

¿Qué aportan las redes sociales a nuestra religión?

JOSÉ IGNACIO URQUIJO VALDIVIELSO

Introducción

Antes de entrar en el análisis de los aportes, ventajas y desventajas de las redes sociales respecto a nuestra religión católica, debemos hacer una aproximación al concepto de red social.

Se ha extendido y normalizado en la actualidad que cuando hablamos de redes sociales nos estamos refiriendo en concreto a las redes de comunicación e interacción que se crean utilizando las nuevas plataformas de comunicación online, es decir, con el uso de las herramientas tecnológicas que posibilita internet y que han revolucionado las formas de relacionarse, y seguirán haciéndolo.

Pero desde el ámbito sociológico **una red social es aquella que establecemos, por cualquier medio, con la que nos relacionamos, nos comunicamos y participamos en interacciones sociales.** Este es el sentido primero y general de red social. Las redes sociales existían antes de Internet y surgen desde que el ser humano comenzó a relacionarse en sociedad, es decir, desde siempre. Son redes sociales las redes familiares, redes profesionales, redes de amigos, de compañeros escolares y de cualquier otro ámbito social en el que nos relacionamos con los demás interactuando, generando un conjunto de relaciones que supera la simple suma del número de relaciones, tomando cuerpo propio y pudiendo condicionar al conjunto. El concepto “social” nos lleva a la noción de sociedad que es más que la suma de sus elementos individuales (Durheim).

Tenemos que tener muy claro que la auténtica y original red social es aquella o aquellas construidas por nosotros mediante la interacción, sea esta interacción física o virtual. Siendo las redes sociales por internet aquellas que

están formadas por grupos de personas que comparten intereses, informaciones u objetivos comunes y que generan una actividad social online, pudiendo darse esta interacción tanto en tiempo real como de forma diferida.

Desde que nacemos estamos ya integrados en redes sociales y según vamos creciendo vamos entrando, generando y formando más y más redes sociales; no puede ser de otro modo pues vivimos en sociedad. Cuando nacemos nuestra familia es la primera red social, más grande cuanto más extenso sea el grupo familiar. Según avanza el proceso de socialización iremos participando en las redes sociales que comparte nuestra familia, parientes cercanos y lejanos, amigos de estos y relacionados con redes en las que aquellos se encuentran. Luego vendrá nuestra propia red personal concreta con nuestros amigos propios y los compañeros de escuela, y aquellos con los que convivimos en el barrio ciudadano o en el pueblo. Red que irá avanzando según transcurre nuestro proceso de socialización y que se irá ampliando con la edad y variando con la generación de nuevas y distintas redes sociales fruto de nuestro devenir en sociedad. Vamos formando parte de redes sociales en función de múltiples relaciones distintas a lo largo de toda nuestra vida. Unas serán más particularistas y otras más colectivas o universales, pero todas estarán en el marco de una red social. Podemos pensar que casi todas esas redes de las que participamos a lo largo de nuestra vida social se dan, hoy día, también utilizando internet y todos los variados programas y aplicaciones de comunicación que le acompañan y que no cesan de crecer y de innovarse.

Las redes sociales en internet

Según el Estudio de Anual de Redes Sociales 2018, realizado por IAB Spain¹, de los 30 millones de españoles de 16 a 65 años, 27,6 millones son internautas (el 92%) y de estos, 25,5 millones de internautas utilizan las redes sociales (85%)

Podemos decir que una abrumadora mayoría de la población española está conectada y además establece redes sociales por internet. En la última década el crecimiento de usuarios de redes sociales online ha sido continuo, siempre avanzando de manera estable.

¿Quién utiliza redes sociales?

Perfil del usuario: la edad media de los 25,5 millones de usuarios es de 38,4 años. Un 51% es mujer y un 49% hombre.

¹ Interactive Advertising Bureau (IAB Spain) <https://iabspain.es/>

Por edades, los que más la utilizan son aquellos que están entre los 31 y 45 años (39%), seguidos por los de 16 a 30 años (31%) y por los que tienen de 46 a 65 años a muy corta distancia (30%). Por nivel de estudios, los más abundantes son los universitarios con un 56%, seguidos de los de Enseñanzas Medias: un 40% y a mucha distancia, 3%, los que solo tienen estudios de Primaria. Según ocupación: la gran mayoría trabaja (el 74%), mientras que el 9% son estudiantes, un 9% están en situación de desempleo, un 5% realiza tareas del hogar y el 3% son pensionistas.

