

Jóvenes católicos en Facebook como comunicadores estratégicos durante el confinamiento por Covid-19 en Guadalajara, Jalisco, México

Youngsters Catholics on Facebook as strategic communicators during the confinement by Covid-19 in Guadalajara, Jalisco, México

Jovens católicos no Facebook como comunicadores estratégicos durante o confinamento pela Covid-19 em Guadalajara, Jalisco, México



e-ISSN: 1605 -4806

VOL 24 N° 110 Enero - Abril 2021 Monográfico pp. 54-72

Recibido 03-31-2021 Aprobado 15-05-2021

<https://doi.org/10.26807/rp.v25i110.1766>

Giovanna Georgina Ramírez Cerón

México

Universidad de Guadalajara

giovanna.ramirez@academicos.udg.mx

Resumen

La pandemia por Covid-19 ha tenido un impacto importante en la vida de millones de personas en todo el mundo. La suspensión de las actividades en las que se dé una aglomeración de personas, el distanciamiento físico, así como el cierre de escuelas; han impulsado a muchas y muchos a convertirse en comunicadores estratégicos a través de diferentes espacios como puede ser *Facebook*, *Zoom*, *Meet*, *Youtube*, *TikTok*, entre otros. En el presente documento se presenta el caso del proyecto “*Jóvenes dejando huella*” de la parroquia *San Eugenio Papa*, en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, México. Este es realizado por los jóvenes de la pastoral juvenil de dicha parroquia, se origina a partir de la pandemia por Covid-19 y consiste en la transmisión de temas católicos presentados por los mismos jóvenes en *Facebook live* con el fin de subsanar la suspensión actividades religiosas presenciales. Este contexto potencializó en los jóvenes de la muestra el desarrollo de sus habilidades como comunicadores estratégicos.

Palabras clave: Comunicador estratégico, Covid-19, jóvenes, catolicismo, nueva teoría estratégica.

Summary

The Covid-19 pandemic has had a major impact on the lives of millions of people around the world. The suspension of activities in which there is an agglomeration of people, the physical distancing, as well as the closure of schools; They have driven many to become strategic communicators through different spaces such as *Facebook*, *Zoom*, *Meet*, *YouTube*, *TikTok*, among others. This paper presents the case of the project “*Youngsters leaving their mark*” of the *San Eugenio Papa* parish, in the city of Guadalajara, Jalisco, México. This is carried out by the youngsters of the youth ministry of said parish, it originates from the Covid-19 pandemic and consists of the transmission of Catholic issues presented by the same youngsters on *Facebook live* in order to correct the suspension of religious activities face-to-face. This context potentiates the youngsters to develop their skills as strategic communicators.

Keywords: Strategic Communicator, Covid-19, youngsters, Catholicism, New Strategic Theory.

Resumo

A pandemia Covid-19 teve um grande impacto na vida de milhões de pessoas em todo o mundo. A suspensão de atividades em que haja aglomeração de pessoas, distancia física, assim como atividades das escolas; tem levado muitos a se tornarem comunicadores estratégicos em diferentes espaços como *Facebook*, *Zoom*, *Meet*, *Youtube*, *TikTok*, entre outros. Este documento apresenta o caso do projeto “*Jovens deixando a impressão*” da paróquia *San Eugenio Papa*, na cidade de Guadalajara, Jalisco, México. É realizado por jovens da pastoral juvenil desta paróquia, tem origem na pandemia de Covid-19 e consiste na transmissão de temas católicos apresentados por jovens no *Facebook ao vivo* com o objetivo de corrigir a suspensão das atividades religiosas encerrar. Esse contexto propiciou o desenvolvimento de suas competências como comunicadores estratégicos entre os jovens.

Palavras-chave: Comunicador estratégico, Covid-19, juventude, Catolicismo, nova teoria estratégica.

Introducción

El siglo XXI dio inicio con una serie de problemas heredados, además se ha caracterizado por desigualdades en todos los niveles, desequilibrios políticos, falta de diálogo y tolerancia, marginalidad y vulnerabilidad, competitividad con una lógica que daña tanto en lo individual, empresarial y estatal, una globalización con luces pero también

con sombras, lo anterior exige teorías que apoyen a la comprensión de estas y otras problemáticas, este siglo pide nuevas formas de pensar los conflictos y una alternativa que brinda un lente para entender estas realidades es la nueva teoría estratégica (Pérez, 2003). A pesar de los avances que se tienen en la ciencia médica, hemos sido testigos de que hay realidades que escapan al control del ser humano, me refiero de una forma particular a la pandemia por Covid-19. Los expertos en salud hablaban de dos semanas en confinamiento como una manera de prevenir contagios, otros afirmaban que se requería un poco más de tiempo, pero me atrevo a decir que no imaginábamos que el confinamiento obligado como medida de prevención de contagios duraría más de un año en muchos países. La realidad que vive el ser humano no es exacta, no se resuelve como un problema matemático, no posee algoritmos precisos que la expliquen (Pérez, 2003) y la pandemia del Covid-19, así como el impacto que ha tenido en la modificación y re-significación de la cotidianidad y de la normalidad de millones de personas en el mundo, es una muestra de la vulnerabilidad del hombre y de lo casi imposible que es manipular la realidad con una lógica matemática.

En México, el primer caso por Covid-19 se reportó hacia finales de febrero de 2020 y para evitar la propagación de contagios, del 23 de marzo hasta el 30 de mayo del mismo año se llevó a cabo la *Jornada Nacional de Sana Distancia*, la cual se basó en el distanciamiento físico, por tanto, se suspendieron todos los eventos que involucraran aglomeración de personas tanto para el sector público, privado y social (Secretaría de Gobernación, 2020), posterior a esta fecha la sugerencia ha sido solo salir para lo estrictamente necesario y hasta el mes de marzo de 2021, en la mayoría de los Estados de México, un número importante de actividades se siguen realizando de manera virtual, entre estas, las actividades educativas. Acatando las medidas indicadas por la Secretaría de Salud de México, la Iglesia Católica a través de la Conferencia del Episcopado Mexicano solicitó a los Obispos y fieles el día 16 de marzo de 2020, que sean suspendidas las actividades grupales, así como las misas dominicales y que en la medida de lo posible estas sean transmitidas por las plataformas digitales y los medios de comunicación públicos y privados, para que a distancia, los creyentes puedan participar al menos espiritualmente de las celebraciones.

Debido a que cada Obispo se adecuaría a la situación de salud de su localidad, el Cardenal José Francisco Robles Ortega, arzobispo de la arquidiócesis de Guadalajara, a través de la circular número 12/2020 comunicó que a partir del 20 de marzo del mismo año, la celebración de la misa sería sin presencia de fieles e invitó a los sacerdotes a que busquen la manera de transmitir a través por medio de las redes sociales la celebración de la misa, también los exhortó a que sean creativos para acompañar a sus comunidades por estos medios y puso a su disposición los subsidios del Centro Católico de Comunicaciones. En esta circular el Cardenal mencionó que los templos estarían abiertos solo para una oración personal evitando toda convocatoria grupal.

