

Expressions de fe a les xarxes socials: superficialitat o testimoni de vida?

Charo Sádaba¹

En els darrers deu anys hem assistit a la consolidació d'un fenomen que genera controvèrsia des de posicions antagòniques. Molts joves utilitzen les xarxes socials per explicar la seva vivència de la fe i de la religió, i fins i tot alguns adquireixen la categoria de creadors de contingut, influencers catòlics. Per a alguns, aquesta és una nova via per la qual es busca perpetuar la vigència d'una visió cristiana de la vida; per a d'altres, es mostra un cristianisme tou, allunyat de les exigències i l'ortodòxia del missatge evangèlic. Aquest article busca aproximar-se al fenomen intentant oferir algunes claus de comprensió que permetin valorar-lo en les seves fortaleses i també en les seves limitacions. Per això es presenten alguns trets de la societat contemporània i també propis de les xarxes socials que poden ajudar a conèixer-lo millor.

Quan el 2023 la cançó d'Íñigo Quintero *Si no estás* va aconseguir la fita de ser la primera en solitari d'un cantant espanyol a aconseguir el número u a escala global a Spotify, la principal plataforma musical en línia, dos aspectes van causar una enorme estranyesa: d'una banda, que es tractés d'un jove cantant i compositor desconegut, sense un segell musical al darrere i amb una única cançó qui aconseguís aquest repte; i de l'altra, que es tractés d'una lletra que de manera manifesta tingués un contingut religiós. La cançó, un crit d'auxili, diu: "Que no sé a dónde voy, no es real, hace ya tiempo que te volviste uno más, y odio cuando estoy, lleno de este veneno, y oigo truenos si no estás", i el mateix cantant ha reconegut que es dirigeix a Déu.

El triomf de Quintero, que va aixecar tanta expectació com suspicàcies, va tenir lloc els mesos posteriors a la celebració de Jornada Mundial de la Joventut a Lisboa. Durant els mesos previs a la trobada a Portugal, i també durant els dies de la celebració, TikTok i Instagram es van omplir de contingut generat per *influencers* catòlics, però sobretot per milers d'usuaris particulars, comptant els preparatius i les celebracions associades a la JMJ. En aquestes plataformes socials, molts joves es mostraven sorpresos de l'auge d'aquests continguts. Per a alguns era fruit d'un moviment organitzat que observaven amb més o menys preocupació, i per a d'altres va ser una primera ocasió de conèixer joves que, sense complexos i de manera natural, confessaven la fe al món.



És comprensible aquesta percepció dual davant d'un fenomen que no deixa de reflectir canvis en la manera d'entendre i de viure la fe per part dels joves espanyols. I és que, a través de l'observació directa, és possible constatar que la major part dels joves a les societats occidentals avançades, i a Espanya també, mostren un desinterès clar per la religió i la seva pràctica convencional. Entre els motius que ajudin a entendre la ràpida secularització de la societat espanyola es pot destacar, d'una banda, l'erosió de la confiança general en les institucions, governs, partits polítics, empreses i també la mateixa Església (González-Anleo & López Ruiz, 2018); i de l'altra, la menor presència de la fe i la vida religiosa a les famílies i a l'escola, que han estat tradicionalment clau perquè aquests aspectes estiguessin integrats a la vida dels adolescents (González Blasco, 2006).

És cert que hi ha algunes excepcions a aquesta tendència marcada de secularització. La més notable és conseqüència dels moviments migratoris que han incrementat la població d'origen musulmà, que manté amb més zel que els catòlics les creences i l'estil de vida vinculat a la religió. En el cas d'Espanya, on en particular des de la dècada dels 90 del segle XX, la presència de persones que migraven des de països majoritàriament musulmans ha anat creixent, això ha tingut fins i tot la conseqüència d'adoptar maneres de denominar-los comuns a altres països europeus, com França, Bèlgica o el Regne Unit, per la seva identitat religiosa: musulmans (Álvarez-Miranda i Eseverri-Mayer, 2024). Tot i que no és el tema d'aquest article, aquesta situació té moltes arestes en un context cultural i social on la migració i la manca d'integració social es troben amb entorns altament

polaritzats que han fet servir, de vegades, els cercles religiosos com a instruments de captació de joves integristes (Toledo, 2022).

