

Entre lo sagrado y lo político: la configuración digital de la subjetividad en prácticas religiosas circulantes en TikTok

Domingo de Jesús Torres Ortiz

Maestría en Desarrollo Educativo y Social

Universidad Pedagógica Nacional

Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano (CINDE)

2025

Entre lo sagrado y lo político: la configuración digital de la subjetividad en prácticas religiosas circulantes en TikTok

Domingo de Jesús Torres Ortiz

Director de Tesis:

Omar Andres Camacho Sánchez

Trabajo de grado presentado para optar al título de Magíster en Desarrollo Educativo y Social

Maestría en Desarrollo Educativo y Social

Universidad Pedagógica Nacional

Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano (CINDE)

2025

Agradecimientos

A Dios, presencia que no siempre se nombra, pero sostiene, luz silenciosa que acompaña cuando el pensamiento duda y la palabra busca sentido.

A mi madre, Rosa Magola Ortiz Caraballo, raíz firme y refugio, manos que enseñaron a resistir y a creer incluso cuando el camino parecía incierto. En su amor aprendí que todo esfuerzo también es esperanza.

A mis abuelos, Carlos Ortiz y Magola Caraballo, memoria viva del tiempo, voz serena que orienta, sabiduría que habita en los gestos simples y que hoy acompaña este logro como herencia y como horizonte.

A mi tío, Carlos Daniel, presencia generosa y palabra constante en el camino de esta maestría. Su ayuda incondicional ha sido sostén silencioso y aliento firme en cada paso de este proceso. En su ejemplo he aprendido que la educación no solo transforma el conocimiento, sino también la vida misma; que aprender es también una forma de cambiar, de crecer y de abrir nuevos horizontes para uno mismo y para los demás.

A mi compañera de vida, Mónica Rodríguez, compañera de pasos y desvelos, presencia constante en los días largos, por su amor, paciencia, ayuda, escucha y comprensión puesta en este proyecto aun cuando yo mismo dudaba.

A la línea de investigación “*Jóvenes, culturas y poderes*”, territorio de preguntas incómodas, de pensamiento crítico y diálogo abierto, donde lo juvenil, lo cultural y lo político se pensaron sin miedo y dieron forma a esta búsqueda.

Este trabajo nace del cruce entre lo sagrado y lo político, entre la fe, la palabra y la pantalla, y es también fruto de todos aquellos, que hicieron del camino académico una experiencia humana, colectiva y profundamente significativa.

Contenido

Resumen	9
Abstract	10
CAPÍTULO I. Contexto de la investigación	11
I. Introducción	11
II. Justificación	12
III. Planteamiento del problema	14
V. Objetivos	17
Objetivo general	17
Objetivos específicos	17
CAPÍTULO II	17
I. Antecedentes	17
II: Planteamiento	24
III. Método	24
IV. Categorías y términos de búsqueda	24
V. Etapas del cribado documental	27
VI. Discusión preliminar	29
VII. La religión en la era digital: transformaciones y desafíos en el espacio virtual	31
VIII. Contexto de la religión en el espacio digital	31
XI. Identidad religiosa y comunidad en la era digital	33
X. Mediación tecnológica y transformación de rituales	35
XI. Implicaciones socioculturales y teológicas	36
Convergencias y distanciamientos	38
CAPÍTULO III.	40
Marco teórico	40
I. Delimitación conceptual y uso operativo dentro de la investigación	41
II. Sociología de la religión y espiritualidad digital	42
III. Mediación tecnológica y transformación de rituales	46
IV: Identidad religiosa en la era digital: ¿fe pública o performance digital?	48
V. Poder y autoridad religiosa en entornos virtuales	52
CAPÍTULO IV	65
Marco Metodológico	65

II. Instrumentos	68
III. Recolección de la información	70
IV. Procedimiento de categorización y construcción del sistema de análisis	71
I. Fase de lectura y segmentación multimodal	72
<i>II. Clasificación de las unidades de análisis multimodal.</i>	72
II. Fase de codificación inicial	73
<i>b) Codificación guiada por la matriz (deductiva) y apertura a lo emergente (inductiva)</i>	74
<i>c) Criterios de codificación: regularidades temáticas y expresivas</i>	75
<i>d) Codificación fenomenológica: captar el sentido desde la experiencia discursiva</i>	76
<i>e) Codificación semiótico-funcional: significado como articulación de modos</i>	76
III. Fase de agrupación y construcción del árbol categorial	76
CAPÍTULO V <i>Análisis e interpretación de la información</i>	78
II. Estrategias discursivas de movilización emocional	91
III. Articulación religión-política	100
IV. Subjetividad política de los usuarios	106
IV. Interacción como contexto del análisis discursivo	135
Lectura analítica de la interacción: patrones de activación discursiva	136
CAPÍTULO VI	144
Conclusiones	144
Referencias	147

Índice de gráficos

Gráfico 1. Matriz de análisis de antecedentes.	18
Gráfico 2. Distribución por país. Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de 30 documentos seleccionados (2020–2024)	21
Gráfico 3. Tipo de fuente consultada.....	23
Gráfico 4. Mapa de conceptos. Fuente: elaboración propia.	26
Gráfico 5. Número de documentos consultados por categoría temática. Fuente: elaboración propia.	29
Gráfico 6. Patrones fase 1	72
Gráfico 7. Unidades de análisis multimodal.....	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 8. Fragmentos significativos dentro de cada video.	74
Gráfico 9. Árboles categorías de análisis.	77
Gráfico 10. Legitimación discursiva en los videos.....	88

Índice de imágenes

Imagen 1. Comentarios de análisis 1.	110
Imagen 2. Comentarios de análisis 2.	111
Imagen 3. Bloque 1 de análisis de comentarios.....	113
Imagen 4. Bloque 2 de análisis de comentarios.....	116
Imagen 5. Bloque 3. Análisis de comentarios.	118
Imagen 6. Bloque 4. Análisis de comentarios.	120
Imagen 7. Comentario de análisis 3.....	122
Imagen 8. Bloque 5. Análisis de comentarios.	123
Imagen 9. Bloque 6. Análisis de comentarios.	125
Imagen 10. Comentario de análisis 4.....	127
Imagen 11. Bloque 7. Análisis de comentarios.	129
Imagen 12. Nube de palabras de hashtags asociados a la interacción en discursos religioso-políticos en TikTok.....	141

Índice de tablas

Tabla 1. Descripción categorías clave de análisis utilizadas en la matriz.	20
Tabla 2. Criterios de selección de fuentes académicas.....	21
Tabla 3. Matriz de búsqueda. Fuente: elaboración propia.....	26
Tabla 4. Identificación de documentos. Fuente: elaboración propia.....	28
Tabla 5. Filtros por tipo y geografía. Fuente: elaboración propia	28
Tabla 6. Inclusión de documentos en Digitalia. Fuente: elaboración propia	29
Tabla 7. Criterios de registro y análisis. Elaboración: propia.	71
Tabla 8. Religiosidad como legitimación discursiva.....	84
Tabla 9. Estrategias discursivas de movilización emocional	94
Tabla 10. Articulación religión-política.....	104
Tabla 11. Subjetividad política de los usuarios.	109
Tabla 12. Interacción digital y patrones de activación del discurso religioso-político	137

Resumen

Esta investigación analiza la articulación entre religiosidad y política en TikTok, con el fin de comprender cómo los discursos religiosos que circulan en esta plataforma contribuyen a la configuración de subjetividades políticas contemporáneas. A partir de un enfoque cualitativo basado en el análisis del discurso y la semiótica social, se examina un corpus de videos que abordan temas como la libertad religiosa, el activismo provida, el voto cristiano, la crítica al secularismo, la relación entre fe e ideología y los conflictos generacionales en torno a los valores.

El estudio integra el análisis de los contenidos audiovisuales con el examen de la interacción digital: visualizaciones, me gusta, comentarios, compartidos y hashtags, entendida como un componente constitutivo del discurso. Los resultados muestran que los contenidos que articulan de manera explícita religión, política y emoción generan mayores niveles de interacción, activando procesos de identificación, confrontación y toma de postura. Emociones como el miedo, la indignación moral y la esperanza operan como dispositivos centrales que orientan la interpretación de la realidad y predisponen a la acción política.

Asimismo, se evidencia que la religiosidad funciona como un recurso de legitimación discursiva altamente flexible, capaz de presentarse como derecho, mandato moral, fundamento del orden social o criterio de acción política. En este contexto, TikTok se configura como un entorno sociocomunicativo donde lo religioso se resignifica como una gramática pública de sentido, produciendo subjetividades políticas que desafían la distinción tradicional entre lo privado y lo público.

Palabras claves

Religión; Comunicación digital; Redes sociales; Socialización política; Identidad cultural; Juventud.

Abstract

This research analyzes the relationship between religiosity and politics on TikTok, aiming to understand how religious discourses circulating on this platform contribute to shaping contemporary political subjectivities. Using a qualitative approach based on discourse analysis and social semiotics, the study examines a corpus of videos addressing topics such as religious freedom, pro-life activism, the Christian vote, critiques of secularism, the relationship between faith and ideology, and generational conflicts surrounding values.

The study integrates the analysis of audiovisual content with an examination of digital interaction: views, likes, comments, shares, and hashtags, understood as a constitutive component of discourse. The results show that content explicitly articulating religion, politics, and emotion generates higher levels of interaction, activating processes of identification, confrontation, and stance-taking. Emotions such as fear, moral outrage, and hope operate as central mechanisms that guide the interpretation of reality and predispose individuals to political action.

Furthermore, it is evident that religiosity functions as a highly flexible discursive legitimizing resource, capable of presenting itself as a right, a moral mandate, a foundation of the social order, or a criterion for political action. In this context, TikTok is configured as a socio-communicative environment where religion is redefined as a public grammar of meaning, producing political subjectivities that challenge the traditional distinction between the private and the public spheres.