En líneas generales, el uso que se da mayoritariamente a las redes sociales online es de “comunicación social”: chats y mensajes. El promedio de tiempo diario empleado por los usuarios españoles es de aproximadamente una hora (58 minutos), siendo las mujeres y los jóvenes (16 a 30 años) los que más tiempo utilizan en las redes sociales (una hora y 10 minutos). Los dispositivos para conectarse a las redes son: en primer lugar el móvil (95%) por su facilidad de uso en cualquier momento y lugar, seguido por el ordenador (91%).

Un dato muy importante, y que hay que tener en cuenta, es la aparición de la figura del *influencer*, ya que según el Estudio de IAB, el 72% de los usuarios de redes sociales siguen a algún *influencer*, sobre todo las mujeres y los más jóvenes.

¿Quién no utiliza las redes sociales?

Perfil del no usuario de redes sociales: hay un 15% de no usuarios de redes sociales, en total son 2,4 millones de la población española de 16 a 45 años. Mayoritariamente son hombres, el 60%, y el 40% mujeres.

Por edades: la mayoría son de 46 a 65 años (55%), le siguen de 31 a 45 años (32%) y en minoría los más jóvenes, de 16 a 30 años, que solo son el 13%. Por nivel de estudios abundan, curiosamente, los universitarios y post-universitarios, que suman un 66%, seguidos de lejos por estudiantes de Secundaria (27%) y los de Primaria con un 7%. Según ocupación: la mayoría trabaja, el 79%, a mucha distancia están los parados con un 9%, los pensionistas con un 6% y los estudiantes y los que se dedican a tareas del hogar que son un 3% ambos grupos.

Redes sociales online y plataformas digitales:

Dudamos que se puedan cuantificar la enorme cantidad de redes sociales online que se producen utilizando plataformas digitales y sus variados pro-

gramas creados expresamente para ser utilizados como vía de comunicación e interacción social, cada uno de los cuales tiene sus características propias y acentúa más o menos los medios digitales que en ellas se pueden utilizar, así como su fin que puede ser sectorial o general y que puede ir dirigido a múltiples tipos de usuarios distintos, estratificándose por edad, género, profesión, y cualquier otro factor que se quiera, buscando, en general, siempre determinadas afinidades e intereses comunes al grupo que forma esa red social online.

Los medios por los que se generan más redes sociales son también múltiples, algunos de los más conocidos y usados por la mayoría de internautas españoles son: Youtube, Facebook, Google+, Twitter, Instagram, Tinder, LinkedIn, WhatsApp, Telegram, SnapChat, Spotify...

En España, según el estudio más arriba citado de IAB, los más utilizados por los internautas españoles, con diferencia sobre el resto, son Facebook en primer lugar, seguido muy de cerca por WhatsApp, Twitter, Instagram y Youtube.

Aportes de las redes sociales a la evangelización

Las redes sociales por internet son nuestro nuevo areópago, como dijo Benedicto XVI: “Ayuda a revivir la experiencia del Apóstol de los Gentiles cuando en Atenas, tras haber predicado en numerosos lugares, se dirigió al areópago y anunció allí el Evangelio usando un lenguaje que hoy podríamos definir ‘inculturado’ (cfr Hch. 17,22-31). Ese areópago, que entonces representaba el centro de la cultura del culto pueblo ateniense, hoy –como diría mi venerado predecesor Juan Pablo II– ‘puede ser asumido como símbolo de los nuevos ambientes en los que se debe proclamar el Evangelio’ (*Redemptoris missio*, 37). En efecto, la referencia a ese acontecimiento constituye una invitación apremiante a saber valorar los ‘areópagos’ de hoy, donde se afrontan los grandes desafíos de la evangelización [...]”. Resuenan confortadoras también para nosotros las palabras que Jesús le dirigió en Corinto: “No tengas miedo, sigue hablando y no calles; porque yo estoy contigo y nadie te pondrá la mano encima para hacerte mal” (Hch. 18,9-10)².

En este apartado nos referimos tanto a las redes sociales concretas, como a las múltiples plataformas digitales católicas que son creadoras a su vez de redes sociales católicas.

