Question
Periodismo / Comunicación
ISSN 1669-6581

Esta obra está bajo una
Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-Compartir Igual
4.0 Internacional

Del altar al streaming: la explosión de eventos religiosos en redes sociales en tiempos de Covid-19
Ernesto Navarro López
Question/Cuestión, Vol. 2, N° 66, Agosto 2020
ISSNe 1669-6581
https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/index
IICom-FPyCS-UNLP
DOI: https//doi.org/10.24215/16696581e496

Del altar al streaming: la explosión de eventos religiosos en redes sociales en tiempos de covid-19

From the altar to streaming: the explosion of religious events on social networks in times of covid-19

Ernesto Navarro López
Licenciado en Periodismo por la Universidad de Guadalajara
México.
netowenudg@gmail.com
https://orcid.org/0000-0002-4912-2151

Resumen

La situación de confinamiento físico por la pandemia del COVID-19 propicia una amplia producción y consumo de contenido religioso difundido a través de las plataformas digitales. El proceso de mediatización y las configuraciones del ritual provocan un cambio en el proceso de subjetivación del marco interpretativo que valida o desacredita las prácticas de la religión en el mundo online. A través de una metodología mixta, compuesta de la encuesta y la entrevista, el artículo explora las gratificaciones buscadas por quienes consumen contenido religioso en el contexto de la pandemia vía streaming, al tiempo que se analiza la adaptación de la institución religiosa en materia de comunicación y la configuración en la construcción narrativa del ritual. Los resultados permiten observar una ampliación de los marcos interpretativos que dan pie a un proceso de adaptación por parte de feligreses convertidos en usuarios y las instituciones, producto de un contexto determinado, al tiempo que se observa una modificación del ritual a partir de la construcción narrativa para la difusión de contenidos en línea.

Palabras Clave

Redes sociales, COVID-19, Religión, Usos y gratificaciones

Abstract

The situation of physical confinement due to the COVID-19 pandemic fosters a wide production and consumption of religious content disseminated through digital, platforms. The process of mediatization and the configurations of the ritual cause a change in the process of subjectivation of the interpretive framework that validates or discredits the practices of religion in the online

world. Through a mixed methodology, made up of the survey and the interview, the article explores the gratifications sought by those who consume religious content in the context of the pandemic via streaming, while analyzing the adaptation of the religious institution in matters of communication. and the configuration in the narrative construction of the ritual. The results allow us to observe an expansion of the interpretive frameworks that give rise to a process of adaptation by parishioners turned into users and institutions, product of a given context, while observing a modification of the ritual from the narrative construction for the dissemination of online content.

Key Words

Social networks, COVID-19, Religion, Uses and rewards

Introducción

La pandemia de COVID-19 marcará un hito en la historia de la mediatización de contenido multimedia a nivel global, y el de carácter religioso no está ausente en esta serie de modificaciones en las prácticas culturales tanto de las instituciones religiosas como de sus seguidores. Como en muchas otras esferas, la situación de confinamiento que genera el coronavirus abre la posibilidad a nuevas experiencias de comunicación que se apoyan en el mundo online para seguir realizando actividades que comunmente se desarrollan en el ámbito offline; clases escolares, reuniones por trabajo o por ocio, eventos culturales, rituales religiosos, entre otros, mostraron un estallido a nivel global. Mientras se escribe esta introducción (24/04/2020), se lleva a cabo la celebración del Ramadán, en una Meca casi vacía en Arabia Saudita. En este mismo ambiente se vivió la celebración de la Vigilia Pascual el 11 de abril en la

plaza de San Pedro en el Vaticano impregnada de una atmósfera desoladora que la situación sanitaria a nivel mundial imprime. En distintas latitudes, los centros ceremoniales religiosos se encuentran vacíos, pero las transmisiones en streaming se encuentran en su máximo esplendor, en donde las masas de fieles se han convertido usuarios activos que participan de manera importante e interactúan dentro de los rituales religiosos, asistiendo fielmente de manera virtual confinados en sus hogares.

Tras la llegada de la pandemia a México, se anuncia una serie de medidas sanitarias. Consecuentemente, la Diócesis de San Juan de los Lagos anuncia a través de un comunicado fechado el 21 de este mes que, ante la situación de confinamiento físico, se estará realizando la transmisión de diversos rituales religiosos a través de sus plataformas de Facebook Diócesis de San Juan de los Lagos (2009) (https://www.facebook.com/DiocesisdeSanJuan/) y Mensajero Diocesano (2010) (https://www.facebook.com/MensajeroDiocesano/). Para referir la importancia de esta institución religiosa a nivel nacional, un estudio sobre turismo religioso dice que "por el santuario de Guadalupe (Ciudad de México) se calcula que pasan de 12 a 14 millones de peregrinos o visitantes al año; por San Juan de los Lagos, casi 7 millones de peregrinos anuales" (Ruezga y Martínez, 2011, pp1).

Esta situación lleva a los fieles tradicionales a convertirse en usuarios regulares y activos que buscan en la transmisión de la misa participar virtualmente en el ritual, modificando sus prácticas en el mundo offline y propiciando un reto de rsubjetivación de lo religioso en el mundo online a causa de la emergencia sanitaria. Esta situación genera una reconfiguración de las gratificaciones buscadas por parte de las audiencias que consumen contenido religioso. Tanto los sacerdotes como los usuarios que participan del evento vía streaming, se

adaptan a las condiciones de la interfaz que la tecnología les ofrece para participar de manera activa en un ritual históricamente establecido por una institución hegemónica.

