

EL ÍDOLO ACRÍTICO

EL PAPA FRANCISCO DESDE LA CULTURA VISUAL

Germán Casella / casellahav@gmail.com

Facultad de Bellas Artes (FBA). Universidad Nacional de La Plata (UNLP)

Desde luego, la Cultura visual no puede ser tomada como una construcción social de lo visual, como reflejo, sino como una construcción visual de lo social, es decir, instauradora específica de mundos.

(Marchan Fiz, 2005)

El 13 de marzo de 2013 se presentó en el Balcón de San Pedro,¹ para saludar a los fieles que estaban en la Plaza, la nueva cabeza de la Iglesia: Jorge Mario Bergoglio. Este obispo porteño, al salir de la Cámara de las Lágrimas, se convirtió en Francisco I y, con esto, en una imagen proliferante de la cotidianeidad argentina. Tras su *fratelli e sorelle, bounasera*, miles de expresiones visuales con su cara emergieron en los contextos públicos y privados de manera fugaz: láminas celebratorias, estampitas, estampillas, rosarios, remeras, platos, tazas, bustos, fundas para celular, abanicos, bombillas, mates, cajas de bombones, alfombras y hasta máscaras para disfrazarse [Figuras 1, 2 y 3]. Con esta difusión se construyó, instantáneamente, un fanatismo casi santificador de la figura del papa Francisco.

La presente investigación tiene por objetivo analizar la cultura visual referida al papa Francisco. Para ello, se entiende a la construcción de la imagen del Papa de manera instantánea y, por tanto, más acrítica que reflexiva. De este modo, se de-

¹ El balcón de San Pedro –lugar desde el que se anuncia a los fieles la elección del nuevo papa y desde donde éste imparte la bendición *Urbi et Orbi*– forma parte de la Basílica de San Pedro, en el Vaticano.



Figura 1. Rosarios con la imagen del papa Francisco



Figura 2. Medallas con la fotografía del papa Francisco

PRODUCCIONES DE ALUMNOS



Figura 3. Máscaras del papa Francisco

mostrará la construcción de un ídolo acrílico que representa a una sociedad homogénea, que está constituida por una estetización de la realidad cotidiana. Esta realidad se caracteriza por la liviandad de la representación y por el vaciamiento de significación y de interpretación (Richard, 2007). Las posibilidades de estas representaciones se pondrán en tensión con los discursos que sostienen desde lo visual. Por todo lo dicho, se analizará si la capacidad crítica y política es una especificidad única del arte o si los Estudios Visuales comparten esa característica y pueden aplicarse a este caso.

LA FETICHIZACIÓN DE FRANCISCO

Rubén Dri, teólogo y filósofo argentino, presenta una definición de religión: “Religión provendría de *religare*, es decir, religar, volver a ligar, volver a unir lo que se había desunido. Como trasfondo está la experiencia de la fractura, de la desunión, de la falta de sentido. Hay una experiencia de ruptura, de *caída*” (Dri, 2007). El autor entiende a la *religión* como *religazón*, es decir, como lo que une tras la desunión. Por ruptura entiende al hombre como sujeto natural-antinatural por ser partícipe de razón y de espíritu; al encontrarse exiliado de la naturaleza se crea una segunda: la cultura. Parte de la cultura (que es la religión o el mito, nuevo hábitat que hace posible a la vida) son los símbolos a los que les atribuye un papel central: “No hay religazón posible sin símbolos religadores” (Dri, 2007). También menciona al fetiche –que es explicado desde la mirada de Marx– y lo entiende como el símbolo que se separa de su creador, que toma existencia propia y, con esto, que posee poder dominador sobre el sujeto. Sumado a esto, el autor agrega la categoría de símbolo-fetiche, que es el símbolo alienante:

Pero en la medida en que el símbolo revierte sobre el sujeto creador, para formar con él un todo de sentido, pasa a ser un momento esencial en la construcción e identidad del sujeto. Si la confianza en que la Virgen de Itatí curará de su dolencia al devoto lo lleva a éste a descuidar su salud, allí el símbolo es fetiche (Dri, 2007).

De esta manera, la construcción de símbolos es esencial para la constitución del sujeto, quien crea su nuevo hábitat a partir de las religaciones logradas por la relación venerante hacia los símbolos –y fetiches– religiosos.

