones católicas andaluzas son hermandades, mientras que el resto representan seminarios, asociaciones caritativas, de apoyo a causas religiosas, movimientos laicales, scouts católicos, fraternidades y órdenes seculares o terceras.

A pesar de esta aproximación, se sabe muy poco acerca de los cofrades y las cofradas⁵ andaluces, lo cual sirve para resituar las investigaciones sobre esta cuestión. Muy escasamente, el Departamento de Investigación Socio Religiosa (DIS) ejecutó un trabajo sobre aspectos sociológicos y pastorales con motivo del Sínodo Hispalense de 1973 (Sivianes, 2018); Moreno (1999 [1974]) planteó un estudio teórico sobre los mecanismos de participación en las hermandades andaluzas; Rodríguez Mateos (1997a) analizó la Semana Santa de Sevilla, aproximándose a los datos sociodemográficos de este caso; Mancha Castro (2018; 2023) estudió similares aspectos de la Semana Santa de Huelva; y Ureña (2023) estudió el vínculo personal y afectivo de la población de Málaga con sus cofradías. Ningún trabajo, hasta la fecha, ha profundizado en las características sociológicas de los cofrades y las cofradas de Andalucía como realidad de conjunto.

Este texto sigue la línea de las últimas referencias para presentar una aproximación a las bases sociales y la religiosidad de las hermandades andaluzas. Aunque el cofradierismo no es una realidad homogénea y ofrecer una instantánea sin matices podría ser poco adecuado, este trabajo debe apreciarse desde el enfoque de la “religión de los andaluces” (Rodríguez Becerra, 2006; Castón, 1985), es decir, como un estudio que presenta, en primer plano, las características sociodemográficas más usuales de los cofrades y las cofradas andaluces, así como procesos de cambio social que les afectan. A partir de los datos de la *Encuesta Social 2022* del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA, 2022), en la primera parte de los resultados se muestra que las hermandades y cofradías, situadas en el núcleo del cofradierismo, son un fenómeno integrado mayoritariamente por las clases trabajadoras urbanas con fuerte arraigo territorial aunque se observan síntomas de normalización de género, estancamiento demográfico y gentrificación en favor de las clases creativas. En la segunda parte, se realiza un análisis de componentes principales (ACP) para estudiar los modelos cofraderos o las formas de ser cofrade o cofrada. Si bien siempre se ha pensado que el cofradierismo coincide con un modelo tradicional –el de la religión popular–, el ACP apunta a que la tendencia actual es la expansión de formas combinadas –creativa, comunitaria y de género– que sostienen la diversidad cofradera. Para contextualizar los resultados se han empleado recursos extraídos del trabajo de campo mediante técnicas cualitativas.

2. ¿Cómo estudiar a los cofrades y a las cofradas?

Este ensayo adopta una mirada descriptiva desde un doble enfoque teórico. Desde el punto de vista del consumo cultural, la Semana Santa se entiende como una ‘escenificación’ (Jiménez de Madariaga, 2010) o ‘drama ritual urbano’ (Mancha Castro, 2020) promovido por las hermandades de cada lugar, siendo la razón de ser cofrade o cofrada, desde una perspectiva teleológica, poner la procesión en la calle, es decir, coproducir y consumir esta ópera sacra. A partir del contexto de la secularización, la

⁵El Diccionario de la Real Academia Española admite ‘cofrade’ como voz genérica y también recoge el término ‘cofrada’ aunque lo señala en desuso. En este texto se usará el desdoblamiento de género para visibilizar a las mujeres vinculadas a esta realidad religiosa.

destreza técnica necesaria para producir una escena cofradera⁶ –una procesión, una romería, un besamanos, un vía crucis o la Semana Santa en su conjunto– se convierte en condición indispensable para que ésta tenga lugar, lo cual invita a pensar el cofradierismo como una ‘afición sin Dios’ (Navarro de la Fuente, 2024). Más allá de los diferentes motivos que impulsan a cualquier persona a sostener su vínculo con una determinada hermandad, en palabras de Chaves Nogales (1935), el cofrade y la cofrada lo son para ‘hacer la Semana Santa’. Organizar los desfiles “*no es el todo* de una cofradía, siempre que se añada que *es lo principal*, tanto por lo que ordenan sus reglas o estatutos como por lo que manifiestan los propios cofrades y cofradas⁷” (Moreno, 2006: 42). Por tanto, pertenecer a una hermandad ofrece la oportunidad para la producción y el autoconsumo de un ritual que no solo se destina para el disfrute de propios y extraños sino que también alberga funciones sociales entre los participantes aunque sean inconscientes (Rodríguez Becerra, 1985).

Por otro lado, pertenecer a una hermandad también puede ser un acto deliberado de consumo religioso en un contexto donde los cofrades y las cofradas se comportan como usuarios que esperan que la oferta se adapte a sus expectativas (Stolz y Usunier, 2018): genéricamente, en el mercado religioso, el consumidor busca una alta calidad en el servicio, cada vez más sofisticado, con música excelente, predicadores reconocidos y lugares de culto adecuadamente adaptados (Santos y Mathews, 2001); celebraciones y rituales entretenidos, capaces de competir con los estímulos audiovisuales y escenográficos de la era de Netflix (Einstein, 2008); y una oferta que no restrinja la capacidad de elección, es decir, que “respeten su libertad absoluta de creer y practicar según sus preferencias individuales” (Stolz y Ballif, 2010).

En primer lugar, las hermandades son organizaciones expertas en manejar los recursos de la *via pulchritudinis* como mecanismo de salvación: la pericia con la que emplean los elementos estéticos, como ‘señales de trascendencia’ (Berger, 1970), combinando con delicadeza los instrumentos tecnológicos de la modernidad con piezas artesanales –a veces contemporáneas, capaces de remitir a momentos ulteriores–, les ha servido para definir un estilo propiamente católico. Mientras que algunas ‘firmas’ se han estancado en el preconconcilio –como el Opus Dei o los tradicionalistas de la Fraternidad Sacerdotal de San Pío X y la Federación Internacional Una Voce– y otras se han ‘protestantizado’ –como la Renovación Carismática Católica o Hakuna–, las hermandades y cofradías han adaptado sus rituales a las propuestas innovadoras del Concilio Vaticano II (1962-1965) y han mantenido o reinterpretado sus elementos estéticos más singulares –como el palio, el bordado, los exornos florales, la música procesional, la orfebrería y la imaginaria–, conservando el dramatismo y la armonía característicos de su puesta en escena. Asumiendo “la belleza como una parte fundamental de la experiencia religiosa y [a] las comunidades, en parte, como espacios donde las personas generan y aprecian ciertos tipos de belleza” (McRoberts, 2004: 198), las hermandades y cofradías despliegan un estilo capaz de organizar una vivencia piadosa genuina, compitiendo en el mercado católico frente a otras opciones menos atractivas desde el punto de vista de la calidad del servicio y el entretenimiento.

⁶Para comprender adecuadamente la idea de escena cofradera debe considerarse el concepto de escena cultural, definida como “conjuntos concretos de equipamientos y servicios que ofrecen oportunidades para ciertos tipos de consumo cultural, y [...] que expresan diferentes estilos de vida” (Navarro, 2012). Para ampliar este concepto, consultar Silver *et al.* (2010). Extrapolado al cofradierismo, una escena cofradera sería una producción religiosa dramatizada a partir de un conjunto de recursos estéticos y/o artísticos que conecta con valores morales o estilos de vida definidos.

⁷N. del A. Revisar los datos ofrecidos en el DIS (1973) y en Rodríguez Mateos (1997a). Las cursivas son de la cita original.

En segundo lugar, las hermandades son un exponente de la libertad religiosa en la contemporaneidad. Atendiendo a las características señaladas por Hervieu-Léger (1990) sobre la individualización de la religión, las cofradías han favorecido la implantación de ‘la religión a la carta’ por la flexibilidad doctrinal que permiten entre sus miembros (Marín-Gutiérrez, 2025b); han sido refugio para una determinada corriente de integrismo renovador cuando padecieron el relegamiento impuesto por la Iglesia del posconcilio (Navarro de la Fuente, 2024); y, por su condición de grupos subculturales, las cofradías se presentan como ‘comunidades electivas’ (Ruiz Andrés *et al.*, 2024), donde “la autenticidad del proceso personal es primordial, la religiosidad se subjetiviza y el trato afectivo tiene un lugar preferente” (Forteza, 2021: 54-55). Entre la variada oferta de la tradición católica, las cofradías se posicionan como una opción entre la rigidez institucional y las prácticas personales de la vida cotidiana, facilitando, en palabras de Aranguren (2006), la armonización de la libre efusión de la religiosidad con la persistencia de las instituciones religiosas o, en otras palabras, promoviendo la ‘eclesialización’ de prácticas marginales (Romero Mensaque, 2011).

Tanto desde la perspectiva secularizada de quienes consideran la Semana Santa un evento cultural como desde el enfoque religioso de quienes ven a las hermandades como parte de la oferta del mercado católico, los cofrades y las cofradas pueden ser entendidos como consumidores, bien porque han ‘culturizado’ la religión (Astor y Maryl, 2020), o bien porque han encontrado en las cofradías una oportunidad para el ‘bricolaje religioso’ (Miller, 2003). Así, tanto si el objetivo último es conservar la identidad propia de una comunidad sociopolítica –lo que Grace Davie (2006) llamó *vicarious religion*– cuyo principal efecto es “la negación de la ‘otredad religiosa’” (Ruiz Andrés, 2022: 5), como si lo que se pretende es ampliar los límites de la religión funcionando como ‘atrio de los gentiles’, donde se acoge a los *non-religious* y a los contestatarios con la doctrina, la pertenencia a las cofradías andaluzas como asociaciones voluntarias puede ser estudiada como una práctica social. Esto resulta verdaderamente novedoso, si se considera que la estratificación del consumo cultural se ha centrado “particularmente en las áreas de la música, la asistencia a museos y las representaciones artísticas” (Torche, 2007: 71).