Desde una perspectiva de la acción comunicativa como estrategia, “la comunicación es una actividad medular para el desarrollo de organizaciones sociales con o sin fines de

lucro, de corporaciones y de empresas” (Herrera y Bendezú, 2017: 138), y en tiempos de Covid-19 aún más, cuando la comunicación mediada en los espacios virtuales se ha vuelto fundamental para continuar a distancia las actividades que ha sido suspendidas. Al suscitarse el cierre de templos y la suspensión de las actividades religiosas en comunidad, la estrategia comunicativa llevada a cabo por la Iglesia vista esta como organización social, fue esencial para que los fieles católicos puedan dar continuidad a sus prácticas religiosas desde casa, generando vínculos a través de los espacios en los que se transmitían la celebración de la Eucaristía. Ante este cierre de templos, la estrategia comunicativa que llevaron a cabo los párrocos de diferentes comunidades fue la transmisión de misas por Facebook live, lo que dio como resultado que al menos una parroquia por cada Vicaría de las dieciséis que conforman la Diócesis de Guadalajara transmitió la misa diaria a través de este medio durante el confinamiento por la pandemia por Covid-19, propiciando la vivencia de la “fe” a través de las pantallas.

La parroquia de *San Eugenio Papa*, ubicada en Guadalajara, Jalisco, México, fue una de esas tantas que hicieron uso de *Facebook live* para que los fieles pudieran continuar en la distancia sus prácticas religiosas durante los primeros meses del confinamiento debido a la pandemia por Covid-19, dos jóvenes, Erick y Jesús, agentes de pastoral de la misma comunidad, conformaron el equipo técnico de estas transmisiones. Mismas que durante el cierre de los templos propició que *Facebook* se convirtiera en el espacio para que las y los jóvenes de los grupos parroquiales de *San Eugenio Papa*, tuvieran un encuentro que les permitiera continuar la vivencia de su “fe” a través de la pantalla y fueron los mismos jóvenes integrantes de los grupos parroquiales, que sin haberse formado académica y técnicamente como comunicadores, iniciaron con el aval del equipo sacerdotal el proyecto “*Jóvenes dejando huella*”. El cual consiste en la transmisión semanal de temas católicos, mismos que son gestionados, presentados y producidos por estas y estos jóvenes, con el objetivo de subsanar la falta de las actividades religiosas presenciales en su comunidad.

El confinamiento, el distanciamiento físico y las diversas prácticas llevadas a cabo en la virtualidad como acción preventiva de contagios por Covid-19 han modificado, re-significado y reconfigurado lo “normal” así como diversas prácticas de la vida cotidiana, afectado las dimensiones bio-psico-social y espiritual del ser humano. Sin embargo, esta crisis de salud también ha fortalecido la capacidad de resiliencia y el desarrollo de habilidades que permitan continuar de alguna manera con las prácticas que se llevaban a cabo hasta antes del Covid-19. Y en el caso de los integrantes de la pastoral juvenil de la Parroquia *San Eugenio Papa*, en México, las y los jóvenes se convirtieron en comunicadores estratégicos para que les sea posible seguir llevando a cabo sus prácticas religiosas y así no vieran interrumpido su proceso que los lleva al fortalecimiento de su “fe”, así como su participación en la Iglesia, lo cual propició que estuvieran conectados y vinculados con sus compañeras y compañeros del grupo católico.

Con base en el planteamiento anterior surgió la siguiente pregunta de investigación ¿Cómo ha impactado la suspensión de actividades religiosas presenciales y el cierre de templos para evitar contagios por Covid-19, en el desarrollo de habilidades como comu-

nicadores estratégicos, de los integrantes del proyecto “*Jóvenes dejando huella*” transmitido por *Facebook live* semanalmente?

Se parte de la hipótesis de que las tecnologías han facilitado la comunicación entre millones de personas en todo el mundo en estos momentos en los que no es posible que se lleven a cabo encuentros presenciales, permitiendo que se pueda dar continuidad a diversas prácticas cotidianas. Por lo tanto, la suspensión de actividades religiosas presenciales y el cierre de templos para evitar contagios por Covid-19, han impulsado a integrantes de los grupos católicos juveniles de la parroquia de *San Eugenio Papa*, a aprender desde cuestiones técnicas sobre el uso de las tecnologías para permanecer comunicado con los demás, hasta desarrollar habilidades como comunicadores estratégicos, entendidos desde la propuesta de la teoría de la comunicación estratégica.

El objetivo del presente trabajo es explicar desde la comunicación estratégica como las y los jóvenes de la pastoral juvenil de la parroquia de *San Eugenio Papa* ubicada en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, México, sin contar con la formación académica, técnica y profesional se convirtieron en comunicadores estratégicos ante la necesidad de dar continuidad a sus prácticas religiosas durante el confinamiento por Covid-19.

Grupos Juveniles Católicos y Facebook

La sociedad en la que se desenvuelven los “*Jóvenes dejando huella*” de la parroquia de *San Eugenio Papa* se caracteriza por una cultura de lo instantáneo y efímero, por un debilitamiento de la frontera entre lo público y lo privado, por una reconfiguración de la percepción del tiempo y del espacio, por nuevas formas de relacionarnos y de construirnos como seres y como comunidades, y sobre todo, se han transformado las formas en las que nos comunicamos y nos relacionamos con los demás. Lo anterior ha impactado a prácticamente a todos los grupos etarios, pero de una manera muy particular a quienes han nacido y crecido en un mundo digitalizado, para quienes “lo natural” o “normal” es interactuar en espacios virtuales, comunicarse por diferentes redes al mismo tiempo, proyectar en diversos medios públicos lo que “debería ser privado” y también se han modificado las formas de creer y de vivir la “fe”.

Actualmente la comunicación y la información se encuentran entrelazadas, ya que a través de soportes informacionales se hace posible la comunicación (Herrera y Bendezú, 2017). Las tecnologías de la información y la comunicación ya formaban parte de la cotidianidad de millones de personas en el mundo mucho antes de la pandemia por Covid-19, esto pese a la brecha digital que aún se encuentra muy marcada, ya que como refiere Winocur (2009), aunque no se tenga acceso a las tecnologías, es posible afirmar, que al menos se encuentran en el imaginario de un número importante de grupos sociales. Pero, durante la pandemia por Covid-19, estas han potencializado la generación de espacios de encuentro de muchas y muchos a nivel global, permitiendo la comunicación y conexión entre millones de personas, facilitando así la continuidad a las actividades que han tenido que ser suspendidas como medida de prevención de contagios.

