

E-vangelización católica y Web 2.0 en tiempos de pandemia en México

Yves Bernardo Roger Solis Nicot*

PREPA IBERO CIUDAD DE MÉXICO

RESUMEN: *En México, desde hace algunos años, previo a la emergencia sanitaria provocado por la pandemia por SARS-CoV-2, algunos sacerdotes, religiosos y religiosas han optado por llevar el evangelio a las redes sociales digitales. Una de las redes que han decidido explorar es la famosa red de videos cortos: TikTok. El fenómeno estudiado es vivo y se necesitan de nuevas herramientas metodológicas, de nuevos métodos y herramientas para analizarlo cabalmente. En esta reflexión usé el método de la etnografía digital y el análisis de texto para entender mejor la producción de contenido y las reacciones de los fieles a través del análisis de dos casos de catolictokeros originarios de México: la hermana Judith y el padre Borre. La emergencia sanitaria vino a acelerar un fenómeno ya existente. El esfuerzo institucional de la Iglesia Católica en esos tiempos de emergencia sanitaria ha sido plural y diverso tanto en el mundo digital como analógico.*

PALABRAS CLAVE: *E-vangelización, TikTok, espiritualidad, pandemia, Iglesia católica*

Catholic E-Vangelization and Web 2.0 during Pandemic time in Mexico

ABSTRACT: *In Mexico, even before the health emergency caused by the SARS-CoV-2 pandemic, some priests, religious men, and women chose to bring the gospel to digital social networks. One of them is the famous Chinese short-form video hosting service: TikTok. The phenomenon studied is alive, so new methodological tools and methods are needed to analyze it. In this article, I used new tools and*

* yves.solis@prepaibero.mx

Fecha de recepción: 16 de junio de 2023 • Fecha de aprobación: 28 de agosto de 2023

methods of digital ethnography and text analysis to understand the production of content and the reactions of the faithful through the analysis of two cases of Catholicokers originally from Mexico: Sister Judith and Father Borre. The health emergency came to accelerate an already existing process. The institutional effort of the Catholic Church in these times of health emergency has been plural and diverse both in the digital and analog world.

KEYWORDS: *E-vangelization, TikTok, spirituality, pandemic, Catholic church.*

La irrupción global de la pandemia por SARS-COV2 obligó a una redefinición abrupta de todos los espacios de la vida pública y privada. Las instituciones, prácticas y formas de ejercer la religiosidad constituyeron —y constituyen— uno de los ámbitos privilegiados donde estas redefiniciones pueden observarse. La Iglesia católica en México, como otras organizaciones religiosas, ha tenido que desarrollar e impulsar más su participación en los espacios virtuales digitales y usar tecnologías electrónicas para seguir difundiendo la buena nueva o mantener rituales y devociones. En este sentido, quiero aquí explorar el impacto de la e-vangelización que se ha ido fomentado y desarrollando con el uso de una red digital china, fundada en el año de 2016 y que ha tenido un *boom* en América, justo antes de la pandemia: TikTok.

Mi reflexión seguiría tres momentos, primero, una breve reflexión en torno a los medios electrónicos y su impacto en el proceso de e-vangelización en la era de la *Web 2.0*; a pesar que las nuevas redes sociales son novedosas, el impacto de los medios eléctricos y electrónicos en la vida religiosa datan del siglo XIX; en esta parte retomaré principalmente las reflexiones de Marshall McLuhan. Para la segunda parte, me interesaré en el fenómeno de la revelación o develación realizada por parte de algunos actores religiosos y fieles en sus redes sociales, con un especial enfoque en la red TikTok; retomaré reflexiones de autoras como Pauline Hope Cheung, Heidi Campbell y Rachel Wagner, quienes han reflexionado, desde hace más de una década, en el proceso de revelación religiosa en ambiente digitales; no se trata de un fenómeno nuevo, sino de uno que se ha acelerado con la pandemia de 2020-2023. En un tercer momento reflexionaré en torno a lo que ha hecho en particular la Iglesia católica en esos tiempos de pandemia y la respuesta de la institución a la e-vangelización.

En un tercer momento reflexionaré en torno a lo que ha hecho en particular la Iglesia católica en esos tiempos de pandemia y su respuesta a la e-vangelización: Tik Tok, Streaming en Facebook Watch, Misas transmitidas en You Tube, respuesta que involucra acuerdos políticos para mantener la

vida religiosa en el mundo analógico. A este respecto, cabe adelantar que la institución católica mostró su dinamismo en la *Web 2.0*. durante los años de la pandemia de COVID-19.

I. ¿UN FENÓMENO NUEVO?

Antes de empezar, quisiera asumir la perspectiva desde la cual me estoy acercando al fenómeno estudiado: la de un científico social quien se asume también como creyente, un católico apostólico y romano; de esta manera puedo, espero, poder tomar la distancia necesaria frente al proceso estudiado; no hablar desde la fe, sino desde el análisis del fenómeno estudiado. Creo importante también hacer una aclaración conceptual en torno a la *Web 2.0* y el proceso de e-vangelización.

[La *Web 2.0*] es a la vez un nuevo paradigma de uso como un avance tecnológico en sí. Es una colección de tecnologías, estrategias comerciales y tendencias sociales. La *Web 2.0* es más dinámica e interactiva que su predecesora, la *Web 1.0* y permite a los usuarios acceder al contenido de un sitio *Web* y al mismo tiempo de contribuir a él [Murugesan 2007: 34].

En cuanto a la e-vangelización, me refiero a cualquier proceso de promoción del evangelio en espacio digitales. Asumo que se trata de experiencias de fe reales que no forzosamente pasan por el mundo físico. Es importante en este sentido entender que la experiencia digital y analógica no se contraponen, sino que, en muchas ocasiones, se complementan.

En la era de YouTube y de Facebook han aparecido en la *Web 2.0* nuevas formas de religiosidad popular e institucional. Esta nueva difusión de la fe en un mundo digital ha provocado que en América Latina y en México en particular hayan surgido diversos casos de promoción digital de santos y santuarios. Este fenómeno reciente tiene unos 20 años aproximadamente, merece un trato teórico y metodológico nuevo. Es necesario entender el contexto que permite la existencia del fenómeno. Mientras que las instituciones o las jerarquías eclesásticas han dado un espacio privilegiado a las páginas *Web* que controlan la producción de contenidos, los fieles y algunos actores religiosos (sacerdotes, religiosas, religiosos, pastoras, pastores) han optado por hacer pública su fe y sus creencias en sus redes sociales. La actividad más importante para los usuarios tiene que ver con la creación de contenido en redes sociales, entre las que destacan Facebook y WhatsApp; estas dos redes son las más usadas en México [Asociación de Internet MX 2021: 17] y la esfera religiosa no escapa a ello. Otras redes están teniendo

un crecimiento acelerado como TikTok o Instagram y más recientemente Be Real;¹ hay redes mucho más atractivas para las poblaciones jóvenes que Facebook y son en esas que aquí me quiero enfocar.