Si bien el hecho de que se transmita y consuma contenido de carácter religioso no es nada nuevo, las posibilidades que brinda la interactividad digital en la mediatización generan la llamada electronic religiosity (Cesari, 2004), y esta ha visto un estallido a nivel global a causa del confinamiento, ocasionando una práctica religiosa en el mundo online de magnitudes nunca antes vistas. Las personas utilizan los medios digitales con fines específicos y porque les sirven para la obtención de gratificaciones buscadas en relación a diferentes ámbitos de sus vidas (Castells, 2001). En la sociedad de la información hay gente que busca oración, y en este sentido, Francesc Torralba (2012) señala que en la era digital "la oración subsiste" (Riezu, 2017).

Las redes sociales y la religión; la mediatización de lo sagrado

Los siglos recientes vieron pasar importantes procesos de aparición de la iglesia en medios de comunicación, creando así la mediatización de la religión. En el caso de la iglesia católica, Moisés Sbardelotto (2017) agrupa estos eventos en el siguiente orden:

La primera imagen de un papa, León XIII, registrada en una película, en 1896; la primera transmisión de la voz papal en la radio, en 1931, cuando fue fundada la Radio Vaticana por Pío XI; y también la primera transmisión de imágenes papales en la televisión, en 1949, de Pío XII. Sin embargo, todavía más recientemente, hubo una verdadera "digitalización del catolicismo", desde el primer email enviado por un Papa, Juan Pablo II, en un mensaje transmitido vía Internet a los obispos de Oceanía, en 1995, pasando por la histórica entrada

del Papa Benedicto XVI en Twitter en 2012; y también con el ingreso del Papa Francisco en Instagram con una cuenta personal en 2016.

En términos generales, la mediatización puede ser entendida como un meta-proceso, según Krotz (2007). Para el autor, los meta-procesos son "constructos que describen y explican teóricamente dimensiones y niveles económicos, sociales y culturales específicos de cambio real" (Krotz, 2007: 257). En ese sentido, la mediatización se basa en la "modificación de la comunicación como la práctica básica de la forma como las personas construyen el mundo social y cultural" (Krotz, 2007: 25).
Esta mediatización, compuesta de los elementos antes mencionados, crea una nueva subjetivación de lo religioso. Siguiendo a Foucault, por subjetivación entendemos el proceso de autoformación que se desarrolla en los sujetos por medio de una variedad de "operaciones sobre sus cuerpos, sobre sus propias ánimas, sobre sus pensamientos, sobre sus propias conductas" (Foucault 1980). Desde los estudios de estas prácticas en el mundo del Islam, Cesari (2004) dice que la electronic religiosity permite la expansión global y pluridireccional de un flujo informativo de contenido islámico; un proceso horizontal en el que podemos observar diferentes tipos de vínculos e interrelaciones.

En su tesis doctoral sobre el estudio de la plataforma Rezandovoy, en España, Xabier Riezu (2015) identifica cuatro rasgos centrales en la mediatización de la religión en plataformas digitales: el primero es individualización (relacionado con la autonomía, reflexibilidad y destradicionalización), el segundo es la descontextualización (hace referencia a los procesos de des-espacialización

—y des-temporalización), el tercero es mercantilización (inmerso en la política económica de productos culturales como fuente de lucro en el mercado) y por último la cultura participativa "que refiere al proceso de participación de los usuarios en donde aumentan su conocimiento, transforman sus actitudes, diversifican las expresiones culturales y desarrolla competencias" (Jenkins et al. 2009; Lévy 2004; Rheingold 2004).

"Lo que en el mundo online cambia en relación a las formas estructuradas y estructurantes tradicionales, que en lo "real" siguen siendo reproducidas por las instituciones religiosas tradicionales o por el acatamiento normativo de determinados preceptos culturales-religiosos" (Madonia, S. 2014), es "aquel equilibrio entre las actividades teleológicas, los sistemas de comunicación y las relaciones de poderes que subyacen al proceso de subjetivación" (Foucault 2009; 1982). Se reconocen tres conceptos que dotan a la religiosidad en línea un valor agregado que impulsa su práctica: "la inter faz (las materialidades gráficas de los sitios), el discurso (cosa hablada y escrita) y el ritual (operaciones, actos y prácticas del fiel); los cuales, a partir de internet, van conociendo nuevas posibilidades y límites» (Sbardelotto. 2014). "Además de la educación, el nivel socioeconómico y el apoyo social, la participación de las personas en la religión se identifica como un contribuyente a la reducción del estrés" (Stone, Cross, Purvis & Young. 2003).

Los usos y gratificaciones de los fieles en redes sociales

El uso de los medios digitales son un campo muy amplio de estudiar. Más aún en la era digital donde se han difuminado las fronteras entre productores y consumidores, creadores y usuarios de información o contenidos (Bruns 2008; Jenkins 2008). Como otros muchos estudios sobre religión y medios digitales,

esta comunicación abordará este fenómeno desde la teoría de los Usos y Gratificaciones.

Según la teoría de los usos y gratificaciones, la gente utiliza los medios porque estos le sirven para satisfacer determinadas necesidades. A esas necesidades satisfechas es a lo que se llama gratificaciones (Dominick 2006, 43). En este sentido, los usos y gratificaciones exploran el por qué las personas utilizan los medios de comunicación, y estas razones pueden ser: para informarse, para aprender sobre un tema, para reforzar la identidad, para hacer amistades, para evadirse o como forma de escape, para entretenerse o pasar el rato, porque hacen compañía, para relajarse, para hacer amistades, etc. (Katz y Rice 2002; McQuail 1976; Rubin 1996).