Desde la propuesta de Erickson (2011; 1997), la juventud es el producto de la construcción de un sentido de identidad durante la adolescencia, lo que provoca en las y los jóvenes el anhelo de establecer un vínculo con las/os amigos, compañeros y la pareja; obteniendo en la sexualidad, la amistad y el empleo una complementariedad que las/os lleva a alcanzar la madurez afectiva-sexual, por lo que en la juventud se busca una intimidad que implique un compromiso con una afiliación concreta que se traduce en responsabilidades y sacrificios significativos. De acuerdo al autor, cuando la persona llega a la juventud, se espera que haya construido una imagen determinada de sí mismo, que haya definido para sí una identidad psicosocial y colectiva que le otorgue roles sociales y de género, también se espera que presente certidumbre cognoscitiva, asuma sus compromisos cada vez con una mayor responsabilidad, tenga una participación ideológica, se haya desarrollado un sentimiento de solidaridad y complementariedad con la pareja, los amigos y el endogrupo, lo que favorece el desarrollo de un estilo de vida personal y comunal, por lo que en la juventud se tiene un fuerte deseo por ser aceptado y reconocido (Erikson, 2011; 1997). Lo anterior motiva a que las/os jóvenes sean parte de diversas agrupaciones deportivas, artísticas, escolares, laborales, sociales, políticas, de superación personal, altruistas y religiosas, entre otras.

Desde la visión de la Iglesia Católica, las/os jóvenes son los autores de la renovación social y los protagonistas de la evangelización, por lo que esta propicia espacios para su desarrollo emocional, social, afectivo y religioso conocidos como “*Grupos Juveniles Católicos*” (Sección Diocesana de Pastoral Juvenil, 2013). Estos forman parte de la Pastoral Juvenil, la cual incide en dos aspectos: el primero, es el acercamiento de los jóvenes a la experiencia de Dios; y el segundo, es en el fomento al crecimiento y desarrollo de la madurez personal (Francisco, 2019). Los *Grupos Juveniles Católicos* tienen por objetivo que las/os jóvenes sean reconocidos, aceptados, estimados y valorados en la Iglesia y en la sociedad, generando en ellos un sentido de pertenencia a la Iglesia; estas asociaciones buscan mejorar en este grupo etario la comunicación, la convivencia, la participación y el compromiso en las actividades grupales y comunitarias con el fin de que los jóvenes se vuelvan corresponsables en la evangelización (Sección Diocesana de Pastoral Juvenil, 2013). En los *Grupos Juveniles Católicos* se vive la “fe” por medio de la escucha de la Palabra de Dios, el anuncio del Evangelio, la vida sacramental, la oración, la fraternidad y el servicio a los demás desde sus diversas realidades cotidianas (Sección Diocesana de Pastoral Juvenil, 2013), ayudando en las comunidades en el acompañamiento a ancianos, enfermos, pobres y marginados (Francisco, 2019). Además, estos grupos propician un ambiente de amistad, ya que hacen posible compartir la reflexión, la oración y también la recreación, el deporte, la música, la convivencia; por lo que los *Grupos Juveniles Católicos* son una forma de vivir la fe entre amigos (Francisco, 2019).

El ambiente digital se ha convertido en un “espacio existencial” (Benedicto XVI, 2013), y las redes sociales virtuales son un espacio en el que los jóvenes se encuentran y pasan una parte importante de su tiempo (Sínodo de los Obispos, 2018). Las/os jóvenes han sabido utilizar las redes sociales como una forma de evangelización (Francisco,

2019), ya que permiten fortalecer el sentido de unidad a la Iglesia cuando se comparten a través de estas recursos espirituales y litúrgicos que propician la oración, la meditación y la escucha de la Palabra de Dios en comunidad, favoreciendo un sentido de cercanía con quienes profesan la misma fe, además, a través de las redes sociales virtuales se puede invitar a otros a vivir encuentros en espacios concretos como algún templo o capilla (Benedicto XVI, 2013).

Facebook funciona como una extensión de las amistades de la vida real (Assunção y Mena, 2014), volviéndose un “lugar e instancia de socialización” (Linne y Brasile, 2013: 17) y un espacio de encuentro (Dillon, 2013). Este sitio permite:

- a) organizar actividades que tendrán lugar fuera de la red (Suárez, 2012),
- b) mantener el contacto con viejos amigos brindando la posibilidad de que las personas sigan relacionándose (Erjavec, 2013), y así seguir manteniendo el vínculo con amigos y compañeros del pasado con los cuales ya no se tenía contacto (DiMicco y Millen 2007; Ricaurte y Ortega, 2010), o con personas con las que había un distanciamiento (Assunção y Mena, 2014), permitiendo el re-establecimiento o la continuidad en las relaciones sociales (Ricaurte y Ortega, 2010).

Por tanto, durante el cierre de escuelas, templos y de diferentes espacios públicos como medida de prevención de contagios por Covid-19, este sitio ha propiciado encuentros a distancia. Además de lo anterior, *Facebook* se basa en el principio de la “rostricidad”, y es en la cara donde se concretan nociones como “la familiaridad, proximidad y reconocimiento”(Lugo, 2013: 3), lo cual lleva a experimentar cercanía a través de las pantallas de los dispositivos digitales. También es importante resaltar, que la auto-presentación que hacen los usuarios del sitio por medio de las diferentes herramientas que proporciona como publicar fotografías, pensamientos o experiencias (Zhao et al., 2008; Gallo, 2012; Suárez, 2012; Bernal y Angulo, 2013), va anclada a marcas identitarias fuertes, como por ejemplo, el barrio (Linne y Brasile, 2013), en el caso de los participantes de la investigación al catolicismo y a su parroquia. Finalmente, esta red social abre la posibilidad de encontrarse con personas similares generando identificaciones por medio de intereses compartidos (Assunção y Mena, 2014), potencializando la participación en comunidad (Dwyer et al., 2007), generando un sentido de pertenencia grupal (DiMicco y Millen 2007). Y al ser parte de la vida de los otros (Assunção y Mena, 2014) por medio del contacto con el grupo de referencia (Bernal y Angulo, 2013) se sabe que los otros también están ahí por medio de la conversación permanente (Dillon 2013), lo cual genera un sentimiento del “nosotros” (Suárez, 2012).