En México existen más de 115 millones de teléfonos inteligentes en el mercado. Los “creadores de contenidos, han comenzado a ajustar formatos enfocados en mayor medida a la visualización de contenido en formato móvil para maximizar la experiencia del usuario” [Asociación de Internet MX 2021: 16]. La asociación, sin embargo, no hace mención alguna a la vida religiosa y espiritual de los internautas, solamente al tipo de consumo de aparatos y programas. Es decir que todavía el fenómeno de la revelación religiosa en espacios digitales en México es una investigación exploratoria. El tema de la revelación o develación (*Disclosure* en inglés) de sus creencias por parte de los usuarios de Internet en la Web 2.0 o 3.0 ha sido trabajado desde 2008 en el mundo anglosajón. No es un fenómeno nuevo ni apareció durante la pandemia. Han sido mujeres quienes más reflexionaron sobre el fenómeno, entre quienes destacan Rachel Wagner [2012], Paulina Hope Cheung [2012], Mara Einstein [2008] y Heidi Campbell [2010], una excepción interesante es el jesuita Antonio Spadaro, quien también ha reflexionado ampliamente sobre el tema de la *ciberteología* [2014a]. Cabe mencionar que Routledge ha producido una colección muy interesante donde reúne las reflexiones de varias de esas autoras, *Media, Religion and Culture*, editada por tres profesores masculinos, Stewart M. Hoover, Joylon Mitchell y David Morgan. Entre 2017 y 2023 Routledge ha creado una nueva serie de reflexiones bajo el nombre de *Routledge Studies in Religion and Digital Culture*, dirigida por dos investigadoras femeninas, las doctoras Heidi A. Campbell y Johana Sumiala, junto con un investigador masculino Gregory Pierce Grive.

Más allá de las redes sociales, la pandemia llevó con ella una transformación en torno a la manera en cómo los contenidos audiovisuales estaban siendo compartidos. Tanto en el ámbito laboral, escolar o religioso, las herramientas de videollamada o *suites* más integrales vivieron un momento de esplendor. En las videollamadas el gran ganador fue sin dudar la empresa Zoom, que, junto con WhatsApp —propiedad de la empresa Meta, empresa del fundador de Facebook— han sido las aplicaciones más usada en México durante el periodo de la emergencia sanitaria [Asociación de Internet MX 2021: 18]. La Iglesia católica y otros credos religiosos en México no han quedado fuera de este uso de las aplicaciones de videollamadas para mantener contacto con los fieles. En algunas parroquias, como el caso de la Parroquia

¹ BeReal es una red social francesa creada en 2020 que ha tenido en 2022 y 2023 un crecimiento muy importante en la generación Z.

Francesa en la Ciudad de México, son los fieles quienes apoyan a los religiosos de la comunidad de San Juan para que las misas puedan ser difundidas en YouTube o en Facebook Live. Esos esfuerzos, a veces a cargo del propio sacerdote, a veces con el apoyo de laicos comprometido, han permitido que aún, durante los momentos, cuando la vida parroquial analógica fuera más limitada, se mantuviera en el mundo digital. Esta vida espiritual, no ha sido creada por la pandemia, sino que la pandemia vino a acelerar procesos que se insertan en la revolución electrónica, iniciada desde finales del siglo XIX, con la introducción del telegrama, la radio, la televisión y el propio Internet.

El desarrollo del mundo digital también ha permitido una revalorización de las comunidades parroquiales. El perfil del párroco ha resultado clave durante la emergencia sanitaria para poder mantener vivas las dinámicas comunitarias. En la arquidiócesis de México, al menos, no existió un esquema sistematizado de apoyo a los párrocos; cada uno tuvo que recurrir a sus propios talentos y a los de su comunidad para poder adaptarse a la nueva realidad pandémica. En este sentido, se confirma lo que afirmaba Marshall McLuhan en su obra póstuma, *The medium and the light: reflections on religion*,² en torno a la aceleración de las comunicaciones y la descentralización. La reacción de los párrocos durante la pandemia, la falta de respuesta sistemática, por parte de la jerarquía, nos permite entender la relevancia del fenómeno en un marco temporal más amplio, iniciado con la transformación tecnológica de los medios comunicativos.

La desromanización es un hecho desde el telégrafo. Cualquier aceleración de la comunicación descentraliza. Las formas lentas de comunicación centralizan: la información se localiza y la toma de decisiones tiene lugar en todo. Esto se invierte por la velocidad eléctrica cuando la información está disponible en el mismo momento en todas partes. Las decisiones se pueden tomar en la periferia de la misma manera que en el centro [McLuhan 1999: 55].

Las comunicaciones electrónicas y la revolución que conllevan han cambiado las dinámicas sociales de los últimos dos siglos y han tenido un impacto en la manera en cómo se difunde La Buena Nueva, el Evangelio. En el siglo XX la radio, la televisión, el cine, la aparición y democratización del Internet han provocado una aceleración de un fenómeno transformador que afecta no sólo las comunicaciones y la forma en que uno se relaciona con su entorno, sino la relación con lo sagrado y lo espiritual. El mundo

² Título que podríamos traducir al español como *Los medios y la luz: reflexiones sobre la religión*.

protestante o evangélico ha abrazado con éxito los nuevos modelos de evangelización digital, en particular la e-vangelización [Quick 2021].

La Iglesia no se ha quedado atrás. Este fenómeno no debería sorprender al investigador, los cristianos creen firmemente que donde dos o más de ellos están reunido en nombre de Jesús, él se encuentra con ellos y lo aplica también en el mundo digital. Las posibilidades que ofrecen hoy la democratización de la creación de contenidos representan un nuevo objeto de estudio para los científicos sociales [Solís, 2020]. Ya no sólo se trata de páginas de Internet, sino de otros productos creativos como los perfiles de Facebook e Instagram o la creación de videos, frutos de la posmodernidad y del mundo líquido [Bauman 2010: 143]. En particular, la participación, cada vez mayor en TikTok, de e-vangelizadores es un fenómeno sumamente interesante por el número de seguidores que alcanzan a tener. Se dice que se el mundo actual, es la era de la información, pero lo es también de la superficialidad. El número de *tweet*, la cantidad de información producida crea ruido. Para Bauman el estado fluido y volátil de la sociedad actual lleva a un cuestionamiento de los valores tradicionales, al mismo tiempo que genera incertidumbre por la vertiginosa rapidez de los cambios que han debilitado los vínculos humanos, que a veces ofrece un modo de interacción mediado por pantallas como la de los celulares. Las claves de las narraciones ya son diferentes. Se toca lo que el mismo fiel espera, se “desanquilosa”, se dinamiza la imagen de la Iglesia católica y se ofrece a jóvenes sacerdotes, religiosas y religiosos, quienes hablan con los fieles, los acompañan, los entienden y, a su vez, ofrecen una posibilidad de misticismo “verdadero”. Justamente lo que había anunciado McLuhan en los años 70 ya ha sido tomado en cuenta. El teólogo jesuita Antonio Spadaro, consciente de este momento de oportunidad afirma que:

En la *web*, la Iglesia esta llamada no solamente a ser difusora de contenido, sino que debe ser ‘testigo’ en el contexto de relaciones más amplias. [...] Los humanos, quienes hoy han entrado en conexiones que los unen al mundo y a otras personas, tienen un ‘aura electrónica’ que constituye la forma en el mundo digital de dar lo que, en el mundo tradicional, se entiende por testimonio [Spadaro 2014b: 49-50].