L'altra excepció, en la qual sí que entrarem en detall, té a veure amb l'emergència, en els últims anys, de grups de joves catòlics que creixen amb gran vitalitat i dinamisme. Les Jornades Mundials de la Joventut han estat una bona mostra d'aquest fenomen que, tot i que té més vigor en països amb cultures cristianes catòliques fortes, també s'estén entre els joves d'altres nacionalitats. Aquesta segona excepció s'ha estès a les xarxes socials, on els continguts relacionats amb la fe i la pràctica religiosa s'han popularitzat. Són diversos els creadors de contingut catòlics joves que tenen una presència notable en aquestes plataformes: Carla Restoy (@carlarestoy), Quique Mira (@quiquemira) i María Lorenzo (@marialorenzo99), Pablo García (@pablogarna), són noms reconeguts i amb un nombre de seguidors considerable. També hi ha altres joves, com Pati Trigo (@pati.te) i Santiago López (@samlo.es), que a través del seu art busquen traslladar una imatge de Déu, de la fe i d'allò religiós, més propera, que connecti millor amb l'audiència d'aquestes xarxes.

Davant la naturalitat amb què les xarxes, la majoria, accepten aquests continguts, apareixen reserves per part de dos grups antagònics que tenen en comú assenyalar el perill d'aquestes pràctiques: els dels que veuen en aquesta fórmula un interès ocult per continuar preservant el domini de la cultura a través d'una visió més *cool* del catolicisme (Ruiz Andrés et al., 2024), i els que des d'una concepció o una pràctica més tradicional de la fe pensen que l'ús dels codis que exigeixen les xarxes socials rebaixa el missatge i trasllada una mena de catolicisme tou molt perjudicial.

Aquest article pretén aportar una mica de llum a aquest fenomen i comprendre'l en el marc dels canvis socials i culturals que viu de manera radical la joventut al segle XXI.

Comprendre el fenomen

Els joves que avui viuen la fe també estan, com a fills de la seva generació, familiaritzats amb la tecnologia i amb les xarxes socials. La dimensió digital ha format part de la seva vida des que van néixer, i avui s'imbrica amb facilitat en la seva manera d'entendre's a si mateixos, d'establir relacions de socialització i de com articular l'oci i l'entreteniment. Seria estrany pensar que, si realment la fe és a la seva vida un element orgànic i natural, no tingués una expressió en aquestes xarxes en què construeixen i comparteixen la seva vida.

Les societats occidentals globals, gràcies als mitjans de comunicació (Flanagan et al., 2007), comparteixen alguns trets que, sense ser exclusius

de la joventut, creen un entorn en què els joves creixen, són educats i es comprenen a si mateixos i al món. Entre aquests, se'n podrien destacar quatre (Sádaba, 2022), que es glossen a continuació.

El primer és gairebé un lloc comú, ja que assenyala la crisi de valors de la modernitat occidental (Holton, 1987; Amin, 2004) marcada per la pèrdua de vigència de les conviccions i ideologies imperants durant molt de temps. Per contra, sorgeixen noves idees més fugaces, que s'acosten al caràcter líquid de què parlava Baumann (2008), i s'obren a nous espectres, fins fa poc minoritaris, com la defensa del medi ambient a través de la lluita contra canvi climàtic (Belotti et al., 2022; Han & Ahn, 2020) o la ideologia de gènere (Russell et al., 2010).

El segon és la pèrdua del “sentit de la història” (Jameson, 1984), que porta a rebutjar qualsevol aspecte valuós en el passat, cosa que aboca a viure en el present perpetu. El judici al passat des de pressupostos morals contemporanis sol conduir a una certa, i de vegades contundent, repulsa a actituds, comportaments o decisions d'un passat que no es pot canviar i que tendeixen a jutjar-se amb duresa. S'exigeix a les institucions una actualització del passat a les normes actuals.

En aquest present perpetu o etern es fa fort, en tercer lloc, un règim eminentment emocional que és, de vegades, l'única guia possible davant d'un futur que és difícil de preveure i un passat que no és vàlid com a guia. Però aquest té les seves pròpies paradoxes, ja que actualment “conviu simultàniament la racionalitat científicotecnològica que només creu el que veu i el que es pot demostrar amb mètodes científics positius, amb l'ideal romàntic d'autoexpressivitat que ha trobat a internet, i de manera particular a les xarxes socials, el seu millor camp de joc” (González, 2011, p. 99). D'aquesta manera, és comú en la cultura contemporània instar a viure les emocions amb un ímpetu romàntic, però també amb una durada breu: només en el present, sense implicacions o conseqüències concretes per a un futur que, d'altra banda, es presenta incert en tots els terrenys en el cas dels joves, als quals assetgen la precarietat laboral i la dificultat de completar etapes vitals com la independència econòmica (MacDonald i Giazitzoglu, 2019; Milan, 2019).

