

Santos mensajes

By Andrés Gustavo Muglia

Francisco I y los medios de comunicación.

Hay una sabia máxima argentina que dice que en la mesa es mejor abstenerse de hablar de política y religión, para mantener la concordia y la paz familiar. El argentino, polémico, discutiador por naturaleza, podrá arruinar bellas comilonas domingueras por una mínima chispa casual junto a uno de esos polvorines. A sabiendas de este fenómeno me inmiscuyo en unos de estos temas, porque, por evidentes y repetidos, ciertos gestos merecen ser analizados en términos de nuestras disciplinas de profesionales de lo visual.

La continuidad misma de la religión judeo-cristiana fue atacada duramente por el estado comunista, siguiendo la conocida frase de Marx que señalaba que la religión es el opio de los pueblos. Sin embargo, en las naciones de arraigada tradición religiosa, ni siquiera la poderosa influencia de esas ideas pudieron contra la Iglesia; es bastante conocido el hecho de que muchos comunistas italianos iban a misa. Contra la fe no hay nada que la razón pueda hacer. Ni siquiera el hecho de que en el año 1952, en los laboratorios de la Universidad de Chicago, los científicos Stanley Miller y Harold Urey demostraron que se pueden crear sustancias orgánicas (vida) a partir de sustancias inorgánicas. Para eso introdujeron una serie de sustancias (agua, metano, amoníaco, hidrógeno, etc.) en un circuito cerrado de tubos y esferas de cristal, al que sometieron a fuertes descargas eléctricas y altas temperaturas, imitando las condiciones atmosféricas de nuestro planeta en los tiempos del nacimiento de la vida. Como resultado de este experimento bastante sencillo, obtuvieron aminoácidos. Esto es, básicamente, vida en su estado más simple. Transitivamente, Miller y Urey dieron un soberbio y memorable golpe al edificio de la religión. Dios yo no hacía falta para que existiera la vida.

Sin embargo todavía hoy, quijotadas como las de Stephen Hawkins, que con su libro «El gran diseño» trata de demostrar definitivamente que para que exista el universo, el hombre, las tartas y las bicicletas no hace falta un Dios, siguen estrellándose sin suerte contra la fe inexpugnable de millones de creyentes. Discutir la religión es como discutir una montaña. Hawkins, sin duda una de las mentes más brillantes de nuestra época parece no entenderlo, o quizás sí lo entienda, y acepte estoicamente su destino de luchar contra molinos de viento.

A pesar de que, desde Darwin para acá, la ciencia ha tratado de destronar a la religión de su reinado de siglos, no es a la ciencia a la que particularmente el cristianismo apostólico romano deba temer; sino a otras religiones, muchas protestantes, nacidas del mismo impulso rectificado del cristianismo, que le disputan su primacía occidental dos veces milenaria. Esto impulsa al Vaticano a *aggiornarse* para no desaparecer a manos de estas otras variantes de tipo evangélico, cuyas misas son verdaderas fiestas, pobladas de canciones y alegría, lejanas a la solemne liturgia apostólica y romana. En este contexto irrumpe la figura de Francisco I, el

«Papa de la gente». Aparte del hecho de que sea argentino, lo que ha llevado a muchos co-terráneos de pensamiento profundo a hinchar el pecho al grito de: ¡tenemos a Messi, al Papa y a Máxima!; mucho dice que precisamente del tercer mundo (del «pobre» tercer mundo) «del fin del mundo», haya venido a salir el nuevo Papa.

Como profesionales de las disciplinas visuales nuestra *métier* nos agudiza a la hora de leer la realidad. En criollo diríamos que estamos «bien afilados» para ver qué hay detrás de cualquier clase de mensaje que se nos presente. En todas las carreras relacionadas con lo visual, aprendemos a leer lo denotado y lo connotado de un mensaje. De ese modo se nos capacita para decodificar las connotaciones, no solo de un cartel, de una publicidad o de una pancarta política; sino también de las actitudes de cualquier actor social al que accedamos a través de los *mass media*. Si tenemos la oportunidad de ver a estos personajes en vivo y directo, lo artificial (por previsto y no por superficial) de ciertos gestos, de ciertas actitudes, de ciertas indumentarias, se hace todavía más evidente; como si los medios pusieran una sordina entre emisor y receptor, que la realidad desenmascara y hace más evidente.