El reto para el mundo católico es no caer en la simonía o en el negocio de venta y compra de reliquias, sean esas falsas o genuinas [Einstein 2008]. Para Spadaro se deben escuchar las palabras de Benedicto XVI compartidas durante la XLIV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales.

Una pastoral en el mundo digital está llamada a tener en cuenta también a quienes no creen y desconfían, pero que llevan en el corazón los deseos de absoluto y de verdades perennes, pues esos medios permiten entrar en contacto con creyentes de cualquier religión, con no creyentes y con personas de todas las culturas [Benedicto XVI 2010].

El papa Francisco, consciente de esos retos, nombró a Antonio Spadaro, quien es director de la *Civiltà Cattolica*, desde 2011 consultor y consultor del Pontificio Consejo de Cultura y de la Secretaría de Comunicación de la Santa Sede.

En la época de la *Web 2.0* las redes sociales y la tecnología digital ocupan cada vez más espacios simbólicos. La Internet, que nació como un espacio militar y secularizado, tiene una presencia de contenidos religiosos cada vez mayor. La creación en 1989 de la *World Wide Web* “como una plataforma abierta que permitiría a todas las personas en todas partes compartir información, tener acceso a oportunidades y colaborar más allá de límites geográficos y culturales” [Berners 2007] apoyó esta transformación. Tanto las instituciones religiosas como los fieles están usando las páginas de Internet para promover su fe y sus creencias,³ provocando una serie de retos para una institución tan centralizadora como la Iglesia católica [Solís 2015].

En la era digital de principio del tercer milenio, el estudio de nuevas narrativas en torno a la difusión de la e-vangelización es cada vez más importante. La pandemia de COVID -19 vino a acelerar este proceso y merece, por parte de los estudiosos, una atención particular. No sé si es preocupante o si es una muestra de que era visionario, pero aún después de la pandemia y a pesar que nunca conoció el Internet, uno de los pensadores que mejor entendió el impacto de las tecnologías electrónicas y su relación con lo religioso fue Marshall McLuhan. Nunca tuvo la oportunidad de escribir un libro en forma sobre esta temática, pero su hijo recuperó su propuesta inicial *The Christian in the electronic age* junto con otras conferencias, reflexiones y entrevistas en el libro *The medium and the light: reflections on religion*. La propuesta del libro nunca realizado por McLuhan era, de acuerdo con su hijo Eric, una reflexión inspirada por Vaticano II y el rol que jugaba la televisión en el mundo cristiano.

³ En 2012 Pauline Cheong coordinó una interesante obra que permite una amplia reflexión en torno al acercamiento a la religión digital, los medios sociales y los aspectos culturales. Entre las discusiones se analizó la importancia de la *Web*, de la *Web 2.0* y de la *Web 3.0* [Cheong *et al.* 2012].

En algún momento, a principios de la década de 1970, mi padre y yo hablamos de la posibilidad de escribir un libro sobre el destino de la Iglesia, el destino de la religión en Occidente, frente a las presiones y la influencia de los medios eléctricos. El concilio Vaticano II era claramente una respuesta a la influencia ejercida por la televisión sobre la población en general. La televisión había convertido a cada persona en buscadores interiores y había dejado obsoletas las instituciones de hardware y la autoridad centralizada. Estaba transformando la política y la cultura y cambiando la cara de la religión. Estaba reviviendo la experiencia carismática en medio de nosotros y, al otro lado del mundo, en el mundo islámico. [McLuhan 1999: 175].

Una de las aportaciones de la obra póstuma de McLuhan es la inclusión de las múltiples conversaciones que había sostenido, un par de años, antes de su muerte, con el oblato francés Pierre Babin.⁴ En ellas McLuhan plantea claramente el fin de la hegemonía de la transmisión de la fe por el solo libro:

Permítanme mencionar otra cuestión básica a este respecto. En un orden del todo a la vez de tipo electrónico, donde la información se mueve instantáneamente y en masa, la única forma posible de orden inteligible es la auditiva. La armonía puede estar hecha de una gran masa de fragmentos aparentemente desconectados, pero es imposible tener un orden visual hecho de una vasta masa de datos indetectables, como es típico de cada momento de experiencia en la era electrónica: no se puede aprehender todo. [McLuhan 1999: 39].

Esta revolución trae consecuencias o debería traer consecuencia en la manera en cómo se difunde el evangelio. Al menos para entender que el pueblo creyente está evolucionando.

Para expresar su idea de comunicación, los niños usan términos del mundo electrónico y acústico: estar bien, estar con él, estar dentro, captar las vibraciones correctas, encender y sintonizar. Y ese es el mensaje del Evangelio de San Juan: “El que tiene oído para oír, que oiga” [en realidad es en Mateo 11:15]. Es decir que se debe sintonizar con la frecuencia correcta. La mayoría de las personas, sin embargo, no tienen oídos para oír, sino sólo para escuchar. Escuchar es cejarse a sí mismo, restringir sus propios ojos, por así decirlo. Para captar la forma en que llegan las palabras y escuchar lo que el hablante está diciendo. Oír es ponerse en la misma longitud de onda que el hablante [McLuhan 1999: 99].

⁴ Esas conversaciones habían ya sido publicadas en francés, bajo el título *Autre homme, autre chrétien à l'âge électronique* [Babin et al. 1978].

II. LA REVELACIÓN O DEVELACIÓN EN LAS REDES SOCIALES

El fenómeno, como ya lo hemos expresado, no es nuevo. Alberto Da Silva Moreira, Carolina Teles Lemos y Eduardo de Gusmão Quadros ya lo anunciaban en uno de los pocos estudios latinoamericanos sobre *A religião na mídia e a mídia na religião*:

La relación con los medios no es nueva. El cristianismo se expandió con el lema “El Verbo se hizo carne y habitó entre nosotros” (Jn 1, 14). En las sociedades tradicionales la religión tenía una posición privilegiada como formadora y garante de valores, hábitos, conductas y cosmovisión. Esta posición hoy ha sido ocupada por los medios de comunicación. En las sociedades contemporáneas, sometidas al proceso de globalización, tiene lugar lo que J. Thompson llamaba un intenso proceso de fomento de la cultura. La cultura, la religión incluida, “pasa” cada vez más a través de los medios de comunicación y los medios de comunicación a través de ella. Este proceso de mediatización de la religión tiene un fuerte impacto en el campo religioso, provocando cambios en la correlación de fuerzas entre los agentes religiosos. [Da Silva *et al.* 2012: 7].