El quart element té com a protagonista la tecnologia, que ha modificat sensiblement la percepció de l'espai i el temps de l'home contemporani (Earman, 1991). El món és percebut més proper, més petit; apareixen nous espais, com els virtuals, amb quantitats ingents d'informació que generen la il·lusió de ser manejables, explorables. Es produeix un trànsit continu del món *offline* concret i proper a l'*online*, de vegades llunyà i aspiracional.

Aquestes pautes assenyalen una cruïlla de camins complexa en què viuen els joves avui: una societat on el futur no ofereix una guia sòlida com a

referent; un passat al qual es nega la possibilitat de servir de model per entendre's, i el present perpetu (Jameson, 1984) on el règim emocional imperant és eminentment romàntic i tendeix a deixar translluir les emocions amb gran naturalitat (González, 2011).

És en aquest context en què els joves catòlics també han crescut. Viuen amb més naturalitat el vertigen que produeix un futur incert, i en el seu cas cal pensar que es pot entendre que la fe s'hagi convertit en un agafador i una esperança per donar sentit a una vida fragmentada. Això podria explicar el renovat vigor amb què moltes de les fórmules religioses que estan triomfant entre els joves cristians es despleguen.

Testimoni, música i emoció

Si és possible destacar tres elements que solen ser comuns a la presència dels joves catòlics, particularment els *influencers*, a les xarxes socials, se'n podrien destacar tres: el testimoni personal, la importància de la música com a vehicle de transmissió i l'expressió emocional de les pròpies vivències.

Pel que fa a la primera, és fàcil entendre com en les darreres dècades el declivi de la reputació de les institucions ha fet pivotar cap a les persones el paper d'ambaixadores o presentadores dels missatges essencials. Mentre que són molts els que no creuen en l'Església, o en els partits polítics, o en les institucions, són molts més els que sí que creuen en el que transmet algú amb noms i cognoms que és "com jo", de qui no es pressuposa la perfecció o excel·lència. És més fàcil tolerar l'error en un altre que no pas en una gran organització. Això també aplica a la pràctica evangelitzadora, sobretot a les societats occidentals avançades, on la crisi de confiança és més acusada. I en aquest context adquireix sentit donar testimoni, o la crida a la nova evangelització, i també el paper que tenen aquests joves a les xarxes socials.

Els seus perfils no són sempre ortodoxos, i integren de manera natural coses sobre la feina, els amics, els errors, però també la seva vida de fe i fins i tot els seus dubtes. Això ho converteix en tangible i real, fiable, per a molts. En aquest context, caldria recordar el missatge de Benet XVI per a la XLVII Jornada Mundial de les Comunicacions Socials l'any 2013, amb el títol: *Xarxes socials: portals de veritat i de fe; nous espais per a l'evangelització*. Anima a ser present en aquestes noves àgores contemporànies, com una responsabilitat dels cristians del segle XXI, que han de difondre la paraula de Déu també en aquesta realitat contemporània que els joves entenen i viuen d'una manera especial. Els casos que he mencionat abans són exemples de persones que fan servir les xarxes per donar testimoni des de les seves circumstàncies vitals concretes: en Quique i la María (@quiquemira i @marialorenzo99) es van donar a conèixer per explicar a través d'Instagram com viure un festeig cristià. Carla Restoy (@carlarestoy) explica

la seva vida com una dona jove avui, igual que fa Pablo García (@pablogarna) que és, també, model.

La música hi té un paper clau i, per extensió, també altres manifestacions de talent artístic adquireixen una força significativa. El talent de Pati Trigo (@pati.te) i de Santiago López (@samlo.es) permet arribar d'una manera diferent, amb la força de les imatges, amb temàtiques netament religioses, o amb més implicació social. El moviment Hakuna ha estat clau perquè a Espanya es pugui parlar d'una cosa que, fins ara, semblava un fenomen nord-americà: el pop cristià. La seva música atrau els joves, omple estadis i, sobretot, és un vehicle explícit d'evangelització.

