



## Simbolizaciones de una imagen mediática: Juan Pablo II

---

DJUKICH, Dobrila; HERNÁNDEZ, Alexander  
OLIVARES, Gisela; GARCÍA, Irida  
MENDOZA, María Inés

---

*Universidad del Zulia*  
*dobrila@intercable.net.ve, gisoli2002@cantv.net*

### Resumen

Cada vez es mayor la influencia de Internet en el desarrollo de la vida cotidiana, tal es el caso de la enfermedad y muerte de Juan Pablo II, la cual "...primero se supo gracias a la Web del Vaticano..." El corpus analizado abarcó las noticias -vía electrónica- del 15 de abril al 30 de mayo de 2005. Se aplicó el modelo etnosemiótico con énfasis en la simbolización visual. Los resultados obtenidos mostraron: 1) en la cobertura sincrónica: una avalancha de consultas electrónicas y exhuberancia de imágenes con símbolos religiosos; 2) en la cobertura diacrónica: las imágenes y sus textos conducen a la construcción de una beatificación "prematura" de "Juan Pablo II", y *este proceso se cimenta en el ritual funerario*.

**Palabras clave:** Tecnologías de la Comunicación y la Información, Simbolizaciones, Rituales, Juan Pablo II.

### *Symbolizations of a media image: Juan Pablo II*

#### Abstract

Every day the influence of internet in the development of daily life is growing. A good example of this is the case of the illness and death of Juan Pablo II, which "was first divulged through the Vatican website". The analyzed corpus first reached the news media electronically - from April 15th to May 30th in 2005. An ethno-semiotic model was applied

focused on visual symbolization. The results show that: 1) in the synchronic coverage, there was an avalanche of Web searching and a lot of images with religious symbols; 2) in the diachronic coverage: images and texts lead to the construction of a “premature” sanctification of “Juan Pablo II”. This process was consolidated in the funeral rites.

**Key words:** Technologies of communication and information, symbolizations, rituals, Jean Paul II.

## Introducción

Cada vez es mayor el uso de Internet en el desarrollo de la vida cotidiana, gracias a la comodidad y rapidez para mantenerse informado y actualizado. Este trabajo aborda la Noticia que se recibe electrónicamente, entendida ésta como proceso cognitivo de construcción de sentidos, especialmente los de tipo simbólico. El ejemplo seleccionado para aplicar el estudio ha sido el tema sobre la enfermedad y muerte de Juan Pablo II, no sólo porque la cobertura por Internet fue muy amplia sino porque también la iglesia, católica en este caso, trata de actualizarse y re-construir sus símbolos, con significados sociales nuevos.

Nuestra investigación apunta a la incidencia de estos territorios discursivos digitales como nuevas modalidades de comunicación, escogiendo para ello, el discurso religioso, de tipo funerario.

Este artículo se ha enfocado semióticamente, es decir, indagando sobre la organización discursiva que se ha elaborado para producir estos signos, como simbolización visual, en su caracterización sincrónica y diacrónica. A modo de perspectiva general se partió de la etno-semiótica, porque se analiza la manera en que estos símbolos son determinantes de una cultura y las preguntas que guiaron el enfoque fueron las siguientes:

¿Se ha iniciado una nueva forma de expresar e interpretar, a través de la Internet? ¿Tiene la imagen icónica ese poder simbólico en Internet? ¿El Vaticano acude a Internet para mantener informado al mundo sobre la evolución de la enfermedad y posterior muerte del Papa? ¿La iglesia emplea la digitalización para socializar más a través de un “ciber-hermanamiento”?

Este trabajo es un avance del proyecto de investigación financiado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico, titulado “El discurso semiótico de Internet y sus simulaciones” (LUZ-VAC-CONDES N° 0558-05).

## 1. Justificación

El hecho de que la Internet sea un medio de tanta producción de información y a tan alta velocidad, hace necesario que se aborde para comprender sus modos de expresión e interpretación, a través de estudios multidisciplinarios. Al realizar el desmontaje de la estructura discursiva audiovisual se pueden esclarecer a los lectores, los valores subyacentes en este bombardeo mediático.

Por su parte, el tema de la muerte transforma la cotidianidad social del individuo, por lo que este trabajo caracteriza “... un sistema funerario católico que se basa en normas originadas en las creencias religiosas y regula los comportamientos sociales” (Finol y Djukich, 2000:5).

Este trabajo es de corte humanístico teórico y no persigue entre sus objetivos la solución de algún problema particular, sino la descripción del cómo se lleva a cabo un hacer que se ha vuelto cotidiano en el mundo de hoy. Es de hacer notar, sin embargo que la presentación de esta temática en los distintos congresos, ha suscitado mucho interés y un numeroso público.

Para tener una idea de la trascendencia de este suceso en el mundo, y de la necesidad de ser objeto de estudio, podemos hablar del sinfín de noticias internacionales que admitían que el hecho sociológico más sorprendente de esta última década fue la defunción de Juan Pablo II. “Roma revienta, en Roma no se cabe”, fue el comentario global el 2 de abril de 2005, el día de su muerte frente a la plaza de San Pedro, y una demostración de la importancia del suceso para el mundo. Ahora bien, esta noticia “primero se supo gracias a la Web del Vaticano...”, y fue la fuente principal y más oficial de información para la prensa, la radio, la televisión y los teléfonos móviles (Cfr CNN en Español. 2/4/2005).

