UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Curso 2024 – 2025

ICONOS SAGRADOS EN LA CULTURA SECULAR: APROPIACIÓN, ESPECTÁCULO Y PÉRDIDA DE LO INTANGIBLE

Trabajo de disertación

Presentado por Andrea Mateos Suárez

Dirigido por Manuel Ángel Canga Sosa

SEGOVIA, julio de 2025

Resumen

Desde sus orígenes, la iconografía ha servido como una herramienta fundamental para interpretar imágenes y símbolos, especialmente en el ámbito religioso, donde los iconos funcionaban como vehículos de lo espiritual. No obstante, en la cultura visual contemporánea, estos símbolos han comenzado a ocupar un lugar destacado en campos alejados completamente de lo sagrado: desde la moda hasta la industria musical, desde la publicidad hasta la política. El propósito de este trabajo persigue analizar cómo la imagen religiosa persiste y se transforma en una sociedad dominada por el consumo y la estética, explorando su resignificación en clave de parodia, estilización o ritual laico. A través del estudio de dos casos representativos —el desfile eclesiástico del filme *Fellini-Roma* (1972) y la edición de la MET Gala de 2018 —, se examinan los mecanismos mediante los cuales lo sagrado es descontextualizado y apropiado simbólicamente en la cultura contemporánea.

Palabras clave: apropiación, desvirtualización, cultura contemporánea, iconografía cristiana, *plataformización*.

Abstract

Since its origins, iconography has served as a fundamental tool for interpreting images and symbols, especially in the religious sphere, where icons functioned as vehicles of the spiritual. However, in contemporary visual culture, these symbols have begun to play a prominent role in fields far removed from the sacred — from fashion to the music industry, from advertising to politics. The aim of this study is to analyze how religious imagery persists and transforms within a society dominated by consumption and aesthetics, exploring its reinterpretation through parody, stylization, or secular ritual. Through the analysis of two representative case studies — the ecclesiastical fashion show in Fellini-Roma (1972) and the 2018 edition of the MET Gala — the research examines the mechanisms by which the sacred is decontextualized and symbolically appropriated in contemporary culture.

Keywords: appropriation, decontextualization, contemporary culture, christian iconography, *platformization*.

ÍNDICE

Resumen ***2***

1. Introducción ***4***

1.1. Justificación del tema 4

1.2. Hipótesis 4

1.3. Objetivos del trabajo 5

1.4. Metodología 6

2. La importancia de la imagen en la religión ***7***

2.1. Contexto histórico 7

2.2. Foco cristiano: la importancia de los concilios 8

2.3. La crisis iconoclasta como dimensión espiritual y estética 10

2.4. Impacto visual de la iconografía religiosa en la creación cultural 12

3. El ecosistema de las plataformas ***15***

3.1. Contexto cultural estadounidense y su efecto en Europa 15

3.2. Plataformización 17

3.3. Jesus Jeans (1973) 18

4. Análisis de caso: Del altar al escenario ***19***

4.1. Ruptura de los valores tradicionales: la mirada satírica de Fellini 19

4.2. Del dogma a la pasarela MET gala 2018 22

4.2.1. El papel de la MET Gala en la cultura contemporánea 22

4.2.2. Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination 24

4.2.3. El caso de Rihanna: atuendo papal 26

5. Conclusiones ***28***

6. Referencias bibliográficas ***30***

1. Introducción

1.1. Justificación del tema

La elección de este Trabajo de Fin de Grado responde a una inquietud personal y académica nacida de la experiencia vivida en la ciudad de Roma, donde el peso de lo simbólico y la herencia religiosa están presentes de forma casi física en el espacio urbano. Al confrontar esa vivencia con la reinterpretación de lo sagrado en eventos culturales como la MET Gala, surgió la necesidad de explorar cómo la cultura visual contemporánea reconfigura los significados de lo religioso, transformándolo en imagen, en discurso estético o incluso en mercancía.

En este sentido, resulta especialmente sugerente comparar cómo se entiende y se vive la religión en dos contextos tan distintos como el italiano y el estadounidense. Esta diferencia puede ilustrarse, simbólicamente, a través de la contraposición entre los cafés tradicionales italianos y las barras de los bares estadounidenses. En Italia, el café es un espacio donde se cultiva el encuentro, el diálogo y el sentido de comunidad; un lugar donde las relaciones se mantienen y se fortalecen con el tiempo, al igual que el vínculo con lo sagrado, que permanece integrado en la vida cotidiana. En cambio, en el contexto estadounidense, los espacios sociales tienden a ser más volátiles, vinculados a la fugacidad y al ritmo acelerado de la gran ciudad. Esto puede asociarse a una relación con lo religioso más cambiante, donde los símbolos sacros son, con frecuencia, descontextualizados y convertidos en elementos del espectáculo o del consumo.

En definitiva, en este trabajo se pretende abrir un espacio de reflexión crítica sobre la forma en que las imágenes religiosas, lejos de desaparecer, adquieren nuevas formas de vida simbólica en el imaginario contemporáneo.

1.2. Hipótesis

La hipótesis de este trabajo parte de la premisa que lo sagrado parece desplazarse del altar al escenario, del templo al museo, y del dogma a la pasarela. Tanto la MET Gala 2018 como la secuencia de Fellini activan el mecanismo de representación, otorgando un nuevo significado a la iconografía católica en clave performativa, irónica o crítica, dependiendo

del contexto y del propósito de cada obra. Si bien en el filme *Fellini-Roma* (1972) predomina una mirada satírica y teatral sobre la pompa eclesiástica, en la MET Gala encontramos una reinterpretación desde el *glamour* y la cultura pop, que oscila entre el homenaje, la provocación y la apropiación simbólica.

Este planteamiento persigue exponer cómo la iconografía cristiana ha sido descontextualizada y apropiada por ámbitos alejados completamente de la institución eclesiástica. A lo largo de la historia, el empleo de imágenes en espacios sacros se vio afectado por el dogma y por las tensiones iconoclastas que, en distintos periodos, trataron de controlar o incluso prohibir la representación visual de lo divino para evitar desviaciones de su interpretación. Sin embargo, en la cultura contemporánea, estas imágenes han perdido en muchos casos su función litúrgica o catequética y han pasado a formar parte de escenarios profanos como el arte contemporáneo, los museos y, especialmente, la moda.

La adopción de esta iconografía en sectores dominados por la espectacularización y el elitismo —como desfiles, galas y campañas publicitarias— pone en evidencia un proceso de desvirtualización y resignificación de lo sagrado. El poder simbólico que antiguamente pertenecía al ámbito religioso se proyecta en contextos que operan bajo lógicas comerciales, de consumo cultural o estéticas. En consecuencia, el paso de lo sagrado hacia espacios seculares cuestiona las fronteras entre lo espiritual y lo profano, lo sacro y lo terrenal, lo popular y lo elitista; generando asimismo nuevos significados.

1.3. Objetivos del trabajo

A lo largo de este trabajo, se plantean cuatro objetivos clave para la comprensión global de la hipótesis formulada, que serían los siguientes:

- Analizar cómo la imagen ha sido clave en el cristianismo para comunicar lo sagrado y moldear el imaginario colectivo, así como su influencia en la cultura.
- Estudiar la mercantilización de lo sagrado y las diferencias culturales en el contexto estadounidense y europeo, tomando a Italia como referente.

- Probar mediante estudios de caso concretos como efectivamente se llega a dicha desvirtualización a través del desfile eclesiástico en la película *Fellini-Roma (1972)* y la edición de la MET Gala 2018.
- Comprender cómo la imagen religiosa sobrevive en una época dominada por la cultura visual y el consumo, y cómo se articula en clave de parodia, estilización o ritual secular.

1.4. Metodología

La metodología para realizar esta investigación se basa en la revisión literaria de contenidos de diversos campos, como la iconografía cristiana, el ecosistema de las plataformas digitales en la cultura contemporánea y estudios culturales atribuidos a autores de renombre.

Para ello, se ha elaborado una revisión bibliográfica extensa, recopilando información de libros especializados, artículos académicos, artículos de revistas y recursos documentales, que han facilitado establecer un marco interpretativo sobre cómo lo sagrado tiende a lo profano en el marco contextual de la cultura contemporánea.

Asimismo, se ha estudiado la reflexión, enfoque y pensamiento crítico de figuras relevantes que han sido precursores durante las últimas décadas de la exploración del imaginario religioso, de la sociedad de consumo y el espectáculo mediático; así como de un profunda crisis y pérdida de los valores tradicionales que vienen a ser reemplazados por unos valores homogeneizados y globalizados.