Keywords

Religion; Digital communication; Social networks; Political socialization; Cultural identity; Youth.

CAPÍTULO I.

Contexto de la investigación

I. Introducción

En los últimos años, las plataformas digitales han adquirido un papel central en la circulación de discursos religiosos y políticos, transformando profundamente las formas de expresión, interacción y construcción de sentido en la esfera pública contemporánea. TikTok, en particular, se ha consolidado como un espacio privilegiado para la producción y difusión de contenidos breves, altamente visuales y emocionalmente intensos, que no solo informan, sino que interpelan, movilizan y configuran posicionamientos identitarios. En este entorno, la religión no aparece como un residuo del pasado ni como una práctica confinada al ámbito privado, sino como un repertorio simbólico activo que se resignifica y se articula con debates políticos, morales y culturales de alta controversia.

Esta investigación se sitúa en la intersección entre religión, comunicación digital y subjetividad política, con el propósito de analizar cómo determinados discursos religiosos que circulan en TikTok participan en la configuración de subjetividades políticas contemporáneas. Lejos de entender estos contenidos como meras opiniones individuales, el estudio los aborda como prácticas discursivas que, mediante el uso estratégico del lenguaje, la emoción y los recursos visuales, producen formas específicas de identificación, antagonismo y legitimación en el espacio público digital.

El análisis se centra en un corpus de videos que articulan explícita o implícitamente lo religioso y lo político, abordando temáticas como la libertad religiosa, el voto cristiano, la agenda provida, la crítica al secularismo, la relación entre fe e ideología, el conservadurismo cultural y los conflictos generacionales en torno a los valores. A través de un enfoque cualitativo de análisis discursivo, complementado con el estudio de la interacción (visualizaciones, “me gusta”, comentarios y compartidos), se examina no solo lo que los videos dicen, sino cómo son recibidos, disputados y resignificados por las audiencias.

En este sentido, la interacción se asume como un componente constitutivo del discurso y no como un elemento accesorio. Los comentarios, las interacciones de los usuarios con el contenido (reacciones, compartidos y participación en las publicaciones) y la circulación de hashtags¹ permiten observar procesos de subjetivación política en acto, en los que los usuarios se reconocen como creyentes, ciudadanos, adversarios ideológicos o defensores de determinados valores. Así, TikTok se configura no solo como un canal de difusión, sino como un entorno sociocomunicativo donde religión, política y emoción se entrelazan, dando lugar a nuevas formas de participación, legitimación y disputa simbólica en la esfera pública digital.

II. Justificación

Inicialmente, es relevante conocer el papel de la religión en una relación con el ahora, la comunicación y los tiempos en los que, el ser humano ha transportado todo su ser y mundo en redes informáticas; es decir, son actores que procesan información y acceden a un mundo o una esfera de información. De esta manera, algunas informaciones que circulan, aplicaciones y la configuración de entornos virtuales, crean una acumulación de narraciones con significado y contexto; justamente, la información que circula ahora cuenta con efectos que permiten comunicarnos para crear *comunidad* y un *espíritu subjetivo*, pero muchas veces, solo de forma virtual.

Bajo este contexto, el acceso a redes o plataformas crea una nueva identificación de las cosas, los lugares y el yo, debido a la influencia y formación de la identidad; en otras palabras, surge una producción del nosotros mismos en las redes sociales. Desde allí, se observa a raíz del COVID-19, particularmente, el papel que la religión encontró y adaptó para la expresión, difusión y creación de formas diversas y contemporáneas de vivir y comunicar la fe. De este modo, las plataformas digitales, y en especial Tik Tok, posibilitaron gestar manifestaciones religiosas que se reinterpretaron y adecuaron a un lenguaje y estilo de comunicación propio

¹ Un hashtag es una palabra o frase corta precedida por el símbolo # que se utiliza en redes sociales para etiquetar y agrupar contenidos sobre un mismo tema.

de esta era, haciendo que lo sagrado y lo digital converjan en formas inéditas que trascienden espacios físicos y culturales.

Por lo tanto, esta investigación busca entender cómo se expresan las prácticas religiosas en Tik Tok y su impacto en la forma en que los usuarios construyen su identidad política. Al mismo tiempo, se propone analizar cómo las dinámicas religiosas en esta plataforma influyen en nuevas formas de participación y posicionamiento político. Es decir, la interacción entre religión y comunicación digital se presenta como un fenómeno de creciente importancia en la sociedad actual, tal como lo señala Rebolledo (2023):

Las redes sociales han permitido un resurgimiento del interés en la teología, no desde una perspectiva formal y tradicional, sino a través de canales más accesibles y mediáticos que facilitan el debate y la difusión de ideas religiosas. Este nuevo escenario plantea un desafío para las formas tradicionales de enseñanza y práctica teológica, sugiriendo la necesidad de una reevaluación de lo que se considera una verdadera expresión teológica (p.37).

Adicional a ello, se observa que las narrativas religiosas compartidas en Tik Tok pueden reforzar o desafiar ideologías políticas, movilizar a los usuarios en torno a causas sociales o generar debates éticos y morales que influyen en la subjetividad política de los participantes, como señala Prada (2019), “La red no solo facilita la comunicación, sino que también contribuye significativamente a la construcción de la identidad religiosa, particularmente entre los nativos digitales” (p.15); este proceso de subjetivación política, como explica Gómez (2012), involucra elementos emocionales y racionales que son fundamentales en la participación política.

Por lo anterior, esta investigación ofrece una contribución importante al entendimiento de las prácticas religiosas en entornos digitales, su influencia y configuración de la subjetividad política de los usuarios, especialmente, en una plataforma tan influyente socialmente como Tik Tok, redefiniendo la manera en que los individuos perciben y participan en la esfera política.

III. Planteamiento del problema

En la era digital, la religión ha encontrado nuevos canales de expresión y difusión, concibiendo así, maneras diversas para gestar y articular las formas tradicionales de práctica y comunicación de la misma. En este sentido, las plataformas digitales permiten de manera instantánea y global, reinterpretar y adaptar las manifestaciones religiosas a un lenguaje y estilo de comunicación propios de esta era. Es allí, donde emerge la importancia y convergencia entre lo sagrado y lo digital, dando lugar a nuevas formas de religiosidad que trascienden espacios físicos y culturales.

En efecto, las plataformas digitales, en especial Tik Tok, integran una serie de elementos multimodales y multifacéticos con un contenido constante, donde el flujo de información posibilita la difusión de ideas y creencias, así como la creación de comunidades en torno a intereses comunes y allí, es donde toma cabida las prácticas religiosas. Bajo este sentido, es pertinente la información que proporciona el autor Rebolledo, (2023) al mencionar:

Quando navego por las redes sociales, algo que hago diariamente, me encuentro con cuentas que se dedican a hacer preguntas teológicas, debatir sobre temas relacionados con la fe y publicar contenido provocador que, en ocasiones, genera polémica entre quienes lo emiten y aquellos que responden para defender, ya sea la llamada sana doctrina o el orden doctrinal adecuado de la iglesia. Desde mi perspectiva en el entorno virtual, observo estas conversaciones y, en algunas ocasiones, participo en ellas. Para mí, esto representa un renacimiento del interés en la teología, no porque ofrezcan programas formales de educación como en el pasado, que duraban cinco años, mantenían a los participantes seis horas al día en aulas de seminario y seguían un plan de estudios establecido por la tradición confesional. Me preocupa que mis colegas piensen que esa es la única manera válida de aprender y practicar la teología, y más aún, que consideren que estos otros canales, menos formales y más mediáticos, son una forma inferior de hacer teología o que simplemente no lo son (p.5-6).

De acuerdo con lo anterior, las personas en estos espacios, se conciben desde otras aristas y percepciones, así también se les designa como sujetos, los cuales se categorizan como usuarios que emplean una serie de dinámicas entre hashtags, tendencias virales, y formatos de videos cortos para comunicar sus mensajes de manera atractiva y accesible, lo que puede llegar a audiencias amplias y diversas. Por lo tanto, es desde allí, donde la reconfiguración

de la fe se vive y se comparte con mensajes directos, pero también mediante la apropiación de tendencias populares, memes, y desafíos virales que incorporan elementos religiosos. Esta adaptación creativa permite que la religión sea percibida como relevante y contemporánea, lo que puede atraer a una audiencia más joven y digitalmente nativa. Es así como se dota de sentido y significado, nuevos espacios y formas visibles y experienciales de la fe. Al respecto, Prada, (2019) indica:

Ese sería el fruto de la fe que desprende de sí misma un impulso cognoscitivo en un tiempo en el que la lógica de la red marca el modo de pensar, de conocer, de comunicar, de vivir. Esa reflexión, ahora como nunca, es importante, porque es fácil constatar que, cada vez más, internet contribuye en la construcción de la identidad religiosa de las personas. Y eso, en verdad, en general será cada vez más evidente en los llamados nativos digitales (p. 89).

De este modo, se comprende que este juego de elementos da cuenta de los hechos de la transmisión simbólica que han constituido y constituyen el devenir del género humano. Las nuevas comprensiones que dan lugar a la reivindicación de los signos, símbolos, palabras, ritos, mitos y política, posibilitan la construcción de la historia para analizar las relaciones del hombre con el hombre y del hombre con las cosas. Por esto, la fe adquiere una percepción y participación en la política, la cual se asocia en la influencia y construcción de la subjetividad política, en este caso de los usuarios de Tik Tok; es decir, se concibe como dialéctica, esto, en una perspectiva donde:

La actividad política, articula decisiones que inciden, involucran y atraviesan la subjetividad de sus participantes, tales como sus intencionalidades, temores, miedos, esperanzas, utopías, deseos, sueños y fantasías. No es gratuito ni moda entonces, que los principales teóricos actuales de la democracia y la política consideren el miedo, la incertidumbre, el escepticismo, el deseo y las emociones como los principales factores en los procesos de subjetivación política (Gomez, 2012, p. 134)

Así pues, se asume al sujeto o usuario, como actor político, dado que:

Se concibe como una actividad que permite a cada individuo, mediante sus acciones y discursos, presentarse ante los otros como un sujeto que posee una identidad propia, que debe ser reconocida por ellos. Desde este punto de vista, la política se encuentra ligada de manera indisoluble a una esfera pública, la cual representa un espacio de aparición, en el que se

desarrolla, como decía Aristóteles, el “trabajo del hombre en tanto hombre”. (Gómez 2012, p. 137).