Para tipificar este medio electrónico se seleccionó el bloque de noticias, publicadas en la Web, relacionadas con la enfermedad y fallecimiento de Juan Pablo II. Los mejores ejemplos fueron dados por los medios en Internet, como el de la organización Global Language Monitor, que ofreció datos que reflejan el gran interés del público hacia los medios durante los meses de la enfermedad del Papa.

“Hasta el día del funeral del Papa, hubo 12 millones de citas en Internet, y 100.000 relaciones en los medios a lo largo del mundo. En comparación, durante todo el año anterior sólo hubo 28.000 reportajes y un millón y medio de citas en Internet sobre Juan Pablo II” (www.catholic.net Google New).

Esta repetición de imágenes y texto acumulados por semanas, busca construir el acontecimiento de una forma memorable, es “la noticia” que influirá en el público, como veremos más adelante.

## **2. Antecedentes: religión y magia**

Román Gubern, en su libro “Del bisonte a la realidad virtual” señala que la producción icónica nació históricamente asociada a ritualizaciones mágicas o religiosas, en las que la imagen era más que una mera forma inerte, pues era percibida como un soporte de vida (Gubern, 1999: 62).

Desde el campo de la etnosemiótica se puede comprender parte de este proceso socio-cultural, si se considera que, en las llamadas sociedades primitivas, el mundo del sueño, el que nos vincula al mito, está perfectamente imbricado en sus prácticas cotidianas (Carretero, 2002). Es posteriormente, y con la importancia asignada a la producción en las sociedades occidentales, cuando al sueño se le desplaza “al campo de lo imaginario”. Es entonces cuando lo mágico, lo mítico, lo onírico son una evasión o una compensación que elabora el individuo para aceptar o escapar de una realidad en la cual se haya inmerso (Cfr: Sonesson, 1998a - 1998b).

Aguilar señala, por su parte que, las principales tendencias culturales utilizadas por el hombre para enfrentarse al mundo que le rodea son: la magia, la religión y la ciencia. Para el tópico que

nos interesa en este artículo, la magia y la religión son quizás las más viejas prácticas curativas conocidas por el ser humano; se busca reintegrar a la persona dentro de su universo (Aguilar, 1987:39).

En todas las culturas, el aspecto mágico está integrado a un cuerpo de creencias que, de paso, asegura la cohesión sociocultural. Las creencias devienen medios de identificación, instrumentos para la unión (Aguilar, 1987:107).

La iglesia católica en este caso, cumple también un papel primordial en dicha representación cultural, al tratar de preservar y rescatar parte de esa tradición. El interés por el ritual, la enfermedad, “la calvarización”, lo secreto y la sucesión generaron un enorme interés. Este proceso coyuntural de la iglesia llevó incluso a mostrar las radiografías del colon afectado de Karol Wojtyla. “La iglesia ha recuperado con Juan Pablo II una tradición arcaica: el culto a los muertos y la valoración del sufrimiento y la decadencia que la sociedad contemporánea prefiere ocultar” (Echeverría, 2005:17).

A su vez, la noticia, mediatizada por las tecnologías de la información llega a millones de personas e influye en sus creencias, formas de comprender y de comunicarse (Sonesson 1988b; [http://www.u-bordeaux3.fr/fle\\_2003/CMT2006/index.htm](http://www.u-bordeaux3.fr/fle_2003/CMT2006/index.htm)).

### **3. Metodología**

#### **3.1. Objetivos**

- Repertoriar y caracterizar el discurso ciber-religioso.
- Establecer si el discurso funerario, a través de Internet, construye algún tipo de vínculos afectivos.

#### **3.2. Diseño Metodológico**

Para la lectura del discurso funerario, se analizaron textos y fotos como un todo, como una imagen re-presentada, a la que se aplicó el nivel semántico, propio del discurso visual, y el enfoque del programa narrativo, al observar las noticias como un relato (Greimas y Courtés, 1979; Vladimir Propp, 1972).

El discurso funerario aparece como un conjunto de procesos semióticos, es decir, como un conjunto de significación del imaginario social, el cual circula y se distribuyen de acuerdo con un espacio distintivo, categorizado como espiritual, y a menudo vinculado con ritos ancestrales (Finol y Djukich, 2000:5).

El énfasis en observar la enfermedad, muerte y funeral del Papa Juan Pablo II como imagen representada, parte de la prevalencia, cada vez mayor que Occidente le asigna a la imagen como a la muerte. Román Gubern ratifica que la producción de imágenes en Occidente ha estado dominada por una doble y divergente preocupación intelectual:

“Por una parte, por la voluntad de perfeccionamiento (...) cada vez mayor de su función mimética, la imagen es copia de las apariencias ópticas del mundo visible, y que culmina en el hiperrealismo de la realidad virtual (...) Hay también la tradición de la imagen críptica, cerrada y oscura, símbolo intelectual y laberinto, una tradición hermética cultivada por el simbolismo del arte paleocristiano, (...) que constituye un verdadero sociolecto icónico de estas nuevas hermandades profesionales que han reemplazado, en parte, a las sociedades secretas de antaño” (Gubern, 1999: 8).