Desde este abordaje teórico también se pueden ver las gratificaciones que las redes sociales otorgan, pero, al mismo tiempo "parece que nos cuesta atisbar cómo se van a suceder los fenómenos psicosociales de los nuevos modos de comunicación colectiva on line" (Martínez. 2010). El trabajo de Fátima Martínez sobre la teoría de los usos y gratificaciones aplicadas a las redes sociales muestra una serie de valores que se desprenden de las redes sociales, pero es curioso ver que ninguno de estos toma en consideración el uso que las redes sociales con fines religiosos. Estos valores son las Relaciones sociales y la Identidad personal.

La práctica religiosa en tiempos de pandemia: El centro ceremonial se incrusta en el hogar

La coyuntura de la pandemia coloca en la mesa de análisis un nuevo fenómeno de la práctica religiosa como ritual cultural a nivel global y masivo. El hecho de

que los centros ceremoniales se encuentren fuera de operación temporalmente, configura de golpe las prácticas del ritual en un espacio determinado que hasta goza de un aura espiritual y lo traslada al mundo en línea. El ritual sale de este espacio doméstico y se incrusta en los hogares de las personas, congeniando con otras actividades de la vida cotidiana. Al abandonar este espacio, se pierde la proxémica del espacio habilitado para la ceremonia, al tiempo de que se pierde también la relación física con los otros feligreses y sacerdotes que guían en desarrollo de la ceremonia. Esto es importante de considerar, ya que como señala Estrada (2008), somos sujetos relacionales y nuestra personalidad está marcada por los modelos con los que nos vinculamos, y tomamos conciencia de nosotros mismos desde esa relación constitutiva.

Otra modificación que se potencializa en este contexto es el del desplazamiento de las personas para asistir al ritual. Ya no existe tampoco la necesidad de ir de un lugar a otro para llegar al sitio de la celebración, o las prácticas de preparación para asistir al evento. Esto también genera una reconfiguración del marco de interpretación, definidos como un "esquema que simplifica y condensa el 'mundo allí afuera' mediante la selectiva puntuación y codificación de objetos, situaciones, eventos, experiencias y secuencias de acciones que se encuentran en el medio donde uno se presenta" (Snow y Benford citado por Carozzi,1998: 34).

Un estudio realizado en Argentina, analizó un en caso en donde "la religiosidad franquea las fronteras de los espacios institucionales formales, para incluir ámbitos externos y distintos a ellos, no siempre con arreglo a preceptos institucionales" (Alvarez, 2012).

Al usar los hogares de los fieles como centros ceremoniales, “será el marco generado en el ritual que aconteció previamente puertas adentro del templo consagrado el que transforma” (Álvarez, 2012) la significación del ritual en el centro ceremonial y que traslada dichos elementos al hogar de las personas. Bajo el confinamiento físico, nos hemos percatado de que estas irrupciones de actividades laborales, académicas, o por ocio llevadas a cabo en el hogar, requieren, por ejemplo, de la adecuación de un espacio apropiado para realizar reuniones virtuales con diversos propósitos.

La adaptación de las redes sociales como espacio para el desarrollo del ritual

Las redes sociales digitales no fueron creadas con fines de comunicación religiosa. La transmisión en streaming abrió la posibilidad de dar difusión a eventos masivos, como lo son los deportes, espectáculos y hechos relevantes para las sociedades, el campo de la religión se ha venido adaptando a las plataformas para poder también hacer uso de estas características. Con la llegada de la pandemia a nivel global, las instituciones religiosas y sus seguidores se han visto obligados a mudarse de manera casi completa a diversos medios de comunicación para seguir desarrollando sus actividades. Los individuos “re-construyen” lo que fue construido por la institución (eclesial o mediática), poniéndolo en circulación y, también, ellos mismos construyen sentidos relativos a lo sagrado en general o a la institución –que a su vez los “re-construye”, y así sucesivamente (Sbardelotto. 2014), y es el mismo autor quien señala que

De cierta forma, McLuhan ya había previsto el surgimiento de ese fenómeno al afirmar que “toda tecnología gradualmente crea un ambiente humano totalmente nuevo”, ambientes que “no son envoltorios pasivos, pero sí

procesos activos" (McLuhan, 1964: p.10), justamente por ser procesos sociales. En ese contexto, entendemos por mediatización un "fenómeno social contemporáneo en que los procesos comunicacionales de las sociedades ocurren cada vez más según lógicas mediáticas".

La lógica de la oración en línea no se anula. Su significado sigue intacto en el mundo virtual que descansa en la fe, y es esta fe la que habilita al campo de la comunicación a que los valores tradicionales del ritual pasen a existir en el mundo online. Para fundamentar la importancia que tienen estas modificaciones de la celebración de rituales religiosos a nivel global, traemos a colación a Erving Goffman, quien en su trabajo despliega una serie de descripciones del ritual desde el campo de la sociología que nos ayudan a desarrollar de mejor manera los argumentos para el abordaje de nuestro objeto de estudio. En su ensayo sobre los portes de Goffman a la comunicación desde el campo de la sociología, Martha Rizo (2011) señala que la relevancia de la corriente del interaccionismo simbólico parte de la importancia de la comunicación en el desarrollo de la sociedad, la personalidad y la cultura. Su visión sobre el ritual nos puede ayudar a abordaje de las modificaciones del ritual religioso en el mundo digital. Desde la perspectiva de Goffman (1967), Rizo (2011) dice que más que un suceso extraordinario, el ritual es parte constitutiva de la vida diaria del ser humano, por lo que se puede decir que la urdimbre de la vida cotidiana está conformada por ritualizaciones que ordenan nuestros actos y gestos corporales.