Esta combinación teórica ofrece dos ideas relacionadas. Primero, se puede advertir un perfil sociodemográfico determinado en quienes optan por vincularse a las hermandades como práctica social, de modo similar que quienes cada temporada renuevan el abono de la ópera o quienes mantienen su membresía en un club social. Formalmente, pertenecer a una cofradía no sería muy diferente a estas opciones. Segundo, ser cofrade o cofrada no sería meramente una suscripción que satisface una necesidad o servicio sino que también sería una forma de distinción, es decir, una oportunidad para expresar una identidad a través de la pertenencia a una comunidad o grupo específico caracterizada por una escenificación singular. Así como los amantes del flamenco presentan una estratificación de clase diferente a los aficionados al jazz (Herrera-Usagre, 2011), no es lo mismo pertenecer a una hermandad y participar en sus procesiones que estar involucrado en Hakuna y ‘pringarse’ en sus actividades (Ruiz Andrés *et al.*, 2024). Por tanto, se pueden describir, genéricamente, las bases sociales de las hermandades andaluzas y que, también, se puede vincular a una determinada forma de ser cofrade o cofrada con unas características sociodemográficas específicas. Es decir, se pueden describir *cómo* son y *qué tipos* de cofrades y cofradas existen.

3. Metodología y datos

Los datos utilizados en este ensayo han sido obtenidos de la *Encuesta Social 2022: Relaciones Sociales. Hábitos y actitudes de la población andaluza (ES2022)* realizada

por el IECA, una agencia administrativa dependiente de la Consejería de Economía, Hacienda y Fondos Europeos de la Junta de Andalucía. La encuesta se realizó en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Andalucía a las personas mayores de 16 años residentes en viviendas familiares y la muestra final fue de 4.968 casos. En este ensayo solo se han seleccionado los casos que afirman pertenecer o haber pertenecido a una asociación religiosa. A este respecto, se ha considerado que en el diseño de la pregunta se refería, específicamente, a las organizaciones cofradieras, puesto que en la especificación de la respuesta se apunta a “hermandad, coro, de caridad...”. Igualmente, como se ha anunciado en la introducción de este ensayo, se puede deducir que el 88,77% de las asociaciones religiosas de Andalucía, del total de confesiones y tipos de organizaciones, son hermandades o cofradías, lo cual supone una aproximación ajustada al fenómeno estudiado.

Para este análisis se han utilizado las variables sociodemográficas más usuales en los estudios de estratificación social, como el género, la edad, el nivel educativo, los ingresos y la clase social. Se han omitido el estado civil y el estatus socioeconómico al no estar disponibles estos datos en la encuesta. Considerando la literatura sobre cada variable, el género se ha introducido dicotomizado en hombre y mujer ya que la encuesta no recoge otras identidades; la edad se presenta como una variable categórica ordinal en cuatro grupos de edad; el nivel de estudio se ha dividido en cuatro categorías –sin estudios, estudios obligatorios, estudios secundarios no obligatorios y estudios universitarios–; ingresos mensuales netos por hogar ocupan cinco categorías; y la clase social, considerando la propuesta EGP o CASMIN de Erikson *et al.* (1979) en la versión reinterpretada de Herrera-Usagre (2011). A estas variables se han añadido otras dos que miden el contexto y la permanencia social, facilitando el análisis sobre la extensión territorial y la creación de comunidades alrededor del cofradierismo.

Para contextualizar adecuadamente los datos extraídos de la *Encuesta Social 2022* del IECA se ha procedido a utilizar el material correspondiente a un trabajo de campo etnográfico, concretamente, se han reutilizado los *insights* provenientes de Marín-Gutiérrez (2025), recogidos a partir de estrategias etnográficas⁸. Asimismo, se ha realizado un trabajo de campo netnográfico (Kozinetz, 2019) durante el periodo 2022-2025, centrado en la recolección de mensajes publicados, fundamentalmente, en la red social X (antes conocida como Twitter) –aunque también se han recogido publicaciones de Instagram y Facebook– que han facilitado la triangulación entre religiosidad, clase social y gusto estético (Ammerman, 2020; Sample, 1996).

4. Resultados

La tabla 1 muestra los datos descriptivos de las variables sociodemográficas sobre las personas andaluzas que pertenecen a una hermandad. Mientras que el 31,6% afirma pertenecer o haber pertenecido, el 68,4% dice no haberlo hecho nunca. En una primera parte se analizan los resultados de las variables sociodemográficas y los datos

⁸Observación, entrevistas en profundidad, tertulias y conversaciones informales, recopilaciones de notas de prensa, así como la participación en medios de comunicación especializados, la revisión bibliográfica no exhaustiva, documentos informativos y elementos visuales y audiovisuales. La unidad de análisis fue el conjunto asociativo de organizaciones cofradieras de Andalucía, mientras que la unidad de observación fue abordada desde enfoques participantes y no participantes durante la década 2013-2023, teniendo en cuenta diferentes celebraciones y lugares, entre los que destacan Huelva, Sevilla, Málaga, Cádiz, Antequera, Granada, Córdoba, Jerez, Cádiz y Almonte. También se han realizado más de una veintena de entrevistas a informantes especializados sobre el objeto de investigación, considerando diferentes perfiles académicos (psicólogos, antropólogos, historiadores, sociólogos, periodistas, trabajadores sociales, sacerdotes) y roles dentro de las celebraciones (capataces, músicos, miembros de juntas de gobierno y directivas, etc.).

contextuales. En la segunda parte se ejecuta un ACP para determinar cuáles son las componentes que mejor describen las bases sociales del cofradierismo o, dicho de otro modo, cuáles son las formas de ser cofrade o cofrada.

Tabla 1. Variables sociodemográficas sobre las hermandades

Variables*		Porcentaje
Pertenencia a hermandades	No pertenece	68,4
	Sí pertenece o ha pertenecido	31,6
Variables (sobre quienes pertenecen)**		
Género	Mujer	54,1
Edad	Menores de 30 años	21,1
	Adultos jóvenes (31 - 45 años)	27,2
	Adultos maduros (46 - 60 años)	29,2
	Mayores (+61 años)	22,6
	Sin estudios	35,1
Nivel de Estudios	Educación Obligatoria	24,9
	Educación Secundaria No Obligatoria	12,2
	Educación Universitaria	27,8
Ingresos mensuales netos por hogar***	Bajos (menos de 900 euros)	17,5
	Medio-bajos (900 - 1.600 euros)	32,5
	Medio-medios (1.601 - 2.500 euros)	25,8
	Medio-altos (2.501 - 3.000 euros)	9,5
	Altos (más de 3.000 euros)	14,8
Clase Ocupacional****	Grupo VI: Operarios elementales	9,6
	Grupo V: Operarios de instalaciones y maquinaria	4,7
	Grupo IV: Operarios cualificados sector primario e industria	9,6
	Grupo IIIb: Servicios	19,4
	Grupo IIIa: Administrativos	8,8
	Grupo I y II: Directores y gerentes, científicos e intelectuales y técnicos profesionales de apoyo	47,9
Hábitat	Rural	12,2
	Zonas de densidad intermedia	38,4
	Urbano	49,4
Arraigo	Menos de 5 años	17,2
	Entre 6 y 10 años	10,9
	Entre 11 y 20 años	33,1
	Más de 21 años	38,7

Fuente: elaboración propia *N=4.968 **N=1.572 ***N=1.436 ****Se han eliminados los no ocupados. N=931.

4.1. La dimensión sociodemográfica y contextual de los cofrades y las cofradas

4.1.1. El género y la edad: normalización y estancamiento demográfico

Los datos relacionados con el género muestran que, en la actualidad, la presencia de las mujeres es ligeramente superior a la de los hombres, lo que contrasta con la descripción de ‘clubes de varones’ que se ha realizado tradicionalmente desde la literatura especializada (Moreno, 1999; 2006). Ante la ausencia de cifras anteriores, esta discordancia interpretativa puede deberse a un desequilibrio entre pertenencia y participación. Históricamente, las mujeres no han encontrado impedimentos canónicos para acceder a las cofradías aunque sí se han marcado desigualdades de derechos y

obligaciones (Pérez González, 2012), reduciendo su presencia en las hermandades a ganar gracias e indulgencias, siéndoles negados los derechos al gobierno de la cofradía (Granado, 2019). Los dos principales efectos de estas limitaciones pudieron ser, primero, la invisibilización de las cofradas, marginándolas a tareas feminizadas que reproducen la división sexual del trabajo propias de las sociedades preindustriales (Harris, 1998), como los cuidados, la limpieza o la transmisión de las creencias y, segundo, directamente, la disuasión a pertenecer.

Como se ve en la tabla 2, los efectos de estos procesos históricos tienen su impacto en la actualidad. En una escala Likert sobre participación de quienes afirman pertenecer en la actualidad a una cofradía, hombres y mujeres presentan porcentajes similares en cada grado, excepto en la primera categoría, donde el 17,7% de las mujeres no participó en su hermandad en el último año frente al 8,7% de los hombres. La ausencia de las mujeres en la participación continuada contribuye a su invisibilización en el cofradierismo y, aunque en el último tercio del siglo XX y en los albores del siglo XXI se haya alcanzado la igualdad jurídica, aún se nota una escasa presencia de mujeres en roles destacados –como las posiciones directivas en el gobierno de las cofradías, la dirección de bandas de música, la conducción de pasos y tronos o costaleras, cargadoras y mujeres de trono– y en la socialización cotidiana dentro de las hermandades.