De manera complementaria, también se ha recurrido a materiales de carácter digital —coberturas periodísticas especializadas, archivos visuales y documentos institucionales— que han resultado esenciales para contextualizar fenómenos recientes como la MET Gala y su conexión con la iconografía católica.

Como parte de la propuesta de valor, se plantea una reflexión comparativa ejemplificada en diferentes periodos históricos, desde la década de los setenta hasta la actualidad, donde más que una analogía supone una anticipación o presagio de la transformación que está atravesando la sociedad.

2. La importancia de la imagen en la religión

2.1. Contexto histórico

La elección del arte cristiano católico como objeto de estudio se fundamenta en la riqueza de su legado iconográfico, desde el arte bizantino, gótico, renacimiento y barroco, entre otros; y en la profunda huella que ha dejado a lo largo de la historia en la construcción espiritual y cultural de occidente.

Las religiones tienden a representar sus creencias visualmente. Sin embargo, se encuentran diferencias con respecto a otras religiones, como el islam, donde la ley religiosa prohíbe expresamente la representación de figuras humanas y animales en los espacios de culto, en un intento de evitar cualquier forma de idolatría. Esta se centra en motivos geométricos y vegetales, la caligrafía árabe o la arquitectura simbólica. Aunque existen algunas excepciones puntuales —como ciertas representaciones tempranas del profeta Mahoma en contextos históricos—, la imagen de Dios permanece estrictamente vedada, al ser concebido como un ente absolutamente "irrepresentable" (Zuffi, 2006a).

Tras la Reforma de protestante del siglo siglo XVI, el movimiento también rechazó la representación figurativa religiosa debido a las críticas nacientes acerca del uso excesivo de imágenes sacras en la Iglesia Católica, considerándolas fuente de idolatría. (Wedgeworth, 2025). Se caracterizan por una liturgia austera, más sobria, sencilla y sin elementos visuales, poniendo énfasis en los textos bíblicos.

Por otra parte, el cristianismo ha adoptado históricamente la imagen como un medio clave para la devoción, la enseñanza y la propaganda. El catolicismo ha construido un amplio repertorio simbólico y visual, incorporando diversas manifestaciones artísticas como la pintura, la escultura, la arquitectura, entre otras, que han sido fundamentales para expresar su espiritualidad y doctrina.

Sin embargo, esta relación entre imagen y fe no ha estado exenta de tensiones. A lo largo de la historia del arte han surgido numerosas controversias, pero pocas tan profundas y cargadas de tensión teológica como la iconoclastia durante el periodo bizantino. La iconoclasia (del griego eikón, -ónos "imagen" y klásis "rotura, acción de romper") hace

referencia a la "doctrina religiosa que rechaza el culto a las imágenes" (Real Academia Española, s.f.). Lejos de tratarse de una mera disputa estética, el conflicto iconoclasta de los siglos VIII y IX sacudió profundamente las estructuras políticas, sociales y religiosas del Imperio Bizantino, "generando una fractura de gran alcance entre las distintas corrientes de pensamiento dentro del cristianismo oriental" (Zuffi, 2006b).

En el centro de esta controversia se encontraban dos posturas enfrentadas: los *iconódulos*, término especializado que hace referencia a los defensores de la veneración de imágenes sagradas, y los iconoclastas, sus opositores, quienes consideraban la veneración de estas representaciones como una forma de idolatría (Hernández Rodríguez, 2011). La veneración de imágenes no era una práctica muy aceptada por los cristianos, debido a una herencia tomada de la tradición hebrea del Antiguo Testamento que prohibía cualquier representación de Dios (Vatican News, s.f.-a). El conflicto trascendía lo artístico y afectaba directamente al modo en que el poder político intervenía en las costumbres, creencias y rituales del pueblo cristiano.

El imperio bizantino se vio presionado por amenazas externas, especialmente por el avance del islam, así como por tensiones internas derivadas del dominio imperial que pretendía controlar los cultos y uniformar la doctrina (Zuffi, 2006c). Esta situación provocó que las imágenes pasaran a ser amenazadas y censuradas debido a su asociación con prácticas irreligiosas, a pesar de haber sido durante siglos objeto de devoción y exaltación.

Como consecuencia directa de este movimiento iconoclasta, se produjo una pérdida considerable del patrimonio artístico religioso. Se estima que unas 300 obras fueron parcial o totalmente destruidas, o bien transformadas de manera radical por la acción de grupos reformistas que veían en las imágenes un obstáculo para la verdadera espiritualidad (Swissinfo, 2004). De este modo, no solo se pierde el patrimonio sino una forma particular de relacionarse con lo sagrado.

2.2. Foco cristiano: la importancia de los concilios

En el corazón del debate iconoclasta, los concilios jugaron un papel determinante. Estas reuniones eclesiásticas, que convocaban a las autoridades más influyentes del

cristianismo, tenían como objetivo fijar doctrinas comunes y fortalecer la cohesión del Imperio Romano tras su cristianización. Cabe distinguir entre concilios ecuménicos, de alcance universal, y concilios locales, restringidos a regiones específicas. Hasta el Gran Cisma de 1054, la Iglesia cristiana abarcaba tanto la congregación católica de Occidente, con sede en Roma, como la jerarquía ortodoxa de Oriente, con centros en Alejandría, Constantinopla, Jerusalén y Antioquía (Zuffi, 2006d).

Con la institucionalización del cristianismo como religión oficial del Imperio a partir del siglo IV, estas congregaciones resultaron fundamentales para uniformar la doctrina y las prácticas litúrgicas. Los concilios abordaban temas de representación visual, además de aspectos teológicos, a fin de fijar las normas sobre cómo debían representarse las figuras sagradas. El historiador del arte Stefano Zuffi (2006e) señala, en su obra *La storia dell'Arte. L'arte bizantina e russa*, el papel fundamental que tuvieron varios concilios en la consolidación o rechazo del uso de imágenes religiosas.

Uno de los más significativos fue el Concilio de Hiera (754), que vetó el uso de imágenes sagradas con el argumento de que podían inducir a la idolatría, condenando explícitamente la *iconodulía*.

Un acontecimiento importante tuvo lugar durante el reinado de la emperatriz Irene, devota defensora de los iconos. En el año 787 convocó el II Concilio de Nicea, para restaurar el culto a las imágenes sagradas. En esta reunión se implantó que las figuras no debían ser adoradas, sino veneradas como símbolos que remitían a una realidad espiritual superior. No obstante, esta restauración resultó efímera ya que, en el año 815, el Concilio de Constantinopla volvió a censurar la representación de imágenes sacras en todas sus variantes.

Los argumentos iconoclastas se apoyaban, entre otros textos, en pasajes de las Escrituras como el que figura en el Éxodo: "No te harás ídolo ni imagen alguna de lo que está arriba en el cielo, ni de lo que está abajo en la tierra, ni de lo que está en las aguas debajo de la tierra. No te postrarás ante ellos ni los servirás" (Éxodo 20:4-5). Esta interpretación literal del mandamiento alimentó una política de rechazo hacia las imágenes religiosas que solo fue revertida de forma definitiva tras la crisis iconoclasta.

Posteriormente la emperatriz Teodora restableció el culto a los iconos en el año 843, marcando el fin oficial de la iconoclasia. Este acontecimiento, también conocido como Triunfo de la Ortodoxia, consolidó la legitimidad del uso de las imágenes en el culto bizantino, reafirmando su papel simbólico y pedagógico dentro de la liturgia.

Figura 2.1.

Restauración de los iconos en Constantinopla (843)

Fuente. Tomado de *Wikimedia Commons*.

Asimismo, es importante mencionar el Concilio de Trento (1545-1563) que reafirmó la autoridad de la Iglesia católica en tres sesiones distintas. Entre otros temas defendió el uso de imágenes religiosas, siempre que no fomentaran la idolatría, estableciendo que debían ser didácticas, devocionales y ortodoxas (J. Mark, 2022). Esto dio impulso al arte barroco como vehículo para la Contrarreforma con un arte emotivo y que perseguía conectar con el pueblo y fortalecer la fe, convirtiendo las imágenes religiosas en elementos centrales de la espiritualidad, teniendo especial incidencia en España e Italia (Arrebola, 2019).