Bajo este contexto, las creencias religiosas, cuando se comunican y se viralizan en plataformas digitales, pueden influir en la construcción de la subjetividad política de los usuarios. Por ejemplo, las narrativas religiosas compartidas en Tik Tok pueden reforzar o desafiar ciertas ideologías políticas, movilizar a los usuarios en torno a causas sociales, o generar debates sobre cuestiones éticas y morales. Lo anterior, permite concebir estas posturas como nuevas formas de participación, debido a la interacción y el uso de la plataforma para expresar y, al mismo tiempo, posicionarse políticamente, ya sea a través de mensajes explícitos o de manera más sutil. Esta dualidad permite que las prácticas religiosas digitales se conviertan en una herramienta para la acción política, contribuyendo a la formación de opiniones y la movilización social.

Por tanto, la investigación propuesta busca explorar la intersección entre lo espiritual y lo político en el contexto de Tik Tok, considerando las manifestaciones religiosas en esta plataforma desde la manera en que los individuos perciben y participan en la esfera política. A través de un enfoque interdisciplinario que abarque la educación, la teología y los estudios sociales, se pretende ofrecer una visión más profunda de las interconexiones entre lo religioso y lo social en la era digital, y cómo estas configuran nuevas formas de subjetividad política.

IV. Pregunta problema

El creciente uso de plataformas digitales ha transformado la manera en que los individuos interactúan con las manifestaciones religiosas y, a su vez, cómo estas influyen en sus perspectivas políticas. En el caso específico de Tik Tok, una red social ampliamente popular, se observa una interacción dinámica entre las expresiones de religiosidad y la construcción de subjetividades políticas. Las publicaciones con contenido religioso no solo permiten la difusión de creencias y prácticas, sino que también inciden en la formación de actitudes políticas entre los usuarios. Esta interacción puede ser particularmente relevante al observar cómo las expresiones religiosas afectan la forma en que los usuarios desarrollan

opiniones sobre temas sociales específicos y cómo se movilizan políticamente en torno a estos.

Dado este contexto, es pertinente preguntarse: *¿Cómo se configuran las subjetividades políticas de los usuarios a partir de la influencia de contenido religioso en Tik Tok?*

V. Objetivos

Objetivo general

Analizar cómo el contenido religioso difundido en la plataforma TikTok influye en la configuración de la subjetividad política de sus usuarios.

Objetivos específicos

1. Indagar la relación entre la religiosidad y lo social a través de la plataforma Tik Tok.
2. Reconocer la influencia del contenido religioso y social mediante la interacción que forja la subjetividad política de los usuarios en la plataforma de Tik Tok.
3. Comprender la manera en que las expresiones de religiosidad influyen en la configuración de subjetividad política de los usuarios a través de la plataforma Tik Tok.

CAPÍTULO II.

I. Antecedentes

Durante las últimas dos décadas del siglo XXI, el crecimiento de plataformas digitales ha transformado profundamente la manera en que las personas experimentan la religiosidad. TikTok, como red social basada en videos de formato corto, ha emergido como un espacio significativo para la expresión de creencias, prácticas y discursos religiosos. Esta plataforma

no solo reconfigura los lenguajes de la fe, sino también moldea la subjetividad de sus usuarios, particularmente en poblaciones jóvenes. En este marco, la presente revisión tiene como objetivo sistematizar la producción académica reciente sobre las expresiones de religiosidad en TikTok, con énfasis en su relación con la configuración de la subjetividad política.

Para el desarrollo de este capítulo, se construyó una matriz de análisis (Figura 1) que permitió organizar y sistematizar la información obtenida a partir de diversas fuentes académicas pertinentes.

The image shows a large, multi-column and multi-row matrix table. The table is filled with dense, small text, likely representing a systematic review of academic literature. There are several columns and rows, with some cells containing blue highlights or markings. The table is organized into several sections, likely representing different categories or themes related to the research on digital religiosity and political subjectivity. The text is too small to read in detail, but the structure suggests a complex analytical framework.

Gráfico 1. Matriz de análisis de antecedentes.

Bajo este sentido, la matriz fue construida a partir de categorías clave (Tabla 1) que responden al enfoque de la investigación y al contexto digital contemporáneo, entre las que se destacan: *la mediación tecnológica de la fe, la adaptación de los rituales religiosos, la reconfiguración*

de la identidad religiosa y la transformación de las formas de autoridad en comunidades virtuales.

Mediación tecnológica de la fe	La expansión del acceso a discursos religiosos en plataformas digitales ha permitido la diversificación de voces dentro de la esfera religiosa. Sin embargo, esto también ha generado tensiones políticas relacionadas con la regulación de contenidos, la censura en redes sociales y la disputa por la influencia de los mensajes religiosos en audiencias masivas. Además, la intermediación de plataformas privadas (Facebook, YouTube, TikTok) implica que las corporaciones tecnológicas ejercen un control indirecto sobre qué narrativas religiosas tienen mayor visibilidad.
Adaptación de los rituales religiosos	La digitalización de los rituales religiosos ha llevado a debates sobre la legitimidad y validez de las ceremonias en línea, lo que puede reflejar tensiones políticas dentro de las instituciones religiosas. Algunos grupos han resistido estas adaptaciones por considerar que amenazan la cohesión comunitaria y el poder de la autoridad clerical. También se han generado disputas en torno al reconocimiento oficial de ciertos sacramentos virtuales, como la confesión y la comunión, lo que pone en juego la relación entre la ortodoxia religiosa y la flexibilidad impuesta por las nuevas tecnologías.
Reconfiguración de la identidad religiosa	La identidad religiosa en espacios digitales no solo es más flexible, sino que también se ha politizado. Grupos religiosos han utilizado plataformas digitales para promover discursos que vinculan la fe con movimientos políticos, ya sea en defensa de derechos humanos, en oposición a agendas progresistas, o en apoyo a líderes políticos que utilizan la religión como base ideológica. Esto ha generado una fragmentación en las

	comunidades religiosas, donde las identidades religiosas y políticas se entrelazan y generan conflictos entre diferentes sectores dentro de una misma tradición religiosa.
Transformación de la autoridad en comunidades virtuales	La autoridad religiosa tradicional ha sido desafiada por la aparición de nuevas figuras de liderazgo espiritual en plataformas digitales. Influencers religiosos, pastores independientes y grupos laicos organizados han ganado relevancia, restando poder a las estructuras eclesiásticas tradicionales. Este fenómeno ha generado disputas internas dentro de las iglesias sobre quién tiene la legitimidad para interpretar y transmitir el mensaje religioso. Además, en algunos contextos, los gobiernos han intervenido en la regulación de discursos religiosos en redes sociales, justificando medidas de control bajo el argumento de combatir la desinformación o el extremismo, lo que plantea interrogantes sobre la libertad religiosa y la autonomía de las comunidades de fe.

Tabla 1. Descripción categorías clave de análisis utilizadas en la matriz.

Ahora bien, para garantizar una representación diversa de perspectivas y enfoques teóricos, se consultaron distintas bases de datos reconocidas, tales como: JSTOR, Google Scholar, Scopus y Web of Science, de esta manera, la selección de fuentes académicas en función de tres criterios fundamentales:

Relevancia temática	Al considerar únicamente estudios que abordaran de manera explícita uno o más de los temas centrales vinculados al objeto de estudio
----------------------------	---

<p style="text-align: center;">Diversidad geográfica</p>	<p>Se buscó incluir estudios de diferentes contextos culturales y geográficos, con un enfoque en países de América Latina para capturar la diversidad de experiencias y prácticas religiosas en entornos digitales.</p>
<p style="text-align: center;">Actualidad</p>	<p>Se seleccionaron fuentes publicadas entre 2020 y 2024 para asegurar que la información refleje las tendencias y cambios recientes en la mediación tecnológica de la fe.</p>

Tabla 2. Criterios de selección de fuentes académicas.

Ahora bien, frente a la *diversidad geográfica* la matriz de análisis reunió estudios de países como Brasil, México, España, Argentina y Colombia, entre otros. Se eligieron ya que muestran una gran variedad en cómo se vive la religión y cómo se usan las tecnologías digitales. De este modo, se observó que:

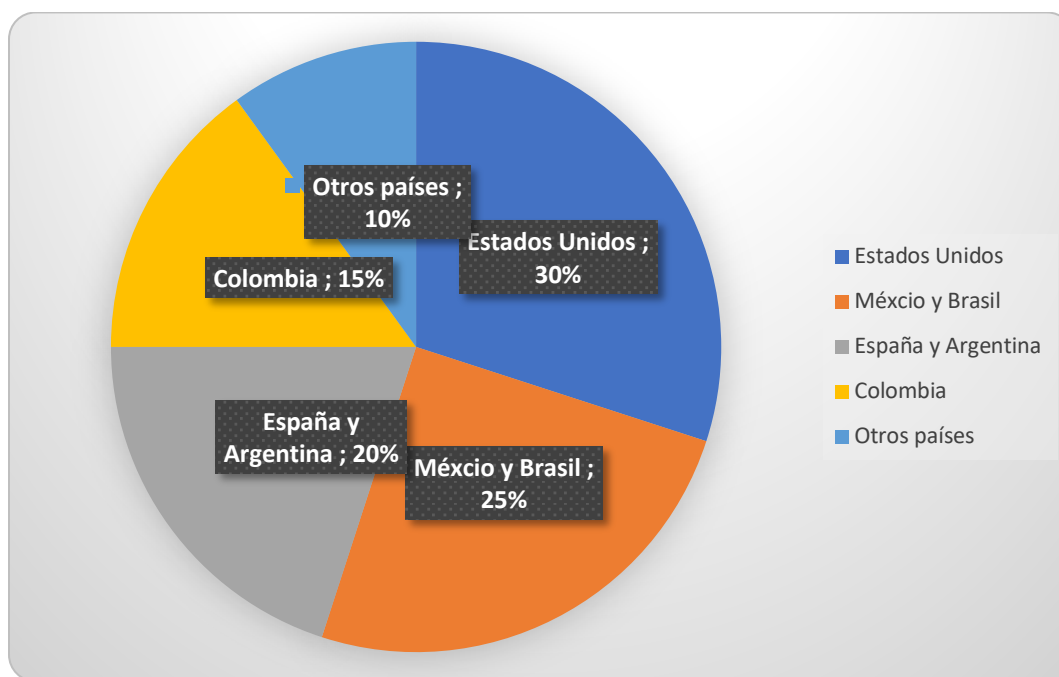


Gráfico 2. Distribución por país. Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de 30 documentos seleccionados (2020–2024)

- **Estados Unidos (30%):** Aproximadamente 9 estudios se centraron en el uso de plataformas como Facebook y YouTube por parte de comunidades cristianas, destacando la mediación tecnológica de la fe en un entorno altamente digitalizado.
- **México y Brasil (25%):** Cerca de 7 estudios abordaron la adaptación de rituales religiosos al entorno virtual, especialmente durante la pandemia de COVID-19, periodo en el que las iglesias trasladaron celebraciones y prácticas litúrgicas a transmisiones en línea.
- **España y Argentina (20%):** Aproximadamente 6 investigaciones se enfocaron en la reconfiguración de la identidad religiosa, analizando cómo los jóvenes utilizan las redes sociales para expresar su fe de forma innovadora y crítica frente a las estructuras tradicionales.
- **Colombia (15%):** Alrededor de 5 estudios examinaron la adopción de herramientas digitales por comunidades religiosas, resaltando procesos de evangelización digital, conformación de comunidades virtuales y transformación de prácticas religiosas durante la pandemia.
- **Otros países (10%):** Cerca de 3 estudios correspondieron a contextos diversos, entre ellos Chile y Perú, aportando perspectivas complementarias al análisis.

De esta forma, la *recopilación de datos* se hizo a través de una revisión detallada de la literatura académica publicada entre 2020 y 2024, incluyendo 30 estudios de la siguiente forma:

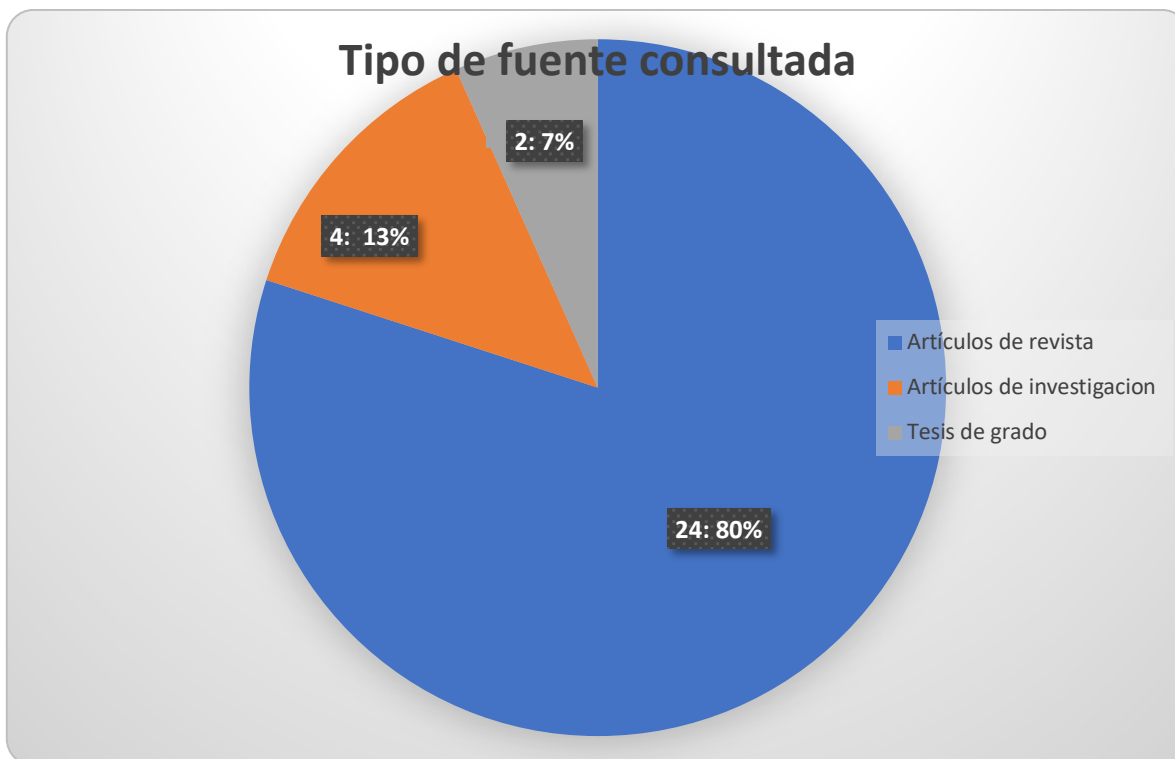


Gráfico 3. Tipo de fuente consultada.

En primer lugar, los artículos de revista con un total de veinticuatro (24) documentos, puesto que estas publicaciones proporcionaron una base sólida y actualizada sobre las distintas formas de expresión religiosa en entornos digitales, especialmente en relación con el uso de plataformas como TikTok, Facebook y YouTube. Además, se incluyeron cuatro (4) artículos de investigación con un enfoque más específico y profundo en torno a temáticas como la mediación tecnológica de la fe, la participación política desde lo religioso y la configuración de subjetividades en espacios virtuales. Finalmente, se integraron dos (2) tesis de grado, que aportaron perspectivas novedosas y contextuales sobre experiencias locales y fenómenos emergentes en la intersección entre religión, tecnología y política, estas enriquecieron el análisis al incluir miradas más cercanas a las realidades latinoamericanas y procesos de investigación con enfoques cualitativos; así pues, se explorarán estas dinámicas en detalle, considerando las implicaciones socioculturales y teológicas que surgen a partir de la digitalización de la experiencia religiosa y su impacto en la identidad de los creyentes.

II: Planteamiento

Si bien la digitalización de la religión ha sido objeto de estudio desde hace varias décadas, la emergencia de TikTok como escenario de socialización espiritual plantea nuevos desafíos teóricos y metodológicos. La estética audiovisual, la lógica algorítmica y la cultura del entretenimiento generan formas singulares de vivir y expresar la fe. En este contexto, las subjetividades políticas también se ven afectadas, al integrarse creencias religiosas en discursos sobre justicia, identidad, resistencia o moralidad.

Esta revisión se propone organizar, analizar y discutir los hallazgos académicos más relevantes en torno a cuatro ejes temáticos: la mediación tecnológica de la fe, la adaptación de los rituales religiosos, la reconfiguración de la identidad religiosa y la transformación de la autoridad en comunidades virtuales.

III. Método

Se realizó una revisión sistemática en bases de datos académicas como Jstor, Scopus, Web of Science, Google Scholar, RedALyC y Digitalia. El enfoque fue cualitativo, con criterios de inclusión que priorizaron:

- Documentos publicados entre 2020 y 2024.
- Enfoques vinculados a ciencias sociales, estudios culturales, comunicación y religión.
- Pertinencia geográfica con énfasis en América Latina.
- Producciones en español, inglés y portugués.

Se aplicó el protocolo PRISMA y se utilizó un tesaurus para estandarizar términos y descriptores.

IV. Categorías y términos de búsqueda

La estrategia de búsqueda se diseñó considerando las categorías analíticas centrales del estudio. La siguiente tabla presenta una descripción detallada de los términos claves utilizados, sus equivalentes en inglés, las combinaciones empleadas en las búsquedas (matrices) y los resultados obtenidos por cada base de datos. Esta información permite comprender cómo se estructuró la exploración documental y su relación directa con los

antecedentes teóricos de la investigación. Al realizar la búsqueda en las bases de datos, se obtuvieron un total de:

Conceptos principales	Términos relacionados	Término en inglés	Matriz de búsqueda	Bases de datos	Resultados
Mediación tecnológica de la fe	Fe digital, redes sociales, TikTok	Digital faith	"digital faith" OR "religion" AND "social media" OR "TikTok"	Web of Science, Scopus, JSTOR, Google Scholar, RedALyC	Wos: 3.695 Scopus: 1.954 Jstor: 12.185 Google Scholar: 62.100 Redalyc: 1.060
Adaptación de rituales religiosos	Ritual, transmisión en vivo, video corto	Religious ritual	"religious ritual" OR "livestream" AND "TikTok" OR "short video"	Web of Science, Scopus, JSTOR, Google Scholar, RedALyC	Wos: 1.892 Scopus: 2 Jstor: 47 Google Scholar: 5.610 Redalyc: 2
Reconfiguración de identidad religiosa	Juventud, identidad digital, fe personal	Religious identity	"religious identity" AND "youth" AND "digital identity" OR	Web of Science, Scopus, JSTOR, Google Scholar, RedALyC.	Wos: 117 Scopus: 0 Jstor: 99 Google Scholar: 3.320 Redalyc: 241. 490

			"personal faith"		
Transformación de la autoridad virtual	Liderazgo, pastores digitales, influencers	Religious authority	"religious authority" OR "leader" AND "digital pastor" OR "influencer" OR "TikTok"	Web of Science, Scopus, JSTOR, Google Scholar, RedALyC.	Wos: 6.924 Scopus: 766 Jstor: 6.859 Google Scholar: 49.800 Redalyc: 0

Tabla 3. Matriz de búsqueda. Fuente: elaboración propia

Adicionalmente, el levantamiento de información se organizó en torno a una serie de conceptos clave y términos asociados que permitieron explorar las intersecciones entre religiosidad digital, mediación tecnológica de la fe, transformación de rituales religiosos, reconfiguración de identidades creyentes y autoridad espiritual en entornos virtuales. Estos conceptos sirvieron como eje articulador para delimitar el enfoque temático del análisis, y se visualizan en la figura a continuación.