Por tanto, la presencia de las mujeres en las cofradías apunta a un proceso de normalización mediante la pertenencia –como ya ocurriera en otros ámbitos de participación, como la protesta (Fillieule y Tartakowsky, 2015)– aunque esto no se haya traducido en una extensión participativa en el ámbito cofradiero.

Tabla 2. Relación entre género y participación en las hermandades andaluzas

Frecuencia participativa	Género		Total
	Hombre	Mujer	
No en el último año	8,7% (-3,8)	17,7% (3,8)	13,4%
Una o dos veces al año	18,6% (-0,6)	20,3% (0,6)	19,5%
Una vez al mes	15,6% (2,5)	9,7% (-2,5)	12,5%
Algunas veces al mes	18,6% (1,3)	15,3% (-1,3)	16,9%
Al menos una vez por semana	38,5% (0,4)	37,0% (-0,4)	37,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Encuesta Social 2022 del IECA (N=816).

P-valor = 0,01 Chi-cuadrado = 19,763. Residuos estandarizados corregidos entre paréntesis.

Según datos del IECA (2024), la edad media de los andaluces y las andaluzas es de 43,6 años. Esta cifra se ve incrementada para el caso de los cofrades y las cofradas, alcanzando los 47,33 años, mientras que la mediana es de 48 años y la moda más baja es de 43 años. El cofradierismo envejece más rápidamente que la población general: hace poco más de un cuarto de siglo era posible leer que “podemos afirmar con toda certeza que las hermandades constituyen en la actualidad el más importante foco de socialización juvenil en la población andaluza” (Rodríguez Mateos, 1997a: 161). Por aquel entonces, se atribuía que el 40% de los miembros de las hermandades tenían edades comprendidas entre los 11 y los 30 años mientras que, en la actualidad, sólo el

21,1% se sitúa por debajo de la treintena y el 22,6% son *boomers*⁹. La masa crítica de las cofradías en la actualidad se sitúa entre los 31-60 años, ocupando el 56,4% de las personas y distribuida en dos grandes grupos: el 27,2% se ubica entre los 31-45 años y el 29,2% tiene entre 46-60 años.

Los datos ayudan a comprender que aquellos jóvenes son, en su mayoría, la mediana edad actual. Este estancamiento demográfico estaría determinando aspectos fundamentales del cofradierismo actual: si entonces declaraban sentir más apego por el conservadurismo ideológico y se identificaban como practicantes habituales o ‘muy buenos católicos’ (Rodríguez Mateos, 1997a: 163-164), no hace extrañar que se haya experimentado un “giro hacia la derecha política” a pesar de la pluralidad ideológica (Mancha Castro, 2023: 11) y un paulatino proceso de clericalización.

4.1.2. El nivel educativo, socioeconómico y la clase social: gentrificación simbólica

Si las bases sociales de las cofradías han envejecido, la tendencia *middle-class* también se ha acentuado. Hace un cuarto de siglo ya se atisbaba que “las hermandades están acaparadas [...] por las crecientes clases medias que conforman la extensa burguesía urbana” (Rodríguez Mateos, 1997a: 152) y con los datos del nivel educativo, socioeconómico y la clase social es posible precisar aún más esta afirmación.

Las cofradías continúan siendo un tejido asociativo diverso desde el punto de vista del capital cultural institucionalizado (Bourdieu, 1986). La necesidad de contar con amplios y sólidos conocimientos educativos no se ha impuesto aunque se señale, frecuentemente, a la “falta de formación” (Navarro de la Fuente, 2024: 59). Si bien en la actualidad existe una importante masa de cofrades y cofradas con titulación universitaria (27,8%), no es menos llamativo que el 35,1% de ellos declaren no poseer estudios finalizados. Como se aprecia en la tabla 3, existe una fuerte correlación entre el rango etario y el nivel educativo. El 65,4% de los cofrades y las cofradas sin estudios tienen 46 años o más, concentrando el 37,1% entre los mayores de 61 años. Por el contrario, los universitarios ocupan las categorías de los adultos jóvenes (34,8%) y los adultos mayores (30,9%), igual que en los estudios secundarios no obligatorios, como antesala de los estudios superiores. Los jóvenes agrupan el 34,3% de aquellos que solo poseen estudios obligatorios

Tabla 3. Relación entre edad y nivel educativo en las hermandades andaluzas

Nivel educativo	Rangos de edad				Total
	Jóvenes	Adultos jóvenes	Adultos maduros	Mayores	
Sin Estudios	14,3% (-4,8)	20,3% (-4,5)	28,3% (-0,6)	37,1% (10,2)	100,0%
Estudios obligatorios	34,3% (7,4)	23,3% (-2,0)	26,1% (-1,6)	16,4% (-3,4)	100,0%
Estudios Secundarios no obligatorios	20,3% (-0,3)	37,5% (3,4)	34,4% (1,7)	7,8% (-5,2)	100,0%
Estudios Universitarios	18,1% (-1,8)	34,8% (4,2)	30,9% (0,9)	16,2% (-3,7)	100,0%
Total	21,1%	27,2%	29,2%	22,6%	100,0%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Encuesta Social 2022 del IECA (N=1.572)
P-valor = 0,000 Chi-cuadrado = 163,365. Residuos estandarizados corregidos entre paréntesis.

⁹Los nacidos antes de 1964.

En un segundo orden, los ingresos mensuales netos por hogar de los cofrades y las cofradas apuntan a que las hermandades se describen como un tipo de asociacionismo propio de las clases trabajadoras, oscilando entre los 900 euros mensuales y los 2.500 euros mensuales netos por hogar. La media de los hogares de los cofrades y las cofradas se ubica entre los 1.601 y los 2.500 euros mensuales netos, lo que representa el 28,4%, mientras que la moda se ubica entre los 900 euros y los 1.600 euros netos mensuales por hogar (29,2%). Estos datos se ven confirmados por su correlación con la situación laboral (N=1.558): en la actualidad, la mayoría de ellos se integran en las conocidas clases trabajadoras, puesto que el 46,8% son asalariados y sólo 8,1% son empresarios o autónomos, mientras que el 34,8% población no activa (personas jubiladas, pensionistas y estudiantes).

Tabla 4. Relación entre situación laboral e ingresos netos por hogar en las hermandades andaluzas

Ingresos netos por hogar	Situación laboral							Total
	Asalariados	Empresarios	Autónomos	Parados	Estudiantes	Jubilados y pensionistas	Tareas del hogar	
Menos de 900 euros	21,7%	0,8%	3,3%	21,7%	5,7%	40,2%	6,6%	100,0%
	-8,6	-1,8	-1,7	6,4	-2,2	8,7	0,9	
901 - 1600 euros	42,5%	2,2%	6,3%	13,6%	12,1%	16,6%	6,9%	100,0%
	-2,3	-0,5	0,7	2,8	2,3	-2,2	1,7	
1601 - 2500 euros	48,0%	3,0%	7,3%	7,3%	7,8%	20,8%	5,9%	100,0%
	0,5	0,7	1,6	-2,3	-1,3	0,5	0,5	
2501 - 3000 euros	67,4%	2,2%	5,9%	2,2%	8,9%	11,1%	2,2%	100,0%
	5,0	-0,2	0,2	-3,3	-0,2	-2,7	-1,7	
3001 - 6000 euros	69,8%	4,2%	3,8%	0,9%	11,3%	8,0%	1,9%	100,0%
	7,3	1,8	-1,3	-4,9	1,0	-4,7	-2,5	
Total	46,8%	2,5%	5,6%	10,4%	9,5%	19,9%	5,4%	100,0%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Encuesta Social 2022 del IECA (N=1.426)

P-valor = 0,000 Chi-cuadrado = 240,136. Residuos estandarizados corregidos entre paréntesis.

En la tabla 4 se observa cómo los hogares con ingresos netos mensuales por debajo de los 900 euros se concentran entre jubilados y pensionistas (40,2%) y parados (21,7%) mientras que las rentas estandarizadas aparecen entre los asalariados. Esto apunta a que entre los cofrades y las cofradas también se da el fenómeno del ‘precariado’ (Standing, 2013): los hogares con ingresos netos mensuales comprendidos entre los 901-1.600 euros acumulan el 42,5% de los asalariados y aquellos cuyas rentas netas están entre los 1.601-2.500 euros mensuales alcanzan el 48% de los trabajadores. Los datos socioeconómicos disipan la idea de que las hermandades estén integradas por sustratos polarizados aunque determinan la necesidad de contar con los ingresos suficientes para sostener la filiación, es decir, parece obvia la necesidad de contar con recursos económicos para sostener la pertenencia a una cofradía, lo que implica la cuota de entrada, anuales y extraordinarias, los costes para participar en la procesión, los donativos a caridad, las ofrendas, etc.