La nueva teoría estratégica (NTE), la teoría de la comunicación estratégica y su visión del comunicador estratégico

En los últimos años se han producido una serie de transformaciones teóricas en las ciencias directivas, en la estrategia y en la comunicación, cada una con una mirada desde diferentes aristas, lo cual ha impulsado desde el año 2001, el desarrollo de una nueva teoría estratégica misma que propone una refundación de la estrategia desde la comunicación, esta propuesta ha recibido el aval de expertos en estrategia y comunicación en numerosos países (Pérez, 2014a). Para Pérez (2014a), la realidad exigía un nuevo paradigma, lo que lo llevó a replantear a un nuevo sujeto, este nuevo sujeto lo llevó a la transdisciplinariedad y esta última lo llevó a complejizar la estrategia, obteniendo como resultado la nueva teoría estratégica (NTE). La cual de acuerdo con el autor (Pérez, 2014a), esta se basa en los siguientes principios:

- 1) La importancia de las relaciones e interacciones más que de las acciones,
- 2) biológicamente las estrategias nos ayudan a sobrevivir,
- 3) cada generación hereda un sistema estratégico, pero lo perfecciona de acuerdo con sus necesidades y lo hereda a la siguiente generación para que sea adecuado a sus realidades,
- 4) los seres humanos tenemos la capacidad de integrar el pasado, presente y futuro en la elección y el desarrollo de un sistema estratégico,
- 5) con las estrategias se busca reconfigurar la trama relacional que se adecúe mejor a las metas y propósitos que se buscan alcanzar,
- 6) aceptar que no se tiene el control total de la realidad, por tanto, ninguna estrategia, aunque sea diseñada por algún experto tendrá una garantía de que funcionará perfectamente, sin embargo, hay que intentar llevarla a cabo,
- 7) a pesar de que hay variables que se pueden calcular para predecir la efectividad de la estrategia, la voluntad de cada individuo a quien se dirige la misma, define muchas de las veces el resultado final de la estrategia,
- 8) las estrategias humanas se pueden sistematizar con base en siete criterios: “1. Reactivas o proactivas. 2. Adaptativas o transformadoras. 3. Arriesgadas/optimistas, incrementales/prudentes o conservadoras/pesimistas. 4. Innovadoras, correctoras o más de lo mismo. 5. Para cambiarnos a nosotros mismos (evolución estructural o personal) o para cambiar/transformar lo de fuera (los otros, la relación). 6. Físicas, químicas o simbólicas. 7. Articuladoras o confrontativas. (Pérez, 2014a:20),
- 9) para la nueva teoría estratégica, el objetivo final de cada estrategia debe ser buscar la articulación, así como aceptar la pluralidad y al otro, para enriquecerse con él;
- 10) la estrategia que se elige abre caminos, pero excluye otros, que quizá no se podrán volver a andar en la vida.

Debido a que la comunicación como actividad humana propicia relaciones interpersonales, ésta se puede centrar en dos aspectos, el primero es el interpretativo, el cual comprende la construcción de intersubjetividades a través del intercambio de significados y universos simbólicos, el segundo, el de las interacciones pragmáticas entendidas como un proceso en el que mutuamente las personas generan percepciones para influirse entre sí, creando, modificando o enfatizando conductas (Herrera y Bendezú, 2017).

La nueva teoría estratégica propone que “la comunicación sea la matriz unitaria desde la cual repensar y reformular una teoría general de la estrategia” (Pérez, 2014a:28), ya que desde la dimensión estratégica de la comunicación, es posible establecer marcos de referencia en los cuales se desarrollan estas interacciones pragmáticas de influencia mutua, además, con el lente de la comunicación estratégica es posible entender cómo las intersubjetividades se negocian a partir de recursos lingüísticos y semióticos para dar un uso y manejo adecuado a las interacciones a través de distintos sistemas simbólicos (Herrera y Bendezú, 2017). Desde la lógica de la estrategia de la comunicación, ambos aspectos de la comunicación (interpretativo y pragmático) buscan identificar, reconocer y comprender las reglas del juego que van a guiar la comunicación, las cuales se pueden aplicar a distintos contextos desde una terapia psicológica, la acción de persuadir a alguien, una intervención organizacional (Herrera y Bendezú, 2017), o incluso el compartir temas religiosos en Internet.

La comunicación es estratégica si “implica actividades de mutua influencia, de intercambio, de persuasión, de difusión y de intervención organizacional” (Herrera y Bendezú, 2017: 139). La comunicación estratégica como perspectiva comunicacional, tuvo su origen en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario en Argentina (Massoni, 2003). El modelo de la comunicación estratégica puede ser aplicado a proyectos de desarrollo forestal, de salud, agropecuario, en el diseño de identidad institucional, así como en el análisis organizacional, ya que puede ser utilizado en cualquier situación comunicativa en la que se busque una transformación (Massoni, 2003). La teoría de la comunicación estratégica conceptualiza a la comunicación como un fenómeno “histórico, complejo, situacional y fluido” y la define como un encuentro sociocultural, con relación a un espacio y momento en medio de una diversidad macrosocial (Escuela de comunicación estratégica de Rosario, s/f).

Desde esta perspectiva la comunicación es una especie de conocimiento que apoya la construcción de la propia sociedad, misma que a su vez la reproduce y construye (Massoni, 2009). Por tanto, la comunicación estratégica es un espacio de encuentro entre alteridades socioculturales que generan una matriz tanto académica como científica, que permite llevar a cabo un registro de lo comunicacional re-ubicando al objeto de estudio a partir del paradigma de lo fluido, diferenciándose de los modelos clásicos que ven lo comunicativo como “transmisión” de significados (Escuela de comunicación estratégica de Rosario, s/f). La comunicación estratégica rompe paradigmas, ya que propone considerar la temporalidad como un elemento importante que afecta la compleja realidad en la que se desarrolla la comunicación, por lo que el sujeto es conceptualizado como una

unidad heterogénea abierta al intercambio, en constante transformación e interacción (Massoni, 2009).

La teoría de la comunicación estratégica ha sentado las bases de un núcleo de investigación y desarrollo llamado “*Escuela de comunicación estratégica de Rosario*”, la cual tiene su génesis en la tesis doctoral de Sandra Massoni, presentada en el año 2003. Cabe mencionar que los fenómenos presentes en la realidad son conformados por múltiples dimensiones, lo cual debe de llevar a la aceptación de más de una verdad que los explique, por lo que ninguna teoría es más válida que otra, la multi-dimensionalidad de la realidad también es encontrada en las diferentes situaciones comunicativas (Massoni, 2009).