En esta perspectiva, las imágenes son entendidas como representaciones de una ausencia, como simulación o bien como la puesta en escena de una existencia (que es la propia de la idolatría y de las artes mágicas) (Gubern, 1999:61). En ambos casos, la imagen es la presencia simbólica de una ausencia.

Si aplicamos esta tradición al tema que nos compete, -la agonía y muerte de Karol Woytila-, vemos que el catolicismo construyó una nutrida panoplia de imágenes antropomórficas, con una doble categorización: por un lado, como imitación realista, cuando se detalla el mal que aquejaba al papa, a través de imágenes hiperrealistas de su enfermedad, y por otro lado, imágenes crípticas, cuando no se informaba sobre si iba a recuperarse o a morir, y luego de fallecido, las ceremonias privadas de preparación del cuerpo. Es un ritual de lo secreto que re-presenta la tradición de lo sagrado.

### **3.3. Focalización**

Este término “sirve para designar, siguiendo a G. Genette, la delegación hecha por el enunciador en un sujeto cognoscitivo, llamado observador, y su instalación en el discurso narrativo” (Greimas y Courtes, 1982:179), procedimiento que permite a ese mediador observar, ya sea el conjunto del relato o solamente algunos programas pragmáticos.

También esta perspectiva se puede ubicar en el otro extremo del proceso comunicativo, teniendo en cuenta no ya al sujeto focalizante, sino al objeto focalizado “consistente en circunscribir, mediante aproximaciones concéntricas sucesivas, un actor o una secuencia narrativa en coordenadas espacio-temporales cada vez más precisas” (Greimas y Courtes, 1982:179).

La focalización en este trabajo se centra en la delimitación de los distintos espacios discursivos para analizar cobertura, imagen y texto, y la jerarquización del discurso funerario en secuencias narrativas de un relato (el programa narrativo) y como valor de circulación, desde la perspectiva simbolizante del enunciador (Greimas y Courtés, 1979; Propp, 1972).

Así, la focalización comprende, desde el punto de vista sincrónico, el bloque de noticias que cubrió los sucesos de la enfermedad y muerte de Juan Pablo II. Este bloque es un texto-discurso, reflejo y transmisor de un tipo de valores a través de un género particular, como es el drama; y a la vez, se dirigió el lente diacrónico hacia el empleo de lo simbólico como parte importante de esa tradición funeraria religiosa.

### **3.4. El programa narrativo**

El formalista ruso Vladimir Propp señaló, hacia 1928, que para establecer una comprensión genérica del cuento maravilloso, se podría tomar como punto de partida la vida práctica y la religión, “...de tal manea que (...) las formas definidas (...) como fundamentales se encuentran visiblemente ligadas a las antiguas representaciones religiosas, (...) y sobre todo cuando se vinculan a los cultos y los ritos” (Propp, 1972:24).

Para citar un solo ejemplo que clarifique esta posición, indicamos que el dragón que hallamos en las distintas religiones enriquece la narración del cuento maravilloso, pero Propp también señala que se han dado casos raros,” de una dependencia inversa, es decir, casos en los que los elementos de la religión vienen del cuento (...) como el de la historia de la beatificación del milagro de San Jorge con el dragón, por parte de la iglesia católica.” San Jorge fue canonizado y mucho después fue santificado el milagro de su lucha contra el dragón. Nos dice Propp que la iglesia se vio obligada a reconocer esta “acción” y a santificarla, gracias a la tradición épica popular y a la popularidad de San Jorge en su combate contra el dragón (Propp, 1972:29-31).

Para el caso que nos compete, hemos visto un símil entre la organización noticiosa de la enfermedad, agonía, muerte y proceso de beatificación de Juan Pablo II con la estructura narrativa del cuento maravilloso.

La narración es la exposición de “una sucesión de acontecimientos que ofrecen interés humano y poseen unidad de *acción*” (Propp, 1972). Su trama se centra en las peripecias de uno o más personajes que terminan apropiándose de un objeto o perdiéndolo, atribuyendo algo a alguien o renunciando a ese algo, y cualquiera de estas acciones produce transformaciones y progresiones.

Los sucesos recopilados en la Imagen re-presentada sobre el Papa, se pueden jerarquizar en acciones de un programa narrativo, cuyas transformaciones se desarrollan en dos vertientes: cuando el pontífice va perdiendo el objeto de valor -su vida- pero a la vez, va obteniendo otro objeto de valor - la beatificación.

#### **4. El análisis: la acumulación de símbolos**

Para el análisis se ha dividido el trabajo en: El corpus, La cobertura, La construcción ritual de la imagen y Resultados.

##### **4.1 El Corpus:**

Se escogieron artículos de periódicos digitales y artículos de la prensa escrita que fueron recogidos por periódicos digitales, en

el período comprendido entre el 15 de abril al 30 de mayo de 2005, y el mismo período para el 2006.