Por último, resulta llamativo que el 47,9% de los cofrades y las cofradas se sitúen en lo Grupos I y II de la clase social, así como el 28,2% se distribuyen entre el Grupo IIIa (administrativos) y el Grupo IIIb (servicios). Que las elites y la burguesía siempre se han sentido atraídas por las hermandades, es algo de sobra conocido. Las cofradías han

sido una red muy atractiva en todas las épocas para acumular u obtener prestigio (Rodríguez Becerra, 1985). Ahora bien, por definición, esas elites nunca fueron mayoritarias en las cofradías sino pequeños grupos constituidos en dirigencia, cuando no, segregados en sus propias hermandades, como los casos de las cofradías de nobles. En la actualidad, sin embargo, la presencia significativa de clases altas no estaría relacionada con el concepto de elite sino con las ocupaciones que han sido reconocidas como ‘creativas’ (Mateos y Navarro, 2014) y la oportunidad que ofrecen las cofradías para expresar determinadas preferencias culturales. Estos datos implican un desplazamiento de la distribución interclasista de las cofradías contemporáneas –todas abiertas y verticales, en la actualidad (Rodríguez Mateos, 1997a)–, que agrupaban clases sociales normalmente distribuidas empeñadas en negar la conflictividad propia de las diferencias de clase (Moreno, 1999), y evidencia un proceso de gentrificación, donde las ‘clases manuales’ son orilladas por las conocidas como ‘clases creativas’ (Florida, 2002). Este proceso es efecto, parcialmente, de la correlación entre nivel educativo y clase social, es decir, cómo el capital cultural institucionalizado influye sobre la posición social a largo plazo (Grau-Grau, 2022).

El principal efecto de esta gentrificación sería la ‘despopularización’ de los eventos festivos religiosos: ‘hacer la Semana Santa’ pasaría a ser, desde la sociología del consumo, una práctica *highbrow*, es decir, propia de la cultura refinada o prestigiosa, asociada a valores morales y estéticos elevados. En la medida en que las personas ‘creativas’ –con inquietudes culturales más sofisticadas, mayores conocimientos y un gusto estético más selecto– desembarcan en las hermandades, se produciría una resignificación de la Semana Santa a través del refinamiento de los recursos estéticos para las escenificaciones cofradieras –como la música, el porteo diferenciado de los pasos y tronos, la imaginería, la orfebrería, la ebanistería, los exornos florales, el bordado o la vestimenta de las imágenes–, los cuales manifiestan el prestigio de las hermandades (Sánchez Herrero, 1999) y, en última instancia, el de sus bases sociales. ‘Hacer la Semana Santa’ ya no sería una dicotomía entre elites o plebeyos sino de creatividad, en la medida en que el prestigio, como capital simbólico cofradiero (Marín-Gutiérrez, 2025), se asocia a la expresión estética de cada escena cofradiera.

4.1.3. La ubicación territorial y la permanencia

A pesar de la variedad de celebraciones festivas religiosas que atraviesan Andalucía, el asociacionismo cofradiero es un fenómeno que oscila entre las ciudades (49,4%) y las zonas de densidad intermedia (38,4%). Para comprender que el cofradierismo es un fenómeno urbano es necesario mirar al origen de las cofradías a partir del Concilio de Trento (1545-1563): las hermandades “constituyeron uno de los medios de la Iglesia oficial para homogeneizar las devociones y aculturar en materia de fe a las masas urbanas, primeramente, y campesinas, en segundo término” (Mantecón, 1990: 27) y es coherente que este fenómeno haya evolucionado junto a otros acontecimientos propios de las sociedades contemporáneas.

Para el caso de las bases sociales cofradieras, constatar un alto grado de urbanidad ayuda a comprender más adecuadamente los procesos de normalización, estancamiento demográfico y gentrificación simbólica. Es en las ciudades donde se ha producido la extensión de la participación en todos los órdenes sociales y es donde se han dado los desplazamientos poblacionales, en tanto en cuanto las clases medias han sustituido a las clases populares en las áreas urbanas estratégicas. Así, la ‘culturización’ de la Semana Santa se comprende más adecuadamente en los entornos urbanos, puesto que son los lugares en los que las sociedades más se han secularizado mediante la privatización de la religión, especialmente en las cohortes de edad más jóvenes (Callejo, 2010). No es

que las hermandades se hayan desligado de su dimensión religiosa en las ciudades, pues “allí donde su presencia es mayor, la incidencia de la secularización resulta ser menor” (Bueno Ávila, 2024: 61), simplemente es que se han ido ‘mundanizando’ hasta hacerse agentes de la ‘religión vivida’ (Orsi, 1997; McGuire, 2008; Ammerman, 2007), es decir, se han constituido en puentes entre las prácticas institucionales e individuales (Morello, 2020).

Por otro lado, la permanencia es una característica de los cofrades y las cofradas. El 71,8% reside en el mismo lugar desde hace más de un once años, de los que, el 38,7% lo hace desde hace más de veinte años. A pesar de la expansión urbana en Andalucía, las personas han reproducido dinámicas de arraigo en aquellos lugares donde se han asentado, creando pequeñas comunidades dentro de las ciudades, algunas de las cuales se identifican con la idea de ‘barrio’ (Sampson *et al.*, 2002) –cuando identidad y territorio se solapan– y otras lo hacen como ‘comunidades urbanas’ (Navarro, 2011), cuando se da produce homogeneidad social a pesar de una mayor dispersión territorial. Esta literatura explica la emergencia y disolución de las ‘cofradías de barrio’ (Moreno, 1999), a razón de que los cofrades y las cofradas de esas hermandades están deslocalizados de los territorios vinculados a dichas corporaciones (Rodríguez Mateos, 1997a). Así, el ‘barrio’ se convierte en una comunidad simbólica y virtual que se reagrupa y reaparece anualmente con motivo de las procesiones (Mancha Castro, 2018).

Desde el punto de vista de la permanencia, las cofradías son una oportunidad para la ‘rebeldía cultural’. Cuando diferentes autores se han preguntado por las razones que mantienen vivas a las hermandades y cofradías en el contexto de la contemporaneidad, sobre todo cuando el horizonte se oteaba secularizado y homogéneo (Moreno, 1997; Briones, 2018), las respuestas apuntaban a que éstas remiten a “elementos identitarios de resistencia” (Mancha Castro, 2018: 374), espacios seguros para la “reacción al entorno cultural, social y político de la postcristiandad” (Rodríguez Mateos, 1997b: 171), pudiendo “recrear el imaginario colectivo, la estructura social y la sociabilidad” (Briones, 2018: 216) en un contexto de desintegración de las conocidas como ‘instituciones fuertes’, como la familia, la escuela o la iglesia (Gehlen, 1980). Así, las hermandades se entienden como trincheras sociales frente a la homogeneización de la modernidad.

Igualmente, las cofradías también continúan siendo las formas elementales del comunitarismo andaluz porque facilitan afrontar “carencias inequívocamente modernas” (García-Pilán, 2021: 24), relacionadas con la dimensión social de la persona –sus necesidades de pertenencia, arraigo, reconocimiento e identidad colectiva–, pero también con su dimensión trascendental. Dicho de otro modo, las hermandades no solo han generado espacios de resistencia social sino, también, religiosa, habiendo sido especialmente útiles para solventar el aislamiento espiritual en las sociedades urbanas contemporáneas, elaborando un catolicismo *sui generis* para quienes prefieren “crear sin pertenecer” (Davie, 1997). Las cofradías se presentan como una opción razonable para quienes, deseosos de desarrollar una identidad creyente, no están dispuestos a ceder en su libertad, por lo que no contemplan a los movimientos laicales –que exigen compromisos fuertes y transformaciones en los hábitos de vida– como una opción viable.

4.2. Las formas de ser cofrade o cofrada en las hermandades andaluzas

Tradicionalmente, a quienes pertenecían a una hermandad, se les atribuía una religiosidad específica, propia de “los lugares bajos del sistema de estratificación social, incapaces de acceder a la sofisticación del discurso teológico aceptado” (Delgado, 1993: 4). Este enfoque remite a una ‘homología’ (Chan y Goldthorpe, 2010), también

advertida por Ammerman (2020) y Sample (1996), donde comportamiento religioso y clase social correlacionan: concretamente, el cofradierismo sería el resultado de prácticas religiosas defectuosas realizadas por clases bajas y poco instruidas (Parker Gumucio, 2006; Fernandes, 2009; Morello, 2020). Sin embargo, considerando los datos sobre las bases sociales de las hermandades andaluzas vistos hasta ahora, cabría preguntarse si existen una o varias de formas de ser cofrade o cofrada. Algunos autores ya han rastreado el vínculo entre comportamiento religioso y variables sociodemográficas. Castón (1985) utilizó el hábitat, la estratificación social y los niveles de instrucción como variables de los tipos-ideales de la religiosidad andaluza, determinando que ésta no podía ser homogénea. Asimismo, estudiando el vínculo afectivo que mantienen los malagueños con sus cofradías, Ureña (2023) también emplea variables sociodemográficas, como el género y la edad, que influyen en este fenómeno. Para explorar las formas de ser cofrade o cofrada en Andalucía, con el objetivo de describir tipos-ideales a partir de las variables sociodemográficas y contextuales, el análisis de componentes principales (ACP) se presenta como una técnica aceptable, como ya hicieron Ariño *et al.* (2006) o Katz-Gerro (2002) en el estudio de perfiles de consumo cultural estratificado.

Tabla 5. Análisis de componentes principales sobre las formas de ser cofrade/a

Variables	Componentes		
	Cofradierismo creativo	Cofradierismo comunitario	Cofradierismo de género
Género			0,781
Estudios	0,849		
Ingresos	0,746		-0,204
Permanencia		0,784	
Contexto	0,284	-0,243	-0,543
Clase social	0,812		
Edad		0,685	
Varianza explicada	29,48	16,96	14,52
Varianza acumulada	29,48	46,44	60,96

Fuente: elaboración propia. Rotación Varimax.