Desde la visión de la comunicación estratégica se piensa diferente al comunicador social, ya que este no se limita a ser periodista o publicistas, si no, que va más allá, por lo que se concibe al comunicador con *estratega* (Massoni, 2009). Este es un agente capaz de cuestionar la dinámica social considerando aspectos tan importantes como la diversidad cultural, para así poder actuar desde la dimensión comunicativa, articulando las diferencias de acuerdo con las necesidades e intereses de los diferentes grupos sociales, buscando la transformación cognitiva macrosocial (Massoni, 2009). A partir de lo anterior, el comunicador ha de propiciar espacios de encuentro en donde se articulen a partir del disenso y la pluralidad sociocultural, diferentes prácticas comunicativas, así como movimientos sociales, para alcanzar un encuentro con las realidades comunicativas tanto nacionales como regionales. (Massoni, 2009). Por lo que el comunicador se convierte en diseñador de la acción comunicativa, a través de un proceso integral que va desde la conceptualización de la idea hasta su ejecución, siempre considerando el objetivo que se desea alcanzar, transformando los fundamentos teóricos en herramientas para el ejercicio de su profesión (Massoni, 2009).

De acuerdo con la propuesta de Massoni (2009) el comunicador estratégico se caracteriza por:

1. Sabe que se desarrolla en mundo fluido que se encuentra en constante transformación, por lo tanto, el mismo se encuentra abierto al cambio, sus aportaciones van en este sentido con el fin de potencializar las capacidades de conexión.
2. Se aproxima a las situaciones de comunicación considerando el espacio sociocultural en el que se desarrollan.
3. Piensa y es parte de las transformaciones, propicia los intercambios, los vínculos y la afectación mutua.
4. Trabaja como parte del contexto y no visto este como el que lo rodea, sino el que forma y da forma al mismo comunicador, es parte de él.
5. Cuando investiga también es un estratega
6. Parte de que la realidad social es cambiante, el mundo es fluido y dinámico, y dentro de este, la comunicación es un lente importante del vínculo con lo macrosocial.

7. Transforma desde la acción, reconfigurando las formas en las que producimos, validamos y compartimos lo que hacemos.

Metodología

Los resultados que se exponen en este documento forman parte de una investigación más amplia, la cual se ha venido realizando desde hace algunos años, misma que busca comprender las prácticas y significados que las/os jóvenes católicos construyen en y a partir de su participación en las redes sociales virtuales.

Partiendo de la propuesta de Pérez (2014a), se concibe al ser humano como relacional, por lo que la lógica de aproximación al objeto de estudio que se consideró más adecuada fue la cualitativa, con un diseño desde la interpretación de la estrategia. El universo del estudio se conformó por la Pastoral Juvenil de la *Parroquia San Eugenio Papa*, la cual se ubica en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, México (ver figura número uno). La muestra fue constituida por cuatro integrantes del Proyecto “*Jóvenes dejando huella*”, entre los que se encuentran dos de sus fundadores, Erick y Jesús, así como un denominado por los mismos jóvenes como “*influencer católico*”, Kevin. Los criterios de inclusión fueron ser parte del proyecto “*Jóvenes dejando huella*”, mismo que surgió durante la pandemia por Covid-19, y aceptar participar en el estudio.

Figura No. 1 Parroquia de San Eugenio Papa, Guadalajara, Jalisco, México



Fuente: Fotografía tomada por Giovanna Georgina Ramírez Cerón

Con respecto al instrumento de recolección de datos, se parte de que las herramientas que propone la nueva teoría estratégica, se piensan con el fin de aproximarse a un mundo fluido, complejo, en red, con múltiples dimensiones y en ocasiones caótico (Pérez, 2014b), y que los indicadores que pueden obtenerse en el campo son herramientas que proporcionan medidas tanto cuantitativas como cualitativas con el fin de brindar conocimiento de “situaciones que intencionalmente hemos decidido observar” (Massoni, 2018: p. 443). Mismos que pueden dar cuenta de cuatro dimensiones de lo comunicacional: informativa, interaccional, ideológica y sociocultural (Massoni, 2018). Entre

las fuentes de recolección de datos que pueden ser utilizados en la investigación de la comunicación estratégica se encuentran los grupos focales, los testimonios, documentos, vídeos en el campo, entrevistas semi-estructuradas, diversas pruebas, entre otros (Massoni, 2003). El instrumento de recolección de datos utilizado en la presente investigación fue un grupo focal, el cual se llevó a cabo en una transmisión en *Facebook live*, en una de las emisiones del proyecto “*Jóvenes dejando huella*”, llevada a cabo en el mes de agosto de 2020. En esta, uno de los jóvenes de la muestra fungió como el moderador y realizó las preguntas proporcionadas por la investigadora, las cuales detonaban la participación de los miembros de la muestra, a su vez, el moderador interactuó y respondió las preguntas detonadoras. Las interrogantes fueron las siguientes:

1. ¿Qué papel tienen las redes sociales virtuales en la forma de vivir tu fe?
2. ¿Qué redes sociales virtuales utilizan en sus prácticas religiosas tanto en lo individual como en lo grupal antes y durante el cierre de templos por la pandemia del Covid-19?
3. ¿Cuál ha sido el papel que han tenido las redes sociales virtuales para vivir tu “fe” en tiempos de Covid-19?
4. ¿Cómo surgió la idea de transmitir las misas a través de *Facebook* y cómo se sintieron con eso?
5. ¿Cómo surgió el proyecto “*Jóvenes dejando huella*”?
6. ¿Cuál fue el objetivo de este proyecto? Y ¿Cuáles estrategias utilizaron para alcanzarlo?
7. ¿Qué consideraron en las transmisiones de los temas católicos a través de *Facebook live*?

Una vez que se informó y se obtuvo el permiso de los jóvenes para ser parte de esta investigación se procedió a la obtención de los datos, finalmente estos se interpretaron a través de un análisis hermenéutico. Además, las respuestas proporcionadas por los participantes de la muestra fueron cotejadas con la propuesta de Massoni (2009), sobre el comunicador estratégico, misma que se a continuación en la tabla número uno.

Tabla número 1. Lista de cotejo del comunicador estratégico

Indicador	Sí lo presenta	No lo presenta
Abierto al cambio ante las modificaciones que ha traído las estrategias de prevención de contagios por Covid-19		
Considera el espacio sociocultural en el que se desarrolla él y los jóvenes a quienes se dirige		
Es parte de la transformación ante las formas de vivir su “fe” durante la pandemia		
Es parte del contexto		
Investiga como estrategia		
Es parte de la realidad social cambiante		
Transforma desde la acción		
Reconfigura las formas en las que producimos, validamos y compartimos lo que hacemos.		

Elaboración propia de la lista de cotejo basada en la propuesta de Massoni (2009) sobre el comunicador estratégico

Resultados

Las y los integrantes de la pastoral juvenil de la *Parroquia de San Eugenio Papa* viven su “Fe” a través de acciones concretas como: 1) cantar en un coro, 2) asistir a temas católicos semanalmente los cuales son impartidos por las/os mismos jóvenes y por los sacerdotes, así como algunos invitados, 3) organizar y tener una participación activa en diferentes eventos y celebraciones llevadas a cabo por la Parroquia como los oficios de semana santa, fiestas patronales, actividades en la época navideña, la semana de la juventud (SEJUVE), entre otros. Lo cual propicia un espacio para que se mantenga una convivencia casi diaria entre sus integrantes, misma que se vio interrumpida al cerrarse los templos y suspenderse las actividades religiosas grupales como medida de prevención de contagios por Covid-19.