La pandemia, sin embargo, vino a provocar un cambio en la perspectiva de los científicos sociales. Lo que antes eran vivencias de algunos grupos, ahora las comunidades se volvieron la alternativa principal para mantener una vida comunitaria y poder acceder a servicios espirituales. La Iglesia católica ha entendido eso, pero la pandemia evidenció la necesidad de proyectarse más en las redes sociales y hacerlo de manera institucional, no solamente de manera local. Existe aquí una fuerte tensión pues la pandemia también ha mostrado los límites de la Iglesia católica institucional que no había dado énfasis a la formación digital antes de esta situación. Ese punto es clave porque también tiene que ver con la formación y voluntad de cada pastor, de cada sacerdote, catequista. La comunicación en masa desde Roma no funciona más; se necesita hacer un esfuerzo local, personalizado. El pastor debe estar en el templo y en el mundo digital. Eso lo han entendido algunos sacerdotes, religiosos y religiosas quienes le han apostado a redes sociales como TikTok para “evangelizar a través de la música, el baile, el humor y hasta el deporte” [DLR Redacción 2022. Es probable que no hayan leído a McLuhan, pero comparten totalmente su visión en torno a la renovación carismática. En plenos años 70 su recomendación era que los catequistas fueran más *disc-jockeys* o psiquiatra. “El catecismo probablemente debería ser reformateado como asesoramiento individual en lugar de ser diseñado para grupos grandes” [McLuhan 1999: 97]. Los catequistas

de la era eléctrica, electrónica o digital, como se entiende en esta reflexión, tienen que ser místicos y estar en contacto con la realidad, al mismo tiempo, implicando sin que lo diga McLuhan, que estén presentes y dinámicos en las redes sociales digitales. Para él, Cristo es el ejemplo a seguir porque él logró unir el medio y el mensaje, por ello se debe actualizar la manera de difundir la fe y promover el evangelio:

Enseñar el catecismo como un hecho o como contenido es limitarse a sólo la mitad del cristianismo. La causa formal —el fundamento que se percibe inconscientemente— no son las palabras, sino la parte de la fe que opera en nuestras vidas. Los dos deben estar unidos.

En Jesucristo, no hay distancia o separación entre el medio y el mensaje: es el único caso en el que podemos decir que el medio y el mensaje son plenamente uno y el mismo [McLuhan 1999: 103].

Un tema fundamental es la revelación o develación (*Disclosure* en inglés) de sus creencias por parte de los usuarios de Internet en la *Web 2.0* o *3.0*. Para ilustrarlo tomaremos dos casos, primero el de un sacerdote católico y segundo, el de una religiosa católica. Existen varios otros sacerdotes, religiosos o religiosas, pero esos dos casos son interesantes por el impacto que sus develaciones han tenido en los fieles que los siguen y en quienes, sin seguirlos, visualizan sus contenidos. La creación de ambos perfiles fue previa a la pandemia.

Sacerdotes como el padre Juan José Montalvo, conocido en sus redes como @padreborre, han sido de los pioneros. Se define como un *millennial*, alegre por el amor de Dios, ingeniero industrial de formación, pero sacerdote por vocación. Tiene presencia digital en Facebook, Twitter, Instagram, canal de YouTube y de TikTok; cuenta con más de 19 000 seguidores en Facebook, 10 000 abonados en YouTube, 9 808 seguidores en TikTok y famoso por los *hashtags* “#curaslocos” y “#sacerdotesalegres”. Inicia su aventura en TikTok en 2019 y rápidamente descubre el potencial que representa esta herramienta para la e-vangelización.⁵ El padre Bore, por ejemplo, ha desarrollado varios videos en dúos, con religiosas, religiosos, otros sacerdotes y laicos, todos del mundo hispano. Vale la pena destacar, en particular, los videos de los “#curas locos, felices y sin suegra”, que, si bien no son los más populares, rompen con el esquema preconiliar del sacerdocio y ofrecen

⁵ @padreborre. *Comencemos esta aventura con estilo...*, 24 de junio de 2019. <<https://www.tiktok.com/@padreborre/video/6706303490110524678>>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

una visión fresca a quien vea los videos. El video *Solteroski (no por feoski)*⁶ tuvo 2 049 reproducciones y el video *Si al vernos piensas que estamos un poco locos ¡Acertaste!*⁷ fue visualizado 2 218 veces. En ambos videos los sacerdotes presentan una imagen juvenil, relajada, humana. Comparten ritmos que le llama a la población joven; se muestran alegres y felices, viviendo bien su vocación. Ello se ve reflejado en los comentarios que reciben por parte de quienes visualizan sus contenidos. En el primer TikTok cantan la canción de Ariel Fortuna Ando Solteroski y usan lentes similares a los que Ariel Fortuna y Leyenda Barrial Boy'z usan en su video clip. En el segundo, cantan y bailan en sus cuartos envueltos en sus cobijas. Si bien varios de esos “curas locos por el amor de Cristo” no suman millones de vista, algunos religiosos y religiosas lo han logrado y existe una solidaridad entre propagadores de la fe católica, quienes organizan dúos.

Un ejemplo es la hermana Judith de Jesús, ingeniera biotecnóloga de formación académica, quien se asume como misionera digital, amante de Dios y promotora del *podcast* La Biblia en un Año. Judith de Jesús (*judithbio90*) es una verdadera *rockstar* de TikTok; cuenta con más de 781 000 de seguidores, más de 13 300 000 de me gusta. Hizo en el 3 de julio de 2020 un dúo con el padre Borre, personificando a Sor Tequila y al Padre Domingo, película de 1977, protagonizada por María Elena Velasco, la India María y Lucho Navarro.⁸ Inició su aventura como “catolitokera” el 22 de marzo de 2020, para el 5 de mayo tenía ya 5 000 seguidores, 30 000 para el 19 de mayo y para el 14 de junio sus primeros 100 000 seguidores y 1 000 000 de me gusta. Sus videos tuvieron un éxito rápido cuando promovieron el *Rosario challenge* que le encantó a los jóvenes católicos y provocó algunos cuestionamientos en otros fieles quien ofuscados decían: “No se juega con Dios.”⁹ Se sumó ese mismo 17 de abril de 2020 al *challenge* “#enelcieloyenlatierra”,¹⁰ iniciado por @jesseowenssings el 21 de marzo de 2020 y que sumó más de 3

⁶ @padreborre. *Solteroski (no por feoski)*, 20 de julio de 2022. <<https://www.tiktok.com/@padreborre/video/6851605702096571653>>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

⁷ @padreborre. *Si al vernos piensas que estamos un poco locos ¡Acertaste!*, 14 de julio de 2022. <<https://www.tiktok.com/@padreborre/video/6849368941274336517>>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

⁸ @judithbio90. *Dúo con padreborre*, 3 de julio de 2020. <<https://www.tiktok.com/@padreborre/video/68453493896748925503>>. Consultado el 14 de mayo de 2023. @padreborre. *Duo con judithbio90*, 4 de julio de 2020. <<https://www.tiktok.com/@padreborre/video/6845349389674892550>>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

⁹ @judithbio90. #rosariochallenge[*sic*], 17 de abril de 2020. <<https://www.tiktok.com/@judithbio90/video/6816843370455944453>>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