KMO=0,652 Prueba de esfericidad de Bartlett: Chi-cuadrado=723,098; gl=21; p-valor=0,000.

Los resultados de la tabla 5 muestran que el cofradierismo es un fenómeno heterogéneo y las bases sociales de las hermandades se nutren, principalmente, de tres componentes o modelos cofradieros, los cuales explican el 60,96% de la varianza. Estas tres componentes –cofradierismo creativo, comunitario y de género– consituyen marcos interpretativos que permiten comprender la pluralidad del cofradierismo en la Andalucía contemporánea, de modo que, tanto desde el punto de vista del consumo cultural como desde el enfoque del consumo religioso, no existe una sola forma de ser cofrade o cofrada sino un compendio de ellas, con tendencias mayoritarias, explicadas por las características de las personas que participan de estas asociaciones voluntarias.

La primera componente sería el cofradierismo creativo, que explica un 29,48% de la varianza. Este modelo apunta a personas con alto nivel de estudios, ingresos medio-altos, ubicados en zonas de densidad intermedia o zonas urbanas y, fundamentalmente, con ocupaciones relacionadas con la ‘clase creativa’. El ACP desmiente la presunta estratificación social baja atribuida al cofradierismo, desechando la idea de que las hermandades y sus celebraciones sean algo exclusivo de las clases populares. Al contrario, pertenecer a una hermandad y participar de sus escenificaciones puede ser

visto como un consumo cultural de alto valor simbólico. Desde este enfoque, se ha demostrado que la probabilidad de acudir a actividades culturales sofisticadas, como asistir al ballet o visitar exposiciones de pintura, aumenta proporcionalmente al nivel educativo (Herrera-Usagre, 2011). Es decir, los recursos estéticos cofradieros –como los bordados, la imaginería o la música sacra– son equiparables a los consumos elitistas. Asimismo, por sus ingresos económicos y por su clase social, serán cofrades y cofradas que ejercerán un ‘consumo reflexivo’ (García Ruiz, 2009) a través de la pertenencia a las hermandades, las cuales ofrecen recursos de legitimación que las clases medias y altas utilizan para afirmar su identidad social, como todas las instituciones culturales (DiMaggio, 1987). En este sentido, pertenecer a una cofradía representa una forma de ‘apropiación’ que las convierte en ‘espacios de distinción’.

Si el cofradierismo creativo rompe con la idea de lo ‘popular’, también se distancia de este comportamiento religioso o, al menos, lo resitúa como “una respuesta concreta que existe entre la asimilación y la reacción a la modernidad, entre adaptación y creatividad” (Morello, 2020: 59). Quienes participan de esta modalidad creen en la salvación a través de la sublimación estética: mediante una ‘visión encantada’ de la realidad (Semán, 2021), Dios se manifiesta a través de la belleza y, viceversa, la belleza es una creación divina. Ésta es la razón por la cual el cofradierismo creativo exige mediadores o ‘expertos’, en términos weberianos (Giddens, 1994), que ofrezcan una correcta interpretación de los códigos estéticos y religiosos que manifiestan lo sagrado. En definitiva, el cofradierismo creativo es una forma de consumo espiritual materializada mediante escenificaciones cofradieras *highbrow*, las cuales, según estos cofrades y cofradas, estarían reservadas para ‘selectas minorías’ aunque se haya demostrado como la modalidad *mainstream*.

La segunda componente sería el cofradierismo comunitario, que explica un 16,96% de la varianza, y está determinada por un grado de permanencia medio-alto o alto, tienden a ubicarse en zonas de densidad intermedia aunque con querencia hacia las zonas rurales, y está integrado por adultos maduros o mayores de sesenta años. El punto de partida para comprender este modelo es asumir que la permanencia territorial refuerza la cohesión social de las comunidades (Sampson, 2012). Desde el enfoque del consumo cultural, quienes participan de esta componente promueven una lógica comunitaria que puede interpretarse desde la perspectiva de las funciones latentes: más allá de la *ratione finis* atribuida por la Iglesia a las cofradías (Díaz Moreno, 2019), “lo sustantivo de las hermandades andaluzas es que han venido constituyendo, durante varios siglos, las más importantes, e incluso en ocasiones las únicas, asociaciones formales existentes en muchos lugares” (Moreno, 1999: 38). Es decir, son una oportunidad para la sociabilidad y la integración simbólica de quienes se sienten parte de un determinado grupo social, “sea éste definido en términos de barrio, comunidad local, etnia, ocupación o clase social” (Moreno, 1999: 42). Comparado con el modelo anterior, esta forma de ser cofrade o cofrada no se refiere a un modo genérico de serlo sino que, por el hecho de estar definida por la permanencia y la tradición –de ahí la importancia del rango etario–, esta componente describe una identidad expresada a través de la hermandad que se sustenta en la continuidad, el arraigo y la comunión social. Ya no se trata de decir *#soycofrada* sino de afirmar *#soydelaviña*, *#soydelcerro* o *#soydelatrinidad*. Esto cobra una especial relevancia en la medida en que las cofradías encarnan formas comunitarias en el seno de sociedades posmodernas, resultando esenciales para promover la confianza y el sentido de pertenencia, desde el punto de vista del capital social (Putnam, 2000).

Desde la mirada del consumo religioso, este modelo representa el arquetipo de la religión ‘culturizada’, donde el impacto de la secularización ha borrado, prácticamente,

casi toda la huella de lo santo y la ha reducido a una expresión sociocultural. Esto quiere decir que lo trascendente pierde importancia y que pasa a un segundo plano, dejando el protagonismo a las relaciones sociales, así como a la ortopraxis de la tradición, la cual adquiere relevancia cuando se considera una manifestación de lo sagrado. Como ha expresado el escritor anarcocatólico José Lobo (2024), “a mí no me emociona un Cristo ante el que no ha rezado mi abuela. La mayoría de cofrades dirían lo mismo. En Semana Santa, les importa un *carajo* Cellini o Miguel Ángel. En Semana Santa quieren ver, siempre, lo de siempre”. Asimismo, este modelo alimenta el sustrato de la *vicarious religion*, donde la pertenencia a la cofradía y la participación en los rituales se vuelve un gesto de adhesión a la identidad comunitaria. Para comprender la religiosidad vicaria, debe saberse que una masa importante de cofrades y cofradas lo son por socialización primaria o vínculo familiar (Mancha Castro, 2023; Rodríguez Mateos, 1997a), lo que explica, en buena parte, que el 32,9% no haya participado en su hermandad en el último año o que solo lo haya hecho en una o dos ocasiones (tabla 2). Esta forma de ser cofrade o cofrada hace que muchos lo sean de ‘incógnito’: como ha explicado Davie (2011), cuando la normalidad de sus vidas se ve suspendida –en este caso, por la irrupción de un evento conmemorativo–, los cofrades y las cofradas se vuelven hacia sus hermandades para unirse a la comunidad que celebra. Lobo (2021: 19) retrata perfectamente en un solo párrafo cómo se activa la *vicarious religion* en contextos comunitarios:

No me gusta la Semana Santa, no me gusta un *carajo*. Ni aguanto bullas, ni creo en Dios, ni conozco más pasos que el Gran Poder y la Macarena. Pero el Sábado Santo salgo en la Soledad de San Lorenzo. Porque toda mi familia es de allí, vamos al barrio a ver a mi abuela, almorzamos con ella, nos vestimos mi padre y yo, me meto en la fila y ya. Ni siquiera sé si me gusta; lo hago. A mí qué más me da, si veo a mi abuela contenta. Y estar siete horas en una fila de nazarenos no me pesa más que un concierto. Más tranquilo, si acaso. Es mi gente, ¿no? [...] Es nuestra gente, ¿no? Qué vamos a hacer, ¿escondernos? Yo no me voy a esconder de mi gente.

Por último, la tercera componente sería el cofradierismo de género, que explica el 14,52% de la varianza. Se trata de un modelo donde el género es determinante y que, de manera relativa, se ubica en las categorías de ingresos medio-bajos y en zonas rurales. A pesar de que se ha demostrado que las mujeres tienen más probabilidades que los hombres de consumir prácticas culturales de diverso tipo (Herrera Usagre, 2011), se sigue observando en el cofradierismo una desigualdad participativa, donde las organizaciones religiosas presentan resistencias cuando las mujeres reclaman una presencia igualitaria (Trzebiatowska y Bruce, 2012). Esta modalidad es una respuesta al *gender gap* cofradiero y a todas las desigualdades estructurales y simbólicas –mujeres, pobres y periféricas– que aún siguen persistiendo en el ámbito de las hermandades y cofradías. Se trata de un posicionamiento desde abajo y desde afuera que recuerda la contribución de las ‘invisibles’, todas esas mujeres que han ejecutado las tareas menos reconocidas aunque fundamentales para el cofradierismo, como la transmisión de las creencias y la consolidación de la comunidad. Asimismo, también es un recordatorio de la importancia de las mujeres que sostienen el vínculo matrilineal y mantienen vivas las tradiciones (Moreno, 1999), por lo que este modelo tiene una clara vocación utilitarista: más que resolver de manera determinante una situación de desigualdad social, pretende visibilizar simbólicamente a las mujeres en el ámbito del cofradierismo, reconociendo la labor realizada hasta ahora y ganando para ellas roles de prestigio –cargadoras, costaleras, músicas, hermanas mayores, mayordomas– que tradicionalmente han sostenido lo que se conoce como ‘hegemonía de la masculinidad’ (Connell, 2009).