## **4.2. La cobertura**

En una primera instancia se repertoriaron las noticias de los distintos diarios que a través de la Web, recogió la prensa digital. Estas son:

El mensaje salió directamente de la sala “Stampa vaticana.” y llegó por servicio de mensajes (SMS) a los móviles de los periodistas (Salvia, 2005).

Mientras las demás emisoras españolas adaptaban sus programas y reforzaban a sus corresponsales en Roma para las intensas semanas de trabajo, la Cope, el principal de los ocho medios audiovisuales de comunicación eclesiales españoles, convirtió toda su programación en un río sin fin por el que sólo circulaba información sobre el Papa.

Pero la máxima cobertura se desarrolló por Internet, en la que el Vaticano reveló las sorprendentes cifras de las exequias de Juan Pablo II (<http://www.aciprensa.com/juanpabloii/exequias.htm>) (Vaticano, 12 Abr. 05 (ACI).-)

### **Sobre los medios de comunicación**

- La página Web de la Santa Sede ha recibido 1 millón 300 mil visitantes durante las exequias papales, con un punto máximo de 54 mil conexiones simultáneas, ocupando una banda de 9 gigabites por segundo.
- 29 pantallas gigantes en Roma.
- 3 mil 500 paneles distribuidos en toda la ciudad con el escrito: “Gracias. Roma llora y saluda a su Papa”.
- El call center ha respondido a 20 mil llamadas al día.

### **Sobre las exequias de Juan Pablo II**

- Concelebraron 157 Cardenales, 700 Arzobispos y Obispos estuvieron presentes.
- 159 delegaciones extranjeras.

- 10 soberanos, 59 jefes de estado, 3 príncipes herederos y 17 jefes de gobierno.
- 23 delegaciones de iglesias Ortodoxas.
- 8 iglesias, 17 delegaciones de religiones no cristianas y organizaciones para el diálogo interreligioso. Delegaciones y exponentes del judaísmo.

### **Fieles**

- Más de 3 millones de peregrinos confluyeron en Roma.
- 21 mil personas por hora entraban en la Basílica Vaticana.
- 350 personas por minuto.
- 13 horas el tiempo medio de espera para el ingreso.
- 24 horas el tiempo de espera máxima.
- 5 Km. el largo máximo de la fila.

La construcción espacial y temporal de este discurso funerario sobre la muerte de Juan Pablo II, acaecida el 2 de abril de 2005, se vio reforzado por la coincidencia de otras dos muertes: La muerte del Príncipe Rainiero de Mónaco y la de Terry Shiavo, la norteamericana que estaba en coma, cuando el 31 de marzo la Corte de EE.UU. decidió que se le retirara la respiración artificial.

La muerte del Papa llega cuándo los norteamericanos están comprometidos con un inusual momento de reflexión nacional sobre la muerte. La larga lucha de la desconocida Terry Shiavo fue un poderoso contraste con lo que le estaba sucediendo al pontífice, cuya mente permanecía clara y consciente frente al desgaste corporal. El Papa ciertamente no habría querido que su propio fin fuera una lección (...) de poder decidir o no su propia muerte. Pero para algunos de nosotros, ese fue exactamente el mensaje de su dignificada partida (CNN.com).

Todos estos casos se trataron en forma repetitiva, acumulativa, simultánea, tipo teleserie, y en cada caso, los Medios solicitaban una muerte digna.

#### *4.2.1. Títulos de las Noticias*

La Web El País hizo una comparación, en cifras, entre el deceso de Juan Pablo II y otros Papas. Por ejemplo, el 6 de agosto de 1978 moría Pablo VI y el 28 de septiembre de 1978 moría Juan Pablo I. Hubo un total de once artículos, como cobertura en la prensa internacional, y los títulos predominantes en esas noticias fueron: En el primer caso: 'Pablo VI: agonía y muerte sin dramatismo'; en el segundo caso: 'Juan Pablo I murió tras una jornada normal de trabajo.

En contraste, un análisis de los títulos de las noticias a través de la Web muestra que la palabra «histórico» se asoció al Papa cerca de 3 millones de veces, «conservador» se asoció cerca de 1,75 millones de veces, y «amado» o «querido» unas 600.000 veces ([www.elpais.com](http://www.elpais.com); [www.periodistadigital.com](http://www.periodistadigital.com), año 6 N° 1663; [www.vatican.va](http://www.vatican.va)).

### **4.3. La Construcción Ritual de la imagen**

Al recopilar todo el material accesible por Internet y emplear la focalización instalados como observadores cognoscibles, realizamos una jerarquización, en orden ascendente, consistente en circunscribir, por aproximaciones concéntricas sucesivas, las secuencias narrativas del mes de la agonía y muerte del Papa. Con ello se ubicaron coordenadas espacio-temporales similares a la de los cuentos maravillosos, es decir, obtuvimos un programa narrativo con cuatro fases de desarrollo: una Introducción, (la enfermedad) la Acción, (la agonía y muerte), el Desenlace, (el funeral) y El día después (correspondiente al reforzamiento del desenlace y el proceso de beatificación).

Es necesario señalar que, en el proceso inicial, predominó el texto sobre la imagen en estas noticias Web, pero al aproximarnos a la Segunda Acción y al Desenlace, todas las portadas Web dedicaron mayor espacio a las fotografías y a la exhuberancia del color.