Se encontró que la estrategia diseñada por estas y estos jóvenes para dar continuidad a la vivencia de su fe durante el cierre de templos fue encontrarse a través de *Facebook live*, y no solo con los jóvenes que formaban parte de la pastoral juvenil antes de la pandemia, se abrieron a la posibilidad de encontrarse con otros jóvenes, incluso con quienes no sean católicos y así les lleven un mensaje de esperanza sobre el amor que Cristo tiene a todos los seres humanos sin distinción. Un joven con respecto al motivo que lo impulsó a usar las redes sociales como espacio para evangelizar durante la pandemia refirió:

“Para poder llegar a los jóvenes de todo el mundo tenemos que utilizar todas las redes sociales, tengo grupos de la escuela, del deporte, del templo y otros grupos que no tienen asociación con nada de Dios y como con la contingencia no puedo ir de casa en casa a predicar entonces usó las 5 redes sociales, las redes sociales las usó para evangelizar porque se encuentran todos los jóvenes del mundo”.

Poco después de que los templos fueron cerrados y la celebración de la misa se llevara a cabo sin la presencia de fieles a causa del confinamiento originado por la pandemia del Covid-19; la estrategia llevada a cabo por el equipo sacerdotal de la Parroquia de *Eugenio Papa* fue transmitir las misas a través de *Facebook*. Estas emisiones estaban a cargo de dos jóvenes, Erick y Jesús, miembros fundadores del proyecto “*Jóvenes dejando huella*”. Uno de ellos refirió:

“Jamás nos imaginamos que iba a transmitirse así la misa y que iba a valer igual, vimos que otras parroquias tenían sus páginas, como la parroquia de Santa Cecilia, en San Eugenio Papa empezamos a recibir por mensajes en Facebook solicitando la transmisión de la misa, si leemos los mensajes y estamos al pendiente de cada mensaje, de ahí surgió este hecho de transmitir para que la gente siga participando, para que la gente mayor que tiene que quedarse en casa ya que es un grupo vulnerable, bueno, todas las personas del grupo vulnerable que tienen que estar en casa cuidándose para que no les vaya a suceder nada, todos son muy importantes para todos nosotros. Y también para decirles por estas transmisiones que se les sigue llevando a ellos este alimento. Recuerdo cuando al principio de la pandemia que todavía podían estar los templos abiertos solamente para la exposición del Santísimo y la oración de forma personal, que en algunas ocasiones iban personas mayores llorando porque por lo menos en un momento lo podían ir a visitar, ya que no podían ir a su misa diaria cómo se acostumbra en nuestra comunidad y en muchas comunidades más. Una de esas personas se acercó a decirnos - ¡Qué bueno que están transmitiendo la

misa!- Con esto nos motivan para seguir participando y trabajando para la transmisión de la santa misa y que llegue al mayor número de personas posibles”.

Para los jóvenes de la muestra, el papel que han tenido los medios de comunicación y las redes sociales virtuales en especial *Facebook* ha sido muy importante desde antes de la pandemia. Pero con el confinamiento, esta red social les ha permitido llegar al mayor número posible de personas, facilitando la atención de las necesidades espirituales de la comunidad católica. Para estos jóvenes las necesidades espirituales son tan importantes como las biológicas, psicológicas y sociales; para ellos existen lugares no esenciales como por ejemplo los bares, pero la “fe”, es y seguirá siendo esencial y es importante vivirla, aunque sea a través de los medios como *Facebook*, y a través de este ha sido posible que los fieles reciban el alimento espiritual.

De acuerdo con la información proporcionada por los jóvenes de la muestra, las redes sociales virtuales y de forma muy especial *Facebook*, han sido un “Boom” en muchas parroquias para que las personas puedan participar de la misa, de otras celebraciones religiosas, incluso de las fiestas patronales. Ellos mencionan que incluso muchos sacerdotes se vieron obligados a aprender a utilizar los medios digitales durante esta pandemia por Covid-19, para poder acercarse a las personas a Dios cuidando de la salud de todas y todos.

De acuerdo con dos de sus fundadores, el proyecto “*Jóvenes dejando huella*” surge de la propuesta de los integrantes de los Grupos Juveniles y de Adolescentes Católicos de la Parroquia de *San Eugenio Papa*, en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, México. Esta iniciativa consiste en la transmisión semanal de diferentes temas de formación católica, a través de *Facebook live* en la página de la parroquia *San Eugenio Papa*, las cuales tuvieron su origen a partir del mes de junio de 2020 con el fin de dar continuidad a las actividades que tenían los diferentes grupos que integran la Pastoral Juvenil (Grupo de Jóvenes Eluzáí, el Grupo de adolescentes Damtov, el Grupo de jóvenes y adolescentes San Eugenio) hasta antes de la suspensión de actividades religiosas grupales a causa del Covid-19. Ellos elaboran el temario que se va a transmitir, gestionan la información del mismo, así como al expositor, que es parte del mismo proyecto “*Jóvenes dejando huella*”, también llevan a cabo toda la producción, la difusión y hasta el diseño de su logotipo (este fue diseñado por el joven Jesús Ornelas). En voz de uno de los fundadores del proyecto “*Jóvenes dejando huella*”:

“Ahora, con esta situación del covid ya no podemos reunirnos como lo hacíamos antes, y eso es lo que llamaba la atención, si tú veías al grupo, a todos sus integrantes ¡eso llamaba tu atención! te hacía ir. Ahora, que ya no podemos ir, que no podemos reunirnos tampoco en la parroquia, nace la necesidad de dar estas charlas no sólo a mi grupo, también a San Eugenio y a Eluzáí, y a los demás jóvenes, aunque no pertenezcan a un grupo, para que mientras está pasando esta pandemia puedan ver los temas. Y ya que todo esto pase, si se quieren integrar a un grupo serán bienvenidos. Surge de la necesidad de acercarse a los jóvenes que ya pertenecían a los grupos y que tuvieron que dejar de venir y también a los que se habían alejado de los grupos, surge de la necesidad de llevar esa palabra de Dios”.