En general, "los rituales aparecen como cultura encarnada, interiorizada, hecha cuerpo, cuya expresión es el dominio del gesto, de la manifestación de las

emociones y la capacidad para presentar actuaciones convincentes ante los otros con quienes interactuamos" (Rizo. 2011). Para el campo de la comunicación, el concepto de ritual trae dos reflexiones importantes para pensar esta práctica masiva de los eventos religiosos a nivel global, porque en este proceso se dan una serie de intercambios importantes que construyen la cultura religiosa en un contexto nunca antes visto, porque, "además de ser un código de conducta, el ritual es un complejo de símbolos, pues transmite información significativa para otros" (Rizo. 2011).

La segunda reflexión tiene que ver con la proxémica, que está relacionada con "el uso del espacio en la interacción, en el sentido de que la ritualización actúa sobre el cuerpo produciendo la obligatoriedad y asimilación de posturas corporales específicas en cada situación de interacción cara a cara específica" (Rizo. 2011).

Esta readaptación de la subjetividad religiosa crea nuevos procesos de la práctica mediante dispositivos conexiales y sus reconexiones, la sociedad como un todo –como un masaje– "trabaja, satura, modela y transforma todas las relaciones de los sentidos" religiosos (Mcluhan in Mcluhan & Zingrone, 1998: 385), reconstruyendo, inventando o subvirtiendo creencias, identidades, comunidades y autoridades católicas. A partir de la mediatización digital del fenómeno religioso, va ocurriendo, entonces, una mediamorfosis de la fe, o sea, la creación de una meta-organización que emerge a partir de un punto de saturación de la organización original (Sbardelotto. 2014).

Pero no sólo los integrantes de los usuarios transforman sus prácticas. Quienes imparten la ceremonia también se ven obligados a modificar sus prácticas del ritual, que, acostumbrados a un proceso prefabricado, cabian sus estrategias discursivas a la falta de público físicamente presente. En cuanto a la

construcción narrativa en la Paleo y Neo Televisión, Umberto Eco (1986) dice que en la televisión, quien habla mirando a la cámara se representa a sí mismo (el locutor televisivo, el cómico que recita un monólogo, el presentador de una transmisión de variedades o de un concurso), mientras que quien lo hace sin mirar a la cámara representa a otro (el actor que interpreta un personaje ficticio).

Al dirigirse directamente al espectador a través de la cámara, éste advierte que se están dirigiendo precisamente a él, "implícitamente se da cuenta de que hay algo "verdadero" en la relación que se está estableciendo, con independencia del hecho de que se le esté proporcionando información o se le cuente sólo una historia ficticia" (Eco, 1986).

La palabra de Dios no cambia, sino que lo que cambia es la manera de comunicarla. Otro elemento que se ve alterado es el guion del ritual. El mismo Eco ya había analizado la constricción narrativa de eventos religiosos que se modificaron a partir de la necesidad narrativa televisiva requiere, en donde tuvo la capacidad de encontrar una peculiaridad del medio: "no es que la pequeña pantalla inventara el acontecimiento en sí, es que el simple hecho de saber que el suceso iba a ser retransmitido influía de manera determinante en su preparación, en su puesta en escena" (Serna. 2004), advertía Eco al analizar las bodas reales, a la de Grace Kelly con Rainiero y a la del príncipe Charles con Lady Di. El hecho de saber que el acontecimiento será transmitido influye en su preparación (Eco, 1986).

Puesto que la narración es una herramienta fundamental para la construcción de sentido y representación de la realidad, "narrar tiene la misma raíz que conocer" (Rincón, 2016) y "la narrativa se refiere a los mecanismos mediante

los cuales se establece el intercambio de símbolos dramatúrgicos entre quien produce y quien asiste al mensaje mediático" (Rincón, 2006). La ceremonia como ritual cultural no pierde su género, sino que es el formato el que se adecúa ante el contexto que la pandemia imprime a nivel global. Scolari (2017) utiliza la metáfora de la interfaz para describir una "superficie de separación" entre dos líquidos, pero la interfaz no sólo separa: permite que ciertos elementos (moléculas, partículas) atraviesen esa membrana, tal y como sucede durante el proceso de ósmosis. Traer esta metáfora al campo de la comunicación nos permite entender la interfaz como un espacio en donde se desarrolla la interacción, y es en este espacio en donde se da el intercambio de elementos que la práctica religiosa en un determinado lugar transfiere a sus audiencias a través de internet y que abre la posibilidad a que se den los rasgos centrales que Riezu (2015) identifica, como individualización, descontextualización, mercantilización de la cultura y cultura participativa en la práctica de rituales religiosos mediados por la tecnología.

El reto de la pandemia: la construcción narrativa del ritual y la interactividad con las y los usuarios

Para la obtención del dato empírico en este artículo, utilizamos la técnica de la entrevista, elaborada por un cuestionario semiestructurado al Coordinador de Comunicación Social de la Diócesis de San Juan de los Lagos, Ildefonso García Pérez. Dentro de los estudios cualitativos existen diferentes técnicas que ayudan a aproximarse a los fenómenos sociales, entre estas la entrevista (Robles, 2011, p1). Las técnicas de metodologías cualitativas se apoyan en la "interpretación" de la realidad social, los valores, las costumbres, las ideologías y cosmovisiones se construirán a partir de un discurso subjetivo, ya que el

investigador asignará un sentido y un significado particular a la experiencia del otro (Robles, 2011, p1).

