Los influencers de Dios

Tiempo de lectura: 2 min.

Laureano Márquez

Se han reunido en el Vaticano 1.200 influencers que tienen como misión propagar la fe mediante las redes sociales. Misioneros digitales, podríamos decir. En los tiempos pretéritos los religiosos que difundían la fe navegaban grandes trayectos para evangelizar en los más remotos lugares del orbe, afrontando numerosas penurias. Los Jesuitas llegaron lejos, al corazón de América, con sus misiones del Paraguay, un intento de integración cultural cuya huella se mantuvo luego de su expulsión y seguramente algo tuvo que ver en la prosperidad del naciente país, la que alarmó a sus vecinos y causó inquietud a los poderes económicos del imperio inglés. Por todo el continente americano misioneros llevaron la lengua, propagaron la fe, interpretaron los idiomas aborígenes que aún se conservan, salvaron en lo que es hoy los Estados Unidos a muchos indígenas del exterminio con sus misiones. No se trata, sin embargo, de una actividad del pasado remoto, en los tiempos modernos hemos encontrado figuras relevantes en el ámbito de la acción misionera como la Madre Teresa de Calcuta en la India o la hermana Isabel Solá, asesinada en Haití, solo por nombrar dos, una muy conocida y la otra casi anónima.

En estos tiempos de inteligencia artificial, redes y tecnología, por lo que la noticia que comentamos revela, la misión evangelizadora se ha colocado a la altura de las innovaciones comunicacionales. Entre los más destacados influencers está, por ejemplo, el sacerdote brasileño Fabio de Melo, con 26 millones de admiradores en Instagram. Se presenta como sacerdote, cantante, compositor y ha sido nominado dos veces al Grammy Latino. Hay de todo, pues, en la viña digital: divulgadores de la religión a través del arte sacro e incluso un sacerdote que une fe y fitness, combinando consejos espirituales y deportivos, seguramente bajo el principio de *mens sana in corpore sano*. No le vaya a suceder a este pastor lo que aconteció en el viejo chiste de un circo que llega a un pueblo y buscando la aprobación del párroco fueron a hacerle una demostración en el templo. Allí estaban los malabaristas dando saltos mortales cuando entraron un par de ancianitas a confesarse y al ver el espectáculo dieron media vuelta para irse. El sacerdote fue a su encuentro y cuando las inquirió en la puerta de la iglesia acerca de por qué se

iban, una de ellas salió al paso diciendo: «padre, es que usted, últimamente, está poniendo unas penitencias muy duras».

El papal León XIV les dirigió un mensaje. Habló de «redes de amor, redes en las que se pueda poner remedio a la soledad, redes que liberen, redes que abran espacio al otro más que a sí mismos, redes que nos hagan redescubrir la belleza de mirarnos a los ojos, redes de verdad». Allí estaban los 1.200 influencers grabando con sus celulares el mensaje del pontífice, seguramente para colgarlo en sus redes. Curioso como los signos de los tiempos asumen formas que nos resultan familiares: Jesús escogió, para llevar a cabo su misión, a sencillos pescadores cuyo instrumento de trabajo eran, casualmente, las redes, con la promesa de convertirlos en pescadores de hombres. Dijo el papa a los asistentes que no sintieran agobio por el número de seguidores. No podría uno estar más de acuerdo: al influencer más grande de la historia universal le bastaron apenas doce.

@laureanomar

30 de julio 2025

https://laceiba.substack.com/p/los-influencers-de-dios-por-laureano

ver PDF
Copied to clipboard