#### 4.3.1. *Introducción. El mes de la agonía*

Durante la enfermedad del Papa se difundió su perfil biográfico con imágenes y textos encaminados a que el mundo se enterara, con lujo de detalles, sobre todos los aspectos de su vida. Los textos describían su nacimiento, infancia, juventud, su conversión a sacerdote, su llegada al Vaticano y su labor sacerdotal.

Juan Pablo II, un Papa místico y habituado a interactuar con las multitudes, decidió permanecer en su puesto hasta que la enfermedad de Parkinson le consumiera por completo, (...)” (periodistadigital.com, año 6).

El Papa Juan Pablo II es un líder espiritual para los católicos, una persona con liderazgo mundial indiscutible a nivel político, social y cultural. Las imágenes lo muestran en actitud de enseñar la entrega, el sacrificio y la resistencia ante la adversidad (periodistadigital.com, año 6).

Luego, con noticias enviadas electrónicamente durante todo el mes de marzo de 2005, se inicia la dramatización de una existencia., con calificativos como: La Santa Espera”; “El Papa que nos quitó el miedo”; “una vida ejemplar”, etc.

#### 4.3.2. a) *Acción: antes de la Muerte*

En esta fase se inició una avalancha de fotografías, con imágenes del Papa y del público en la Plaza de San Pedro. Los títulos más repetidos fueron: Muchedumbre en la Plaza de San Pedro; Ciudad de Estudiantes rezando en Cracovia; Dolor en directo; La Santa Espera; Gracias Santo Padre;... y buscó el contacto con la gente mientras las fuerzas se lo permitieron. Sin exhibirse, pero sin ocultarse” (Portadas de “elpais.com)

Por su parte, lo social cobra cuerpo a través de la escenificación del actante colectivo en sus diferentes encarnaciones: el público asistente a la plaza de San Pedro construyó, de la misma manera su espectáculo: la vigilia, las velas encendidas, el rezo, la contemplación del balcón, que también fueron cubiertas masivamente por los medios.

Los medios se esfuerzan por tratar la Imagen de los acontecimientos de la manera más real posible, por esa búsqueda de hiperrealismo que señalamos antes, y la estructura narrativa gira en torno a ciertos principios inherentes al relato como son: el suspenso y la serialización, estrategias que obligan a los cibernautas, televidentes y lectores a mantener la curiosidad y el interés hacia el desenlace del relato (Mendoza y Djukich. 2005:79).

#### *4.3.2.b) Segunda acción: durante la muerte*

Aquí los medios se disputan el primer lugar en anunciar su fallecimiento y una competencia por atraer la atención del público. El texto se llena de metáforas y adjetivos, los títulos muestran cómo las emociones van “in crescendo”.

El día después, El Vaticano anunció la muerte de Juan Pablo II por SMS y por e-mail, Un cardenal bendice el cuerpo de Juan Pablo II en la Sala Clementina del Vaticano, El cuerpo de Juan Pablo II está expuesto en el Vaticano... - El funeral del Papa, minuto a minuto, - Tres presidentes de EEUU, arrodillados ante el Papa ([http://www.languagemonitor.com/Pope\\_John\\_Paul\\_II.html](http://www.languagemonitor.com/Pope_John_Paul_II.html))

En esta fase se enfatiza en que el poder político se pone de rodillas ante la imponencia del suceso y del poder religioso que representa el Papa.

#### *4.3.3. Desenlace: el post-mortem*

Aún días después de su fallecimiento, se repetían las imágenes del funeral y los calificativos sobre la figura universal del Papa; sin embargo, se nota más claramente la búsqueda y necesidad, por parte de cada periódico digital e impreso, del posicionamiento noticioso y de tratar de mantener el interés del público. El texto es un apéndice de la imagen. Los títulos más repetidos son:

Conmoción, - La exclusiva de la muerte. TV Española: Cobertura del Papa, Papa mediático y carismático ([http://www.languagemonitor.com/Pope\\_John\\_Paul\\_II.html](http://www.languagemonitor.com/Pope_John_Paul_II.html))

“El Mundo llora al Papa”... El Papa ha muerto. ¡Viva el Papa! (Portadas de “El Mundo.es”).

Aquí recordamos a Gubern cuando afirma que las imágenes son representaciones de una ausencia.

#### 4.3.4. *El día después: Resurrección*

Esta fase refuerza la anterior, como puente entre el tiempo pasado (ayer) y los días y meses que están por venir, y la imagen es la “presencia simbólica de una ausencia” (Gubern, 1999:61).

Estas imágenes sugieren la construcción de su beatificación en conjunción con una serie de calificativos, tales como:

“Juan Pablo II el Grande”, “El San Pablo de los tiempos modernos”, “El Peregrino”, “El Obstinado de Dios”, “El Reconciliador”, “El trotamundos”, “El Pontífice Itinerante”, “El gran Comunicador”, “Imagen de la Tolerancia”, “Atleta de Dios”, “El Papa viajero”. ([http://www.languagemonitor.com/Pope\\_John\\_Paul\\_II.html](http://www.languagemonitor.com/Pope_John_Paul_II.html))

Con este despliegue, ¿el Vaticano acude a Internet para agilizar el proceso de beatificación del Papa? Si, tres meses después del entierro del Papa se abrió una página del Vaticano para que todos los que quisiesen apoyar el proceso de beatificación, registren su firma allí. Ha sido el camino mas expedito para obtener la documentación requerida para este proceso.