El cofradierismo de género no solo alude a desigualdades culturales sino, también, a reinterpretaciones de lo religioso. Frente a una idea de las hermandades como estructuras que reproducen un orden religioso patriarcal y legitiman la división sexual del trabajo (Woodhead, 2007), este modelo sugiere la expresión de una innovación religiosa que, en palabras de Ammerman (2020: 27), “puede desempeñar un papel crítico en los juicios sobre lo correcto y lo incorrecto, lo que es posible y lo que es tabú, y lo que se puede desear o rechazar”. Dicho con otras palabras, el cofradierismo de género desacraliza todo lo que se ha impuesto desde la heteronormatividad dominante y configura nuevos códigos para acceder a la salvación: la devoción mariana se reinterpreta como símbolos de empatía, resiliencia y poder espiritual frente a los discursos masculinos, que subrayan su pasividad o su maternidad (Roldán Gómez, 2025) y se abre la puerta a nuevos debates morales que ya no son solo organizativos sino que implican una revisión de la espiritualidad cofradiera a la luz de principios contemporáneos de igualdad. En un espacio marcado por la diversidad moral, donde el aborto, el matrimonio igualitario o el feminismo no son vistos como enemigos a batir (Marín-Gutiérrez, 2025), el cofradierismo de género se presenta como una alternativa en un contexto de auge de la llamada “agenda católica de la extrema derecha” (Barrera Blanco *et al.*, 2023), donde las organizaciones laicas de inspiración católica se han opuesto, sistemáticamente, al divorcio, al aborto, al matrimonio igualitario, a la educación en igualdad de género y a los derechos LGTBI+ (García Martín y Perugorriá, 2025).

5. Conclusiones

Este estudio examina las bases sociales y los modelos de participación en las hermandades andaluzas, instituciones que constituyen el corazón del cofradierismo y, al mismo tiempo, sostienen las principales celebraciones festivas de Andalucía. A partir de los datos de la *Encuesta Social 2022* del IECA, complementados con material etnográfico y netnográfico, se ofrece una caracterización detallada de los perfiles sociodemográficos de los cofrades y las cofradas, así como de los cambios sociales que afrontan estas asociaciones. La investigación se sitúa en la intersección entre el consumo cultural y el consumo religioso, lo que permite comprender la pertenencia a las cofradías tanto como una práctica de sociabilidad ritualizada como una opción dentro del mercado religioso.

Los resultados de los datos sociodemográficos muestran que, si bien las hermandades se encuentran mayoritariamente integradas por clases trabajadoras urbanas, atraviesan procesos de cambio que afectan a su configuración social. En primer lugar, se observa un proceso de normalización de género, con una presencia femenina ligeramente superior en términos de pertenencia, aunque persisten desigualdades en la participación activa y en el acceso a roles de prestigio, lo que confirma la vigencia de estructuras patriarcales. En segundo lugar, se aprecia un estancamiento poblacional y un progresivo envejecimiento demográfico que contrasta con el papel histórico de las cofradías como espacios de socialización juvenil. Esto influye en el auge de la clericalización, así como en el aumento de las posiciones ideológicas conservadoras. En tercer lugar, se identifica un fenómeno de gentrificación simbólica derivado del aumento desproporcionado de las clases creativas, arrinconando la transversalidad de clase propia del cofradierismo e introduciendo un modelo sociológico homogéneo. Esto ha favorecido la complejización estética de las celebraciones y ha resignificado la Semana Santa como práctica cultural vinculada a la distinción social. Finalmente, la territorialidad de las cofradías confirma su carácter urbano, mientras que la permanencia prolongada de sus miembros contribuye a la cohesión comunitaria y asegura la

transmisión intergeneracional de las tradiciones. La combinación de las variables en el análisis de componentes principales permitió identificar los modelos del cofradierismo o las formas de ser cofrade o cofrada.

El cofradierismo creativo evidencia un consumo *omnívoro* –donde las personas con altos niveles educativos se aproximan a las prácticas de la cultura de masas (Wilensky, 1964)– y reflexivo, en la medida en que buscan una cierta distinción social. Su principal efecto habría sido su expansión en los entornos urbanos vinculadas a las clases creativas que ha tenido como resultado la sofisticación de los eventos festivos religiosos. Desde los medios de comunicación y las redes sociales se ha advertido una mejora sin precedentes en las escenificaciones aunque se ha denunciado la pérdida de la espontaneidad y el auge de la planificación a cuenta del control impuesto por las normativas de seguridad ciudadana que buscan convertir las celebraciones cofradieras en ‘espectáculos sacros’ aptos para un consumo cultural masivo, como demostró una campaña publicitaria de turismo religioso financiada por la Junta de Andalucía¹⁰. Desde el enfoque de este modelo, ya no basta con juntarse y disfrutar de la fiesta como ritual, con el fin único de ser algo gratificante sino que ésta se caracteriza como un producto cultural y religioso que se consume para la expresión de identidades que compiten por el control de un capital simbólico que bascula entre lo estético y lo moral. De aquí se deriva la tensión escenificada en los medios de comunicación, especialmente en las tertulias televisivas cofradieras erigidas en ‘mediadoras’, donde se aboga por la búsqueda constante de la ‘excelencia’ como expresión de lo nuevo sagrado, el control de los ‘excesos’, la creación de un ‘criterio’ estandarizado y, en última instancia, el orillamiento de las clases plebeyas, lo cual podría traducirse en que ésta ya no sería una fiesta para todos y todas.

El cofradierismo comunitario, caracterizado por personas maduras y *boomers* con fuerte arraigo territorial, reproduce dinámicas de tradición y pertenencia, situando la identidad local y familiar como núcleo de la participación. Este modelo, que remite a la ambigüedad entre estructura y *communitas* (Turner, 1988), donde las hermandades y sus actividades religiosas o sociales son utilizadas para la expresión de las desigualdades y su reproducción social –fundamentalmente, con matriz identitaria (Moreno, 1997)– o para propiciar una experiencia comunitaria (Tönnies, 1947 [1887]) a conveniencia de los sujetos, ya no es el modelo hegemónico aunque siga siendo un tipo-ideal con un peso considerable, capaz de crear espejismos: barrios y pueblos enteros volcados en las celebraciones anuales para la procesión de la patrona y vecinos desplazados a las periferias del área metropolitana que acuden al calor del hogar para reencontrarse con sus raíces. Es el modelo del ‘boom de las cofradías’ (Pastor *et al.*, 2019), donde se produjo el desarrollo de la vida social de las hermandades. Es el modelo del atrincheramiento en las barras de bar y los tiradores de cerveza de las casas-hermandad, el de las banderitas y las aspidistras en las puertas de los edificios para las procesiones de mayo, el de las *velás* de septiembre a la salida de los cultos gloriosos, el de una ‘religiosidad invisible’ (Luckmann, 1973) que se manifiesta cuando “el nazareno sale a la conquista de la ciudad [...] y dices ‘ahora os vais a enterar de lo que es una cofradía, de lo que es esto, y lo voy a demostrar yo, con mis hermanos que están aquí’” (Rodríguez de la Borbolla en Cabrera, 2021: 87). Aunque esto pervive en la actualidad, no deja de ser la sombra de otro tiempo.

Finalmente, el cofradierismo de género, protagonizado fundamentalmente por mujeres y sectores periféricos, recuerda el liderazgo femenino en la transmisión de las creencias, la cultura y la tradición, al mismo tiempo que cuestiona los límites patriarcales de las hermandades, reivindicando tanto el reconocimiento de su papel

¹⁰*The Revelation of the Andalusian Crush* (Vive Andalucía, 2025).

histórico como el acceso a posiciones de prestigio. Este modelo evidencia una innovación social y religiosa, en tanto en cuanto sugiere una reinterpretación de la tradición y amplía los límites teológicos y morales que dotan al cofradierismo de su genuina flexibilidad religiosa. Si en otra época histórica fue el movimiento obrero el que se hizo un hueco en mitad de la ortodoxia cofradiera –“el nazareno envuelve sus sandalias en el último número de ‘El Socialista’”, apunta Núñez de Herrera (2013 [1934]: 28)–, quizá ahora haya que considerar a las disidencias de género (Pascual, 2021) y a las mujeres –aunque no organizados en un singular *me too* cofradiero– como los pilares de la diversidad moral y política del cofradierismo. En cualquier caso, el auge de este modelo habría sido gracias a la actitud de prudencia que mantienen las hermandades, como instituciones, ante las transformaciones políticas de la modernidad tardía que hace que no se posicionen abiertamente frente a la igualdad de género, antes, al contrario, que la asuman como un valor normativo creciente en las sociedades contemporáneas (Inglehart y Norris, 2003) con el objetivo de mantener su relevancia social como organizaciones religiosas.

En conjunto, los hallazgos cuestionan la idea de homogeneidad del cofradierismo andaluz y revelan un mosaico complejo atravesado por tensiones generacionales, de género, socioeconómicas y culturales. Las hermandades aparecen, por tanto, como instituciones híbridas: como escenarios de distinción social y de disputa simbólica entre lo estético y lo religioso, pero también como espacios de resistencia comunitaria e identitaria y oportunidades para la visibilización de sectores discriminados. Su persistencia en el contexto contemporáneo demuestra que las bases sociales de las cofradías han entrado plenamente en el marco de la post-secularización (Habermas, 2008; Garzón, 2014; Ruiz Andrés, 2022) y que son capaces de reconfigurar el campo religioso mediante prácticas que combinan tradición, innovación y capital cultural.