2.3. La crisis iconoclasta como dimensión espiritual y estética

El conflicto iconoclasta no fue solo una cuestión de normas religiosas, sino que implicó una transformación profunda en la concepción del arte sacro y su función dentro de la espiritualidad cristiana. En contextos rurales y monásticos —los más alejados geográficamente y donde la información llegaba con mayor lentitud— la devoción hacia las imágenes derivaba a menudo en prácticas que se acercaban más a la superstición o incluso al paganismo, alejándose de la doctrina original. Esta situación se explica debido

al problema del analfabetismo religioso predominante. Para los iconoclastas esto suponía una desviación inaceptable que corrompía el verdadero sentido espiritual de las imágenes.

La crisis iconoclasta en el Imperio Bizantino dejó huella en un periodo marcado por intensas agitaciones políticas y sociales, provenientes tanto de disputas sociales como de tensiones económicas. Durante esta etapa, se produjo una gran devoción popular por las imágenes sagradas, especialmente en entornos rurales por propios miembros de la iglesia. Este vínculo con lo sagrado se manifestó en formas que rozaban la idolatría, generando un profundo conflicto en el interior de la propia religiosidad bizantina.

Frente a este culto materializado, los iconoclastas emergieron como firmes opositores. Su propósito era erradicar lo que consideraban superstición e idolatría, impulsando la eliminación de toda imagen religiosa. Sin embargo, la defensa teológica de las imágenes contaba con figuras de enorme peso intelectual, como Juan Damasceno, uno de los más devotos partidarios del culto a las representaciones sacras, quien argumentaba que las imágenes no eran objeto de culto por sí mismas, sino vehículos simbólicos que facilitaban la conexión con lo divino (Vatican News, s.f..b).

Paradójicamente, mientras las imágenes sagradas eran rechazadas por su potencial idolátrico, otras manifestaciones visuales sí eran admitidas con fines propagandísticos. Así, el arte ornamental bizantino podía incluir escenas teatrales, paisajes, carreras de caballos o episodios bélicos, siempre que su función fuera narrativa o simbólica, y no espiritual (Zuffi, 2006f). La imagen religiosa, en cambio, debía transformarse en alegoría abstracta, alejada de toda literalidad. Al final el problema no era tanto la imagen sino la función dentro del imaginario colectivo, es decir, si se trataba de un canal hacia lo divino o una distracción del culto original.

Este giro estético y conceptual tiene una implicación profunda, que establece el principio de que la imagen no es el objeto de culto, sino un canal simbólico entre el creyente y lo representado (Zuffi, 2006g). Tal distinción entre el arquetipo (el santo, lo divino) y su representación visual (la imagen como signo) sigue influyendo en nuestra cultura visual contemporánea. Esta separación se convierte en una clave hermenéutica que nos permite comprender fenómenos actuales donde lo sacro se representa de modo estéticamente

transgresor, como sucede en ciertos eventos culturales de gran repercusión mediática, campañas publicitarias o escenas audiovisuales dentro de la industria musical.

2.4. Impacto visual de la iconografía religiosa en la creación cultural

La iconografía religiosa ha sido históricamente entendida como una representación de lo divino, un valor moral colectivo que trasciende lo estético, es decir, no está a la libre disposición de cualquiera. Sin embargo, en contexto culturales como el modelo estadounidense, estos símbolos sagrados tienden a vaciarse y modifican completamente su significado original para resignificarse dentro de nuevos sistemas de valores, como en este caso, la moda, el lujo o la provocación.

Este proceso de desacralización guarda relación con lo que Guy Debord (1967) definió en *La Sociedad del Espectáculo*, «Todo lo que antes era vivido directamente se ha alejado en una representación» (pp. 8). Con esta afirmación el filósofo francés apunta que la imagen se convierte en mercancía y el contenido simbólico pierde profundidad en favor del impacto visual, llevando a una sociedad alineada, vacía de pensamiento e imaginación.

Ya en los años veinte, la representación religiosa pasa a un segundo plano y el valor social comienza a adquirir mayor relevancia. Los artistas encontraron en los nuevos movimientos de vanguardia una herramienta de crítica social para poder enfrentarse a la devastación y secuelas de las guerras y los conflictos humanos.

El arte empieza a cambiar, y movimientos como el dadaísmo o el surrealismo se cuestionan las instituciones, como la religión, y sus valores tradicionales. Estos movimientos surgen como procesos de reacción, no parten ni quieren prolongar tradición alguna, sino que colocan el yo individual en el centro. Así lo expresa con claridad el artista Joseph Beuys: “Se ha de restablecer un vínculo con lo espiritual, pero ya no a partir de una fuerza que provenga de la tradición, sino a partir de la propia fuerza, la de uno mismo, la del yo” (Solís, 2021, pp. 32-33).

En este nuevo paradigma, el simbolismo religioso se convierte en una herramienta para subvertir el orden establecido, permitiendo a los artistas explorar nuevos temas separados

de la lógica convencional. En ocasiones lo sagrado y lo profano se fusionan, dando lugar a una forma de expresión artística profundamente transgresora, como herramienta de crítica social y que veremos más adelante en años posteriores. No solo adquiere un papel crítico, también persiguen un intento de reconectar con lo sagrado desde una dimensión más espiritual y trascendental, como define Solís (2021, pp.38) en búsqueda de una "religión cósmica", alejada de dogmas institucionales.

La trivialización de lo sagrado en el ámbito publicitario y cultural ha dado paso a un fenómeno que se podría denominar como "iconoclasia posmoderna". Aquello que en otros tiempos se evitaba representar —e incluso se destruía por respeto, como en el periodo iconoclasta— hoy se mercantiliza, no por rechazo, sino por indiferencia o fascinación estética.

Un ejemplo de esta dinámica es la célebre portada de la revista *Esquire* de 1968, en la que el boxeador Muhammad Ali aparece representado como San Sebastián, un oficial militar del ejército romano, santo y mártir venerado por la Iglesia Católica y la Iglesia ortodoxa del siglo III (Wikipedia, s.f.).

El publicista George Lois quería fotografiar al boxeador Muhammad Ali retratándolo como un mártir cristiano, inspirándose en el martirio de San Sebastián por el contexto y situación en la que se encontraba Ali. La razón de esta representación fue por la época de críticas y veto a la que el joven se estaba enfrentando por no haberse incorporado al ejército en 1967 para participar en la guerra de Vietnam. En 1964, después de ganar el campeonato de peso pesado, el boxeador Cassius Clay se convirtió al islam, adoptando el nombre de Muhammad Ali, y no se involucró en la guerra alegando razones de conciencia y oposición a la misma. A raíz de esta situación su postura le costó su título mundial, le impidieron boxear, le consideraban un traidor y le llegaron a condenar cinco años de cárcel, aunque en 1971, el Tribunal Supremo anuló la condena (Kosova Press, s.f.).

Lois encuentra una analogía entre ambos personajes ya que San Sebastián fue un militar romano reverenciado por la iglesia católica y ortodoxa por difundir y defender el cristianismo hasta su muerte. Aparece representado iconográficamente como un mártir atravesado por flechas en numerosas obras como las pinturas de Andrea Mantegna, El Greco o Guido Reni, siendo una de las figuras más representadas en la historia del arte,

especialmente durante el Renacimiento; desde obras pictóricas, esculturas, frescos, etc. Está considerado como uno de los principales defensores de la Iglesia, así como compatrono de Roma (Vatican State, 2025). Fue ejecutado durante la Gran Persecución por la orden del emperador Diocleciano por no renunciar a su cristianismo.

Figura 2.2.

El martirio de San Sebastian de Andrea Mantegna

Fuente. Tomado de *Wikimedia Commons*.

En la portada, el joven aparece representado con las manos hacia atrás como si estuviese maniatado, con una mirada suplicante hacia el cielo, atravesado por las características flechas de San Sebastián. Esta analogía transforma el martirio cristiano en una imagen de lucha racial y social, donde el boxeador se convierte en un icono mediático en el que lo religioso, lo político y lo publicitario se entrelazan proactivamente.

Esta representación supone la personificación del santo Sebastián de Milán en una persona real, que a pesar de compartir la misma intencionalidad y resistencia —defender y no renunciar a los valores de su religión, aunque esto conlleve a la marginalización o a la muerte— no deja de ser una encarnación de lo divino en una celebridad.

Asimismo, se produce un cruce entre dos religiones completamente diversas como son el cristianismo y el islam. George Lois convenció a Muhammad Ali de que, aunque representase un mártir cristiano, esto no perjudicaría su fe musulmana (Rodríguez, 2016). Sin embargo, resulta incoherente mezclar las dos religiones y más cuando el hecho de que Ali fuese musulmán es la raíz de la polémica y de ahí parte toda su lucha.