¹⁰ @judithbio90. #enelcieloyenlatierra, 17 de abril de 2020. <<https://www.tiktok.com/@judithbio90/video/6816844294750555398>>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

100 000 de reacciones y participación de centenares de católicos tiktokeros de habla hispana.¹¹

La historia de @judithbio90 es muy interesante porque ha tenido un cambio vocacional y lo ha dialogado con sus seguidores a raíz de la salida de su congregación de la Hermana Cristina, quien participó y ganó en Italia en 2014 el concurso televisivo La Voz.¹² La hermana Judith decidió dejar su congregación en junio-julio de 2022 y se lo comunicó a sus seguidores en un acto de develación¹³ sumamente intimista. El video publicado en TikTok fue visualizado más de 337 000 veces, recibió más de 39 000 me gusta y generó más de 5 438 comentarios. En otro video del mismo mes, julio, judithbio90 explicaba también cómo había recibido presión de TikTok tras hablar de la situación de los católicos en Nigeria y del milagro por intercesión de la Virgen de San Juan. Algo interesante, ya que nos habla del uso de los algoritmos para detectar contenido e información producida en redes sociales.¹⁴ Algo interesante del caso es que ha mantenido un número similar de seguidores antes y después de su cambio vocacional. Entre sus videos más populares se encuentran cuestiones que ella decide contestar, tanto en cuestión de fe como relativa a la vida consagrada, algunas tomadas de comentarios de la propia cuenta de TikTok, como el de “Te gano la avaricia, la ‘fama’ que te dieron las redes sociales te desvió del camino del señor”, más de 107 000 de reproducciones;¹⁵ uno de sus videos más reproducido, más de 3 100 00 de visualizaciones,¹⁶ “Por qué dejaste de ser monjita”, le pide más tiempo a sus seguidores para explicárselo en su momento.¹⁷ En un video para cerrar el año, titulado *Valentía*, no sólo es interesante escuchar el mensaje de judithbio90, sino es recomendable prestar atención a los comentarios, que aún y son pocos (182), son una muestra de la tensión en

¹¹ <<https://www.tiktok.com/tag/enelcieloylatierra>>, 21 de marzo de 2020. Consultado el 14 de mayo de 2023.

¹² @judithbio90. *El que esté libre de pecado*, 22 de noviembre de 2022. <<https://www.tiktok.com/@judithbio90/video/7169059371312286982>>. Consultado el 15 de mayo de 2023.

¹³ Me parece que el concepto en inglés es más claro: *disclosure*. En español lo podemos traducir como “revelación o develación”.

¹⁴ @judithbio90, 3 de julio de 2022. Tema que no trataré en esta reflexión.

¹⁵ @judithbio90. *Respuesta a @Manuel Castañón*, 24 de enero de 2023. <<https://www.tiktok.com/@judithbio90/video/7192215263138368773>>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

¹⁶ Otro es referente al Padre Adam Kota, quien dejó la Iglesia Católica Apostólica Romana para la Iglesia Católica Ecueménica.

¹⁷ @judithbio90. *Cuando sane les contaré*, 18 de enero de 2023. <<https://www.tiktok.com/@judithbio90/video/7190173755992329478>>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

torno a la decisión que tomó durante el año 2022.¹⁸

Una usuaria de TikTok claudiaelisagh1573 comentó: “Y supongo que ahora es lesbiana y parte del feminismo y colectivo gay? □”, a lo que η υ ρ ý ε ρ ε η γ ρ μ ζ, otra usuaria de la red social, le preguntó: “y si así fuera ¿en qué te perjudica?”, la respuesta de Claudia fue contundente: “Fíjate que sí perjudica y no solo a mí, a ti, a ella, ¡ja todo el mundo!! ¿Tú crees que Dios quiere eso para ella y todos? pues NO”.

Esos comentarios permiten a los científicos sociales entender también las dinámicas de las creencias de los fieles en un ambiente que no es tan efímero como el de la oralidad, sea en modalidad analógica o digital. Se trata también de visión en torno a las percepciones de Dios, como nos ofrece la usuaria η υ ρ ý ε ρ ε η γ ρ μ ζ cuando le contestó a claudiaelisagh1573: “Pues mi Dios solo es el que juzga señala y critica. si ella es lesbiana o no a mí no me afecta, yo me preocupo por mis actos”. Otra usuaria, Magaly Restrepo, expresa su sentir: “Me da Tristeza tu cambio, pero siempre he dicho el tiempo de Dios es perfecto □”.¹⁹ Por otra parte, otros usuarios mostraron una actitud empática. Tal es el caso de Lilian Arrellanes: “Te abrazó y te admiró no hagas caso a malos comentarios [sic.]” o de Dulce Ortiz8816: “No nos afecta en NADA, primero hay que fijarnos en nosotros y nuestra familia porque nadie es perfecto, y no debemos juzgar a las personas”.

Tanto en el caso del padre Borre como de la hermana Judith, además de ambos contar con una formación académica previa, se identifican también como *emo*, marcando así un contacto más con quienes los pudieran seguir en sus redes.²⁰ Junto con otros tiktokeros han animado sus propias redes y otras redes colectivas como los *catholictokers*.²¹ El dúo que realizó con el padre Borre en torno a la temática de Sor Tequila y el Padre Domingo no ha sido el único dúo. Judith de Jesús ha logrado reunir a sacerdotes y re-

¹⁸ @judithbio90. *Sin duda el año más complicado*, 31 de diciembre de 2022. <<https://www.tiktok.com/@judithbio90/video/7183500842744499482>>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

¹⁹ Comentarios al video de @judithbio90. *Sin duda el año más complicado*, 31 de diciembre de 2022. <<https://www.tiktok.com/@judithbio90/video/7183500842744499482>>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

²⁰ @judithbio90. *Tienen 30 años y una podría ser monjita*, 4 de febrero de 2022. <<https://www.tiktok.com/@judithbio90/video/7060970176317082886>>. Consultado el 14 de mayo de 2023. @padreborre. *Ahora podría ser tu Sacerdote*, 4 de febrero de 2022. <<https://www.tiktok.com/@padreborre/video/7061015530538306822>>. Consultado el 14 de mayo de 2023. @padreborre. *Ahora podría ser tu Sacerdote*.

²¹ *Grupo de TikTok*. <<https://www.tiktok.com/@catholictokers>>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

ligiosas en torno a este tema.²² De los grupos con mayores visualizaciones está el *tag* de “#elcuraquecuralalocura”²³ con 5 800 000, seguido por el *tag* de “#monjitasbailando”²⁴ con 30 200 000, ambos, a pesar de su éxito, muy lejos del *tag* de “#curaslocos”²⁵ que cuenta con más de 161 300 000 de visualizaciones. Aquí está una fuente extraordinaria para cualquier estudioso que quiera entender mejor cuáles son las dinámicas más populares en torno a la e-evangelización en TikTok. Cada sacerdote, religiosa, religioso tiene su estilo, pero todo reflejan la alegría del amor de Cristo.