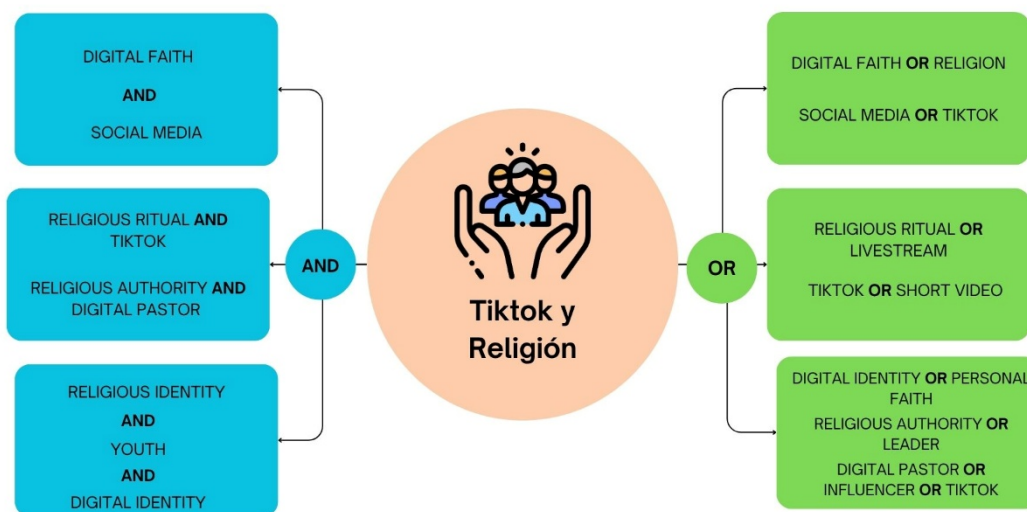


Gráfico 4. Mapa de conceptos. Fuente: elaboración propia.

Con el objetivo de garantizar una cobertura académica rigurosa y pertinente, se emplearon inicialmente las bases de datos Jstor, Scopus, Web of Science y Google Scholar como principales fuentes de consulta para acceder a artículos científicos en áreas como los estudios religiosos, la comunicación digital, las ciencias sociales, la antropología y los estudios culturales. Posteriormente, se incorporó también la base de datos Digitalia para ampliar el repertorio documental con aportes en lengua española y enfoques regionales.

Una vez identificados los textos potencialmente relevantes, se realizó un proceso de selección inicial a partir de los títulos y resúmenes, descartando duplicados y documentos que no cumplieran con los criterios de inclusión. Aquellos que sí los cumplieran fueron leídos en su totalidad para conformar el corpus principal del análisis. Adicionalmente, se revisaron las bibliografías de los artículos seleccionados con el fin de identificar autores, líneas temáticas y editoriales clave que enriquecieran la perspectiva investigativa.

V. Etapas del cribado documental

El proceso de selección de documentos se desarrolló en tres etapas, siguiendo el protocolo PRISMA. En la primera, se identificaron los documentos en las bases de datos seleccionadas. La siguiente tabla resume las cifras iniciales, el proceso de eliminación de duplicados y los criterios aplicados para limitar el rango temporal de los textos. Esta fase permitió reducir el universo documental a un conjunto más manejable y pertinente para el análisis de antecedentes.

Etapas	Acción / Filtro aplicado	Documentos restantes
Identificación	Web of Science: 12.628 Google Scholar: 120.830 JSTOR: 19.190 Scopus: 2.722	155.370
Duplicados eliminados	Eliminados (155.040) duplicados entre las bases de datos (principalmente entre JSTOR, Google Scholar y Scopus)	330

Cribado	Aplicación de filtro por año de publicación (2020–2024); se excluyen (240) documentos	90
---------	---	----

Tabla 4. Identificación de documentos. Fuente: elaboración propia

Posteriormente, se aplicaron filtros por tipo de documento y pertinencia geográfica. La siguiente tabla evidencia los criterios de elegibilidad, así como las exclusiones realizadas por enfoque temático o por contexto territorial no prioritario. Esta etapa fue clave para acotar la revisión a producciones con mayor potencial analítico respecto a los antecedentes del estudio.

Filtro aplicado	Documentos restantes
No cumplen con criterios de tipo (no académicos, ensayos no arbitrados, etc.): se eliminan 28 documentos.	62
Enfoque no pertinente (dogmáticos, sin vínculo con redes o subjetividad política): se eliminan 20 documentos	42
Geografía no prioritaria (Asia, Europa del Este, África): Se eliminan 19 documentos	23

Tabla 5. Filtros por tipo y geografía. Fuente: elaboración propia

Ante las limitaciones de cobertura temática y regional de las bases indexadas, se incluyó Digitalia como fuente complementaria. La tabla a continuación muestra el proceso de inclusión de documentos provenientes de esta plataforma, detallando los filtros aplicados por categoría, editorial e idioma. Esta integración permitió enriquecer los antecedentes con literatura crítica y contextualizada desde América Latina.

Acción / Filtro aplicado	Documentos
Resultados iniciales en Digitalia	7058
Eliminados por duplicación o falta de profundidad temática	6928
Eliminados por pertinencia temática y criterios metodológicos adicionales	123
Seleccionados e incluidos en corpus final (criterios: relación con categorías, enfoque investigativo)	7
Incluidos por bases de datos :	30

Wos + Gs + Jstor + Scopus: 23

Seleccionados Digitalia: 7

Tabla 6. Inclusión de documentos en Digitalia. Fuente: elaboración propia

Finalmente, se clasificaron los documentos incluidos según las categorías analíticas del estudio. La siguiente tabla resume esta distribución, la cual sustenta conceptualmente el desarrollo del capítulo de antecedentes y permite visibilizar la densidad investigativa relativa en cada eje temático.

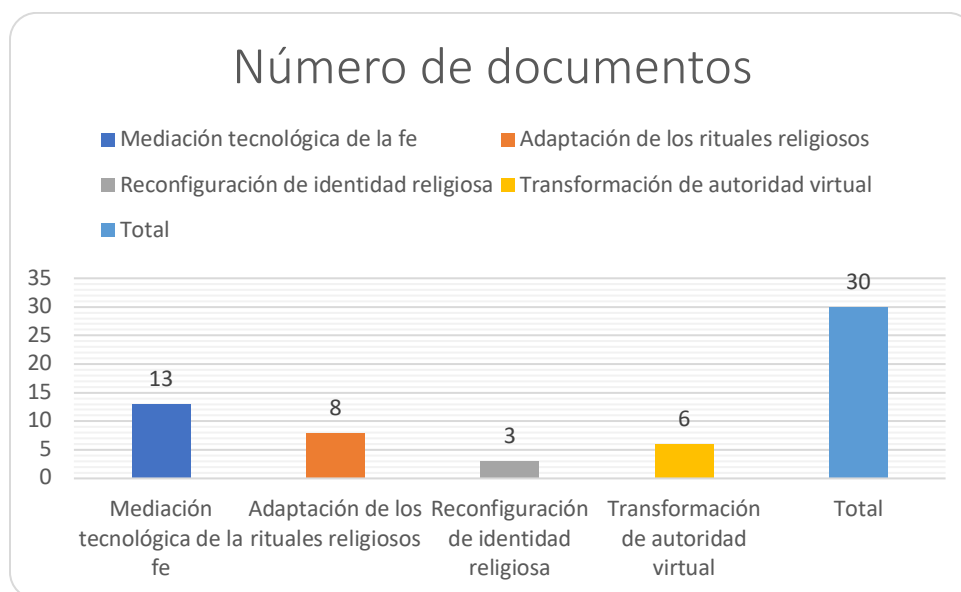


Gráfico 5. Número de documentos consultados por categoría temática. Fuente: elaboración propia.

VI. Discusión preliminar

Los documentos analizados revelan que TikTok no solo permite la difusión de contenidos religiosos, sino que también participa activamente en la reconstrucción de identidades, liderazgos y prácticas espirituales. La plataforma actúa como un dispositivo de mediación simbólica y tecnológica, que reconfigura los modos tradicionales de autoridad religiosa y fomenta nuevas formas de subjetividad política juvenil, especialmente en contextos de exclusión y conflictividad social.

Este análisis evidencia también que, aunque existe un creciente interés en los cruces entre tecnología, religión y subjetividad, el campo sigue siendo emergente y requiere mayor profundidad, especialmente desde una perspectiva latinoamericana y decolonial. Los estudios revisados permiten observar que, en TikTok, las prácticas religiosas no solo se adaptan al lenguaje audiovisual breve, sino que también se resignifican en función de sus audiencias y del ecosistema digital. Esta resignificación afecta la ritualidad, el lenguaje y la performatividad de lo sagrado. Como señala Campbell (2021), las redes sociales han posibilitado una religión reconfigurada donde los usuarios, especialmente jóvenes, se convierten en curadores de su propia espiritualidad.