L'emoció, d'una naturalesa diferent de l'anterior, és present profundament en aquestes formes d'evangelització digital. En primer lloc, perquè el punt de vista personal dona peu d'una manera més natural a expressar emocions: enuig, tendresa, entusiasme, il·lusió. I, com he explicat, les emocions formen part del codi de comprensió contemporani. A més, aquests missatges també susciten emocions, molt diverses, i en aquesta socialització es produeixen intercanvis interessants que poden ser decisius a l'hora d'enfrontar algú amb l'essència del que s'ha dit. Es podria dir que sense emoció és molt difícil ser escoltat avui. I això és molt complicat d'aconseguir si no hi ha una persona real darrere del missatge. La música i altres manifestacions artístiques hi ajuden perquè són expressions netes d'emocions i poden acompanyar i magnificar aquesta experiència.

Si es tracta d'estar present a les xarxes socials, com una responsabilitat dels cristians d'avui, és evident que cal fer-ho d'una manera en què el missatge s'integri bé en el flux de continguts que es comparteixen en aquestes plataformes. Aquests tres elements, el testimoni personal, l'ús de la música o les imatges i l'expressió emocional, formen part de la manera d'expressar-se i de compartir en aquests espais digitals, de manera que resulten orgànics, no aliens a aquests.

Límits i reptes

Les xarxes socials són escenaris habituals per a la socialització, l'entreteniment i la recerca d'informació, per la qual cosa ser-hi present, adaptant-se als codis freqüents, fruit també del context social en què sorgeixen, és important. Ara bé, és igualment necessari ser conscient dels límits que tenen aquestes plataformes i les estratègies de creació de contingut.

La primera limitació té a veure amb la pròpia del testimoni personal. Una experiència vital, única, està condicionada per múltiples elements i no sempre és traslladable a altres circumstàncies. El propi caràcter, la família, el context social i cultural en què es viu són en molts casos determinants.

La naturalitat, a més, està de vegades renyida amb fonamentacions o argumentacions doctrinals que de vegades són necessàries. Això comporta un repte enorme en l'acompanyament espiritual dels qui fan de les xarxes també la seva feina. Cal reconèixer la seva vulnerabilitat que, alhora, és la seva principal fortalesa. Poden equivocar-se, poden dir alguna cosa que no toca. Saber-se vistos, escoltats o seguits per moltes persones pot generar una pressió que posi fi a aquesta frescor que és el que va atreure en primer lloc.

A més, la polarització en què vivim fa que aquestes persones estiguin exposades amb molta freqüència a la crítica extrema o fins i tot a l'odi. Han d'assumir amb responsabilitat aquesta conseqüència no desitjable, però alhora és possible acompanyar-los d'una manera especial.

L'algorisme no sempre juga a favor d'aquests continguts que poden ser vistos com a contraculturals. Hi ha plataformes més propícies perquè passi, i d'altres on és més fàcil fer-se sentir amb força. En qualsevol cas, el comportament de l'audiència, el que es coneix com a *engagement* (implicació) és vital perquè l'algorisme jugui a favor del contingut, i això també pot acabar restant naturalitat.

El repte principal és com traslladar aquesta experiència que algú ha pogut tenir interactuant amb el contingut d'un *influencer* catòlic o amb una persona creient fora de les xarxes. Una reflexió sobre en quina mesura “sortir a les perifèries”, com demana el papa Francesc, també implica estar preparat per traduir la necessitat de qui s'acosta curiós perquè hi ha hagut alguna cosa que l'ha mogut en una explicació que algú ha fet a una xarxa social. I això obliga a posar l'escolta al davant, i també a no jutjar abans d'hora.

Per a molts joves d'avui, quan la religió ha desaparegut de l'escola i de la família, és possible que la primera trobada amb l'evangeli tingui lloc en una xarxa social, en una publicació d'algú que comparteix la seva experiència vital. El valor que té aquesta realitat hauria de comportar una reflexió profunda sobre com l'exercici pastoral està preparat per rebre aquestes persones, a escoltar-les, a acompanyar-les en la cerca.

Els *influencers* catòlics tenen un poder molt limitat, principalment per ells mateixos. Però en tenen, i cal aprendre'n.