Abrir una cuenta no es suficiente, se necesita contar con un carisma especial y una base sólida de seguidores en el mundo analógico que complete la atención digital. El padre Borre, por ejemplo, no sólo tiene su canal de TikTok, sino que desde el día 19 de junio de 2020 abrió su canal de YouTube. Durante el primer año sus videos recibieron una atención menor, la mayoría tenían entre 15 y 20 visualizaciones; pero con la pandemia cambió radicalmente, en particular porque el padre Borre optó por apostarla a la evangelización digital de la juventud; sus misas con niños son los videos más populares de su canal de YouTube,²⁶ se tratan de misas producidas como si fueran programas televisivos que incluyen diferentes cápsulas y mezclan elementos audiovisuales de la misa para niños que el sacerdote oficia en su parroquia.²⁷ El caso del padre Borre es interesante porque no es generalizable. Lo que la pandemia nos ha mostrado es que muchos sacerdotes católicos no contaban con equipo o conocimiento previo para poder trasladarse a la comunicación digital, a pesar que desde Roma existan esfuerzos institucionales por entender y anticipar los cambios mediáticos electrónico. Los religiosos en particular parecen ser los más dinámicos [DLF Redacción 2022]. La masificación de la producción de contenidos vía radio, televisión e internet han generado múltiples espacios para entender los medios electrónicos, su lógica y dinamismo. Múltiples encuentros han sido promovidos desde la Santa Sede para pensar el impacto moral y religioso que puede jugar la Iglesia católica en la promulgación de la fe en el mundo mediado por tecnología electrónica. Sin embargo, como lo subraya McLu-

²² Lista de reproducción en TikTok. <<https://www.tiktok.com/music/Sor-Tequila-y-Padre-Domingo-6845327363262270213>>. Participaron con ella 60 catolictokeros.

²³ #elquecuralalocura. <<https://www.tiktok.com/tag/elcuraquecuralalocura>>.

²⁴ #monjitasbailando. <<https://www.tiktok.com/tag/monjitasbailando>>.

²⁵ #curaslocos. <<https://www.tiktok.com/tag/curaslocos>>.

²⁶ @PadreBorre. <<https://www.youtube.com/c/padreBorre>>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

²⁷ Franco Escamilla, por ejemplo, ha recomendado esas misas en entrevistas a medios [padreborre, 6 de julio de 2021].

han, los teólogos no han prestado suficientemente atención a este fenómeno. Antes de la pandemia, esa tensión se podía ver, en el caso de México con la falta de coordinación en las estrategias de e-vangelización. La revolución electrónica a la cual han sido sometidas las nuevas generaciones, implica cambios, educativos, religiosos que varios educadores o religiosos no han querido atender.²⁸

Los medios eléctricos nos involucran en los otros en profundidad, casi eliminando el espacio y los tiempos que nos limitan en nuestras vidas. Sin embargo, estos mismos medios nos privan de la mayor parte de lo que habíamos considerado como nuestra identidad privada e individualidad en los últimos siglos. Es natural volvernos cegado frente a la pérdida de identidad cuando estamos profunda y recientemente involucrados en la vida de muchos otros. Si la “identidad” privada y la individualidad tienen alguna importancia permanente más allá del mundo del cambio social es un asunto para los teólogos. Lo que podemos considerar es la experiencia inmediata de esta pérdida del sentido de identidad tal como se manifiesta en la vida y la liturgia [McLuhan 1999: 115].

III. E-VANGELIZACIÓN Y RESPUESTA INSTITUCIONAL

Por medio de iniciativas institucionales y una estrategia de medios orquestada desde Roma, la Iglesia católica intenta usar las ventajas del Internet para emprender obras evangelizadoras como la promoción de los santos, que representa la continuidad de una tradición, iniciada a principios del siglo xx con el intenso uso de la radio, la televisión y el cine,²⁹ sin embargo, Internet permite también a los fieles promover o difundir las devociones de manera directa, sin pasar por el visto bueno de la jerarquía, del sacerdote ni de la comunidad. En este sentido, está surgiendo una tensión entre la narrativa oficial promovida desde la Iglesia Católica institucional y las generadas por los fieles. Rachel Wagner, una de las grandes especialistas sobre el fenómeno, muestra cómo esas construcciones en Internet permiten la construcción de la imagen de santos “más humanos” [Wagner 2012: 217-

²⁸ Menciono aquí a los educadores porque, al igual que las iglesias, son los que más tensión viven al momento de perpetuar una educación basada en el libro impreso y las lógicas narrativas basadas en los procesos de lectura y escritura.

²⁹ En una reflexión anterior propuse un breve esbozo de las principales ediciones de la *Jornada Mundial* de las Comunicaciones Sociales, promovidas desde la Santa Sede para orientar a los comunicadores católicos que participan activamente en espacios cinematográficos, radiofónicos y televisivos que resumo aquí.

219], más cercanos. En el tiempo de la pandemia hemos visto, al menos en México, una mayor presencia de la Iglesia católica oficial en las redes.

Con los templos cerrados y las ceremonias suspendidas, las procesiones prohibidas y la imposibilidad de realizar vida comunitaria instalada en todo el orbe, las prácticas religiosas tendieron a rearticularse.

Muchas de las formas adoptadas por diferentes credos religiosos no han sido inventadas durante la pandemia de 2020 y 2021; habían comenzado años atrás como formas alternativas de acercarse a lo religioso: foros de Facebook, comunidades virtuales de plegaria y rezo, veladoras virtuales, turismo virtual y muchas otras prácticas. La contingencia sanitaria hizo de estas alternativas se sumaran —y en algunos momentos reemplazaran— a las formas “usuales” de vivir la fe y la espiritualidad, contribuyendo a mantener experiencias religiosas y espirituales que constituyeron una dimensión fundamental para mucho en este tiempo de pandemia y de reclusión en el hogar vivido en múltiples países.

La reconfiguración de lo religioso durante los últimos dos años tuvo además un importante componente transnacional y global que se hizo factible gracias a la presencia de creyentes activos en las diversas redes sociales, así como a la adaptación institucional de las iglesias, denominaciones, congregaciones y asociaciones para incorporar y atender a las personas creyentes.