Además, TikTok ha transformado profundamente la autoridad religiosa tradicional. El clero, los líderes institucionales o las figuras pastorales compiten hoy con influencers religiosos o creyentes comunes que ganan legitimidad a través del algoritmo, la viralización y la conexión emocional. Esto implica un desplazamiento de la autoridad doctrinal hacia una autoridad carismática basada en la estética, la empatía y el rendimiento digital (Abascal & Esteban, 2021)

También se identifican tensiones entre una religiosidad institucionalizada y una espiritualidad fragmentada, donde se mezclan elementos de distintas tradiciones, memes, danzas o tendencias virales. Esta hibridez, aunque criticada por sectores conservadores, puede representar un espacio de agenciamiento espiritual y político, en el que los usuarios encuentran sentido, pertenencia y posicionamiento ético frente a asuntos públicos como el género, el racismo o la justicia social (Alves & Pereira, 2021).

Desde una mirada crítica, se advierte que esta reconfiguración puede generar procesos de consumo espiritual superficial de la fe. No obstante, también abre posibilidades para democratizar el discurso religioso, visibilizar espiritualidades subalternas y descentrar el monopolio interpretativo de las grandes instituciones.

Finalmente, cabe destacar que la mayoría de los estudios identificados provienen de contextos anglosajones o eurocéntricos, por lo que se hace necesario fomentar investigaciones localizadas que exploren estas dinámicas en América Latina, donde las redes digitales no solo median la religiosidad, sino también disputas territoriales, desigualdades estructurales y formas emergentes de espiritualidad política.

VII. La religión en la era digital: transformaciones y desafíos en el espacio virtual

A lo largo de este capítulo y de acuerdo con las fuentes consultadas, se agruparon de acuerdo a sus puntos de encuentro y relación, determinando cinco categorías clave que permiten comprender mejor cómo la religión y la espiritualidad se han adaptado al entorno digital, estas categorías incluyen: *el contexto de la religión en el espacio digital*, que aborda cómo las plataformas tecnológicas han servido como un medio para la expresión de la fe; *la identidad religiosa y la comunidad en la era digital*, que explora cómo los individuos configuran su espiritualidad en línea y crean nuevas formas de pertenencia religiosa; *la mediación tecnológica y la transformación de rituales*, que analiza cómo los rituales tradicionales han sido modificados para ser celebrados en espacios digitales; *las implicaciones socioculturales y teológicas*, que reflexionan sobre los efectos que la digitalización tiene en la cohesión social, las creencias y las instituciones religiosas; y, finalmente, *la diversificación de las expresiones religiosas y la polarización en las comunidades digitales*, que examina la pluralidad y los riesgos de fragmentación que surgen en los espacios virtuales.

Justamente, cada una de estas categorías es esencial para entender cómo la tecnología ha reconfigurado las experiencias religiosas, brindando nuevas oportunidades y desafíos a las comunidades de fe en un contexto global cada vez más interconectado y digitalizado.

VIII. Contexto de la religión en el espacio digital

La digitalización de la vida cotidiana ha modificado la forma en que las comunidades religiosas interactúan, expresan su fe y configuran sus identidades, de esta forma, estudios recientes han demostrado que herramientas como el video en vivo, los comentarios interactivos y los grupos en redes sociales han facilitado la transmisión de rituales religiosos en línea, desafiando las estructuras de autoridad tradicionales y promoviendo una mayor participación de los fieles (Meza, 2020; Ramírez Trillos et al., 2023).

En este contexto, la pandemia de COVID-19 no solo aceleró los procesos de digitalización religiosa, sino que también dio lugar a la proliferación de narrativas religiosas de corte conspirativo en plataformas digitales, como lo evidencian Zires Roldán y Reyna Ruiz (2024) en su estudio sobre Facebook. Diversos estudios coinciden en señalar cómo la crisis sanitaria

actuó como catalizador de transformaciones profundas en las prácticas religiosas mediadas por tecnologías digitales. Por ejemplo, Meza (2020), a partir de un estudio etnográfico, documenta cómo distintas comunidades trasladaron sus rituales a entornos digitales como Facebook, reconfigurando las formas de interacción entre los fieles y las autoridades religiosas. De manera similar, Navarro López (2020) analiza la expansión de eventos religiosos en línea, destacando cómo el confinamiento incentivó el uso de plataformas digitales para la transmisión de ceremonias y la interacción comunitaria.

Gutiérrez (2022) aporta evidencia sobre el creciente uso de redes sociales como Facebook, YouTube e Instagram por parte de comunidades religiosas en América Latina para expresar sus creencias, conformar vínculos de pertenencia y difundir contenidos religiosos. Por su parte, González (2020) pone el foco en los jóvenes, subrayando cómo estos han recurrido a las redes sociales para sostener y resignificar su experiencia de fe, dando lugar a nuevas formas de comunidad y pertenencia religiosa. En la misma línea, Kowalczyk et al. (2020) documentan cómo la pandemia modificó la percepción de la fe y fomentó el surgimiento de formas alternativas de espiritualidad mediada.

En conjunto, estos estudios muestran que la digitalización ha permitido expandir los discursos religiosos más allá de las fronteras físicas, al tiempo que ha transformado la naturaleza de los rituales y reconfigurado la relación entre líderes religiosos y creyentes. Se configura así un nuevo paisaje religioso atravesado por la lógica de las plataformas, donde coexisten expresiones tradicionales, innovaciones rituales y discursos emergentes que problematizan la autenticidad, la autoridad y la vivencia de lo sagrado en el entorno digital.

Entonces, se comprende que Facebook ha surgido como la principal plataforma de expresión religiosa, utilizada en el 70% de los estudios analizados, principalmente para la transmisión de misas y la interacción entre comunidades católicas (Navarro López, 2020). Otras plataformas como YouTube, WhatsApp y TikTok han sido utilizadas para la difusión de contenidos espirituales y la construcción de comunidades virtuales, facilitando la diversificación de las experiencias religiosas (Pérez Amores, 2022).

Por consiguiente, los espacios religiosos digitales han demostrado ser fundamentales para la continuidad de prácticas devocionales y políticas, especialmente en tiempos de crisis; es

decir, durante la pandemia de COVID-19, múltiples estudios documentaron cómo la participación en ceremonias religiosas en línea aumentó en un 60% en comparación con los servicios presenciales previos a la pandemia (Ojeda, 2021).

XI. Identidad religiosa y comunidad en la era digital

Uno de los temas centrales en el estudio de la religión digital es la reconfiguración de la identidad religiosa. La posibilidad de personalizar las narrativas y participar en espacios interactivos ha generado nuevas formas de pertenencia y expresión de la fe, según investigaciones recientes, la identidad religiosa en entornos digitales es más fluida y permite a los individuos combinar tradiciones, reinterpretar doctrinas y desafiar las estructuras jerárquicas establecidas (Miguel, 2024). En este orden, Ardila (2016) señala cómo las redes sociales permiten la construcción de narrativas juveniles que integran elementos religiosos y culturales, creando formas híbridas de expresión espiritual.

De igual modo, la reconfiguración de la identidad religiosa en espacios digitales ha sido igualmente notable. Un estudio de 2023, titulado “*Creencias y redes sociales: la reinención de lo popular en las narrativas digitales*”, analiza que la digitalización ha permitido a los individuos explorar y expresar su identidad religiosa de maneras más flexibles y diversas. Sin embargo, esta flexibilidad también ha politizado la identidad religiosa, con grupos que utilizan plataformas digitales para promover discursos que vinculan la fe con movimientos políticos, generando fragmentación dentro de las comunidades.

Adicionalmente, la formación de comunidades religiosas virtuales ha facilitado la participación de grupos tradicionalmente marginados, promoviendo la inclusión y la diversidad dentro del discurso religioso. Se ha documentado que el 40% de las interacciones en redes sociales religiosas provienen de jóvenes que buscan espacios alternativos de espiritualidad fuera de las instituciones tradicionales (Aguirre Aguilar et al., 2024).

Suarez (2024) exploró cómo las comunidades han resignificado los espacios sagrados en el ámbito digital, destacando que las interacciones en redes sociales han permitido la formación de identidades religiosas híbridas. Así mismo, Pérez (2023) profundiza en cómo los jóvenes construyen sus identidades religiosas a través de plataformas digitales como TikTok y

Twitter, ofreciendo un espacio para la creación de nuevas formas de pertenencia y expresión de la fe. Este análisis destaca cómo los jóvenes, alejados de las instituciones religiosas tradicionales, encuentran en las redes sociales comunidades de fe alternativas que desafían las estructuras religiosas tradicionales.

También, Pinzón Silva (2023) analiza las narrativas religiosas en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok, identificando una creciente diversificación de expresiones de fe, por lo cual, este fenómeno ha llevado a la creación de comunidades de fe que no se limitan a las fronteras geográficas o doctrinales, sino que se construyen en torno a intereses compartidos, experiencias vividas y valores comunes. La capacidad de interactuar y compartir contenido en tiempo real ha permitido que las comunidades religiosas se mantengan activas y relevantes, incluso en un contexto donde las instituciones tradicionales pueden estar perdiendo influencia.

Sin embargo, esta reconfiguración de la identidad religiosa también plantea desafíos, ya que la fragmentación de las comunidades puede llevar a la polarización y a la creación de “burbujas de fe”, donde los individuos solo se exponen a perspectivas que refuerzan sus propias creencias. Además, la superficialidad que caracteriza a muchas interacciones digitales plantea serias dudas sobre la autenticidad y profundidad de la experiencia espiritual en entornos virtuales.

Esta banalización de lo sagrado en formatos efímeros y mediatizados ha suscitado cuestionamientos sobre la legitimidad de las manifestaciones de fe en plataformas digitales. En este marco, las redes sociales no solo actúan como espacios de socialización, sino que también ejercen una influencia determinante en los procesos de construcción identitaria (Del Prete & Redon Pantoja, 2020), lo cual adquiere una especial relevancia en la configuración de subjetividades religiosas marcadas por la lógica de la visibilidad y la performatividad.

Entonces, la reconfiguración de la identidad religiosa en el ámbito digital es un fenómeno complejo que refleja tanto oportunidades como desafíos, ya que, a medida que las comunidades de fe continúan adaptándose a las dinámicas de la era digital, es fundamental que se mantenga un diálogo abierto sobre cómo estas transformaciones afectan la práctica religiosa, la cohesión comunitaria y la autenticidad de la experiencia espiritual.