La vivencia de la “fe” se enmarcan en espacios físicos o virtuales, y para las y los jóvenes de la muestra, la parroquia les significa ese lugar en el que construyen sus relaciones afectivas de amistad y de pareja, sus relaciones con la propia comunidad (ya que la parroquia de San Eugenio Papa forma parte del territorio en el que han crecido) y sus relaciones con Dios. *Facebook*, ya era parte de las prácticas juveniles y religiosas que llevaban a cabo día con día los informantes mucho antes del confinamiento originado como medida preventiva durante la pandemia por Covid-19, la incorporación de esta red social virtual en sus prácticas no era lo nuevo. Lo verdaderamente nuevo es que las interacciones que llevaban a cabo en el templo se trasladaron al espacio virtual, para ellos los encuentros a través de *Facebook* los viven tal y como sí se encontraran físicamente en la parroquia, como cuando se reunían antes del Covid-19. La creación del proyecto “*Jóvenes dejando huella*”, unió aún más a los grupos que conforman la pastoral juvenil de la parroquia de *San Eugenio Papa*, ya que se cuenta con la participación de integrantes de todos los grupos. Uno de los informantes mencionó: “*Incluso hacemos actividades dentro de las redes durante la pandemia, también nos ayudan a poder vivir la misa, el poder participar es lo que nos ayuda a los jóvenes para poder seguir con la fe intacta*”. Otro refirió: “*Antes confluíamos y nos reuníamos, ahorita en el tiempo de pandemia hemos acudido a los medios digitales para seguir en ese contacto de alguna manera con nuestros hermanos*” (Ver figuras número dos y tres).

Figura No. 2 “*Jóvenes dejando huella*”



Fuente: Imagen proporcionada por Jesús Ornelas

Figura No. 3 Transmisión del grupo focal en *Facebook live* “*Jóvenes dejando huella*”



Fuente: Fotografía proporcionada por Jesús Ornelas

El proyecto “*Jóvenes dejando huella*”, ha sido estrategia diseñada y llevada a cabo por un grupo de jóvenes, con el aval del equipo sacerdotal, como una manera de dar continuidad a las prácticas que se llevaban a cabo antes del cierre de los templos y de la suspensión de las actividades grupales en la parroquia y así satisfacer sus necesidades espirituales; donde los medios digitales y principalmente *Facebook* generaron ese espacio para que no solo los jóvenes, sino, personas de otras edades puedan seguir viviendo su religiosidad en tiempos de Covid-19. Además del proyecto “*Jóvenes dejando huella*”, los miembros de la pastoral juvenil de la parroquia *San Eugenio Papa*, junto al equipo de sacerdotes, realizaron la semana de la juventud (SEJUVE) a través de *Facebook*. La cual antes de la pandemia por Covid-19 se llevaba a cabo de manera presencial, año con año en el mes de agosto en la Diócesis de Guadalajara. El hecho de transmitir las misas a través de *Facebook live* y de la creación del proyecto “*Jóvenes dejando huella*” como formas de vivir la “fe” durante la pandemia por Covid-19 propiciaron el nacimiento de la pastoral de la comunicación de la parroquia de *San Eugenio Papa*, en la cual las/os jóvenes con el apoyo de los sacerdotes han tenido que adaptarse al cambio y como parte de la realidad sociocultural han sido elementos importantes en la transformación de las formas de comunicación de la “fe” en tiempos de Covid-19, convirtiéndose en comunicadores estratégicos desde la propuesta de la comunicación estratégica.

Discusión

De acuerdo con Sandra Massoni, los estudios de la comunicación no pueden limitarse a explicarla y conceptualizarla como mera transmisión. Las realidades son dinámicas, son flexibles, por lo tanto, la ruptura de paradigmas nos lleva a la evolución del

conocimiento. En este sentido, la visión que Massoni propone sobre la comunicación, así como de una conceptualización diferente a la clásica sobre el comunicador, pueden ser un lente que nos ayude a tener una visión más completa sobre los fenómenos comunicacionales, mirándolos desde la complejidad que implican como encuentros socioculturales insertados en temporalidades y espacios particulares. Desde esta lógica es posible entender que acontecimientos como el confinamiento y el distanciamiento físico obligado como una medida de prevención de contagios por Covid-19 modifican indudablemente las formas en las que nos comunicamos, interactuamos y vivimos muchas de las prácticas cotidianas, forzando a muchos a convertirse en comunicadores sin contar con la formación académica, técnica y profesional, y a pesar de lo anterior llegar a ser comunicadores estratégicos. Con base en los hallazgos encontrados se puede afirmar que los integrantes del proyecto “*Jóvenes dejando huella*” reúnen las características del comunicador estratégico desarrolladas por Massoni, ya que conscientes de que vivimos en un mundo cambiante fueron abiertos para adaptarse, buscando alternativas para transmitir las misas, temas y diferentes celebraciones religiosas potencializando las capacidades de conexión. Consideraron las necesidades de los fieles de su comunidad, así como las y los jóvenes miembros de la pastoral juvenil de su parroquia como parte de un espacio sociocultural definido. Se asumen y han sido parte de estas transformaciones en las formas de vivir la “fe” en la distancia, propiciando el desarrollo de vínculos. El contexto formó y es parte de estos comunicadores. Sin lugar a duda, estos jóvenes han sido parte de la transformación desde la acción, apoyando en la reconfiguración de las formas en las que se producen y comparten lo que hacen ellos y los miembros de su comunidad parroquial a través de los procesos comunicacionales de los cuales han sido pioneros en su parroquia.

Conclusiones

Ante fenómenos emergentes y que escapan a las explicaciones conocidas como es el caso del impacto en todas las dimensiones del ser humano que ha traído consigo la pandemia por Covid-19, se puede afirmar que la nueva teoría estratégica es un lente que nos ayudará a comprender mejor esta y otras realidades.

Sobre la base del decálogo de la nueva teoría estratégica propuesto por Rafael Alberto Pérez, los integrantes del proyecto “*Jóvenes dejando huella*” de la Parroquia de *San Eugenio Papa*, se convirtieron en buenos estrategas durante la pandemia por Covid-19, a través del de comunicadores estratégicos que adoptaron. Ya que se vieron en la necesidad de diseñar y llevar a cabo una estrategia desde la comunicación para poder hacer frente a la suspensión de actividades religiosas grupales con motivo de la pandemia por Covid-19, su motivo era “sobrevivir”, al menos espiritualmente. Estos jóvenes innovaron y dieron frescura a las estrategias que se venían planteando en el pasado para así poder llevar la Palabra de Dios durante la pandemia integrando de tal forma el pasado, el presente y el futuro, a tal grado que un fruto del proyecto “*Jóvenes dejando huella*” ha

sido la pastoral de la comunicación de la misma parroquia. Aun sabiendo que sería difícil emprender esta estrategia, la llevaron a cabo. Su estrategia fue adaptativa y a la vez transformadora, se abrieron a la posibilidad de llevar la Buena Nueva a personas de todas las edades, incluso a otros jóvenes que no sean católicos, intentando articular relaciones, aceptando la pluralidad para enriquecerse del otro.