2 BENEDICTO XVI. Evangelizar los nuevos areópagos. Mensaje del Papa al Prefecto de la Congregación para la Evangelización de los Pueblos. 2009.

Desde ese nuevo areópago, pensamos que, aun siendo una ardua tarea, las redes sociales online nos aportan los siguientes elementos, y muchos más que cada uno podrá encontrar.

- Facilidad de encuentro con otros cristianos a los que nunca conoceríamos sin la ayuda de las redes sociales online. De ahí vendrán muchas consecuencias en el enriquecimiento de la experiencia vital, personal/grupal y en la fe. Las redes sociales también nos ayudan a comprender que muchas descalificaciones que vienen desde ámbitos contrarios a la fe son falsas. La convivencia en red nos hace ver que los católicos somos gente normal, ni raros, ni santurriones ni retrógrados, sino personas que apostamos por unos valores trascendentes desde la normalidad del trabajo y de la vida diaria en sociedad.
- Multiplicidad y gran número de usuarios que ayudan a que llegue la difusión de nuestra fe de manera muy amplia, a la par que permite el diálogo con “los otros” que puedan pensar diferente.
- Amplísima oferta de formación online en la fe, tanto general como específica, formal y reglada o informal; y en todos los niveles de conocimiento, desde los más básicos hasta el superior.
- Muchísima información de todo el mundo eclesial, sus organismos, instituciones, agrupaciones, movimientos y grupos de todas partes y características.
- Cercanía, apoyo y conocimiento del resto de católicos, saber que “no estoy solo”, descubro gentes y grupos afines y puedo aumentar y mejorar en mi fe y mi vida cristiana, siendo también ayuda y soporte para otros.
- Llegar a aquellos que han abandonado la fe o ni siquiera la conocen, hacer una primera evangelización de forma sencilla y directa, fresca y adecuada a los nuevos tiempos, con los múltiples recursos audiovisuales que nos prestan las redes online.
- Ayuda y orientación religiosa, tanto del grupo como de sacerdotes, profesionales católicos, etc., en cualquier problema vital o duda existencial.
- Conocimiento de primera mano de la realidad vivencial en la fe y la acción social del resto de católicos y de sus grupos y asociaciones. Posibilidad de sumarse a ellos y/o de realizar nuevas experiencias de fe, de evangelización y de actuaciones socio-caritativas.
- Más evangelización con la creación y multiplicación de nuevas redes sociales en ámbitos nuevos, llegando a nuevos usuarios.
- Poder comunicarnos la fe con creatividad y, muy importante, propiciando y potenciando las figuras de *influencers* católicos en cualquier ámbito de las redes sociales online.

El documento *La Iglesia e internet* del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, en su punto 6, nos dice: “El doble canal de interactividad de Internet ya está borrando la antigua distinción entre quienes comunican y quienes reciben lo que se comunica, y está creando una situación en la que, al menos potencialmente, todos pueden hacer ambas cosas. Esta no es la comunicación del pasado en una única dirección, de arriba a abajo. A medida que la gente se familiarice con esta característica de Internet en otros ámbitos de su vida, se puede esperar que lo utilice también por lo que respecta a la religión y a la Iglesia”.

Hagamos caso y participemos activamente en las redes sociales católicas, a la par que animamos a participar y colaborar en ellas para difundir el mensaje de Jesucristo por todo el mundo digital.

Por último, conviene aclarar que todas las redes sociales se pueden englobar dentro de este término, pero cada una es diferente y aporta matices y peculiaridades que hacen necesario estar presentes en más de una.

Algunos ejemplos de redes que atraen...

Hemos buscado en Google la frase: “redes sociales católicas” y nos ha salido la siguiente información: en su sección -Todo: “Aproximadamente 15.400.000 resultados”, en su sección de -Noticias, nos ha dado: “Aproximadamente 136.000 resultados” en su sección de -Vídeos: “Aproximadamente 223.000 resultados”.

Podemos ver con esa sencilla búsqueda que hemos realizado que, como todos sabíamos, el fenómeno de las redes sociales online es un fenómeno enorme y definitivamente global, no va cesar, sino que va a seguir creciendo y evolucionando con los nuevos aportes tecnológicos que vayan apareciendo, pues la innovación es casi consustancial a las nuevas tecnologías.