La Diócesis de San Juan de los Lagos creó las páginas de Facebook Diócesis de San Juan de los Lagos y Mensajero Diocesano en 2009 y 2010, respectivamente. El equipo de transmisión está conformado por 9 personas, que producen al día 5 horas y media de contenido en vivo. Se realizan y transmiten cuatro misas, un rosario, un programa de temáticas diversas con especialistas y la oración de la Hora Santa. Respecto a la manera en que el sacerdote desempeña el ritual pensado para las cámaras y las redes sociales, García Pérez menciona que

La experiencia es totalmente diferente. No están las personas físicamente ahí. Ese es el reto de sentir que estamos, pero de una manera diferente. Entonces, es un sentimiento doble. Por un lado, es un sentimiento como de tristeza porque no podemos estar juntos, pero por otro lado es un sentimiento de esperanza, porque sabemos que del otro lado está la persona y sabemos que está sufriendo y está necesitando y está queriendo estar donde, desafortunadamente, no puede estar… Está muy viva (la iglesia y la práctica de fe, en el mundo online), y yo creo que se ha podido ver en este boom del contenido religioso sobre todo en redes sociales. Es bonito ver que nuestra fe ha tenido este reto y que las personas han sabido responder a este reto de una manera muy positiva. No hay personas, sin embargo, el sacerdote realiza la comunión espiritual. Lo único que se añadió fue la eucaristía espiritual, que, en tiempo ordinario, en las misas no se hace, y ahora sí.

Puesto que las redes sociales permiten la interacción al momento de la transmisión de los diversos eventos que transmiten, durante la observación virtual de las transmisiones, es posible darse cuenta de que los picos de interactividad más altos en el desarrollo de una misa, son justo el momento de la consagración del pan y el vino para luego realizar eucaristía espiritual, y es ahí donde se transfiere el sentido de la acción religiosa a través de la plataforma digital. En cuanto al feedback que la iglesia tiene con sus feligreses, el encargado de Comunicación mencionó que

Curiosamente, la interacción es extraña, porque les pedimos que no interactúen durante la celebración. No hay quien conteste durante la celebración las redes y es intencional. No queremos que haya en esos momentos interacción con las personas porque queremos que interactúen espiritualmente con la celebración. Pero sí se interactúa con ellos. En la misa de 6:30 pm, que es la última del día, hay un padre que se encarga de leer los comentarios. Todas esas intenciones y peticiones se ofrece en la última eucaristía. Se pide por las intenciones que las personas, durante el día, van haciendo llegar a las redes sociales. Tenemos orto programa (La Pascua en Familia, programa con diversas temáticas). En ese sí, literal hasta les damos un número de Whats App. Es un programa de formación humana y cristiana. Toca diversas áreas, la primera fue sobre, literal, el aspecto médico del asunto de la pandemia. Se invitó a un epidemiólogo, se invitó a una Médico, se invitó a un Filósofo. La intención es que tuvieran información clara y confiable, pero que no les generara miedo, sino esperanza. Se invitó también a una Psicóloga.

El proyecto a futuro en materia de comunicación es aún incierto. La institución se ha ido adaptando al contexto para mantenerse en comunicación con su comunidad. Esto nos lleva a pensar que la pandemia, como en muchos otros ámbitos de la vida social, será un parteaguas:

Estamos todos de acuerdo que los pasos que dimos (en materia de comunicación), ya no se van a echar para atrás. Es decir, después de esta situación de la pandemia las misas no se van a dejar de transmitir. Ahora, lo que estamos planeando con las parroquias es que ninguna deje de hacer ni de producir lo que está haciendo y nuestra idea es, en un futuro, si Dios lo permite, es tener un canal de contenidos.

¿Qué buscan las y los usuarios en el contenido religioso transmitido a través redes sociales durante la pandemia? Resultados de la encuesta

Para conocer las gratificaciones buscadas y obtenidas de las y los integrantes de esta comunidad religiosa, se aplicó una encuesta vía electrónica a 20 seguidores de las dos páginas principales de Facebook de la Diócesis. Se optó por la encuesta como método de recolección de información empírica para conocer las gratificaciones buscadas por parte de los usuarios. Esta se elaboró a partir de una serie de categorías que obtuvimos en la revisión de la literatura especializada, pero se adaptaron algunas para explorar gratificaciones buscadas en el contexto de la pandemia. Con esto, buscamos aumentar la validez de nuestros resultados y aumentar la fiabilidad, puesto que la fiabilidad está relacionada con la “estabilidad” y la consistencia de los datos (Cea D'Ancona, 2005). La encuesta es, según Abascal y Esteban, I (2005)

Una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantizan que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores de confianza a una población.

Fueron elaboradas dos preguntas para abordar el objeto de estudio:

P1 - ¿Qué gratificaciones buscan las personas que acceden a contenido religioso vía streaming en tiempo de pandemia?

P2 - ¿Qué consecuencias tiene en los usuarios y en las instituciones religiosas la situación de confinamiento físico ocasionado por la pandemia?