Referències

Álvarez-Miranda, B., Esevenri-Mayer, C. (2024): “From Moors to Muslims: evolution of the Spanish public debate” en *Revista de Estudios Internacionales Mediterráneos*, 36, pp. 28-56. Para acceder a este artículo: <https://doi.org/10.15366/reim2024.36.002>

- Amin, Ash (2004). Regulating economic globalization. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 29(2), 217-233.
DOI: <https://doi.org/10.1111/j.0020-2754.2004.00126.x>
- Bauman, Zygmunt, & Haugaard, Mark (2008). Liquid modernity and power: A dialogue with Zygmunt Bauman. *Journal of Power*, 1(2), 111-130.
DOI: <https://doi.org/10.1080/17540290802227536>
- Belotti, Francesca, Donato, Stellamarina, Bussoletti, Arianna, & Comunello, Francesca (2022). Youth Activism for Climate on and Beyond Social media: Insights from FridaysForFuture-Rome. *The International Journal of Press/Politics*.
DOI: <https://doi.org/10.1177/19401612211072776>
- Benedicto XVI (2013). Mensaje para la XLVII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales: «*Redes Sociales: Portales de Verdad y De Fe; Nuevos Espacios Para La Evangelización*». https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html
- Earman, Josh (1991). Kant, incongruous counterparts, and the nature of space and space-time. In *The philosophy of right and left* (pp. 131-149). Springer, Dordrecht. DOI: https://doi.org/10.1007/978-94-011-3736-2_13
- Flanagan, Constance, Syvertsen, Amy, & Wray-Lake, Laura. (2007). Youth political activism: Sources of public hope in the context of globalization. *Approaches to positive youth development*, 243-256. DOI: 10.4135/9781446213803.n13
- González Blasco, P. (2006). La socialización religiosa de los jóvenes españoles: familia y escuela. *Bordón. Revista De Pedagogía*, 58(4 y 5), 493-518. Recuperado a partir de <https://recyt.fecyt.es/index.php/BORDON/article/view/39579>
- González-Anleo Sánchez, J. M., & López Ruiz, J. A. (2018). *Jóvenes españoles entre dos siglos 1987-2017*. Fundación SM y Observatorio de la Juventud en Iberoamérica (Madrid, España).
- González, Ana Marta (2011). La cultura emocional. *Nuestro Tiempo*, mayo-junio, pp.98-103. Accedido el 30 de mayo de 2022 en <https://nuestrotiempo.unav.edu/files/2019/10/98104-ensayo.pdf>.
- Han, Heejin, & Ahn, Sang Wuk (2020). Youth mobilization to stop global climate change: Narratives and impact. *Sustainability*, 12(10), 4127. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12104127>
- Holton, Robert J. (1987). The idea of crisis in modern society. *British Journal of Sociology*, 502-520. Accesible en <https://www.jstor.org/stable/pdf/590914.pdf>
- Jameson, Fredric (1984). The politics of theory: ideological positions in the postmodernism debate. *New German Critique*, (33), 53-65. DOI: <https://doi.org/10.2307/488353>
- MacDonald, Robert, & Giazitzoglu, Andreas (2019). Youth, enterprise and precarity: or, what is, and what is wrong with, the 'gig

- economy?'. *Journal of Sociology*, 55(4), 724-740.
DOI: <https://doi.org/10.1177/1440783319837604>
- Milan, Chiara (2019). Rebelling against time: Recreational activism as political practice among the Italian precarious youth. *American Behavioral Scientist*, 63(11), 1519-1538.
DOI: <https://doi.org/10.1177/0002764219831744>
- Naval, Concepción y Sádaba, Charo (2003), Introducción. Jóvenes y medios de comunicación frente a frente. En *Revista de Estudios de Juventud*, n° 68. Accesible en http://www.injuve.es/sites/default/files/revista68_1.pdf.
- Ruiz Andrés, R., Perugorria, I., y García Martín, J. (2024). De qué hablamos cuando hablamos de Hakuna: claves para entender el catolicismo cool en España. *Revista Española de Sociología*, 33(3), a238. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2024.238>
- Russell, Stephen T., Toomey, Russell B., Crockett, Jason, & Laub, Carolyn (2010). *LGBT politics, youth activism, and civic engagement*.
DOI: <https://doi.org/10.1002/9780470767603.ch18>
- Sádaba, Charo. 2022. «Juventud, digitalización y activismo. Algunas Reflexiones». *Revista ICONO 14. Revista científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes* 20 (2). Madrid, ES.
<https://doi.org/10.7195/ri14.v20i2.1902>.
- Toledo Dumenes, J. A. (2021). *Las estrategias y tácticas del yihadismo en Europa: los procesos de radicalización violenta en jóvenes inmigrantes musulmanes y de segunda y tercera generación (2004-2015)*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid.

¹ Professora i degana de la Facultat de Comunicació, Universitat de Navarra

² <https://www.lavozdegalicia.es/noticia/cultura/2023/10/24/estas-corunes-inigo-quintero-cancion-escolta-mundo-spotify/00031698137288794882338.htm>.