Desde la fe, y sin abandonar en absoluto otras formas de comunicar la fe y de evangelizar, sabemos que debemos ahondar en el mundo de las redes sociales por internet, es mucho lo que nos jugamos pues los jóvenes están mayoritariamente ahí. Salgamos a su encuentro.

Para finalizar queremos mostrar el ejemplo de redes sociales católicas españolas que hacen las cosas bien, de manera muy activa y atractiva. Aparecen en la web Arguments³, donde podemos encontrar el Top 10 de las cuentas

3 <https://www.arguments.es/comunicarlafe/las-10-cuentas-catolicas-de-instagram-mas-atractivas/> Arguments es un portal especializado en recursos de catequesis online, con un foro para analizar, debatir y aprender cómo comunicar la fe católica en la opinión pública y que, al mismo tiempo, sirva para aprender y mejorar esa comunicación.

católicas más activas y atractivas de Instagram: recogemos textualmente la lista y comentarios pero sin el soporte visual que los acompaña.

- Catholic Link

Infografías, memes, frases sugerentes y una estética inconfundible hacen de esta cuenta, una de nuestras favoritas. Aquí puedes leer la entrevista que le hicimos a su fundador, Mauricio Artieda.

https://www.instagram.com/p/BoZlQkLgill/?taken-by=catholiclink_es

- Saintips y The Fisher men

Ambos nos parecen la personificación del Mr. Wonderfull católico. Humor y muy buen rollo es lo que te encontrarás en estos perfiles.

<https://www.instagram.com/saintips/>

- Be new Fire

Es un proyecto muy joven pero que nos enamora. Imágenes muy cuidadas, frases que te interpelan, por no hablar de su rincón de la Biblia donde te ayudarán a saber por dónde empezar para leerla y sacarle todo su jugo.

<https://www.instagram.com/benewfire/>

- Blessings

Esta cuenta logra sacarnos una sonrisa cada vez que una de sus publicaciones se cuele en nuestro time line. Además, nos acerca a cómo vive una familia con mucho ingenio su fe. ¡Un disfrute!

<https://www.instagram.com/blessings.es/>

- Raul Berzosa

Un artista del pincel que nos acerca a sus hermosas obras mostrándonos su evolución, bocetos, donde están colocadas... Cuenta imperdible para los artistas.

<https://www.instagram.com/raulberzosa/>

- Take me backers

Tipografías elegidas con gran gusto, fotografías que siguen la misma línea y reflexiones que serán un gran acicate para tu vida espiritual.

<https://www.instagram.com/takemebackers/>

También destacan tres cuentas de fotógrafos que gustan especialmente:

- Cathopic

El mejor banco de imágenes católicas a golpe de click y totalmente gratuito.

https://www.instagram.com/p/Bn8qVS_npk8/?taken-by=cathopic

- Fray Foto

También llamado Fray Javier Garza. En sus stories comparte su día a día como fraile menor capuchino con gran espontaneidad. Además, es un gran fotógrafo por lo que sus imágenes son una delicia para la vista.

<https://www.instagram.com/javierofmcap/>

• Daniel Ibáñez

El único fotógrafo español y el más joven del Vaticano, comparte a diario sus mejores instantáneas de Francisco, la guardia Suiza o la ciudad eterna. No te pierdas la entrevista que le hemos hecho recientemente.

<https://www.instagram.com/dibanezgot/>

Bibliografía

BENEDICTO XVI. Evangelizar los nuevos areópagos. Mensaje del Papa al Prefecto de la Congregación para la Evangelización de los Pueblos. 2009. Disponible en: <https://es.zenit.org/articles/benedicto-xvi-evangelizar-los-nuevos-areopagos/> [Consultado el 17- 10-18].

INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU (IAB Spain). *Estudio de Anual de Redes Sociales 2018*. Disponible en: <https://iabspain.es/> [Consultado el 15 – 10 – 18].

PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES. *La Iglesia e internet 2002*. Disponible en: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_sp.html [Consultado el 23 – 10 – 18].

Top 10 de las cuentas católica más activas de Instagram. Disponible en: <https://www.arguments.es/comunicar/lafe/las-10-cuentas-catolicas-de-instagram-mas-atractivas> [Consultado el 21 – 10 – 18].

REQUENA SANTOS, F. *El concepto de red social*. Reis 48/89 pp. 137-152 Disponible en: http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_048_08.pdf [Consultado el 19 – 10 – 18].