El 30 por ciento de las y los encuestados se encuentra en un rango de edad de 18 a 30 años. El segundo rango más representativo es el de 31 a 40 años, que comprende el 25 por ciento de los encuestados. En cuanto al género, 60 por ciento fueron hombres y 40 por ciento mujeres. El 100 por ciento de las y los encuestados dijo que tenía como hábito asistir a misa en el templo antes de la pandemia. Esto demuestra que no existe una relación entre el aumento de feligreses que participen de los rituales presenciales y los feligreses que asisten virtualmente al ritual, por lo menos en este caso. El 55 por ciento dijo asistir de 1 a 3 veces por semana al tiemplo. Así mismo, el 100 por ciento de las personas encuestadas dijo haber sintonizado alguna de las transmisiones de la Diócesis de San Juan desde que la pandemia llegó a México. En este sentido, las y los encuestados dijeron que normalmente sintonizan de 5 a 7 veces por semana alguna transmisión. Lo cual nos lleva a pensar que la accesibilidad que brindan las redes sociales sí es un factor determinante en el aumento de la práctica religiosa.

Gráfico 1 izquierda: pregunta 3, 2020, producción propia. Gráfico 2, derecha: pregunta 4, 2020 Producción propia.

El 70 por ciento dijo sintonizar las transmisiones de streaming de la Diócesis a través del teléfono celular. El 15 por ciento dijo hacerlo a través de computadora. Refieren también que les afecta anímicamente el no poder asistir en persona al templo, pero también valoran que a través de las redes se puedan ser parte del ritual. Algunas respuestas son:

Pues en lo personal sí me agrada porque medito el Evangelio a solas, pero con esta situación que estamos pasando me parece mucho más completa la misa recibiendo la Sagrada Eucaristía.

Que gracias a las redes sociales nos trasladan a otras parroquias tan queridas como son San Juan de los Lagos y el Señor de la Misericordia, sin salir de casa.

Es muy extraño solo ver la santa eucaristía por medios electrónicos.

Es un gran apoyo para ahora que no podemos asistir a los templos.

Agradecida con Dios por poder participar… aunque me duele no estar físicamente, poder recibirlo y frecuentar sacramentos. Gracias por acercarnos a Dios. Excelente labor.

Al preguntar a las personas sobre las ventajas que consideran el que se pueda participar del ritual a través de las redes sociales, sus respuestas estuvieron orientadas a la ventaja de poder estar en casa y ser partícipes, el poder practicar su fe constantemente, al tiempo de que también destacaron estas prácticas para las personas que no pueden asistir a los centros ceremoniales, como adultos mayores y enfermos. Esto nos habla de que la proxémica y la mística que confiere el espacio ceremonial es parte fundamental del ritual, aunque también deja ver que las personas son capaces de modificar sus

hábitos y rituales culturales a partir de los contextos en los que se encuentran. Al preguntarles sobre cómo valoraban que sólo se pudiera participar del ritual a través de estos y otros canales de comunicación a causa de la pandemia, las y los encuestados refirieron que es una desventaja el no poder obtener la eucaristía, y eso les provoca tristeza. Otros reflexionan en un sentido de valoración:

No es la mejor experiencia. Pero sin embargo en ese momento es la necesaria para continuar buscando a nuestro Dios. Debemos de saber ajustarnos a las circunstancias y no dejar que ellas nos alejen de Dios.

Es un medidor de cómo estamos, cuando tenemos las cosas y ahora que no, como valoramos lo que en su momento teníamos y ahora no.

Deberían considerar opciones para acercar a Jesús Eucaristía a los fieles, con todas las precauciones. Ejem, Misionado por las calles con Jesús Sacaramentado y haciendo invitación a quien pueda comulgar, salir a la puerta de sus casas.

No es lo mismo, pero se siente algo raro.

Me parece bien que se haga el esfuerzo de acercarnos a Dios por medio de la tecnología que hoy nos invade y supera en todo.

En un sentido de desacuerdo con las medidas de salubridad, a esta misma pregunta, una persona respondió:

Que debería de asistir uno a misa, con las debidas medidas de seguridad, son distancia o alguna misa en lugar abierto. Sinceramente ya me hace falta asistir y confesarme.

El 45 por ciento de las y los encuestados dijo estar en compañía al sintonizar las transmisiones, mientras que el 40 por ciento dijo hacerlo en compañía y a

solas. El 93.8 por ciento dijo que cuando lo hacen en compañía, es de familiares. En cuanto a si se organizan con otras personas, con ubicaciones diferentes, para ver las transmisiones, 60 por ciento dijo que no, mientras que el 40 por ciento respondió que sí lo hacen. Esto nos deja ver que la sociabilidad de la religión también es parte importante en cuanto a los vínculos con otras personas para crear comunidad e identidad, pero, al mismo tiempo, puede ser una actividad muy personal y privada. Cuando se les preguntó sobre qué era lo que más disfrutaban de ir personalmente al centro ceremonial, las y los encuestados dijeron que la relación con las otras personas es importante para ellas, así como recibir la eucaristía. Otras y otros refirieron que la relación con el sacerdote les parece algo de lo que más destacan en este sentido.

Cuando se les preguntó sobre su preparación previa a las transmisiones, las personas, en su mayoría, alinearon sus respuestas hacia las recomendaciones que la cortinilla de inicio que contienen la transmisión de las misas y rosarios. Algunos ejemplos son; Elige un lugar tranquilo para vivir este momento e invita a tu familia, Apaga las notificaciones de tu celular y otros dispositivos, Mantén una postura digna y ponte en presencia de Dios.