Como se puede observar, estas noticias, que fueron saliendo al mismo paso que el grado de enfermedad del Papa constituyen un programa narrativo completo, con una introducción que corresponde en el Relato a la /situación inicial de disyunción/ -estar enfermo y el público quiere que esté sano-; luego la / acción / -en la que se instalan la agonía y muerte como transformación -, y una conjunción final -el Papa muere pero el publico y los miembros de la iglesia piden su beatificación-.

La duración de la situación inicial -referida a la enfermedad del Papa-, hasta la situación final -su muerte-, se va intensificando tanto emocionalmente como en la cantidad de noticias. El texto se colma de calificativos y las fotos de cada una de estas fases refuer-

zan la estructura narrativa - el vía-crucis del Papa hacia su muerte y resurrección, a través de la beatificación -. Se produce aquí un proceso de inversión semántica, igual al de la conocida frase: “el rey ha muerto, viva el rey”.

Esa exhuberancia de la Imagen se cimenta con los símbolos religiosos: la cruz, la palabra, una paloma blanca a su lado, la silla papal, el balcón, y el ritual post-mortem, entre otros.

El énfasis en la imponente del suceso se intensifica también con la descripción visual de los objetos propios del ritual funerario: El martillo de plata, el triple féretro con tres maderas: cedro, ciprés y pino, y forrado en plomo para evitar la humedad, el anillo de San Pedro, la Mitra, el bolso con las medallas conmemorativas de su pontificado, el “rogito” (documento biográfico), etc. Estos objetos, que en otro lugar y en otras circunstancias, serían simples objetos, se transforman en puro simbolismo religioso, en este escenario mágico y hechizante. De hecho, el público presente en la Plaza, al ver y oír, por las pantallas, la descripción del evento ritualizado, lloraba y aplaudía, reflejando intensas emociones.

## **5. Resultados: al bajar la marea**

La cobertura sincrónica presenta una estructura semántica de tipo narrativo con una introducción, una acción y un desenlace; la presentación de lo espectacular toma formas múltiples y diversas. La imagen del Papa, elaborada en forma hiperrealista logra motivar al público presente, tanto en la Plaza de San Pedro como al público ausente, pero presentificado gracias a los medios y al poder virtual de Internet.

La cobertura diacrónica construye pragmáticamente, una imagen tradicional del Papa santificable post-mortem, apelando a factores motivacionales cimentados sobre la singularidad del ritual funerario y sobre signos sociales simbolizados, acumulados a lo largo de la historia.

La nutrida panoplia de imágenes nos muestra la predilección de los diseñadores de Noticias en la Web por enriquecer la realidad

con lo anecdótico y con una simbolización mágico-religiosa del espacio, para mantener el interés y la competitividad del espacio digital.

Así, podemos responder a las preguntas iniciales del trabajo: ¿Se ha iniciado una nueva forma de expresar e interpretar, a través de Internet? A través de los Medios y de Internet, definitivamente la “noticia” influyó en el público, pues estos son espacios de encuentro y presencia virtual.

¿Tiene la imagen icónica ese poder simbólico en Internet? La iconización de la imagen prevaleció como anclaje recordatorio de todos los acontecimientos del funeral.

Por definición, para los medios de comunicación lo habitual no es noticia y sí es lo que desborda la normalidad. Un periodista afirmó que Karol Wojtyła supo aprovechar para su causa esta circunstancia durante todo su pontificado, incluso en los últimos momentos de su larga enfermedad, y por eso era el hombre providencial para guiar a la Iglesia en el tramo final del siglo XX (<http://www.fraternidadjuanpablosegundo.com.mx>).

## **Conclusiones. La construcción de una nueva imagen**

López Varela afirma, acertadamente, que “la obsesión con la muerte que caracteriza la era barroca y la moderna, no es otra cosa que el luto por la pérdida de lo trascendente” (López Varela, 2001: 250). Una semana después del funeral del Papa, los mismos periodistas que dejaron de dormir y comer para cubrir la Noticia, empezaron a cuestionar la trascendencia del suceso y a dividir sus posiciones: los detractores, quienes calificaron el tratamiento noticioso de sensacionalista y desacralizado, y los que consideraron que tal peso noticioso era importante para la “salud moral” Esto nos hace recordar que la magia y la religión son quizás las más viejas prácticas “curativas” conocidas por el ser humano (Aguilar, 1987:39).