Dos ideas resultan destacables de Dri: el fetiche constructor de identidad y la concepción de cultura como escenario religador (condensado en la/s figura/s religio-

sa/s). Se piensa, entonces, en la figura construida del Papa y se afirma que, evidentemente, es la figura que condensa las intenciones de la Iglesia Católica Apostólica Romana en el primer cuarto del siglo XXI. De este modo, se reafirma el rol de la institución Iglesia como el dominante, como el que tiende a homogeneizar el mundo.

El papa Francisco es la imagen de una intención homogeneizadora que pretende sostener a la Iglesia Católica en el tiempo presente. Con esta intención, la representación de Francisco aparece como un fetiche, como un símbolo que se desprende y que se independiza de la imagen de Bergoglio, como un símbolo alienante que constituye identidades homogeneizadas a través de su representación. Aquí, el término representación se tomará a partir de la doble función atribuida a la misma por Louis Marin (Marin en Chartier, 1996). Se entiende que la representación es portadora de un doble sentido porque presentifica lo ausente y porque exhibe su propia presencia como imagen. De este modo, todo dispositivo representa algo (en su dimensión transitiva-transparente) y, a la vez, se presenta representando algo (como opacidad enunciativa-reflexiva). Ésta comprensión doble de la representación que sugiere Marin puede ser utilizada para ahondar sobre las diversas relaciones subjetivas en el mundo social.

[Es un acceso] a repensar las relaciones que mantienen las modalidades de exhibición del ser social o del poder político con las representaciones mentales [...] que otorgan (o refutan) creencia y crédito a los signos visibles, a las formas teatralizadas, que deben reconocer como tal la potencia, ya sea soberana o social (Chartier, 1996).

El aporte de Marin sobre el concepto de representación es central para repensar dos tipos de historias: la de las modalidades de hacer creer y la de las formas de creencia. La tensión entre estas dos es central para Marin, pues permite comprender modelos de pensamiento y mecanismos de dominación:

Entiendo por “creencia” no el objeto del creer (un dogma, un programa, etcétera), sino la adhesión de los sujetos a una proposición, el *acto* de enunciar teniéndola por cierta, dicho de otra manera, una “modalidad” de la afirmación y no su contenido (Marin en Chartier, 1996).

De esta manera, se arriesga una primera conclusión sobre lo dicho: la diversidad de dispositivos con la imagen de Francisco lo presentifican en su ausencia a la vez que cada uno de ellos se instituye como presencia. En su circulación masiva, es importante repensar los modos de exhibición que el poder eclesiástico mantiene con la construcción representativa del nuevo Papa. El símbolo-fetiche logrado promueve la adhesión a la figura de Francisco como nueva y renovadora cabeza de la Iglesia.

PRODUCCIONES DE ALUMNOS

Si lo propuesto es posible, estas representaciones jugarían un rol central en la modalidad de esta nueva afirmación, justamente, por su tendencia a recurrir “[...] a guiones demasiado simples, a narrativas demasiado esquemáticas, a usos estereotipados de la identidad y la diferencia, para capturar la fantasía de sus masivos –y enrolados– consumidores” (Richard, 2007). De este modo, se señala la falta de reflexión crítica en la construcción social del papa Francisco como ídolo popular religioso homogeneizante a partir de visualizaciones que exceden el campo del arte.

LA NECESIDAD DE REPLANTEARSE LA MIRADA AQUIETADA

Según Nelly Richard (2007) se asiste a la semiologización de lo cotidiano. Actualmente, la cotidianeidad mediática es el entorno generalizado para la creación y para la difusión de imágenes, entendiendo con esto que la cultura posmoderna es la cultura de la imagen. El capitalismo se rige por una fase que introdujo el culto a la imagen. Por lo tanto, el referente, que es la realidad ahora estetizada por completo, se diluye en cadenas de signos que se disipan hasta nivelar totalmente los significantes y los significados. Por esto, antes se hablaba de guiones simples, estereotipados, de un desplazamiento horizontal de las imágenes que genera superficies lisas no marcadas. Todo lo mencionado se encuentra en las imágenes del papa Francisco, de las que en este momento de la investigación no haremos distinción de soporte. Lo que se quiere rescatar son las prácticas visuales (publicitarias, informativas, adoctrinarias, religadoras) que conllevan a los ejemplos citados.