Estados Unidos y Europa representan la religión de manera distinta, precisamente por las profundas diferencias culturales e históricas. En Europa predomina una tradición laicista que desplaza la religión al ámbito privado, percibiéndola más como una herencia cultural que como una identidad activa. De esta forma, hace que su uso simbólico en espacios públicos o mediáticos genere rechazo, viéndose incluso como una banalización. En cambio, en Estados Unidos, está constituida íntegramente en la vida pública y mediática como elemento identitario y emocional. Esto permite en mayor medida una apropiación simbólica en sectores como la moda, la publicidad o el arte sin que necesariamente se interprete como ofensivo.

3. El ecosistema de las plataformas

3.1. Contexto cultural estadounidense y su efecto en Europa

En el transcurso de los años veinte, las sociedades europeas se convirtieron en las receptoras y consumidoras por antonomasia de los estímulos y productos procedentes de norteamericana (Delgado & León, 2011, pp.5). Por primera vez, se produce una llegada del estilo de vida y cultura americana al otro lado del Atlántico, penetrando en el conjunto de los ciudadanos europeos gracias al cine. Este soporte audiovisual se traduce como medio de entretenimiento y expresión que simbolizaba la modernidad y el atractivo de la cultura estadounidense, favoreciendo así el proceso de americanización.

En 1947 fue presentado por el secretario de Estado George Marshall, un plan de recuperación y reconstrucción de Europa tras la Segunda Guerra Mundial, denominado finalmente como *Plan Marshall*. Este planteamiento contribuyó, en líneas generales, a una recuperación económica y a la estabilización política de algunos países europeos. Este fenómeno asentó las bases de una mayor influencia estadounidense en la economía y en la cultura europea (Castellanos, 2020). No obstante, este modelo ponía el crecimiento económico en el centro, priorizando el materialismo y el afán de lucro como motor de progreso. Esto contrastaba con los valores europeos, más centrados en un Estado de bienestar, con altos impuestos y mayor regulación para tratar de garantizar servicios públicos y equidad social.

La creciente influencia norteamericana en la Europa de entreguerras despertó argumentos diversos, llegando a señalar esta aceptación como una potencial amenaza a la independencia e identidad nacional o de clase; así como el auge de los países extraeuropeos conllevaría a la decadencia europea (Delgado & León, 2011, pp.6).

Durante la década de los sesenta y setenta, el debate sobre la americanización se incorporó plenamente al plano académico. En este contexto, sociólogos, antropólogos y teóricos de la comunicación mostraron una posición muy crítica frente a las consecuencias de la hegemonía económica y política americana a nivel global. Entre los temas más discutidos figuraban "los riesgos asociados a la homogenización y el empobrecimiento de las prácticas culturales intrínsecos al proceso de americanización, que llevaban a muchos autores a referirse al mismo como el paradigma del imperialismo cultural" (Delgado & León, 2011, p.7).

Como señala Pier Paolo Pasolini, se produce una ruptura de la revolución enfatizada por la apatía del proletariado occidental, se produce un debilitamiento de la conciencia del mundo obrero acerca de su propia condición (López, 2023). Según indica el italiano, hay una separación en la historia antes de los años sesenta, en la que aún coexistían una pluralidad de culturas, modos de pensar y de vivir; frente a un paradigma posterior dominado por la cultura de masas, donde prevalece la homogeneización de los fines y los deseos. Con esta afirmación, Pasolini buscaba apuntar que las clases bajas se adaptan a esta nueva cultura, rechazando su propia historia y cultura.

La sociedad vigente se rige por una nueva religión basada en el consumismo que esta misma ofrece y para mantenerse la industria cultural trae consigo una mutación antropológica (Adorno, 2009, pp.10). Se crea un nuevo tipo de ciudadano, lo que supone una destrucción del hombre anterior, su mundo y sus tradiciones.

En el marco contextual italiano de la posguerra, el consumo se convierte en un símbolo de estatus social y herramienta de integración. Se empieza a difundir el modelo de la gran distribución estadounidense, donde la gente comienza a sustituir los productos artesanales por los de marca, pasando de una ética del ahorro a una del consumo-valor. No obstante, en la década de los setenta surgen las primeras críticas a la sociedad de consumo, tomada de este modelo de americanización.

3.2. Plataformización

Dentro del contexto de los años veinte, se ha hecho referencia al formato cinematográfico como principal medio de entretenimiento y difusión de la cultura estadounidense. De esta forma, resulta clave analizar los formatos fundamentales que acentúan esta divulgación hoy en día. Para ello, es fundamental remitirse al término de "*plataformización*", definido por José Van Dijck, Thomas Poell y Martijn de Waal en su libro *The Platform Society: Public Values in a Connective World* (2018). Alude al proceso que estructura el flujo informativo y comercial, concretamente a través del uso de datos del comportamiento de los usuarios.

En los años 80 se produce un proceso de descentralización y diversificación medial. Por un lado, los medios de comunicación dejaron de estar concentrados en manos de unos pocos, lo que implicó una progresiva desmonopolización. Por otro lado, se produce un aumento en la variedad de medios, revistas y periódicos; además de la diversificación de los tipos de contenido y estilos, dirigidos a públicos más segmentados.

Actualmente, se ha construido un ecosistema donde las plataformas hacen que la sociedad esté siempre conectada, de manera que el flujo de la información se comparte a escala global en cualquier momento y lugar. Según se indica en *The Platform Society*, el epicentro del ecosistema informativo que domina el espacio online norteamericano y europeo está controlado y gestionado por las cinco compañías *high-tech*, cuyo modelo de negocio se basa en la aplicación de tecnologías avanzadas. El grupo denominado las *Big Five* se compone de las siguientes plataformas: Alphabet (Google), Amazon, Meta (Facebook), Apple y Microsoft.

Uno de los puntos que comparten estas empresas es que todas fueron creadas y son controladas en Estados Unidos, de manera que tienen una gran influencia sobre Europa, no solo a nivel económico, sino que también afecta a los hábitos, los valores y la cultura. Europa no posee ni gestiona ninguna plataforma que opere en este ecosistema dominante, pero dependen para su infraestructura *online* de plataformas de conectividad predominantemente estadounidenses.

“Las plataformas producen las estructuras sociales en las que vivimos” (Van Dijck, Poell, de Waal, 2018). Hay una nueva forma sociocultural definida por Manuel Castells (s.f.), la *virtualidad real*, un proceso que se construye a través de procesos de comunicación virtual pero que tiene efectos y consecuencias en la realidad, hace que ciertos valores culturales se aprendan intrínsecamente.

3.3. Jesus Jeans (1973)

A continuación, se analizará una campaña perteneciente a la marca de vaqueros Jesus Jeans que ejemplifica cómo Italia, en la década de los setenta, adoptó en el marco publicitario esa influencia americana mencionada previamente. La marca protagonizó uno de los acontecimientos más relevantes de la historia de la publicidad italiana, confiada a los redactores Michael Goettsche y Emanuele Pirella, creadores del controvertido eslogan (Jesus Jeans, s.f.).

La fotografía fue protagonizada por Donna Jordan, icono de la moda de los años setenta y ochenta, realizada a manos de Oliviero Toscani (Comunicazione Italiana, 2025). La campaña consta de dos imágenes con un eslogan relacionado: el primero, mostraba una imagen frontal de la modelo, con el abdomen al desnudo y los vaqueros desabrochados dejando al descubierto el pubis sin ropa interior, bajo el eslogan *“Non avrai altro jeans all’infuori de me” (No tendrás otros jeans fuera de mi)*, parodiando el primero de los Diez Mandamientos. La otra imagen se caracterizaba por la aparición de las nalgas semidesnudas con unos vaqueros muy cortos, con la frase *“Chi mi ama mi segua” (Quien me ama, me sigue)*, haciendo referencia al pasaje Evangélico de Juan (14:15).

La campaña no estuvo exenta de controversia generando numerosas críticas a su alrededor, en especial la reflexión de Pier Paolo Pasolini en un artículo publicado en el diario italiano *Corriere della Sera*, el 17 de mayo de 1973, bajo el título *“Il folle eslogan dei Jeans Jesus”* (*El loco eslogan de los Jeans Jesus*) (Pasolini, 1973a). En el escrito lleva a cabo un análisis de toda la campaña, desde el lenguaje hasta la imagen, incidiendo en el carácter antihumanista y corrosivo de una burguesía secular que encuentra en la Iglesia el único aspecto útil y folclórico capaz de seducir a las masas (Menconi, 2022). Según Pasolini (1973b): «Su espíritu es el nuevo espíritu de la segunda revolución industrial y la consiguiente mutación de valores», anticipándose a los valores que estaban cambiando.