Se ha hablado en el apartado anterior de algunos tiktokeros mexicanos, quienes promueven y difunden su fe en sus redes sociales. La facilidad de conectividad virtual amplió la posibilidad para el creyente, en particular para el creyente hispanófono, acercarse al Divino de diversas formas. Zoom, YouTube, Facebook live facilitaron encuentros en cualquier parte del planeta. A título de ejemplo, ha sido posible escoger comulgar espiritualmente con comunidades locales, pero también de otras partes de América Latina. Uno de los predicadores católicos más populares ha sido el padre Danny, Daniel Vélez, padre mercenario de la comunidad de San José de El Vecino en Cuenca, Ecuador [padre Danny 2020³⁰]. Sus reflexiones tenían un promedio de 10 000 vistas y sus misas 1 500 000 de vistas. Tras la última misa que dio en Cuenca en noviembre de 2021, el promedio de vista ha caído a 300 vistas. Por lo contrario, la parroquia de la Merced de Guayaquil se ha visto beneficiada y hoy en día tiene un promedio de 3 000 fieles quienes siguen las misas dominicales. En su primera misa dominical en la Parroquia de la Merced, triplicó el número de fieles, quienes siguieron la misa. Lo que quiero subrayar aquí, más allá de los datos duros de vistas, destaca

³⁰ Padre Danny. YouTube. <<https://www.youtube.com/@padredanny1887/about>>.

la importancia de tener también predicadores que entienden las lógicas de la e-vangelización y su impacto en la feligresía.³¹

La pandemia ha hecho más visible, también para los investigadores del fenómeno religiosos, la necesidad de entender mejor acercamiento a la fe de distintas denominaciones y a espiritualidades como búsqueda de contención ante la incertidumbre y fragilidad que hizo evidente el SARS-cov2. Muchos de los espacios de asistencia espiritual fueron rebasados por creyentes imposibilitados para acceder a templos, espacios de encuentro y oración o ceremonias presenciales. Los servicios religiosos comenzaron a experimentar una transición a la virtualidad mediante altos números de usuarios en plataformas de transmisión.

Es relevante explorar las diversas transformaciones que operaron y continúan operando frente a las enormes rupturas vividas. Existen continuidades con prácticas religiosas ya establecidas, a la modificación de espacios religiosos y a la formación de nuevas comunidades de fe susceptibles de establecerse como alternativas postpandémicas.

Se están dando nuevos fenómenos sociales como la incidencia de las instituciones religiosas en la vida pública, las nuevas formas de santidad, milagro y sanación, las transformaciones que la vida religiosa ha hallado para lidiar con la inseguridad personal y colectiva, así como los reacomodos y redefiniciones entre denominaciones religiosas y nuevas espiritualidades. Estamos indudablemente frente a un momento que muestra la crisis y las conversiones que el fenómeno religioso ha vivido en la contingencia sanitaria. Desde quienes han abrazado las posibilidades de la religiosidad en línea hasta quienes, al contrario, han promovido espacios analógicos

En efecto, es fundamental no hacer generalizaciones que no estamos seguros de poder probar. Recientemente Nahayeilli Juárez Huet, Rosario Ramírez Morales, Olga Olivas Hernández y Olga Odgers Ortiz han realizado entrevistas en el marco de la *Encuesta Sobre Coronavirus, Bienestar y Religiosidad* (encuesta COBIRE 2020) sobre este tema. Su objetivo era:

- [...] Conocer las continuidades y discontinuidades de prácticas religiosas y espirituales en este contexto, así como sus efectos en la vida de las personas y su relación con el bienestar subjetivo.
- [...] Explorar cuáles son los medios por los que estas prácticas se realizan durante las etapas en las cuales la pandemia se ha hecho más visible y

³¹ Parroquia La Merced de Guayaquil. Todos los videos. Guayaquil (Ecuador), 11 de julio de 2022. <https://www.facebook.com/Parroquia-La-Merced-de-Guayaquil-108607200774161/videos/?ref=page_internal>. Consultado el 11 de julio de 2022.

crítica, y donde diversos modos de congregación se han modificado debido a las acciones gubernamentales, tales como la Jornada Nacional de Sana Distancia, que promueve, entre otras, la suspensión temporal de toda actividad no esencial en los sectores público, privado y social así como la permanencia voluntaria en casa para mitigar la dispersión y transmisión del nuevo coronavirus SARS-COV-2 que causa la enfermedad COVID-19. [Odgers *et al.* 2020].

La brecha, cada vez menor, para el acceso a Internet y la invitación —en el caso de México— a permanecer en casa durante la pandemia fue acompañado por un mayor uso de las nuevas tecnologías, con el objetivo de atender necesidades religiosas y/o espirituales. En la primera parte de este ensayo, resaltamos el marco general en el cual se inserta este fenómeno y notamos cómo los estudios sobre uso de Internet en México no habían contemplado el factor religioso. Justamente, a un pequeño nivel, no representativo de la realidad nacional, fue lo que intentó ofrecer la encuesta COBIRE 2020. Más allá del pequeño número de entrevistados, se debe también dejar en claro que en el caso de México, a diferencia de otras experiencias latinoamericanas, no hubo una línea nacional de acción para restringir movimientos humanos ni toques de queda masivos, sino que cada Estado optó por políticas propias frente a la pandemia, en el marco del semáforo nacional. Ello provocó vivencias muy diferentes de acuerdo con el lugar de residencia o de estancia donde se encontraban los fieles; mientras que en la Ciudad de México la apertura de los templos no fue considerada una actividad esencial, en otros Estados de la República, como en Querétaro o en Guanajuato, sí, por ejemplo, cuando visité San Miguel de Allende en diciembre de 2020, a pesar del semáforo de contingencia rojo (nivel máximo) los templos estaban abiertos y los fieles podían asistir al culto público (con uso de cubrebocas y siguiendo las recomendaciones de sana distancia, claro), sin embargo, en muchas ocasiones, los fieles optaron por asistir de manera digital a los espacios de culto. En muchas de sus homilías, el padre mercedario Danny, cuando todavía estaba en Cuenca, Ecuador, insistía en la importancia de asistir al templo y era muy crítico de aquellos fieles quienes asistían a fiestas y no querían ir al templo por temor a contagiar la enfermedad. Más allá de la postura de los sacerdotes y religiosos en el caso los entrevistados en la encuesta COBIRE en México, “debido a la recomendación de permanecer en casa, así como al cierre temporal de espacios de culto, no es sorprendente que algunas de las prácticas religiosas realizadas por los encuestados hayan transitado del ámbito presencial al virtual” [Odgers *et al.* 2020: 37].

Las entrevistas, realizadas por las investigadoras mexicanas, evidencia que existe un crecimiento de la práctica individual, de la búsqueda de introspección y la expresión de una mayor necesidad de estar en contacto con la naturaleza (por motivos espirituales). “Como era previsible, la encuesta permite constatar que la contingencia sanitaria produce sentimientos de incertidumbre, preocupación o ansiedad, que con seguridad deterioran el bienestar de las personas, pero interesantemente, también suscita esperanza y optimismo” [Odgers *et al.* 2020: 37]. Al mismo tiempo que se fue dando esta búsqueda individual, posiblemente por el número mayor de televisores “inteligentes”, se fue también multiplicando las actividades familiares en torno al culto.

Un cambio relevante y no esperado, consiste en observar la importancia que adquiere el ámbito familiar, al destacar la realización de prácticas religiosas en dicho ámbito, además de las realizadas de manera individual —siendo previsible que estas últimas se incrementaran por las medidas de confinamiento—. Pues a pesar de que los programas producidos por televisores no fueron los más vistos al momento de poder seguir el culto, las producciones vía Facebook Live o YouTube fueron apreciadas por las familias.

