



Gonzalo Serrano del Pozo,
 Doctor en Historia
 Facultad de Artes Liberales
 Universidad Adolfo Ibáñez

Navidad, historia de una fiesta

La revisión de diarios antiguos permite cuestionarnos respecto de algunas costumbres que damos como permanentes, pero que, contrario a lo que uno cree, tienen muy poca data. Así sucede con la forma como celebramos la Navidad.

Si retrocedemos en el tiempo, hasta hace un siglo atrás, las referencias a la fiesta en los periódicos chilenos, tal como se festeja hoy día, son escasas. Si nos remontamos a dos siglos, inexistentes.

El Araucano del 25 de diciembre de 1830, por ejemplo, no dedica una sola línea a la celebración. La marcha del nuevo gobierno y futuras elecciones, en cambio, captaban la atención del editorial y la crítica apuntaba a quienes “se creen dueños de la patria”. Una década después, la única referencia que hay referida a esta fecha es un aviso económico que informa que esa durante la “natividad” se iba a abrir en la capital un café donde se podía encontrar “toda clase de licores y refrescos servidos con aseo y decencia”.

Un siglo después, en las páginas de El Mercurio de Valparaíso ya se pueden ver avisos comerciales de juguetes y referencias a esta fiesta, aunque siempre enfocada en los niños y, especialmente, en los más pobres.

La comunidad, representada en este caso por el Club de Viña del Mar, los scouts del Liceo de Valparaíso, el Ejército de Salvación, entre otros, aparecen organizados por tratar de hacer que quienes tenían menos recursos pudiesen pasar una linda navidad.

Ahora, en cambio, si en unas décadas más alguien quisiera conocer cómo se conmemoraba el 24 de diciembre de 2020 a través del diario, se vería enfrentado a portadas de malls, ferias y calles colapsadas de gente, índices económicos y una

balacera con muertos en Maipú.

Tal como podemos ver, se trata de una festividad que ha ido evolucionando a lo largo del tiempo en Chile y el mundo. Los orígenes más remotos de los que se tenga data, nos conducen a Roma y a las fiestas que se realizaban en honor a Saturno, dios de la agricultura y la cosecha, durante el solsticio de invierno, entre el 17 y 23 de diciembre. El 25 de di-

ciembre, en tanto, estaba consagrado al nacimiento del dios Apolo.

Fue de estas fiestas paganas de las que se aprovechó la Iglesia para ubicar ahí el nacimiento de Jesucristo. Un proceso de sincretismo que resultó sumamente efectivo y que tomó vuelo cuando el emperador Justiniano declaró oficialmente el 25 de diciembre como fiesta del Imperio.

Durante la Edad Media, la festividad fue adquiriendo nuevas características. A San Francisco de Asís, por ejemplo, se le atribuye la escenificación del nacimiento de Jesús en un pesebre. Tiempo después se agregaría, la tradición de un árbol de Navidad y, posteriormente, la incorporación de San Nicolás o Santa Claus.

El giro hacia la secularización de esta celebración tiene sus orígenes en 1931, cuando el pintor Haddon Sundblom, por encargo de Coca Cola, transformó una figura medio mítica en un personaje más humano y, por supuesto, con los colores rojo y blanco, oficiales de la compañía. Santa Claus se subió al trineo de la famosa bebida para llegar a todas partes, ser un referente en el mundo occidental y terminar monopolizando la Navidad.

A partir de este fenómeno y la pérdida de influencia de la Iglesia, en el caso chileno, no es extraño el giro comercial que ha tomado durante los últimos años. Si lo es que después de haber estado casi un año tratando de defendernos del avance de una pandemia, todos estos esfuerzos parecieron tirarse por la borda por la locura de comprar regalos hasta llegar al punto de hacer colapsar el comercio.

No es mi interés hacer una crítica desde el punto de vista religioso ni creer que hay que forzar a la población a retomar el verdadero sentido de la Navidad, eso depende de cada uno. Pero sí, tratar de que reflexionemos en torno a lo que parece que hemos reducido esta fiesta: un mero intercambio de regalos.

En sí mismo, ese intercambio no tendría nada de malo, pero sí lo es si significa exponernos al contagio y, peor aún, que la fiebre del consumo nos lleve a extremos como perder las proporciones en el monto de los regalos e, incluso, endeudarnos hasta el 2021.

Finalmente, luego del estallido social, muchos aseguraron que desde ahora íbamos a ser más solidarios, menos consumistas y críticos del modelo. No sé si será el encierro, la ansiedad o el 10%, pero esa proyección quedó solo en una ilusión. Algo pasó que duró poco el entusiasmo, dejamos de “ponernos buenos” y volvimos a nuestra realidad: la de la frivolidad, consumo y locura. ♦♦



El giro hacia la secularización de esta celebración tiene sus orígenes en 1931, cuando el pintor Haddon Sundblom, por encargo de Coca Cola, transformó una figura medio mítica en un personaje más humano y, por supuesto, con los colores rojo y blanco, oficiales de la compañía”.