El autor italiano presenta una visión apocalíptica del futuro, en la que el "mundo antiguo" que ha conocido se está transformando en un "mundo nuevo" caracterizado por la inexpresividad, sin diversidad cultural y perfectamente estandarizado (Pasolini, 1973c). El autor hace referencia a este eslogan como símbolo de un cambio profundo en la cultura y en la sociedad moderna. En líneas generales, los eslóganes publicitarios estaban diseñados para uso comercial, exponiendo frases cortas, vacías y repetitivas para calar en la audiencia, actuando como lenguaje comunicativo de la industria. Sin embargo, en este caso se está empleando una frase religiosa como reclamo de consumo, estableciendo una unión o nexo entre dos campos que deberían estar completamente alejados entre sí. (Pasolini, 1973d). No hay contradicción más escandalosa que la que existe entre la religión y la burguesía, siendo esta última lo opuesto a la religión.

El caso de los vaqueros Jesus Jeans es un claro reflejo de todo esto. Según el autor, no solo persigue una finalidad provocadora, también marca una ruptura radical con los valores tradicionales, especialmente los religiosos, que ya no conservan el mismo peso simbólico y sagrado. El hecho de que una marca se apropie y recurra a un lenguaje religioso, es prueba de que formamos parte de una sociedad secularizada, donde la tradición, el folklore y los valores religiosos se desvirtualizan.

4. Análisis de caso: Del altar al escenario

4.1. Ruptura de los valores tradicionales: la mirada satírica de Fellini

El director italiano Federico Fellini nos ofrece una escena a través de la mirada crítica particularmente alineada con la reflexión mencionada previamente de Pier Paolo Pasolini, acerca de esa contradictoria unión entre burguesía e Iglesia. Según la define Baxter (1994, p.274) es una de "las grandes escenas fellinianas" perteneciente a la película *Fellini-Roma* (1972). Se trata de un insólito desfile de moda eclesiástica, donde modelos clericales desfilan luciendo vestimentas cada vez más extravagantes, diseñadas para sacerdotes, monjas, obispos, cardenales, e incluso para el propio Papa. Para comprender plenamente su significado, resulta fundamental situarla en el contexto general del filme, una obra profundamente autobiográfica donde la ciudad de Roma se erige como principal protagonista.

En *Roma*, Fellini retrata el instante en que su alter ego abandona su ciudad natal, Rimini, para descubrir la capital italiana, dando inicio a una experiencia personal y emocional que recorre distintas etapas culturales del país. El filme, con un enfoque costumbrista, presenta una visión a la vez vulgar y deslumbrante de la ciudad, acentuando el asombro que esta provoca en quien la habita o visita. A lo largo de su metraje, se exploran momentos clave del siglo XX, como la Italia fascista de Mussolini, los años de la posguerra o la agitación social de los años setenta, sin perder nunca de vista al pueblo: la gente de a pie, sus rutinas, sus enfrentamientos cotidianos y la forma en que los contextos históricos afectan sus vidas.

El filme se compone de una estructura que recuerda a un documental donde conviven el pasado, el presente y la fantasía. Estás fusión construye una visión más subjetiva de la capital italiana desde la memoria íntima del director, creada a partir de sus recuerdos y emociones. No se aprecia una reconstrucción objetiva de Roma, sino una alusión nostálgica y afectiva, donde la realidad se entrelaza con lo imaginario. Asimismo, este tipo de formato recuerda en ocasiones a los *road trips* del cine norteamericano, reforzando esa sensación de viaje, de recorrido físico por la ciudad y otro más emotivo por la vida de Fellini durante su estancia en Roma.

Retomando la secuencia del desfile eclesiástico que el director italiano presenta en el filme configura una sátira feroz sobre el poder institucional de la Iglesia Católica y su vínculo con una aristocracia decadente. Fellini muestra a través de la ironía y la exageración la puesta en escena de una pasarela protagonizada por hábitos litúrgicos transformados en trajes de alta costura. Trata de reflejar la falta de acción y reacción de una Iglesia aferrada a sus rituales, saturada de símbolos y desconectada de la realidad social. La escena además de generar una crítica explícita visible también revela un acuerdo sin sentido entre el clero y la nobleza, materializada en un espectáculo donde ambas élites coexisten en una ostentación absurda de opulencia, poder y teatralidad.

En este sentido, lo "sagrado" se convierte en espectáculo, y el desfile se vuelve una alegoría de la alianza entre institución e imagen, entre autoridad religiosa y teatralidad aristocrática. La yuxtaposición de lo litúrgico y lo circense, mediante decorados, música y vestuarios, recuerda una imaginería cercana al neobarroco popular alimentado por el cine de Hollywood (Paulicelli, 2019). La opulencia y el artificio, los elementos *kitsch* y

carnavalescos, proyectan una atmósfera de delirio visual que, lejos de glorificar la tradición, pone en cuestión los fundamentos simbólicos del poder eclesiástico. En este contexto, se vuelve relevante subrayar que la crítica de Fellini apunta específicamente a la tradición cristiana católica, con toda su carga histórica, jerárquica y estética.

El desfile religioso como "moda" es una contradicción cargada de significado. Dos ámbitos aparentemente antagónicos —el mundo litúrgico, solemne y estático, y el universo de la moda, efímero y cambiante— se cruzan aquí en un punto de inflexión cultural: el momento en el que la Iglesia se ve absorbida voluntaria o involuntariamente, por los códigos del espectáculo contemporáneo. Desde las décadas de 1980 y 1990, la industria de la moda comenzó a apropiarse de los ornamentos católicos como referentes estéticos causando cierta polémica. Como podemos ver ejemplificado en el *Desfile Alta Costura Primavera/Verano 2007* de Jean Paul Gaultier, que se apropió del legado artístico de la iconografía católica para crear una moda tan atemporal como polémica (Fabbrocino, 2024). La fusión entre moda y religión llegó a su máximo esplendor con colecciones que reinterpretaban la imaginería sagrada —casullas, tiaras, mitras, cruces— desde un punto de vista deliberadamente provocador e incluso irreverente.

Figura 4.1.

Desfile Primavera/Verano Jean Paul Gaultier 2007

Fuente. Tomado de *Flickr.*

El director, desde una perspectiva crítica y burlesca, no se limita a ofrecer una representación desproporcionada del presente, sino que alerta sobre el destino de las

instituciones tradicionales. En este caso, la Iglesia y la nobleza —siendo pilares fundamentales de la identidad romana— quedan reducidas a espectáculos vacíos de contenido, a reliquias expuestas en la pasarela de una modernidad desbordada por la imagen.

4.2. Del dogma a la pasarela MET gala 2018

La secuencia felliniana se anticipa a una interpretación posterior, que cristalizará de forma paradigmática en eventos como la exposición de 2018 del Metropolitan Museum of Art de Nueva York "*Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination" (Cuerpos Celestiales: la Moda y la Imaginación Católica)* que se analizará a continuación. En líneas generales, esta muestra celebró la influencia de la estética católica en la moda contemporánea, en diálogo directo con la imaginería barroca y las referencias religiosas de diseñadores como John Galliano, Dolce & Gabbana o Alexander McQueen. Sin embargo, décadas antes, Fellini ya había captado esa extraña conexión entre liturgia y pasarela, entre símbolo y consumo, entre nobleza e Iglesia.

4.2.1. El papel de la MET Gala en la cultura contemporánea

Con el paso del tiempo, la MET Gala ha dejado de ser un simple evento benéfico para consolidarse como una de las citas más esperadas del calendario cultural y social. A lo largo de las décadas, se ha transformado en una pasarela de alta costura, un escaparate de creatividad conceptual y una herramienta poderosa de financiación. Hoy en día, este acontecimiento genera millones de dólares anuales para el *Costume Institute (Instituto del Traje)*, cuyas aportaciones permiten continuar con su labor museística y académica. El precio de una entrada actualmente ronda los 75.000 dólares por persona, cifra que refuerza su carácter exclusivo y confirma su relevancia como motor de apoyo al patrimonio cultural vinculado a la moda (National Geographic España, 2024a).

Anna Wintour, editora jefe de la revista Vogue desde 1988 (National Geographic España, 2024b) selecciona meticulosamente la lista de invitados. Entre las distintas personalidades de la alta sociedad estadounidense que acuden a la gala destacan celebridades internacionales del arte, de la música, del cine, de la política y, por supuesto,

de la industria de la moda. El rol de Wintour ha sido crucial en la consolidación de la MET Gala como modelo global de la moda, estilo y discurso visual.