Las noticias con la posición de rechazo hacia esa amplia cobertura fueron:

- “Creo que ha sucumbido (el Papa) a la tentación de los medios, de hacer de su muerte un gran espectáculo y no muere como desearía: en la brecha, como mártir” (Arias en [periodistadigital.com](http://periodistadigital.com), año 6 N° 1663).
- Entre las muchas innovaciones que ha traído este Papa (...), está la de haber fallecido en el único día aceptable. O sea un sábado por la noche para ocupar los medios del domingo. Es el único día en que la ciudadanía está dispuesta a dejarse llevar, y se hace más tolerable un desarrollo como el que hoy vemos en los medios ([Elpais.com](http://Elpais.com)).
- Una avalancha de palabras vacías. Dicen que fue un gran líder moral, que cambió la Historia, que reconcilió Europa, un Campeón por la Paz y la libertad, que contribuyó a la caída del Muro de Berlín... Y todo lo hizo un solo hombre, con unos cuantos gestos. ¿Respeto o exhibicionismo? ([Elpais.com](http://Elpais.com)).
- No ha muerto el Papa, sino un Papa; y, sobre todo, un hombre. El Papa es el título de un cargo temporalmente vacante. Juan Pablo II es un pseudónimo más y una firma. El que ya no está ni estará es Karol Wojtyla. La persona tras el nick ([Elpais.com](http://Elpais.com))

Es la crítica a la desacralización del acto de la muerte o del ritual de la muerte, a la muerte pública, la muerte mediática.

Por otro lado está el grupo que apoyó el despliegue noticioso:

El primer papa multimedia, El gigante mediático, Un museo de portadas.

*TV.E* responde que con la cobertura de la muerte del Papa cumplió con su misión de servicio público.

El Papa ha querido tener su agonía ante el mundo. Ha querido que se le televisaran los gestos de dolor, los rictus que revelaban los mordiscos de la muerte. Y ésta es la imagen que quedará para la memoria colectiva de estas generaciones. Ha querido reconciliar vejez/vida, con el dolor/vida, contra cualquier otra forma de salida buena, contra cualquier tentación

de eutanasia. La buena muerte es para él ésta (<http://www.catholic.net>. Google News).

Finalmente se presentó una posición intermedia: Los periodistas señalaban que,

Cuando el Papa empezó a estar gravemente enfermo, lo veíamos sufrir de una forma tan abierta al público que a muchos podía parecernos indecorosa. Cómo era posible que la más poderosa multinacional del mundo, la iglesia católica romana, incumpliera los criterios básicos del management (...) y no lo dejaran descansar en paz... Quizá este hombre santo ha conseguido despertar las vivencias de lo religioso con ese proceso de dolor (Elpaís.com).

Se ha iniciado una nueva práctica de saber y ver el rito funerario, nuevos modos de comunicación; es también una expresión creativa de la cultura actual, otra forma de relacionarse con la muerte. Son además símbolos de una manera de rendirle culto a la vida y expresión vital del esfuerzo permanente, desde nuestros más remotos ancestros por aferrarse a la vida y, al mismo tiempo, un esfuerzo por mantener el control, por rudimentario y limitado que sea, de ese umbral angustioso de la muerte (Finol y Djukich, 2000:7).

La última pregunta de este trabajo es: ¿La iglesia emplea la digitalización para socializar más a través de un “ciber-hermanamiento”?

No podemos responder a esta pregunta todavía. Pero sabemos que están emergiendo nuevos actantes, a través del mundo virtual: la opinión pública es uno de ellos, la figura del consumidor es otro y, más extensivamente la del simple espectador (el que contempla el espectáculo mediático), pero definitivamente el discurso social se figurativiza y la presentación de lo espectacular toma formas múltiples y diversas.

Duvignaud señala que nuestra experiencia necesita representarse, imponerse como espectáculo para poder ser admitida como emoción. “Nadie se libra de la teatralización de la existencia” (Duvignaud, 1970:32).

Las “excentricidades” existen y pueden ser parte de esa necesidad de trascendencia, de esa búsqueda que ha hecho el hombre para llenar sus vacíos. Ortiz-Osés tipifica esta condición al indicar que los juegos y lenguajes, las danzas y ritos, la magia y la técnica, el fuego esculpado, etc., configuran la gran mascarada de la cultura como mediación o articulación del despojamiento de la realidad en mascaradas de humanización social (Ortiz-Osés, Andrés, 1994: 29).

U. Eco mantiene una posición detractora con respecto a la Internet y sus usos:

Los hombres de hoy no solo esperan, sino que pretenden obtenerlo todo de la tecnología y no distinguen entre tecnología destructiva y tecnología productiva. Pero estar acostumbrado a la tecnología no tiene nada que ver con la ciencia; más bien tiene que ver con el eterno recurso de la magia. Ella se encuentra omnipresente en Internet (Eco, 2004).

La confianza y la esperanza en la magia no se han desvanecido con la llegada de la ciencia experimental, pues el usuario sigue acudiendo a su Imaginario como proceso de compensación para aceptar o escapar de una realidad en la que está inmerso, y vive la tecnología del ordenador como magia; pero no hay que perder de vista el hecho de que el salto hacia lo tecnológico está transformando nuestra realidad, nuestras creencias, en fin, la cultura global.