Se piensa, entonces, en un principio, en la realidad compositiva de proponer sólo dos o tres fotografías de Francisco para repetirlas en diferentes posiciones, soportes y funcionalidades como un guión de lo liviano, como una estetización del hecho histórico de asistir a la elección del primer Papa argentino. Aquí se reintroducen las tensiones de la modalidad de la creencia no en el contenido, sino en la afirmación. El papa Francisco es la nueva figura eclesial en quien creer, que circula como doble presencia de manera inmediata (Marin en Chartier, 1996).

Las creencias que se imponen, simbólicamente, desde la proliferación de imágenes de Francisco, rondan lo esperable. Se podría hablar de estereotipia, por ejemplo, en el uso de la bandera argentina en casi todas las imágenes que resaltan el carácter de orgullo nacional propuesto en ellas. También hay otras propuestas visuales en las que se unen la bandera vaticana con la argentina. Esto se relaciona con epígrafes como “el Papa argentino” o el hecho de mencionar el nombre de Sumo Pontífice –Francisco I– en compañía de su nombre corriente: Jorge Mario Bergoglio. Todo esto introduce una imagen irreflexiva con un mensaje simple: hay un Papa que es argentino, ya era conocido en el ámbito nacional, esto da un nuevo lugar

al país en el escenario mundial [Figura 4]. De esto no se hace una reflexión profunda, no se movilizan las estructuras ni se pone en discusión qué implicancias tiene para el país y para la sociedad argentina. Las propuestas visuales en torno al Papa son para pensar y para reflexionar, pues su eficacia “depende de la percepción y el juicio de sus destinatarios, de la adhesión o la distancia con respecto a los mecanismos de presentación y persuasión puestos en acción” (Chartier, 1996).

En algunos casos –y dentro de estos, el analizado en esta oportunidad– la cultura visual trae consigo una saturación icónica irreflexiva. Frente a esto, se destaca la postura de Simón Marchán Fiz, quien sostiene que la institución de las Bellas Artes ya no tiene el papel principal en la transmisión de mitos, pues las artes, con la emergencia de la superabundancia visual, no son la forma canónica de comunicación. Asimismo, el autor plantea que la cultura visual presupone y supera un giro lingüístico en pos de un giro de la imagen, dejándola como postsemiótica. El énfasis ya no radica en la posible inmanencia de una obra, en las dimensiones sintáctico-semánticas de las prácticas visuales o en la descodificación de la relación entre significante y significado. De este modo, Marchán Fiz explica lo siguiente acerca de los procesos interpretativos acostumbrados:

[...] son desplazados por las técnicas del observador, por un acto de recepción que a veces tiene más que ver con las apreciaciones de los significados que con una interpretación ajustada a la naturaleza de los signos visuales. [...] se prima un uso pragmático de las imágenes que, al decir de sus críticos, apenas se distingue del que practica el capitalismo global al saquearlas a conveniencia (Marchán Fiz, 2005).

La presentación de esta postura comprende la posible proliferación acrítica que se da alrededor de la figura del papa Francisco. He aquí, entonces, la pregunta central: si se vive en la estetización de lo real a partir del predominio visual propio de la cultura posmoderna y, desde el ejemplo analizado, se devela la incapacidad crítica de estas imágenes inmersas en el mercado capitalista, en la que el espectador es audiencia receptiva que aprecia los significados antes que los signos ¿cómo diferenciar el rol del arte dentro de esta hegemonía del mercado de la imagen? Si el fenómeno omnipresente de la estetización convierte a la cultura visual en el nuevo absoluto, en pos de la horizontalidad transversal y de la democratización de las imágenes lisas, no rasgadas, ¿cómo poner en tensión los efectos de sentido buscados por los discursos visuales sobre el Papa con sus desciframientos?

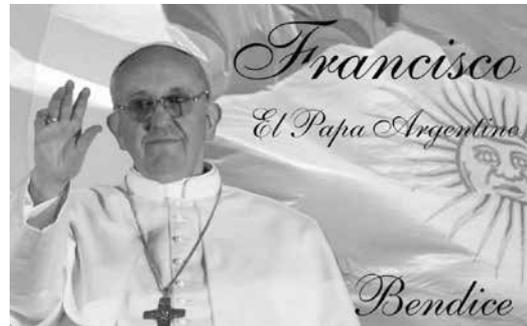


Figura 4. Afiche del papa Francisco con la bandera papal y con la bandera argentina