La capacidad de las comunidades para navegar estas tensiones será crucial para su relevancia y sostenibilidad en el futuro debido a que la relación entre jóvenes y tecnologías digitales ha sido objeto de múltiples estudios (Acosta-Silva & Muñoz, 2012), que señalan la transformación de sus formas de interacción, identidad y participación.

X. Mediación tecnológica y transformación de rituales

La mediación tecnológica de la fe ha emergido como un fenómeno significativo en el contexto contemporáneo, especialmente a raíz de la pandemia de COVID-19. La digitalización ha permitido a las comunidades religiosas adaptarse a nuevas realidades, facilitando la conexión entre los fieles a través de plataformas digitales. Según un estudio de 2020, *“Mamita: protégenos de la Pandemia”. La misa a través de Facebook, una etnografía digital en el suroccidente colombiano*”, estos escenarios han adoptado herramientas digitales para mantener la cohesión de sus congregaciones, lo que ha llevado a una diversificación de voces dentro de la esfera religiosa.

Así, el uso de tecnologías digitales también ha influido en la forma en que se llevan a cabo los rituales religiosos. La transmisión de ceremonias en vivo, la creación de espacios de oración en línea y la participación comunitaria a través de comentarios y reacciones en redes sociales han transformado la experiencia de lo sagrado.

Durante la pandemia de COVID-19, por ejemplo, muchas iglesias y comunidades religiosas adoptaron la tecnología digital para mantener la continuidad de sus prácticas, lo que permitió observar un aumento del 60% en la participación global y una redefinición del concepto de espacio sagrado (Ojeda, 2021). Estudios han demostrado que la adaptación de rituales tradicionales al entorno digital ha generado nuevas dinámicas de interacción, aumentando la accesibilidad, pero también planteando desafíos sobre la autenticidad de la experiencia religiosa. La adaptación de rituales religiosos a entornos virtuales ha generado debates sobre la legitimidad de estas prácticas.

Un análisis titulado *“La celebración de los sacramentos en un mundo digital”* (Prisco, 2022) destaca que, aunque muchos fieles han aceptado la digitalización de rituales como la comunión y la confesión, otros han expresado resistencia, argumentando que estas adaptaciones amenazan la cohesión comunitaria y el poder de la autoridad clerical. De igual

modo, Evolvi (2022) plantea que los espacios religiosos digitalizados están mediados no solo tecnológicamente, sino también por elementos materiales y simbólicos que reconfiguran lo religioso.

Así mismo, Martínez (2024) identificó cómo la digitalización de la festividad del Señor de los Milagros permitió a los fieles continuar con sus prácticas devocionales a través de redes sociales, enfatizando la capacidad de resiliencia de las comunidades religiosas. Aguirre-Aguilar et al. (2024) destacaron cómo la pandemia impulsó la transformación de los espacios domésticos en lugares de culto mediante la mediación digital.

En este sentido, la mediación tecnológica ha generado un cambio en la forma en que se perciben y se viven los rituales religiosos, donde la celebración de sacramentos y ceremonias en línea ha suscitado debates sobre su validez y autenticidad, lo que puede afectar la cohesión comunitaria y la percepción de la autoridad religiosa. La resistencia de algunos sectores a aceptar estas prácticas digitales refleja una lucha más amplia entre la tradición y la innovación, donde la búsqueda de relevancia en un mundo digitalizado se enfrenta a la necesidad de mantener la integridad de las creencias y prácticas religiosas.

En conclusión, la mediación tecnológica de la fe ha transformado radicalmente la práctica religiosa, la identidad y la autoridad en comunidades virtuales. A medida que las plataformas digitales continúan evolucionando, es crucial seguir analizando sus implicaciones para la religión y la espiritualidad en el mundo contemporáneo.

XI. Implicaciones socioculturales y teológicas

La transición hacia un entorno digital no solo ha redefinido la experiencia religiosa individual y comunitaria, sino que también ha planteado preguntas sobre la autenticidad y validez de las prácticas religiosas en línea, mientras que algunos estudios destacan el empoderamiento de los creyentes y la democratización del acceso a la religión (Meza, 2020), otros advierten sobre la fragmentación de la identidad religiosa y la posible superficialidad de las interacciones digitales (Pérez Amores, 2022).

Trillos et al. (2023) analizaron el impacto del uso de redes sociales en parroquias católicas, concluyendo que la digitalización no solo ha facilitado la continuidad de ciertas prácticas religiosas, sino que también ha generado nuevas tensiones en torno a la legitimidad de los espacios de culto en línea. Desde una perspectiva comunicacional, Costa (2022) abordan la configuración de la fe digital como un proceso atravesado por estrategias de comunicación que reconfiguran los vínculos comunitarios, desplazando los modos tradicionales de pertenencia religiosa y dando lugar a formas más fragmentadas, personalizadas y performativas de lo religioso.

En este sentido, se puede afirmar que la transformación de la autoridad en comunidades virtuales ha desafiado las estructuras eclesiásticas tradicionales. Un artículo de 2021, “Religión digital: Comprender la práctica religiosa en los medios digitales” analiza cómo influencers religiosos y líderes laicos han ganado relevancia en el ámbito digital, restando poder a las instituciones religiosas tradicionales. Este fenómeno ha generado disputas internas sobre quién tiene la legitimidad para interpretar y transmitir el mensaje religioso, lo que plantea interrogantes sobre la autonomía de las comunidades de fe.

Además, la digitalización ha posibilitado la conformación de comunidades de fe que trascienden las fronteras geográficas, facilitando la conexión entre individuos con creencias afines. No obstante, este mismo proceso también ha favorecido la polarización y la radicalización de ciertos discursos religiosos. La facilidad de acceso a información religiosa diversa, junto con la posibilidad de interactuar con múltiples interpretaciones doctrinales, ha dado lugar a un pluralismo religioso sin precedentes. En este nuevo escenario, las voces tradicionalmente marginadas encuentran espacio para expresarse, pero, al mismo tiempo, se abre la puerta a la circulación de narrativas extremistas que encuentran eco en las lógicas de viralización propias de las plataformas digitales.

En consonancia con lo anterior, la relación entre redes sociales digitales y procesos políticos ha sido ampliamente explorada desde distintas perspectivas. Por ejemplo, Clavijo y Velásquez (2023) examinan cómo lo religioso ha sido instrumentalizado en campañas electorales recientes, evidenciando su uso estratégico en contextos de disputa por el poder político. A su vez, Quezada (2022) analizan cómo determinados sectores del cristianismo

han articulado discursos de paz desde marcos religiosos, con implicaciones directas en el escenario político colombiano. Complementariamente, García (2022) ofrece una mirada sociológica sobre el papel de la religión en la configuración del voto durante las elecciones presidenciales de 2018 en Colombia, destacando su influencia en las decisiones electorales de amplios sectores de la población. La relación entre política y religión en la juventud también ha sido analizada desde enfoques sociológicos, como lo muestran Jiménez-Hurtado y Parra (2023), quienes subrayan la complejidad de esta intersección en contextos marcados por transformaciones culturales y tecnológicas.

Estas investigaciones coinciden en señalar que lo religioso adicionalmente a su reconfiguración en el entorno digital ha adquirido un papel protagónico en la construcción de subjetividades políticas. En este sentido, la fe digital no opera únicamente como expresión íntima o espiritual, sino como un dispositivo de movilización simbólica que interviene activamente en la disputa por los sentidos comunes y en la configuración del espacio público virtual.

Por consiguiente, las implicaciones socioculturales y teológicas de la digitalización en la religión son complejas y multifacéticas. A medida que las comunidades de fe navegan por este nuevo paisaje digital, es crucial que reflexionen sobre cómo pueden utilizar estas herramientas para fortalecer su misión, fomentar la inclusión y mantener la autenticidad de su mensaje en un entorno en constante cambio. La capacidad de adaptarse a estas transformaciones será importante para el futuro de la religión en un mundo cada vez más interconectado y virtualizado.

Convergencias y distanciamientos

A partir del análisis realizado, se identifican importantes puntos de convergencia y distanciamiento entre los estudios previos y la presente investigación. En primer lugar, los estudios revisados resaltan cómo la digitalización ha permitido la continuidad de prácticas religiosas en contextos de crisis, destacando el papel de plataformas como Facebook, YouTube y WhatsApp en la transmisión de misas, la creación de comunidades y la interacción entre fieles. En contraste, la presente investigación busca explorar no solo la mediación tecnológica, sino también cómo estas transformaciones impactan la construcción

de la identidad religiosa en términos más profundos y a largo plazo, considerando las dinámicas de apropiación y resignificación del espacio digital.

Otro punto de distanciamiento radica en el énfasis metodológico. Mientras que la mayoría de los estudios previos han adoptado enfoques etnográficos digitales y análisis de contenido en redes sociales, esta investigación propone una perspectiva interdisciplinaria que combina métodos cualitativos y cuantitativos para abordar la evolución de las prácticas religiosas en un contexto digital. Asimismo, la revisión de antecedentes se ha centrado principalmente en la adaptación de las instituciones religiosas a las plataformas digitales, mientras que esta investigación pretende profundizar en la agencia de los propios fieles y su rol en la reconfiguración del significado de lo sagrado en entornos virtuales.

Finalmente, aunque los estudios analizados destacan la transformación de la autoridad religiosa en el entorno digital, pocos han explorado con profundidad el impacto de estos cambios en la gobernanza de la fe y en la relación entre instituciones religiosas y comunidades virtuales. La presente investigación busca llenar este vacío al examinar cómo las interacciones digitales pueden redefinir estructuras de poder y legitimidad dentro de las prácticas religiosas contemporáneas. En este orden, si bien los hallazgos previos han sentado una base fundamental para comprender la digitalización de la religión, esta investigación se distingue por su énfasis en la identidad religiosa, la agencia de los creyentes y la reconfiguración de las estructuras de poder en un contexto digital emergente.