El 60 por ciento de las y los encuestados dijo realizar interacciones a manera de comentarios durante las transmisiones, mientras que el 40 restante dijo no hacerlo. Los tipos de interacciones son en su mayoría peticiones dirigidas, que, como vimos anteriormente, luego son recogidas y mencionadas en la última misa del día. El 90 por ciento dijo no hacer otra actividad mientras está sintonizando la transmisión. Cuando se les preguntó en qué aspecto consideraban ellos que les ayudaba el sintonizar los diferentes contenidos en tiempos de la pandemia, el 100 por ciento contestó que les ayuda en “Mantener en práctica su fe”, fue elegida sobre reactivos como, Relajarme, Sentirme

acompañada/o y Sobrellevar el día. Esto nos lleva a pensar que la principal gratificación que buscan en este contexto es acceder al contenido para seguir practicando su fe, y otras opciones pasan automáticamente a segundo plano. Se les pidió que refirieran otro beneficio que ellos consideraran. Algunos dijeron que les ayuda a sentirse acompañados, mientras que otros dijeron que consideran una ventaja el poder participar desde sus hogares.

Gráfico 4: Pregunta 15, 2020, producción propia

Al preguntarles si, una vez que termine el confinamiento físico, considerarían las transmisiones como una opción factible para participar en eventos religiosos, el 70 por ciento respondió que sí. El resto que contestó negativamente, dijeron no considerar esta actividad porque:
Yo pienso que por redes sociales está bien para quienes no pueden asistir por algún motivo, por ejemplo enfermedad.
No todos pueden ir por mencionar los enfermos y es una manera en que ellos vean la misa y la virgen desde su hogar como cuando podían asistir.
Entre semana se trabaja y puedo ver la misa y Rosario.
Pues lo haré directamente en el templo. A excepción de que por enfermedad no pueda salir de casa.

Gráfico 5: Pregunta 16, 2020, producción propia.
Las personas, a partir del contexto en el que se encuentran, han considerado una opción factible el asistir virtualmente a los rituales religiosos. Podemos

entonces inferir que una vez que han experimentado esta práctica, aprueban la actividad, aunque existen algunos que se oponen a esto argumentando que es se trata de un acto profano, aunque son los menos. La mayoría se expresa de manera positiva sobre estas prácticas de lo religioso en el mundo online, lo cual nos lleva a considerar que la pandemia sí representara una fuerte modificación en la re-subjetivación de la religión en muchas personas a nivel mundial.

Conclusiones

La situación de confinamiento físico ocasionado por la pandemia tendrá una amplia repercusión en el proceso de subjetivación de las prácticas religiosas en las personas que participaron de estos eventos religiosos por streaming a nivel mundial. Si bien este estudio abordó el fenómeno desde el caso de una comunidad y una institución católica en específico, los resultados de las gratificaciones buscadas y encontradas, así como las modificaciones del ritual se pueden extrapolar a otras religiones. Los marcos interpretativos de lo profano y lo sagrado se ven saturados a partir del contexto que la pandemia imprime, y esto lleva las personas e instituciones a adaptarse a estas condiciones para continuar la práctica de su fe en las plataformas digitales. No obstante, esto también dependerá de diferentes factores que impriman otros contextos en otros países y otras religiones para la apropiación de los contenidos, pero sí se puede observar que una parte considerable de seguidores de la religión se muestra optimista y satisfecha con el hecho de practicar su fe a través de algún medio de comunicación digital. Las ventajas de poder sentirse parte de una comunidad en línea los lleva a ser conscientes de su rol como usuarios activos y participativos que interactúan entre ellos y las instituciones con el fin de buscar gratificaciones como la compañía virtual, la

identidad y hasta la tranquilidad para poder superar las adversidades que el confinamiento físico puede traer a nivel mental. Aunque, es también necesario señalar que muchos muestran angustia por no poder asistir físicamente, lo que nos lleva a pensar que la proxémica de los centros ceremoniales es y seguirá siendo un factor importante, al tiempo que también la falta el sacramento de la comunión (en el caso de la iglesia católica) es un factor que angustia a los feligreses. Es muy probable que la producción, la reproducción y el consumo de productos religiosos vea un incremento a nivel global, creando un fenómeno cultural de carácter religioso que lleve a tomar en cuenta que la religión es también una esfera que puede hacer uso de las tecnologías de la información y la comunicación, definiendo una nueva etapa en donde los cambios de las tecnologías incluyan el ámbito religioso en sus mejoras y adaptaciones.

Riezu (2015) menciona el concepto de la acomodación religiosa, con el que pretende reflejar, sin proponerse como paradigma general, que las religiones pueden acomodarse a la sociedad de la información para aprovecharse de sus ventajas, adaptando y realizando transformaciones audaces, pero desde una vocación de continuidad y sostenimiento de religiosidades, identidades, formas de pertenencia y prácticas tradicionales. En este sentido, la pandemia abre un campo de operación muy amplio para este concepto, dado que el contexto en el que las personas se encuentran da espacio a una configuración de la práctica religiosa de magnitudes importantes a nivel global. La participación de los usuarios en los rituales religiosos a través de las diversas plataformas es un aporte sustancial estado anímico de las personas que se encuentran bajo confinamiento físico y que no tienen la oportunidad de asistir a los centros ceremoniales. Son capaces de adaptarse al contexto con tal se seguir practicando su fe y sintiéndose parte de algo y en contacto con el otro.