Esta deformación profesional es quizá el motivo por el cual, una vez elegido el nuevo Papa, gestos y actitudes suyos comenzaron a configurar para mí un mensaje connotado que reforzaba lo que Francisco I decía. El origen jesuita de Bergoglio habla claramente de una inclinación hacia las raíces de aquella iglesia que predicaba la pobreza. Da realmente qué pensar que este sea el primer Papa en adoptar el nombre de un santo tan popular como San Francisco.

Desde el día uno Francisco comenzó a enviar mensajes a la feligresía, de esos mensajes que se envían hacia al sentimiento y no a la razón; y son por eso más elocuentes y efectivos. Algunos ejemplos:

- Se bajó del papamóvil a abrazar a un joven tullido saliéndose abruptamente del protocolo y poniendo locos a los de la seguridad vaticana.
- Invitó a secundarlo en su primera misa a un cura uruguayo que encontró en la multitud.
- Renunció a usar la indumentaria lujosa de otros Papas y se quedó con sus maltrechos zapatos abotinados comprados en quién sabe qué zapatería porteña.
- Se negó a quitarse su humilde rosario por uno acorde a su jerarquía. Últimas noticias dan cuenta de que ese rosario se lo birló a su confesor en el mismo velorio de su amigo —el Papa no sólo es pobre sino que también fue pecador—.
- Abrazó a un hombre aquejado por una enfermedad cutánea que lo deforma hasta darle el aspecto de aquel John Merrick de la novela de Dickens, superando la aversión que este podía provocar a cualquier paranoico renuente a los contagios.

- Le alcanzó una silla al soldado que hace guardia en la puerta de su residencia toda la noche de pie.
- Pidió, en su visita a Brasil, un automóvil humilde para desplazarse, y se lo vio tan campante adentro de un Renault 4 que vaya a saber cómo lograron conseguir los encargados de la organización.

Se podría seguir enumerando ejemplos, porque la exposición permanente a la que se somete un Papa de nuestros días, hace que cada paso y cada gesto quede conservado en un archivo digital sensible de ser multiplicado al instante y hasta el infinito. La evidencia está allí para ser analizada. Si Juan Pablo II fue el Papa viajero, Francisco I será el Papa mediático. Y como hombre de evidente inteligencia ha asumido ese contexto y lo utiliza como una herramienta a su favor. No hay por qué ver en esto una actitud cínica o calculadora. Tal vez, acostumbrados a los meditados y asesorados gestos de los políticos —que no acarician la cabeza de un niño sin hacer antes el cálculo de votos que esto les dará—, veamos en esto algo negativo. Sin embargo, a veces sutil, a veces más grueso, el lenguaje solapado de los gestos y actitudes papales son una evidencia de cómo se puede usar el poder de los medios para el refuerzo simbólico de un discurso, que existe y es explícito, pero, arriesgo, menos efectivo que estas demostraciones palpables, visuales, táctiles, de dar el ejemplo con las acciones.

Discutir si los gestos del Papa Francisco I son espontáneos o si en cambio están detenidamente pensados como una estrategia de campaña de marketing pura y dura, es completamente estéril. A favor del ex Cardenal tenemos a la memoria colectiva de su terruño y diversos documentos que demuestran que el ahora Papa andaba en subte,¹ lavaba pies de fieles, llamaba personalmente por teléfono a cualquier perejil (me consta). A favor de la otra hipótesis, tenemos la evidencia de que ante el más ligero análisis se cae de maduro que los gestos papales no tienen que ver con la casualidad. Probablemente el camino del medio entre las dos hipótesis, sea la respuesta que se acerque más a la verdad. No será sino hasta dentro de unos años, y comprobando si efectivamente la cantidad de nuevos fieles aumentó en el tercer mundo, que daremos cuenta de qué tan profundo puede ser el impacto de estas imágenes en comparación con miles de palabras.

Published on 17/03/2014

1. N. del E. «Subte» es el nombre del metro de Buenos Aires.



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/santos-mensajes>