Cada edición de la MET Gala se desarrolla en torno a una temática concreta, propuesta por el *Costume Institute*, que coordina tanto la exposición comisariada por Andrew Bolton, su conservador jefe, así como el código de vestimenta o *dress code* recomendado a los asistentes (Los 40, 2025). Este procedimiento curatorial, planificado por Wintour y Bolton, no solo responde a parámetros artísticos e históricos, sino también a la capacidad de cada tema para enlazar con el imaginario contemporáneo e inspirar propuestas visuales innovadoras.

El rol que desempeñan las grandes casas de la moda —Valentino, Loewe o Louis Vuitton— en este escenario es fundamental, creando piezas exclusivas para los invitados que interpretan y personifican el concepto central del evento. Por este motivo, la gala se convierte en un ambiente privilegiado donde confluyen moda, arte y discurso cultural, elevando el vestuario a una forma de narración visual con capacidad estética y simbólica.

Desde sus orígenes, tanto la gala como su anhelada invitación han sido signo evidente de estatus social. Aunque fue concebida como una celebración elitista —característica que persiste, entre otras cosas, en el altísimo coste de acceso—, la MET Gala ha evolucionado con los años hasta convertirse "la noche más esperada de la moda", así lo ha calificado la revista Vogue en repetidas ocasiones (Vogue, 2022). Su impacto trasciende el ámbito del diseño para instalarse en el epicentro del debate cultural contemporáneo: cada atuendo presentado sobre la alfombra roja genera análisis, controversias y lecturas críticas que se multiplican en redes sociales, prensa especializada, e incluso, espacios académicos.

Para las celebridades, este evento anual supone una oportunidad única para mostrar las creaciones de las casas de moda más prestigiosas, caracterizadas a menudo por su provocación, teatralidad y exuberancia. Asimismo, la gala representa un escaparate internacional inigualable para los diseñadores, donde pueden demostrar libremente su creatividad y fortalecer su identidad estética ante un público global.

El *dress code* definido cada año según el tema curatorial, es uno de los factores que preserva la constante expectación en torno a la MET Gala. Esta normativa estimula la

imaginación del público, fomentando la especulación previa sobre la indumentaria que lucirán los invitados. Este aire de misterio contribuye a que el evento se transforme en un fenómeno viral, seguido simultáneamente desde distintos puntos del mundo y en tiempo real, creando una experiencia colectiva e interactiva.

Según *College of Fashion* (2025), cada edición de la MET gala opera como una lente privilegiada para captar la moda, la historia y la identidad cultural desde una perspectiva particular. Más que una simple muestra de estilos o modas superficiales, la gala representa un profundo reflejo de la esfera pública y de los discursos culturales vigentes.

4.2.2. Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination

La edición número 70 de la MET Gala, celebrada en 2018, que llevó por título *Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination (Cuerpos Celestiales: la Moda y la Imaginación Católica)*, se ha destacado como uno de los hitos más relevantes de su historia.

Este acontecimiento buscaba indagar la estrecha relación entre la moda y la religión, planteando una reflexión sobre la manera en que las creaciones de alta costura pueden establecer un diálogo con el simbolismo y la iconografía católica. De este modo, la gala pretendió unir dos ámbitos aparentemente alejados —el diseño y la espiritualidad— para ofrecer una experiencia estética y cultural única.

El Vaticano, a través del *Pontificio Consejo para la Cultura* presidido por el cardenal Gian Franco Ravasi, cedió más de 40 piezas litúrgicas pertenecientes a 15 papas (Rome Reports, 2018a) al *Costume Institute* de Nueva York, siendo la primera que se exhibían fuera de Italia. Entre los objetos cedidos de la Sacristía Papal, destacan la mitra de Papa Pío XI y del Papa León XIII, la triple tiara de oro y piedras preciosas de Pío IX o la capa pluvial que pertenecía a Benedicto XV (Rome Reports, 2018b). Para llevar a cabo esta colaboración, las organizadoras del evento Anna Wintour y Donatella Versace se reunieron en Roma con el cardenal Ravasi para ultimar los detalles de la selección de las piezas preservadas por la Santa Sede de la Capilla Sixtina que se expondrían en Nueva York.

La edición de 2018 pasó a ser la más visitada en la historia del *Costume Institute*, alcanzando más de 1,6 millones de visitantes a escala mundial (Vogue, 2025). No obstante, la temática seleccionada hizo que se convirtiese en una de las más controvertidas, llegando a generar un intenso debate, sobre todo entre la parte más conservadora de la iglesia. La disputa se centró en la preocupación por una posible banalización del simbolismo religioso, ante la posibilidad de que algunos asistentes interpretaran los códigos visuales del catolicismo con frivolidad o desde un punto de vista meramente estético. Cabe destacar que los invitados cuentan con una libertad creativa para explorar el tema desde una interpretación literal o adoptar una perspectiva más conceptual y metafórica, a pesar de que la exposición parta de un enfoque curatorial claro y concreto.

Tal como señala Aldo Hernández Saldaña (2025), Coordinador Editorial de *Another*, agencia de comunicación estratégica con la mayor oferta de servicios en América Latina, "el éxito del Met Gala radica en su capacidad para construir un sistema narrativo sostenido en el tiempo, más allá de los titulares efímeros".

La incorporación de Anna Wintour a la organización, supuso un punto de inflexión imprescindible en la confección del evento —evolucionando desde una gala benéfica a un fenómeno cultural— debido a que su influencia marcó un antes y un después en la planificación estratégica del evento. Bajo su dirección, la Met Gala pasó a ser una plataforma de influencia mundial, con una cuidada estrategia de relaciones públicas que trasciende el desfile de celebridades sobre la alfombra roja (Another, 2025). Parte de esa estrategia reside en la elección de temáticas culturales de gran calado, capaces de generar conversación pública, acompañadas de narrativas sólidas que se entrelazan con referentes icónicos de la cultura contemporánea. Todo ello se refuerza mediante un aparato editorial encabezado por Vogue, que multiplica el alcance de los mensajes antes, durante y después de la gala.

En esa misma línea de pensamiento, Andrew Bolton, actual comisario del *Costume Institute*, destaca que "la vestimenta religiosa y la moda no son dos entidades completamente diferentes, ambas operan como un lenguaje visual, con códigos sutiles que cumplen determinadas funciones y explican ideas e identidades de mayor complejidad".

No obstante, el impacto de esos códigos depende de su empleo. Si se tratan como simple provocación o con superficialidad, es probable vaciar de sentido los símbolos religiosos. Pero si se plantean desde un punto de vista crítico o reflexivo, se pueden abordar nuevas formas de entender lo sagrado en el presente. En 2018 La MET Gala transitó en estos términos: al mismo tiempo fue una celebración del arte religioso y una forma de cuestionar su lugar en la cultura popular. En esa tirantez entre respeto y espectáculo, entre símbolo y apariencia, es donde radica su fuerza. Porque, en últimos términos, la moda no solo viste cuerpos, también construye relatos colectivos, incluso cuando trata con lo espiritual.

4.2.3. El caso de Rihanna: atuendo papal

La cantante Rihanna es una de las invitadas más esperadas de la gala neoyorquina, convirtiéndose en un icono global desde 2007, siendo la primera vez que asistió al evento. Es una de las pocas asistentes a esta alfombra roja que suele acatar a la perfección el código de vestimenta impuesto cada año, dejando siempre reflejado su estilo personal y disruptivo, hecho que le convierte en una figura mediática por el impacto que genera tras de sí.

Para la septuagésima edición, la cantante acudió con un diseño de la colección *Artisanal* (Alta Costura) de Maison Margiela y una mitra que emulaba a la del Papa, diseñado por Stephen Jones. El traje está diseñado por John Galliano, los zapatos son de Louboutin y el bolso, de Judith Leiber (El País, 2018).

A pesar de ser una de las estrellas más destacadas, en esta ocasión se convirtió en el epicentro más polémico del evento. Si analizamos la elección de la cantante, es evidente la explícita referencia al hábito papal que está compuesto por una mitra, capa y ornamentación litúrgica. El Sumo Pontífice es la figura y máxima autoridad de la Iglesia Católica en el mundo terrenal, considerado el sucesor directo del apóstol San Pedro. El hábito papal se compone de un conjunto de símbolos visuales que representan la autoridad moral y doctrinal que remiten a una tradición milenaria, donde cada prenda tiene un origen y un significado. El hecho de que se establezca una conexión y una apropiación de este como un mero “disfraz” en un contexto elitista e inherentemente pagano, representa

un acto de trivialización y falta de decoro hacia lo que simbolizan, acentuando la desvirtualización de esos valores tradicionales.