6. Bibliografía

- Ammerman, N. (2007). *Everyday religion: Observing modern religious lives*. New York, NY: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195305418.001.0001>
- Ammerman, N. (2020). Rethinking religion: Toward a practice approach. *American Journal of Sociology*, 126(S1), 6-51. <https://doi.org/10.1086/709779>
- Aranguren, J. L. (2006). La religión, hoy. En R. Díaz-Salazar *et al.* (Eds.), *Formas modernas de religión* (pp. 21–37). Madrid: Alianza Universidad.
- Astor, A., y Maryl, D. (2020). Culturalized religion: A synthetic review and agenda for research. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 59(2), 209-226. <https://doi.org/10.1111/jssr.12661>
- Ariño, A. (1993). La sociabilidad festera. En J. Cucó (Dir.), *Músicos y festeros valencianos* (pp. 129–233). Valencia: IVAECM.
- Ariño, A., Castelló, R., Hernández, G. M., y Llopis, R. (2006). *La participación cultural en España*. Madrid: Fundación Autor.
- Barrera-Blanco, J., Cornejo-Valle, M., y Pichardo, J. I. (2023). Indirect path to power: The far-right Catholic agenda in Spain. En G. Lo Mascolo (Ed.), *The Christian right in Europe* (pp. 337–350). Transcript Verlag. <https://doi.org/10.1515/9783839460382-020>
- Bauman, Z. (2003). *Comunidad*. Madrid: Siglo XXI.
- Berger, P. L. (1970). *A rumor of angels: Modern society and the rediscovery of the supernatural*. New York, NY: Anchor.

- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. En J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). New York, NY: Greenwood.
- Briones, R. (2018). Persistencia del catolicismo popular en la España secularizada: El caso de Andalucía y de sus semanas santas. En J. I. Urquijo y T. Calvo (Coords.), *El hecho religioso en España hoy: Del nacionalismo al pluralismo religioso* (pp. 209-236). Pamplona: Ediciones Eunate.
- Bueno Ávila, A. (2024). La identidad cristiana de las hermandades y cofradías en el contexto de la secularización. En J. de la Peña *et al.* (Coords.), *II Congreso Internacional de Hermandades y Piedad Popular. Comunicaciones* (pp. 55-75). Sevilla: Editorial Universidad de Sevilla.
- Cabrera, C. (2021). Borbolla. Entrevista al primer cónsul del Círculo Bético Augusto. *Nazarenos*, 3, 82-92.
- Callejo González, J. J. (2010). Privatización, desinstitucionalización y persistencia de la religión en la juventud española. *Revista de Estudios de Juventud*, 91, 29-47.
- Castón, P. (1985). La religiosidad tradicional en Andalucía: Una aproximación sociológica. En P. Castón (Coord.), *La religión en Andalucía* (pp. 98-129). Editoriales Andaluzas Unidas.
- Chaves Nogales, M. (1935, 5 abril). Semana Santa de Sevilla. Monte de Luz. *Ahora*, recuperado de la Biblioteca Nacional de España.
- Chan, T. W. y Goldthorpe, J. H. (2010). Social stratification of cultural consumption across three domains: music; theatre, dance and cinema; and the visual arts. In T. W. Chan (Ed.), *Social Status and Cultural Consumption* (pp. 204–231). Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511712036.008>
- Conferencia Episcopal Española. (2023). *Memoria anual de actividades de la Iglesia católica en España*. Madrid: Editorial EDICE.
- Connell, R. W. (2009). *Masculinities*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Davie, G. (1997). Believing without belonging: A framework for religious transmission. *Recherches Sociologiques*, 28(3), 17-37.
- Davie, G. (2006). Religion in Europe in the 21st Century: The Factors to Take into Account. *European Journal of Sociology*, 47(2), 271-296. <https://doi.org/10.1017/S0003975606000099>
- Davie, G. (2011). *Sociología de la religión*. Madrid: Akal.
- Delgado, M. (1993). La “religiosidad popular”: En torno a un falso problema. *Gazeta de Antropología*, 10, Artículo 08.
- Departamento de Investigación Socio-Religiosa de Fomento Social (DIS). (1972). *Estudio de las hermandades: [Estudio socio-religioso]*. Sevilla: Sínodo Diocesano de Sevilla.
- Díaz Moreno SJ, J. M. (2019). La naturaleza pública de las hermandades y cofradías en una resolución y decreto del Pontificio Consejo para los Laicos. *Estudios Eclesiásticos*, 76(296), 133-138.
- DiMaggio, P. (1987). Classification in art. *American Sociological Review*, 52, 440-455.
- Einstein, M. (2008). *Brands of faith: Marketing religion in a commercial age*. New York, NY: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203938874>
- Erikson, R., Goldthorpe, J. H., y Portocarrero, L. (1979). International class mobility in three Western European countries. *British Journal of Sociology*, 30(3), 415-441.
- Fernandes, S. R. (2009). *Novas formas de crer: Católicos, evangélicos e sem-religiosos nas cidades*. São Paulo: CERIS.
- Fillieule, O., y Tartakowsky, D. (2015). *La manifestación: Cuando la acción colectiva toma las calles*. Madrid: Siglo XXI Editores Argentina.

- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. New York, NY: Basic Books.
- Forteza, M. (2021). *El pluralisme en l'Església catòlica: Una comparació entre moviments laics: El Moviment de Cursets de Cristiandat i la Comunitat de Sant'Egidio* [Tesis doctoral inédita]. Universitat Autònoma de Barcelona.
- García Martín, J. y Perugorría, I. (2025). El campo antiderechos en España: Ciclo de protesta y redes de organizaciones neoconservadoras de inspiración católica (1978-2023). *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 189(1), 63-92. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.189.63-92>
- García Pilán, P. (2021). Tradición católica y ritual festivo: Secularización y metamorfosis de lo sagrado. *Sociología Histórica*, 11(1), 10-41. <https://doi.org/10.6018/sh.488361>
- García Ruiz, P. (2009). El concepto de “reflexividad” en la sociología del consumo: Algunas propuestas. *Revista Española de Sociología*, (12), 85-102.
- Garzón, I. (2014). Postsecularidad: ¿Un nuevo paradigma de las ciencias sociales? *Revista de Estudios Sociales*, 50, 1-15. <https://doi.org/10.7440/res50.2014.11>
- Gehlen, A. (1980). *El hombre: su naturaleza y su lugar en el mundo*. Salamanca: Sígueme Ediciones.
- Giddens, A. (1994). Living in a post-traditional society. En U. Beck, A. Giddens, y S. Lash (Eds.), *Reflexive modernization* (pp. 56-109). Cambridge: Polity Press.
- Granado, D. (2019). Cofradas y devotas: El papel de la mujer en las cofradías penitenciales en la Sevilla de los Austrias (1538-1701). *Historia. Instituciones. Documentos*, 46, 101-132. <https://doi.org/10.12795/hid.2019.i46.04>
- Grau-Grau, M. (2022). La ilusión del mérito: Capital cultural y reproducción. *Revista Española de Sociología*, 31(3), a124. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2022.124>
- Habermas, J. (2008). Apostillas sobre una sociedad postsecular. *Revista Colombiana de Sociología*, 31, 169-183.
- Harris, M. (1998). *Antropología cultural*. Madrid: Alianza Editorial.
- Herrera-Usagre, M. (2011). El consumo cultural en España: Una aproximación al análisis de la estratificación social de los consumos culturales y sus dificultades metodológicas. *Empiria*, (22), 141-172. <https://doi.org/10.5944/empiria.22.2011.852>
- Hervieu-Léger, D. (1990). De quelques recompositions culturelles du catholicisme français. *Sociologie et Sociétés*, 22(2), 195-206.
- Inglehart, R., y Norris, P. (2003). *Rising tide: Gender equality and cultural change around the world*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511550362>
- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2022). *Encuesta Social 2022: Relaciones sociales, hábitos y actitudes de la población andaluza (ES2022)*.
- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. (2024). *Anuario estadístico de Andalucía*. Sevilla: Junta de Andalucía.
- Jiménez de Madariaga, C. (2010). Turismo y espectacularización de los rituales festivo-religiosos. En *XIII Congreso Latinoamericano sobre Religión y Etnicidad: Diálogo, ruptura y mediación en contextos religiosos* (pp. 1-16). Granada: Universidad de Granada.
- Katz-Gerro, T. (2002). Highbrow cultural consumption and class distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United States. *Social Forces*, 81(1), 207-229. <https://doi.org/10.1353/sof.2002.0050>
- Kozinets, R. V. (2019). *Netnography*. London: Sage.
- Lobo, P. [@Lobo41015]. (2024, 28 de enero). *Creo que hace un tiempo dije por aquí algo así como "a mí no me emociona un Cristo ante el que no ha rezado mi abuela". La mayoría de cofrades dirían lo mismo. En Semana Santa, le importa un carajo*