PRODUCCIONES DE ALUMNOS

Tal vez una posibilidad se encuentre en un arte crítico que imagine nuevas políticas de la mirada desde la pausa reflexiva. Debe haber una expresión visual que, como explica Jaques Rancière (2010), refleje que no era visto fácilmente, que ponga en relación lo que no está, que cambie la percepción de los acontecimientos sensibles y que modifique, desde todo esto, las relaciones entre los sujetos. Si se sigue a Marchán Fiz, esto no sucede porque el arte es un estatuto que presenta problemas para el capital. Esto es así ya que la capacidad crítica y política del arte propone la sospecha y la ampliación de la visión para denunciar la aparente neutralidad de los signos. Es el deber del arte crítico desorganizar los pactos de la representación hegemónica, es decir, discutir el control del uso social de las imágenes “sembrando la duda y las sospechas en el interior de la visualidad” (Richard, 2007). El sistema de creencias, en torno a una representación repetida incesantemente, se vería en tensión a partir de una postura como esta.

Las imágenes que construyen a la figura del papa Francisco presentan características de estetización del mundo, sumado a la homogeneización del pensamiento constituido desde el símbolo-fetichismo que religa las subjetividades bajo el parámetro eclesial católico homogeneizador. Es ahí cuando lo visual constituye lo social antes que a la inversa, pues las imágenes acriticas de Francisco I instauran mundos específicos, marcados por un fuerte tinte cristiano católico. La representación de esta figura construye creencias, combinadas con una horizontalidad transversal y con imágenes lisas, que se fundan en afirmar una nueva dominación simbólica y no en repensar los contenidos propuestos.

REPENSAR LA FIGURA VISUAL DE FRANCISCO

A lo largo de este texto se presentó cómo a partir de lo visual se construye la figura del papa Francisco I como símbolo fetichismo, representación en su doble sentido, que actualiza el sistema de creencias dominante en la imaginación social. Se develó el carácter homogeneizador de esta propuesta y cómo lo visual contribuye a esa desdiferenciación entre subjetividades. De este modo, desde la cultura visual se obtienen mecanismos que permiten reflexionar sobre este proceso de la construcción de la figura estereotipada del Papa. Por lo tanto, se puede, desde el análisis reflexivo, poner en tensión el efecto buscado y su desciframiento. Se propuso, entonces, la posibilidad de un arte crítico-político que ralentice el flujo incontrolable de imágenes que constituyen identidades sociales acriticas y homogeneizadas.

Es necesaria, con cierta urgencia, la emergencia de un arte complejo que no pierda la criticidad del lenguaje y que lleve a la mirada del espectador a preguntarse por los usos políticos que ideologizan o que desideologizan la mirada; un arte que proponga una visión o un comentario sobre el papa Francisco que no necesariamente

deje de ser objeto de celebración, pero que introduzca reflexiones sobre su figura, sobre la realidad de la Argentina en el siglo XXI y sobre la de la Iglesia actual y la pasada. La mirada y la imagen se desactivan por lo económico a partir de la circulación masiva basada en pautas irreflexivas. Es necesario, como señala Nelly Richard, la emergencia de un arte crítico que devuelva el peso y que reintroduzca el pliegue simbólico a la imagen, que separe la liviandad y el vaciamiento de conflicto de la propuesta artística que pone en discusión a la realidad buscando develar la opacidad. Si la cultura visual instauro mundos (lo visual constituye lo social) es importante repensar las representaciones sobre el Papa que circulan actualmente.

Las representaciones visuales del Papa deberían ser utilizadas como una posibilidad para la comprensión de los modelos de pensamiento que se construyen, actualmente, desde lo visual. Esto incluye a los mecanismos de dominación que las mismas imponen si no se realiza una pausa reflexiva frente a la oferta continua actual. Entonces, el desafío será inquietar la mirada antes que aquietarla.

BIBLIOGRAFÍA

- Chartier, R. (1996). *Escribir las prácticas. Foucault. De Certeau. Marin*. Buenos Aires: Manantial.
- Dri, R. (coord.) (2007). *Símbolos y fetiches religiosos en la construcción de la Identidad Popular*. Tomo 2. Buenos Aires: Biblos.
- Marchán Fiz, S. (2005). "Las Artes ante la Cultura Visual. Notas para una genealogía en la penumbra". En Brea, J.L. (ed.). *Estudios Visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid: Akal.
- Ranciére, J. (2010). *El espectador emancipado*. Buenos Aires: Manantial.
- Richard, N. (2007). *Fracturas de la memoria. Arte y pensamiento crítico*. Buenos Aires: Siglo XXI.