Referencias bibliográficas

- Assunção, S. R. y Mena, M. P. (2014). Perspetivas dos adolescentes sobre o uso do *facebook*: um estudo qualitativo. *Psicologia em estudo*, 19 (3), 539-547. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=287132694018>.
- Benedicto, XVI. (12 de mayo de 2013). Mensaje del Santo Padre Benedicto XVI para la XLVII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. http://www.vatican.va/content/benedictxvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html
- Bernal, C. y Angulo, F. (2013). Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales. *Comunicar*, XX (40), 25-30. www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=40yarticulo=40.
- Conferencia del Episcopado Mexicano. (16 de marzo de 2020). *Comunicado sobre el Covid-19*. Ciudad de México. www.cem.org.mx
- Dillon, A. (2013). Los vínculos y la conversación 2.0: Miradas de adolescentes argentinos sobre *facebook*. *Global Media Journal México*, 10 (19), 43-68.
- DiMicco, J.M. y Millen, D. R. (2007). Identity management: multiple presentations of self in *facebook*. *Watson Research*. pp. 383-386.
- Dwyer, C., Passerini, K. y Hiltz, S. R. (2007). Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of *facebook* and *MySpace*. *Proceedings of the Thirteenth Americas Conference on Information Systems*, Keystone, Colorado. August 9-12, 2007.
- Erikson, E. (2011; 1997). *El ciclo vital completado*. España: Paidós.
- Erjavec, K. (2013). Aprendizaje informal a través de *facebook* entre los alumnos eslovenos. *Comunicar*, XXI (41), 117-126. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15828675013>.
- Escuela de comunicación estratégica de Rosario. (s/f). Argentina. <https://comunicacionestrategicarosario.sites.google.com/site/comunicacionestrategicarosario/>
- Francisco. (2019). Exhortación apostólica postsinodal *Christus vivit* del Santo Padre Francisco a los jóvenes y a todo el pueblo de Dios. Lo-reto, junto al Santuario de la Santa Casa. http://www.vatican.va/content/francesco/es/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20190325_christus-vivit.html
- Gallo, L. (2012). La influencia de *facebook* en las interacciones comunicativas de los adolescentes de 15-16 años del primer año de bachillerato. (Tesis de licenciatura). Universidad central del Ecuador. Facultad de comunicación social. Ecuador.
- Herrera, R. y Bendezú, R. (2017). Capítulo 5. La estrategia desde una matriz comunicacional. En Arribas, A., Herrera, R. y Pérez, R. (Coords.). *Nueva teoría estratégica: Repensando la estrategia desde la comunicación* (135-167). Editorial Razón y palabra, FISEC, CINTE y la Universidad de lo hemisferios.
- Linne, J. y Brasile, D. (2013). La discoteca virtual. Búsqueda de pareja en adolescentes de sectores populares a través de *facebook*. *Razón y palabra*, 18 (85), 26 páginas. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199531506029>.
- Lugo, M. (2013). La construcción de la imagen visual y la rostrocidad en *facebook*. *Razón y Palabra*, (83). http://www.razonypalabra.org.mx/N/N83/V83/19_Lugo_V83.pdf.
- Massoni, S. (2003). 12 años de investigación en comunicación estratégica. Escuela de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario. Argentina.
- Massoni, S. (2009). Comunicación estratégica: somos seres en-red-dándonos. En *FISEC-estrategias. Facultad de ciencias sociales de la universidad nacional de Lomas de Zamora*. V1 (12), 3-24.
- Massoni, S. (2018). Medición de procesos comunicaciones en organizaciones y proyectos: la dimensión informática desde la comunicación estratégica. En *Razón y Palabra*, 22, 441-460. <http://www.iteso-revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1171/pdf>
- Pérez, R. (2014a). Capítulo 1. Qué es la Nueva Teoría Estratégica. En Herrera R. y Pérez, R. (Coords.). *Nueva Teoría Estratégica: El paradigma emergente para la co-construcción y transformación de la realidad* (pp. 11-22). Chile: Editorial Santillana y FISEC.

- Pérez, R. (2014b). Capítulo 2. ¿Qué ha venido a cambiar la Nueva Teoría Estratégica? En Herrera R. y Pérez, R. (Coords.). *Nueva Teoría Estratégica: El paradigma emergente para la co-construcción y transformación de la realidad* (pp. 23-113). Chile: Editorial Santillana y FISEC.
- Pérez, R. (2003). ¿Por qué necesitamos una nueva teoría estratégica? En *Mediaciones*, 1(2), 81-96. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.1.2.2003.81-96>
- Ricaurte, P., y Ortega, E. (2010). Facebook o los nuevos rostros de la socialidad. *Virtualis*, 2, http://www.academia.edu/2215636/Facebook_o_los_nuevos_rostros_de_la_socialidad.
- Robles Ortega, J. F. (20 de marzo de 2020). Circular 12/2020 Actualizaciones frente al Covid-19. Guadalajara. <https://arquiocesisdgdl.org/comunicadosycirculares/2020/cir12.php>
- Secretaría de Gobernación. (2020). “Acuerdo por el que se establecen las medidas preventivas que se deberán implementar para la mitigación y control de los riesgos para la salud que implica la enfermedad por el virus SARS-CoV2 (COVID-19)”. En Diario Oficial de la Federación 24 de marzo de 2020. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590339&fecha=24/03/2020
- Secretaría de Salud. (28 de febrero de 2020). 077. “Se confirma en México caso importado de coronavirus COVID-19”. <https://www.gob.mx/salud/prensa/077-se-confirma-en-mexico-caso-importado-de-coronavirus-covid-19>
- Sección Diocesana de Pastoral Juvenil. (2013). *Entorno a Jesús: Itinerario de formación para grupos juveniles, Volumen 2*. Guadalajara: Provincia eclesial de Guadalajara.
- Sínodo de los Obispos. (2018). *Los jóvenes, la fe y el discernimiento vocacional. Documento final de la XV Asamblea General Ordinaria*. Ciudad del Vaticano. http://www.vatican.va/roman_curia/synod/documents/rc_synod_doc_20181027_doc-final-instrumentum-xvassemblea-giovani_sp.html
- Suárez, M. Y. (2012). Me muestro, me miras, me agregas... Los usos de la fotografía en *Facebook* por parte de los adolescentes como medio de visibilización. Tesis de Master. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Winocur, R. (2009). *Robinson Crusoe ya tiene celular*. Siglo XXI: México.
- Zhao, S., Grasmuck, S. y Martin, J. (2008). Identity construction on facebook: Digital empowerment in anchored relationship. *Computers in human behavior*, 24(2008), 1816-1836. http://www.elsevier.com/wps/find/journaldescription.cws_home/759/description#description.