- Cellini o Miguel Ángel. En Semana Santa quiere ver, siempre, lo de siempre* [Tweet]. X. <https://x.com/Lobo41015/status/1751524742429908992>
- Lobo, P. (2021). Heavy Metal is painful. *Nazarenos*, 3, 18-19.
- Luckmann, T. (1973). *La religión invisible: El problema de la religión en la sociedad moderna*. Salamanca: Ediciones Sígueme.
- Mancha Castro, J. C. (2018). *Modelos de expresividad, funciones sociales y políticas y significaciones de la Semana Santa de Huelva en el franquismo y la segunda restauración borbónica* [Tesis doctoral inédita]. Universidad de Sevilla.
- Mancha Castro, J. C. (2020). La dramatización de una ciudad: Significaciones rituales urbanas de la Semana Santa de Huelva. *Disparidades. Revista de Antropología*, 75(1), e013. <https://doi.org/10.3989/dra.2020.013>
- Mancha Castro, J. C. (2023). Religiosidad popular y pluralismo ideológico: Significaciones religiosas y políticas en torno a la Semana Santa de Huelva. *Ilu. Revista de Ciencias de las Religiones*, 28, e-88770. <https://dx.doi.org/10.5209/ilur.88770>
- Mantecón, T.A. (1990). *Contrarreforma y religiosidad popular en Cantabria. Las cofradías religiosas*. Santander: Universidad de Cantabria.
- Marín-Gutiérrez, D. (2025). El cofradierismo como frame socio-religioso. *Disparidades. Revista de Antropología*, 80(1), e1009. <https://doi.org/10.3989/dra.2025.1009>
- Marín-Gutiérrez, D. (2026). Las religiosidades de las hermandades andaluzas. *Ilu. Revista de Ciencias de las Religiones* (en revisión).
- Mateos Mora, C., y Navarro Yáñez, C. J. (2014). La localización de la clase creativa en los municipios españoles: Discusión conceptual-operativa y análisis descriptivo. *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, (29), 123-153. <https://doi.org/10.5944/empiria.29.2014.12974>
- McGuire, M. B. (2008). *Lived religion: Faith and practice in everyday life*. New York, NY: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195172621.001.0001>
- McRoberts, O. M. (2004). Beyond Mysterium Tremendum: Thoughts toward an aesthetic study of religious experience. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 595(1), 190-203. <https://doi.org/10.1177/0002716204267111>
- Miller, V.J. (2003). *Consuming Religion: Christian Faith and Practice in a Consumer Culture*. New York: Continuum. <https://doi.org/10.5040/9781501383311>
- Ministerio de Industria y Turismo. (2025). *Catálogo de fiestas de interés turístico internacional*.
- Ministerio de Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes. (2025). *Registro de entidades religiosas*.
- Moreno, I. (1997). Los rituales festivos religiosos andaluces en la contemporaneidad. En *Actas de las Iª jornadas de Religiosidad Popular* (pp. 319-332). Almería.
- Moreno, I. (1999 [1974]). *Las hermandades andaluzas: Una aproximación desde la antropología*. Sevilla: Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- Moreno, I. (2006). *La Semana Santa de Sevilla: Conformación, mixtificación y significaciones*. Sevilla: ICAS, Ayuntamiento de Sevilla.
- Morello, G. (2020). *Una modernidad encantada: Religión y modernidad en Latinoamérica*. Córdoba (Argentina): Editorial de la UCC.
- Navarro, C.J. (2011). *Comunidades locales y participación política en España*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. <https://doi.org/10.5477/cis/mon.273.198>
- Navarro, C. J. (Coord.). (2012). *Las dimensiones culturales de la ciudad*. Madrid: Catarata.

- Navarro de la Fuente, S. (2024). De guardianes de la tradición a aficionados “sin Dios”: Las cofradías andaluzas en tiempos de secularización. *Historia Actual Online*, 65(3), 49–64. <https://doi.org/10.36132/a88n0827>
- Núñez de Herrera, A. (2013 [1934]). *Semana Santa, teoría y realidad*. Sevilla: Abc de Sevilla SL.
- Orsi, R. A. (1997). Everyday miracles: The study of lived religion. En D. D. Hall (Ed.), *Lived religion in America: Toward a history of practice* (pp. 3–21). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Parker Gumucio, C. (2006). ‘Magico-popular religion’ in contemporary society: Towards a post-Western sociology of religion. En J. A. Beckford, *Theorising Religion: Classical and Contemporary Debates* (pp. 60–74). Aldershot: Ashgate.
- Pastor, Á., Robles, F., y Roldán, M. J. (2019). *Historia general de la Semana Santa de Sevilla*. Sevilla: El Paseo Editorial.
- Pascual, J. (Dir.). (2021). *¡Dolores, guapa!* [Documental].
- Pérez González, S.M. (2012). Mujeres y cofradías en la Andalucía de finales de la Edad Media. *Historia. Instituciones. Documentos*, 39, 185–211. <https://doi.org/10.12795/hid.2012.i39.06>
- Pontificio Consejo para los Textos Legislativos. (1980 [1917]). *Código de Derecho Canónico*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos.
- Pontificio Consejo para los Textos Legislativos. (2023 [1983]). *Código de Derecho Canónico*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York, NY: Simon & Schuster.
- Rodríguez Becerra, S. (1985). *Las fiestas de Andalucía*. Sevilla: Editoriales Andaluzas Unidas.
- Rodríguez Becerra, S. (2006). *La religión de los andaluces*. Málaga: Editorial Sarriá.
- Rodríguez Mateos, J. (1997a). *La ciudad recreada: Estructuras, valores y símbolos de las hermandades y cofradías de Sevilla*. Sevilla: Diputación de Sevilla.
- Rodríguez Mateos, J. (1997b). Semana Santa de Sevilla: la construcción recurrente de una identidad. *Demófilo. Revista de Cultura tradicional de Andalucía*, 23, 165–173.
- Romero Mensaque, C. J. (2011). Sentimiento religioso y actitudes conflictivas en las hermandades de penitencia de Sevilla durante el siglo XVIII. *Revista de Humanidades*, 18, 65–92. <https://doi.org/10.5944/rdh.18.2011.12880>
- Roldán Gómez, I. (2025, 28–30 de mayo). Religión y salud pública: La salud sexual y reproductiva desde la teología feminista [Participación en mesa redonda]. XV Congreso Internacional de la Sociedad Española de Ciencias de las Religiones, León, España.
- Ruiz Andrés, R. (2022). La postsecularización: Un nuevo paradigma en sociología de la religión. *Política y Sociedad*, 59(1), e72876. <https://doi.org/10.5209/poso.72876>
- Ruiz Andrés, R., Perugorria, I., y García Martín, J. (2024). De qué hablamos cuando hablamos de Hakuna: Claves para entender el catolicismo cool en España. *Revista Española de Sociología*, 33(3), a238. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2024.238>
- Sample, T. (1996). *White Soul: Country Music, the Church and Working Americans*. Nashville: Abingdon.
- Sampson, R. J., Morenoff, J. D., y Gannon-Rowley, T. (2002). Assessing “neighborhood effects”: Social processes and new directions in research. *Annual Review of Sociology*, 28, 443–478. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.28.110601.141114>
- Sánchez Herrero, J. (1999). Las cofradías de Semana Santa de Sevilla entre 1875 y 1990: Su evolución religiosa, benéfica, socio-económica e implicaciones políticas.

- En L. Álvarez Rey *et al.*, *Las cofradías de Sevilla en el siglo XX* (pp. 45-123). Sevilla: Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- Sánchez Herrero, J. (2003). *La Semana Santa de Sevilla*. Madrid: Sílex.
- Santos, J. y Mathews, B. P. (2001). Quality in Religious Services. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 6 (3), 278-288. <https://doi.org/10.1002/nvsm.153>
- Semán, P. (2021). *Vivir a fe: Entre el catolicismo y el pentecostalismo, la religiosidad de los sectores populares en la Argentina*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.
- Silver, D., Clark, T. N., y Navarro, C. J. (2010). Scenes: Social context in an age of contingency. *Social Forces*, 88(5), 2293-2324.
- Sivianes, L. (2018). El Sínodo de Sevilla de 1973. Recuerdo y presencia. *Anuario De Historia De La Iglesia Andaluza*, 11, 237-269. <https://doi.org/10.46543/AHIA.1811.1009>
- Standing, G. (2013). *El precariado: Una nueva clase social*. Madrid: Pasado y Presente.
- Stolz, J., y Ballif, E. (2011). *L'avenir des Réformés: Les Églises face aux changements sociaux*. Labor et Fides.
- Stolz, J. y Usunier, J.C. (2018). Religions as brands? Religion and spirituality in consumer society. *Journal of Management, Spirituality y Religion*, 15(1), 6-29. <https://doi.org/10.1080/14766086.2018.1445008>
- Tönnies, F. (1947 [1887]). *Community and society*. East Lansing, MI: Michigan State, University Press.
- Torche, F., (2007). Social Status and cultural consumption: The case of Redding in Chile. *Poetics*, 35, 70-92. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2007.03.004>
- Trzebiatowska, M., y Bruce, S. (2012). *Why are women more religious than men?* Oxford: Oxford University Press.
- Turner, V. (1988). *El proceso ritual*. Madrid: Taurus.
- Ureña, N. (2023). *Sociedad y Semana Santa: El vínculo personal y afectivo de la población de Málaga con sus Cofradías* [Trabajo Fin de Máster inédito]. Universidad de Málaga.
- Vive Andalucía. (2025, 16 de mayo). Turismo religioso: “The revelation of the Andalusian crush” [Video]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=PXR6Bte4JLs>
- Wilensky, H. L. (1964). Mass society and mass culture: interdependence or independence? *American Sociological Review*, 29(2), 173-197
- Woodhead, L. (2007). Gender differences in religious practice and significance. En J. A. Beckford y N. J. Demerath III (Eds.), *The SAGE handbook of the sociology of religion* (pp. 550-570). Sage.

* * *

Daniel Marín-Gutiérrez (<https://orcid.org/0000-0003-3254-171X>) es Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Pablo de Olavide, en España. Profesor del Departamento de Sociología de la Universidad Pablo de Olavide y miembro del Centro de Sociología y Políticas Locales de la Universidad Pablo de Olavide. Líneas de investigación: participación comunitaria, sociología de la religión, protesta y movimientos sociales, estudios urbanos.