Por parte de las instituciones religiosas, esto también representará un parteaguas en la estrategia de comunicación con sus comunidades, aunque esto también estará sujeto a los recursos humanos, técnicos y económicos de cada iglesia. Las instituciones que apuesten a seguir impulsando una convergencia al mundo online para fortalecer su estrategia de comunicación podrán abarcar cada vez más usuarios, pero esto representa que la producción del ritual sufrirá cambios en su manera de producción y de narración, ya que será un reto adaptarse al desarrollo del ritual dirigiéndose a las personas que se encuentran presentes y a quienes asisten de manera virtual. Quienes presiden las celebraciones adoptarán paulatinamente habilidades comunicativas pensadas para la producción de una narrativa a cuadro que permita canalizar a través de la interfaz los elementos que hacen del ritual una práctica cultural constante y concisa. La cultura de la convergencia mediática en el campo religioso abrirá con el paso del tiempo una grieta en su comunidad que permita cada vez un cambio de las prácticas religiosas más flexibles y que permitan la adaptación a los diferentes contextos en los que se encuentren las comunidades y sus instituciones.

Del mismo modo, hay una ruptura de la práctica cultural en el sentido de que, las necesidades del contexto rompen con algo histórico, en este caso, el mundo católico, y se aprovechan las características de la tecnología para continuar con un ritual tan longevo como este. La relación espacio tiempo da la posibilidad al campo de la práctica religiosa una relación especial con la comunicación y la cultura del hacer. Basta con que las personas cambien sus hábitos para que una práctica cultural se modifique sustancialmente, aunque esto dependerá de los contextos particulares.

Bibliografía:

Abascal, E., & Esteban, I. G. (2005). Análisis de encuestas. Esic Editorial. Recuperado de https://bit.ly/3e286T4

Allievi, S. (2003). Islam italiano: viaggio nella seconda religione del paese (Vol. 561). Einaudi.

Alvarez, A. L. O. (2012). Catolicismo renovado en Argentina. El caso del Padre Ignacio: rituales, sanaciones y nuevos espacios religiosos. Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/181/18126163023.pdf

Autuori, J. C. (2003). Antropología de la religión: una aproximación interdisciplinar a las religiones antiguas y contemporáneas (Vol. 16). Editorial UOC.

Carozzi, M. J. (1998). El concepto de marco interpretativo en el estudio de movimientos religiosos. Sociedad y religión, 16(17), 33-51.

Castells, M. (2001). La galaxia internet. Barcelona: Areté.

Cea D'Ancona, Á. (2005). La senda tortuosa de la «calidad» de la encuesta. Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS), 111(1), 75-103.

Cesari, J. (2004). Islam in the West. Globalization and the Muslim World: Culture, Religion, and Modernity, 87-90.

Diócesis de San Juan de los Lagos, https://www.facebook.com/DiocesisdeSanJuan/ (5 de abril de 2020).

Eco, U. (1986). TV: la transparencia perdida. La estrategia de la ilusión, 200-223.

Estrada, J. A. (2008). Antropología, cultura y religión. Convivium, (21), 99-120.

Foucault, M. (1980). Truth and subjectivity. Howison Lecture, 20.

García, M. R. (2011). De personas, rituales y máscaras. Erving Goffman y sus aportes a la comunicación interpersonal. Quórum académico, 8(15), 78-94.

García, Pérez Ildefonso (Comunicación Personal, 6 de mayo de 2020).

Jenkins, H. (2009). Fans, blogueros y videojuegos: la cultura de la colaboración (Vol. 180). Grupo Planeta (GBS).

Krotz, F. (2007). The meta-process of mediatization'as a conceptual frame. Global media and communication, 3(3), 256-260.

Lévy, P. (2004). Ciberdemocracia: ensayo sobre filosofía política. Editorial UOC.

Madonia, S. (2014). Islam transnacional y nuevos espacios de libertad religiosa: Las redes sociales en la construcción de una identidad hispano-musulmana. Revista de Estudios Internacionales Mediterráneos.

Martínez, F. (2010). La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales. In II Congreso Internacional Comunicación (Vol. 3).

McLuhan, M. (1964). The medium is the message.

Mensajero Diocesano, https://www.facebook.com/MensajeroDiocesano/ (5 de abril de 2020).

Pérez-Latre, F. J. (2010). Las nuevas redes sociales, ¿moda o revolución?

Rheingold, H. (2004). Multitudes inteligentes: la próxima revolución social (No. Sirsi) i9788497840620).

Riezu, X. (2015). Los medios de comunicación digital y la religión: el caso de Rezandovoy (Doctoral dissertation, Universidad de Deusto).

Riezu, X. (2017). ¿Qué buscan los usuarios de medios digitales de oración? Análisis de usos y gratificaciones de Rezandovoy. ZER: Revista de Estudios de Comunicación= Komunikazio Ikasketen Aldizkaria, 22(42).

Rincón, O. (2006). Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad de entretenimiento (Vol. 23). Editorial Gedisa.

Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropofísico. Cuicuilco, 18(52), 39-49.

Ruezga Gutiérrez, S., & Martínez Cárdenas, R. (2011). El turismo por motivación religiosa en México. El caso de San Juan de los Lagos.

Sbardelotto, M. (2014). La reconstrucción de lo "religioso" en la circulación en redes socio-digitales. La trama de la comunicación, 18, 151-170.

Sbardelotto, M. (2017). Mediatización de la religión: la relación entre lo "religioso" y lo mediático en tiempos de red. InMediaciones de la Comunicación, 11(11), 113-137.

Scolari, C. A. (2018). Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología evolución, tecnología (Vol. 136). Editorial Gedisa.

Serna, J. (2004, 21 de mayo) Excrementos reales, El País, España

Stone, H. W., Cross, D. R., Purvis, K. B., & Young, M. J. (2003). A study of the benefit of social and religious support on church members during times of crisis. Pastoral Psychology,

Torralba, F. (2012). Vida espiritual en la sociedad digital: ¿Es posible desarrollar las vivencias interiores en la era de la globalización? Lleida: Milenio.