La encuesta COBIRE permite observar que este tránsito se realiza particularmente hacia el uso de redes sociodigitales, dejando en una segunda posición a plataformas de comunicación —como Zoom o Skype— que pasan a ser otra vía nada desdeñable para la práctica religiosa. En un distante tercer lugar, queda el uso de la televisión para la realización de actividades religiosas [Odgers *et al.* 2020: 37].

Los fenómenos que vimos en el confinamiento no fueron creados por la pandemia, se vieron acelerados y podemos observar una multiplicación de iniciativas que ya habían marcado la participación católica en procesos de e-vangelización. Las nuevas producciones digitales acompañan también una estrategia cada vez más frecuente de ofrecer a los fieles vivencias más emocionales o lecciones moralizante más amenas.

REFLEXIONES FINALES

La transformación del fenómeno religioso se ha visto modificado desde la aparición de las nuevas nuevas tecnologías; este fenómeno se ha visto acelerado con la aparición del Internet que ha permitido a gente, no experta, no especializada en la producción de contenidos digitales, expresar su fe. Lejos de las grandes producciones radiofónicas, fílmicas o televisivas, hoy

en día un sacerdote o un religioso puede con su teléfono móvil realizar un *live streaming* de su misa o sus reflexiones. A veces con el apoyo de fieles, a veces con sólo su dispositivo se han multiplicado las posibilidades de evangelizar, de acompañar, de caminar con los fieles. Podría ser que la revolución del Internet o las redes sociales formen un espacio que permitan reconciliar a los pastores y a los fieles en una cercanía que los grandes medios masivos, como la radio, el cine o la televisión, no lograron hacerlo. Si bien esos medios han permitido hacer llegar la buena nueva a más rincones del mundo, no han permitido la cercanía que hoy en día un TikTok o Facebook *live* parece lograr.

Estamos frente a un fenómeno reciente, al menos la literatura nos indica que las primeras reflexiones sistemáticas no tienen más de 15 años. Existen nuevos métodos y herramientas para ayudarnos a analizar esos fenómenos digitales, que cada vez serán más necesarios para el análisis de la realidad. Por el momento la iniciativa la tienen los pensadores anglosajones, pero los espacios con más dinamismo religioso son las regiones latinoamericanas, africanas y asiáticas. Seguramente un camino se está abriendo para los investigadores de México y el resto de América Hispánica o Lusitana.

Durante la pandemia, al menos en México la Iglesia católica ha vuelto a ocupar espacios fundamentales, primero desde Roma. La transmisión de Semana Santa desde el Vaticano se realizó a la par de la tradicional representación de la Semana Santa en Iztapalapa, mostrando así cómo para las televisiones el *rating* religioso sigue siendo un tema que genera ganancias. La multiplicación de ceremonias religiosas disponibles a la demanda o en vivo también ha aumentado. Algunos sacerdotes son más populares que otros, otros espacios que parecían reservados a sectores seculares fueron ocupados también por sacerdotes, religiosos o religiosas como es el caso de TikTok.

REFERENCIAS

Asociación de Internet MX

2021 17° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2021. *Asociación de Internet MX*, mayo. <<https://irp.cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/17%C2%B0%20Estudio%20sobre%20los%20Ha%CC%81bitos%20de%20los%20Usuarios%20de%20Internet%20en%20Me%CC%81xico%202021%20v16%20Publica.pdf>>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

Bauman, Zygmunt

2010 *Vida líquida, estado y sociedad*, 143. Paidós. Madrid.

Babin, Pierre y Marshall McLuhan

1978 *Autre homme, autre chrétien à l'âge électronique*. Chatelet. Lyon.

Benedicto XVI

2010 El sacerdote y la pastoral en el mundo digital: los nuevos medios al servicio de la Palabra. Mensaje del Santo Padre Benedicto XVI, para la XLIV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, domingo 16 de mayo. <https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20100124_44th-world-communications-day.html>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

Berners Lee, Tim

2017 Three Challenges for the Web. *Web Foundation*, 12 de marzo. <<http://webfoundation.org/2017/03/web-turns-28-letter/#VersionES>>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

Campbell, Heidi

2010 *When religion meet new media*. Routledge. Londres.

Cheong, Pauline Hope et al.

2012 *Digital religion, social media, and culture: perspectives, practices, and futures*, Pauline Hope Cheong et al. (eds.). Peter Lang. Nueva York.

Da Silva Moreira, Alberto et al. (Org.)

2012 *A religião na mídia e a mídia na religião*, Alberto Da Silva Moreira, Carolina Teles Lemos y Eduardo de Gusmão Quadros (org.). Gráfica e editora América. Goiânia.

DLF Redacción

2022 7 tiktokers católicos que vale la pena seguir. *Desde la Fe*, 11 de febrero. México. <<https://desdelafe.mx/noticias/sabias-que/5-tiktokers-catolicos-que-vale-la-pena-seguir/>>. Consultado el 4 de noviembre de 2023.

Einstein, Mara

2008 *Brand of faith*. Routledge. Londres.

Odgers Ortiz, Olga et al.

2020 *Encuesta sobre Coronavirus, Bienestar y Religiosidad (COBIRE). Documentos de contingencia 13.* El Colegio de la Frontera, CONACYT. Tijuana, México; 37. <https://www.colef.mx/wp-content/uploads/2020/07/13_Cobire-noviembre.pdf>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

McLuhan, Marshall

1999 *The medium and the light: reflections on religion*, Eric McLuhan y Jacek Szklarek. Wipfe & Stock. Eugene.

Murugesan, San

2007 *Understanding Web 2.0. IT Professional*, 9 (4), julio-agosto: 34-41. <doi: 10.1109/MITP.2007.78>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

Quick, Martin Luther

2021 *e-Vangelism: Creating and implementing a Social Media Ministry for Outreach.* QuickTakes. EE.UU.

Spadaro, Antonio

2014a *Ciberteología Pensar el cristianismo en tiempos de la red*, Antonio Martínez Riu (trad.). Herder. Barcelona.

2014b *Cybertheology, Thinking Christianity in the Era of the Internet*, María Way (trad.). Fordham University Press. Nueva York.

Solís Nicot, Yves Bernardo Roger

2015 De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales: la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0. *Intersticios Sociales*, 5 (10), septiembre. Guadalajara [YouTube]. <http://www.intersticiosociales.com/ediciones/numero_10.html> o <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=421741049001>>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

2017 Visual and Dynamic Hagiographies: the use of YouTube for the Promotion of Saints in Kids. *Revista Caminhos-Revista de Ciências da Religião, Goiânia*, 15 (2): 170-193. <<http://seer.pucgoias.edu.br/index.php/caminhos/article/view/6005>>. Consultado el 11 de julio de 2022.

2020 Hagiografías en la era de la Web 2.0. *Historia y Grafía*, (54), 3 de enero: 193-230, 3 de enero. <<https://www.revistahistoriaygrafia.com.mx/index.php/HyG/article/view/282>>. Consultado el 14 de mayo de 2023.

Wagner, Rachel

2012 *Godwired. Religion, ritual and Virtual reality.* Routledge. Londres.