En conclusión, apelamos a la posición del profesor Ángel Lombardi, quien afirma:

En este fin de siglo y comienzo de una nueva centuria y milenio, lo audiovisual prevalece absolutamente en una multiplicación (...) de signos y significaciones que nos retan a entender y aprehender (...) viejos y nuevos lenguajes que casi nos hacen sentir como analfabetas crónicos. La realidad del mundo, (...) es un caleidoscopio infinito en permanente movimiento que reta nuestra inteligencia, imaginación y sentimientos. Nunca más rica la experiencia humana que la que nos ha tocado en suerte, imaginemos un mundo sin radio, cine, televisión, fotografía y todo lo que la tecno-ciencia va

produciendo de manera vertiginosa y acelerada; (...). Imágenes, símbolos, representaciones, mitos, ritos, gestualidad, lenguajes del cuerpo y del alma que se repiten, producen y diversifican en un tejido lleno de enigmas y mensajes indispensables para reconocernos en nuestra humanidad, una y múltiple (Lombardi, 2005).

## Referencias

- AGUILAR, E. (1987). *Anthropos*. Barcelona. Siguan.
- CARRETERO, A. (2002). La relevancia sociológica de lo imaginario en la cultura actual. en *Nómadas*. 9. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas. CNN en Español (Consulta: 2/4/2005).
- DIARIO BLOG DE ARCADÍ. *Espada* (2005). 3 de abril (1-80). España. En <http://www.arcadi.espa.com/>
- DUVIGNAUD, Jean (1970). *Espectáculo y Sociedad*. Venezuela. Tiempo nuevo.
- ECHEVERRÍA, L. (2005). “Las paradojas mediáticas de Juan Pablo II”. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*. Quito, Ecuador. CIESPAL.
- ECO, Umberto (2004). El mago y el científico en *www.periodistadigital.com* del 21/11/2004.
- Elpais.com en [http://www.portalcomunicacion.com/esp/dest\\_jp2.html](http://www.portalcomunicacion.com/esp/dest_jp2.html). (Consulta abril 2005)
- FINOL, J.E.; Djukich de N., Dobrila (2000). “Capillitas a la orilla del camino” en *Bigott* N° 53. Abril-Junio. Caracas-Venezuela. Fundación Bigott.
- GREIMAS, A. et J. COURTÉS (1979). *Semiotique*. Dictionnaire Raisonné de la Théorie du Langage. París (France): Hachete.
- GUBERN, R. (1999). *Del Bisonte a la Realidad Virtual*. Barcelona - España, Colección Argumentos. Anagrama.
- <http://actualidad.terra.es/articulo/html/av2238086.htm>
- <http://actualidad.terra.es/articulo/html/av2374553.htm>
- <http://chalchalero.blogspot.com/images/papa.JPG>
- <http://www.catholic.net>. Google News. (Consulta: 4 de abril).
- <http://www.cnn.com/SPECIALS/2005/pope/>.

DJUKICH, Dobrila; HERNÁNDEZ, Alexander; OLIVARES, Gisela;  
GARCÍA, Irida y MENDOZA, María Inés

<http://www.desatadora.com.ar/funeral>

<http://www.fraternidadjuanpablosegundo.com.mx>

[http://www.languagemonitor.com/Pope\\_John\\_Paul\\_II.html](http://www.languagemonitor.com/Pope_John_Paul_II.html).

<http://www.periodistadigital.com/imgs/20050402/Silla.jpg>

<http://www.periodistadigital.com>: (2005). El primer papa multimedia.  
Año 6 N° 1663, (consulta: lunes 4 de Abril de 2005).

[http://www.u-bordeaux3.fr/fle\\_2003/CMT2006/index.htm](http://www.u-bordeaux3.fr/fle_2003/CMT2006/index.htm) La langue de  
la communication médiatisée par les technologies de l'information  
et de la communication, Université Michel de Montaigne. Bor-  
deaux. mai 2006 (consulta enero 2006).

<http://www.unionradio.com.ve>

LOMBARDI, A. (2005). *Semióticas Audiovisuales*. Prólogo a la Colección de Semiótica Latinoamericana. N° 2 y 3. Maracaibo. Venezuela. Astrodata.

LÓPEZ VARELA, A. (2001). Escapando de la pesadilla de la historia en *Más allá de un Milenio: Globalización, Identidades y Universos Simbólicos*. Actas VIII Simposio Asociación Andaluza Semiótica.. Sevilla. Alfar.

MENDOZA, M.; DJUKICH DE N., D. (2005). "El comics transgrede y cambia paradigmas" en *Ciencias de la comunicación*. Año 2. N° 2. Sao Paulo. Brasil. ALAIC.

ORTIZ-OSÉS, A. (1994). "La escuela de Eranos. Una Arquetipología de la cultura" en *Una Interpretación Evaluativa de Nuestra Cultura. Suplementos* N° 42. Barcelona. Anthropos. Editorial del Hombre.

PROPP, V. (1972). *Las Transformaciones del cuento maravilloso* (15-70). Argentina. Alonso Editor.

SALVIA, Lorenzo (2005). Corriere della Sera. EL MUNDO en <http://www.periodistadigital.com>. (Consulta: 2/04/05).

SONESSON, G. (1998b). "Semiótica cultural de la sociedad de imágenes. De la reproducción mecánica a la producción digital". *Heterogénesis*, 20, Universidad de Lund.

SONESSON, G. (1998a). De la estructura a la retórica en *La Semiótica Visual*. <http://www.arthist.lu.se/kultsem/sonesson/SignaTx1.html>. [Consulta: Octubre 2001].