El atuendo clerical no es un simple elemento estético, sino un código visual cargado de significado. Como afirma Keenan (1999, pp. 390), la indumentaria de los representantes religiosos puede entenderse como una "teología hecha vestimenta". Las "vestiduras de la divinidad" han funcionado durante siglos como distintivo exclusivo de la casta sacerdotal, y son parte esencial tanto de la cultura ritual como de la escenografía visual que rodea a quienes afirman tener la capacidad de comunicarse con lo sobrenatural.

De hecho, en la plataforma Twitter —X, actualmente— se viralizó el *hashtag #MyReligionIsNotYourCostume (Mi religión no es tu disfraz)*, reflejando esa indignación colectiva hacia la falta de respeto fruto de esta particular y osada elección de vestuario (El Heraldo, 2018). Este caso ejemplifica claramente cómo apropiación cruza los límites entre lo artístico y lo ofensivo, especialmente cuando no existe un contexto claramente devocional.

En este sentido, el uso de determinadas prendas confiere identidad y legitimidad. Jones y Stallybrass (2000, pp. 1) señalan que estas vestimentas tienen un "poder animador y constitutivo", ya que es precisamente al ponerse estas ropas cuando el clérigo, en su rol litúrgico, se convierte en un verdadero mediador con lo divino. No se trata solo de un símbolo, sino de una herramienta visual que encarna la autoridad espiritual.

Sin embargo, esta importancia simbólica del atuendo clerical también ha sido objeto de constantes cuestionamientos. La crítica al lujo ostentoso de la Iglesia ha emergido de forma cíclica a lo largo de los siglos, tanto desde voces internas del cristianismo como desde miradas laicas y externas a la institución (Dickie y Pye, 2018). La tensión entre ver la ornamentación como un acto de glorificación divina, o como una muestra del poder y la opulencia de la jerarquía eclesiástica, lleva más de mil años en el centro del debate (Bailey, 2013).

Otro de los puntos a destacar es que la vestimenta la porta una mujer. Según el Código de Derecho Canónico, que engloba el conjunto de leyes y normas que gestionan la Iglesia Católica, señala que entre los requisitos para ser papa es ser varón y bautizado de la fe

católica (Valencia, 2025). Estas normas vienen de cientos de años de tradición prácticamente imposibles de romper, de manera que se juegue indirectamente con esta premisa como acto transgresor, disruptivo y revolucionario, refuerza ese cruce irreverente entre lo sagrado y lo profano. Además, el diseño presenta una extravagancia explícita por los materiales que lo componen y rompe las barreras del respeto, recogimiento y desapego de lo mundano o carnal al mostrar las piernas y el escote de la cantante.

5. Conclusiones

Desde sus orígenes, la representación figurativa de lo divino ha estado envuelta en tensiones y controversias, especialmente por el profundo significado que conlleva intentar materializar lo trascendental. Estas tensiones dieron lugar a dos posturas radicalmente opuestas: los *iconódulos*, defensores del uso de imágenes como vehículo hacia lo sagrado, y los iconoclastas, quienes rechazaban estas representaciones por considerar que pervertían la pureza de la fe. Más allá de una disputa religiosa, este debate supuso una transformación en la forma de comprender la doctrina, la devoción y la pedagogía espiritual. Esta división ideológica influyó de manera decisiva en la evolución de los valores sociales y culturales de Europa, extendiendo su impacto incluso hasta el periodo de posguerra.

Como se ha analizado, estas cuestiones adoptan nuevas formas en la actualidad. En el marco de las sociedades contemporáneas —especialmente capitalistas y urbanos— la religión ha dejado de ocupar el rol central que tenía antes como fuente de autoridad moral, política y simbólica. El secularismo, además de conllevar la separación entre lo civil y lo eclesiástico, también encarna un cambio profundo de paradigma: deja de ser un referente colectivo para integrarse en las lógicas del consumo y el espectáculo. En este sentido, lo religioso no desaparece, sino que se transforma en mercancía simbólica: un elemento estético que se exhibe, se compra, se adapta y se reinterpreta sin necesidad de creer o aceptar una fe.

Este proceso se contempla de manera más evidente en las clases dominantes, donde la pérdida de los valores tradicionales ha sido reemplazada por el pragmatismo, la estetización y las reglas del mercado como nuevas formas de legitimación. Por este motivo, lo religioso persiste sin su carácter sagrado, convertido en folclore o en un recurso

comunicativo dentro de estrategias de marketing, moda o arte. Esta transformación convierte los antiguos símbolos tradicionales de devoción en simples objetos visuales que pueden emplearse con propósitos mediáticos.

Una manifestación particularmente reveladora de este fenómeno es el paso de la representación artística —pictórica, escultórica o arquitectónica— a la personificación de lo sagrado en figuras reales, especialmente celebridades. Cuando una figura pública asume el rol de icono religioso, ya no se trata de un acto devocional, sino de una operación comunicativa que busca impacto, visibilidad y viralidad. La fe se convierte en espectáculo, y la imagen religiosa pierde su aura para integrarse en la cultura pop.

Esta alteración simbólica se ejemplifica de manera evidente en el paralelismo entre la aristocracia romana retratada por Fellini y la actual élite cultural estadounidense, protagonizando eventos como la MET Gala. En ambas escenas se observa una relación paradójica con el catolicismo: se incorpora como un complemento visual decorativo, lo celebran como símbolo de poder estético, pero pocas veces lo encarnan desde una espiritualidad genuina. Tanto en el palacio aristócrata como en el Museo Metropolitano, lo sagrado se viste y se muestra, pero sin rendirse a su verdadero sentido trascendental. En esta dinámica contradictoria, lo sagrado es evocado, pero pierde su poder; reverenciado, pero también se banaliza. Por todo lo anterior, se puede señalar que la fe queda suspendida entre la ironía, el espectáculo y la comercialización de imágenes.

En última instancia, como afirma Lipovetsky, este secularismo constituye un “nuevo valor” nacido en la entropía burguesa: una época en la que la religión, al perder su rol como poder dominante, sobrevive como residuo estético y simbólico, como expresión folclórica al servicio del consumo masivo. La imagen sagrada, entonces, ya no remite necesariamente a lo divino, sino que se redefine según su función cultural, mediática y comercial. El mismo icono religioso puede tener un significado profundamente espiritual en un altar, y convertirse en una declaración estética o política en una pasarela de moda. La imagen, en definitiva, solo existe cuando es vista y usada; su sentido dependerá siempre del contexto en el que se inserta.

6. Referencias bibliográficas

20 de enero: San Sebastián, mártir. (2025). *Vatican State*. https://www.vaticanstate.va/es/estado-y-gobierno/notas-generales/santo-del-dia/1382-20-de-enero-san-sebastian-martir.html

Alesina, A.& Glaeser, E. (2004). *Europa y Estados Unidos: dos modelos sociales diferentes*. En *Fighting Poverty in the US and Europe: A World of Difference*. Oxford University Press.

Arrebola, F. (2019, 25 de octubre). Cristianismo barroco: la religiosidad católica tras el Concilio de Trento. *Archivos de la historia*. https://archivoshistoria.com/cristianismo-barroco-la-religiosidad-catolica-tras-el-concilio-de-trento/

Benito, A. (2025, 25 de abril). Met Gala 2025: cuándo se celebra, la temática de vestimenta, cómo se elige y todos los detalles. *Los 40*. https://los40.com/2025/04/25/met-gala-2025-cuando-se-celebra-la-tematica-de-vestimenta-como-se-elige-y-todos-los-detalles/

Blanco, L. (2010). *Lo sagrado en la obra cinematográfica de Pasolini*. Universidad de Valladolid. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3324830

Borrás, D. (2017, 10 de agosto). Que Dior nos perdone. De cómo la religión ha influenciado al mundo de la moda. *Vogue Spain*. https://www.vogue.es/moda/tendencias/articulos/gala-del-met-relacion-moda-y-religion-desfiles/30644

Castellanos, R. (2020, 24 de septiembre). ¿Qué fue el Plan Marshall? *El Orden mundial*. https://elordenmundial.com/que-fue-plan-marshall/

Ceped, D. (2025, 29 de abril). ¿Por qué no puede ser una mujer elegida Papa de Roma? Así es el estricto protocolo del Vaticano para el Cónclave papal. *Diario AS*. https://as.com/actualidad/sociedad/por-que-no-puede-ser-una-mujer-elegida-papa-de-roma-asi-es-el-estricto-protocolo-del-vaticano-para-el-conclave-papal-n/

Delgado, L. & León, P. (2011). *Americanización de Europa, Guerra Fría y estudios históricos: jalones de una trayectoria. Introducción*. En *Historia del presente*. *El sueño americano. Americanización y franquismo* (pp. 5-11). Madrid: Biblioteca Nueva.

El Heraldo. (2018, 8 de mayo). Gala Met 2018: Rihanna usa vestido católico y desata furia por 'blasfemia'. *El Heraldo*. https://www.elheraldo.hn/entretenimiento/gala-met-2018-rihanna-usa-vestido-catolico-y-desata-furia-por-blasfemia-DCEH1176041#image-1

El simbolismo religioso en el surrealismo: uso y significado. (2025, 30 de enero). *El Arte Hoy*. https://elartehoy.com/el-simbolismo-religioso-en-el-surrealismo-uso-y-significado/

Fabbrocino, R. (2024, 7 de junio). The Origins of Catholic Core – Jean Paul Gaultier S/S couture 2007. *Title Mag*. https://title-mag.com/the-origins-of-catholic-core-jean-paul-gaultier-s-s-couture-2007/

Federico Fellini (1972). *Fellini-Roma*. Ultra Film; Les Productions Artistes Associés; Cineriz.

Guy Debord (1967). *La Sociedad del Espectáculo*. Revista Observaciones Filosóficas.

Hernández Rodríguez, A. (2011). *Iconoclasmo e iconodulia entre oriente y occidente (siglo VIII-IX). Byzantion Nea Hellás, (30)*. (pp. 75–84). https://byzantion.uchile.cl/index.php/RBNH/article/view/18225
https://domusecclesia.wordpress.com/2018/05/10/el-vaticano-y-la-moda-la-polemica-tras-el-met-gala-2018-dolan-ravasi-cardenal-cultura-riahanna-mitra/

Iconoclastia. (16 de marzo de 2024). En *Wikipedia*. https://it.wikipedia.org/wiki/Iconoclastia

Inglis, D. & Thorpe, C. (2019). *Catwalk Catholicism: On the Ongoing Significance of Federico Fellini's Ecclesiastical Fashion Show*. https://doi.org/10.3390/rel10090520

J. Mark, J. (2022, 16 de junio). Concilio de Trento. *World History Encyclopedia*. https://www.worldhistory.org/trans/es/1-20842/concilio-de-trento/

Jesus Jeans (25 de septiembre de 2008). En *Wikipedia*. https://it.wikipedia.org/wiki/Jesus_Jeans

La historia de San Sebastián, el soldado mártir al que Venecia dedica una iglesia y muchas obras de arte. (2022, 20 de enero). *Comune di Venezia*. https://1600.venezia.it/es/articolo/historia-de-san-sebastian-el-soldado-martir-al-que-venecia-dedica-una-iglesia-y-muchas

La Met Gala: de recaudación de fondos a la noche más importante de la moda. (2025, 4 de junio). *Vogue College*. https://www.voguecollege.com/es/articulos/the-evolution-of-the-met-gala/#:~:text=Cada%20a%C3%B1o%2C%20el%20primer%20lunes,creatividad%20ocupan%20un%20lugar%20central

López, S. (2023, 26 de diciembre). El giro antropológico de los años 60 según Adorno y Pasolini. ¿Cómo retomar la labor del pensamiento en una época de cultura de masas? *Universidad Isabel I.*

Malpeli, L. (año?). MET Gala 2018: los cruces entre religión y moda más icónicos de la historia. *Clarín*. https://www.clarin.com/entremujeres/moda/anticipo-met-gala-influencia-religiosa-moda_0_SJ72hnapz.html

Manuel Castells (s.f.). *La cultura de la virtualidad real: la integración de la comunicación electrónica, el fin de la audiencia de masas y el desarrollo de las redes interactivas*. Seminario de Educación Superior. https://www.ses.unam.mx/curso2010/pdf/M3S1-CastellsManuel.pdf

Menconi, M. (2022, 21 de mayo). Storia e successo di Jesus Jeans, il denim più clamoroso della storia. *Harper's Bazaar Italia.* https://www.harpersbazaar.com/it/moda/tendenze/a40057225/jesus-jeans-storia-moda/

Muhammad Ali (s.f.). Muhammad Ali. En *Wikipedia*. https://es.wikipedia.org/wiki/Muhammad_Ali

Ortega, J. (2000, 22 de noviembre). Destrucción de imágenes religiosas durante la reforma. *Swissinfo*. https://www.swissinfo.ch/spa/historia/destrucci%C3%B3n-de-im%C3%A1genes-religiosas-durante-la-reforma/1766980

Palmero, M. (2016, 26 de agosto). Lo que diferencia a los americanos de la gente como nosotros, los europeos. *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2016-08-26/diferencias-americanos-espanoles-eeuu-espana-francia-alemania_1235820/

Pasolini, P. P. (1973, 17 de mayo). Il «folle» slogan dei jeans Jesus. *Corriere della sera*. https://www.corriere.it/la-lettura/pier-paolo-pasolini/notizie/pasolini-il-folle-slogan-dei-jeans-jesus-17-maggio-1973-032c55d2-71b9-11e5-b015-f1d3b8f071aa.shtml

Paulicelli, E. (2019). *Reframing history: Federico Fellini's Rome, fashion and costume*. The City University of New York. https://doi.org/10.1386/ffc.8.1.71_1

Piqué, A.M. (2016, 5 de junio). La portada de Muhammad Ali que no te han enseñado. *El Nacional.cat*. https://www.elnacional.cat/es/deportes/la-portada-de-muhammad-ali-que-no-te-han-ensenado_104255_102.html

Portillo, R.G. (2018, 10 de mayo). El Vaticano y la moda, la polémica tras el Met Gala 2018. *Domus Ecclesia*.

Real Academia Española (s.f.). *Iconoclasia* [Diccionario On Line]. Diccionario de la lengua española. Recuperado 26 de junio de 2025, de https://www.rae.es/dpd/iconoclasia
Rodríguez, A. (2016, 5 de junio). Así se hizo la portada de Muhammad Ali para "Esquire". *El Español*. https://www.elespanol.com/reportajes/20160604/130116992_13.html

San Sebastián (s.f.). San Sebastián de Milán. En *Wikipedia*. https://es.wikipedia.org/wiki/Sebasti%C3%A1n_de_Mil%C3%A1n

Segovia, P. (2010, noviembre). Roma según Fellini y Scola. *El Espectador imaginario*. https://www.elespectadorimaginario.com/pages/noviembre-2010/investigamos/roma-segun-fellini-y-scola.php

Solís, D. (2021, 19 de julio). "Tradición y religiosidad en las estéticas de los movimientos de vanguardia de la primera mitad del siglo XX" en *Palabra y Razón. Revista de Teología, Filosofía y Ciencias de la Religión*. https://doi.org/10.29035/pyr.19.27

The Vatican to lend liturgical pieces to MET fashion gala in New York. (2018, 3 de marzo). *Rome Reports*. https://www.romereports.com/en/2018/03/03/the-vatican-to-lend-liturgical-pieces-to-met-fashion-gala-in-new-york/?utm_source=chatgpt.com

Valencia, M. (2025, 21 de abril). ¿Por qué no hay papas mujeres? Descubre por qué tampoco pueden ser sacerdotisas. *Excelsior*. https://www.excelsior.com.mx/expresiones/por-que-no-hay-papas-mujeres/1711800

Van Dijck, J., Poell, T. & De Wall, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Guerini Scientifica.

Yahn, C. (2020, 19 de enero). As ideias e os desfiles que deram forma à carreira de Jean Paul Gaultier, que se despede da moda. *FFW*. https://ffw.com.br/noticias/moda/as-ideias-e-os-desfiles-que-deram-forma-a-carreira-de-jean-paul-gaultier-que-se-despede-da-moda/

Yang, A. (2024, 7 de mayo). Breve historia de la Met Gala y su celebridad. *National Geographic*. https://www.nationalgeographic.es/historia/2024/05/met-gala-que-es-por-que-existe-celebridad-trajes-historicos-personajes

Zuffi, S. (2006). *La storia dell'Arte. L'arte bizantina e russa*. Electa per la Biblioteca di Repubblica.