En conclusión, la revisión y selección de los 30 artículos permitió construir un marco conceptual robusto para comprender el fenómeno de la religión en el ámbito digital. Este enfoque sistemático facilitó la identificación de patrones y tendencias que evidencian la complejidad y diversidad de las experiencias religiosas contemporáneas. Además, proporcionó herramientas analíticas para abordar las implicaciones socioculturales y teológicas de la digitalización en las prácticas de fe, contribuyendo así a un diálogo crítico sobre el futuro de la religión en un mundo cada vez más interconectado y mediado por tecnologías digitales.

CAPÍTULO III.

Marco teórico

Este capítulo desarrolla el marco teórico que sustenta la investigación sobre las transformaciones de la religiosidad en entornos digitales y su impacto en la configuración de la subjetividad política, especialmente entre las juventudes latinoamericanas. Se presenta un recorrido por los aportes clásicos y contemporáneos de la sociología de la religión, retomando autores como Émile Durkheim, Max Weber y Thomas Luckmann, cuyas categorías como lo sagrado, la autoridad carismática y la religión invisible, permiten comprender los desplazamientos de lo religioso desde lo institucional hacia lo individual y mediatizado.

Asimismo, se profundiza en el concepto de mediatización de la religión (Hjarvard) y en las nuevas formas de ritualidad digital (Helland), entendidas como expresiones de una *ciborreligiosidad* que redefine prácticas, creencias y pertenencias comunitarias. Esta perspectiva se articula con las ideas de *identidad reflexiva* (Giddens) y *multiplicidad del yo* (Turkle), a partir de las cuales se analiza cómo los sujetos religiosos construyen su espiritualidad en escenarios como TikTok, Instagram o YouTube, mediante estrategias de personalización, performance y emocionalidad.

Por otro lado, se examinan las transformaciones del poder y la autoridad religiosa en el ecosistema digital a través de los aportes de Michel Foucault, Manuel Castells, Heidi Campbell y Pauline Cheong, quienes revelan cómo el liderazgo religioso se descentraliza, desplazándose de las estructuras jerárquicas tradicionales a las lógicas horizontales de las redes. En este contexto, los líderes religiosos digitales emergen como figuras carismáticas cuyo capital simbólico depende del alcance, la proximidad y la resonancia afectiva de sus mensajes en línea.

También se integra la reflexión crítica sobre la *tecnopolítica de la fe* y la *subjetividad digital*, recuperando los aportes de Byung-Chul Han (psicopolítica, transparencia, autoexplotación), Judith Butler (performatividad), Ernesto Laclau y Chantal Mouffe (afectos e identidades políticas), y Mauricio Lazzarato (noopolítica y deseo social). Desde esta perspectiva, lo

religioso en redes sociales no solo es una forma de expresión espiritual, sino también un mecanismo de construcción identitaria, movilización emocional y posicionamiento político.

Finalmente, se propone el concepto de *tecnofé* como categoría integradora para pensar la religiosidad digital como una arena simbólica en la que se rearticulan valores, narrativas y afectos que inciden tanto en la vida espiritual como en la participación ciudadana. A lo largo del capítulo se evidencia cómo estas nociones permiten comprender de manera crítica el fenómeno de la religión digital como una forma compleja, performativa y emocional de habitar lo religioso y lo político en el mundo contemporáneo.

I. Delimitación conceptual y uso operativo dentro de la investigación

Dado que el presente estudio analiza prácticas religiosas circulantes en TikTok y su incidencia en la configuración de subjetividades políticas, resulta necesario precisar las categorías conceptuales que orientan el análisis. En el campo de la sociología y los estudios sociales de la religión, los términos religión, lo religioso, religiosidad y espiritualidad no son equivalentes, aunque con frecuencia se empleen indistintamente.

1. Religión: se entiende aquí como un sistema socialmente instituido de creencias, prácticas, normas y autoridades que articulan una comunidad en torno a lo sagrado. Desde esta perspectiva, la religión implica institucionalidad, tradición y regulación simbólica.

2. Lo religioso: remite a una dimensión más amplia y transversal de la experiencia social. No se limita a estructuras institucionales, sino que alude a formas de sentido, ritualización y simbolización que pueden manifestarse incluso fuera de marcos organizados. Lo religioso puede emerger en prácticas culturales, mediáticas y políticas que activan registros simbólicos de trascendencia, pertenencia o sacralización.

3. Religiosidad: hace referencia al modo en que los sujetos viven, practican y resignifican la religión. Se trata de una dimensión experiencial y subjetiva que puede mantenerse vinculada a instituciones o desplazarse hacia formas más autónomas y personalizadas, especialmente en contextos digitales.

4. **Espiritualidad:** se asocia con búsquedas individuales de sentido, trascendencia o conexión, frecuentemente desvinculadas de estructuras institucionales formales. En el entorno digital, la espiritualidad suele expresarse en narrativas motivacionales, prácticas de autoayuda o discursos de bienestar que pueden o no articularse con tradiciones religiosas específicas.

En esta investigación, el término central será *religiosidad digital*, entendido como el conjunto de prácticas, discursos y mediaciones tecnológicas mediante las cuales los sujetos producen y circulan significados vinculados con lo sagrado en plataformas sociodigitales. Esta delimitación permite evitar ambigüedades analíticas y precisar que el objeto de estudio no es la religión institucional en sí misma, sino su circulación performativa y mediatizada en TikTok.

II. Sociología de la religión y espiritualidad digital

La evolución de la religión en la era digital es un fenómeno que ha captado el interés de diversos campos académicos, destacándose la sociología de la religión como una de las disciplinas clave para entender cómo la religión ha impactado la vida social y cultural de los individuos a lo largo del tiempo. Tradicionalmente, la sociología de la religión ha explorado el papel fundamental de la religión en la construcción de la identidad social, la cohesión comunitaria y la creación de normas y valores colectivos, a través de los trabajos pioneros de pensadores como Émile Durkheim y Max Weber. Sin embargo, con la llegada de las plataformas digitales, estos marcos teóricos han necesitado ser adaptados y extendidos para comprender los nuevos modos de interacción religiosa que surgen en este contexto.

En primer lugar, el concepto de lo “sagrado” propuesto por Durkheim (2003) y la visión de la autoridad carismática de Weber adquieren una nueva dimensión al ser trasladados al entorno digital. Las plataformas como YouTube, Instagram, Facebook y TikTok han emergido como nuevos “templos virtuales”, donde los rituales religiosos y las prácticas espirituales encuentran un espacio distinto al tradicional. Esta transformación se encuentra relacionada con la flexibilidad de la identidad religiosa en la era digital, un proceso en el cual los individuos pueden construir y experimentar su fe de manera personalizada, navegando entre distintas tradiciones y configurando una religiosidad más adaptada a sus propios

valores. Este fenómeno se vincula también con la noción de la *religión invisible* de Luckmann, que sugiere que la secularización no ha provocado la desaparición de la religión, sino su transformación hacia una experiencia más subjetiva y menos institucionalizada.

La religión se vuelve mediatizada cuando los medios de comunicación actúan como los principales portadores de significados religiosos, es decir, cuando el contenido, la práctica y la experiencia religiosa se filtran a través de formatos mediáticos. Esta mediatización implica no solo la diseminación de mensajes religiosos tradicionales, sino también la transformación de lo religioso, de modo que las formas de creer, pertenecer y practicar se ven profundamente modeladas por los formatos y lógicas de los medios. En consecuencia, la religión se desplaza de las instituciones tradicionales a espacios más difusos, híbridos y personalizados, como los medios digitales, donde se reconfiguran las nociones de autoridad, ritualidad e identidad. (Hjarvard, 2011, p. 124).

Asimismo, el poder y la autoridad religiosa se reconfiguran en el espacio digital. El tradicional liderazgo religioso, centrado en las jerarquías eclesásticas, ha dado paso a nuevos tipos de líderes carismáticos en las redes sociales, cuyas comunidades de fe no dependen de la estructura institucional, sino de su capacidad para conectar con los seguidores a través de sus discursos y contenidos. Este fenómeno implica una distribución del poder más descentralizada, como lo analizan Foucault y Castells, donde el liderazgo religioso se ejerce no desde las instituciones tradicionales, sino desde el ámbito digital, transformando la naturaleza de la autoridad religiosa.

Por lo tanto, el análisis de la sociología de la religión en el contexto digital revela cómo las estructuras religiosas y de poder se están adaptando a un nuevo entorno mediado por la tecnología, donde los rituales, las identidades religiosas y las formas de autoridad se reconfiguran y permiten una experiencia de fe más fluida, diversa y descentralizada. Este panorama se constituye como un eje central debido a que permite abordar las complejidades del fenómeno religioso en la era digital y los nuevos procesos de construcción de la identidad religiosa en la sociedad conectada.

En segundo lugar, teniendo en cuenta los trabajos de sociólogos como Émile Durkheim y Max Weber, se ha desentrañado la función social de la religión, no solo como un fenómeno

de creencias y prácticas espirituales, sino también como una fuerza organizadora de la sociedad misma; estos estudios han sido fundamentales para analizar cómo las religiones estructuran la identidad y las relaciones dentro de las comunidades, influyendo en la creación de normas, valores y comportamientos colectivos. Sin embargo, al trasladar estos marcos teóricos a la era digital, vemos que las dinámicas de la religión experimentan transformaciones significativas. En consecuencia, en un mundo cada vez más conectado tecnológicamente, las estructuras tradicionales de la religión, basadas en templos y jerarquías institucionalizadas, se ven desafiadas por nuevas formas de interacción y práctica religiosa. Las obras clásicas de Durkheim y Weber, al ser aplicadas a este contexto, permiten vislumbrar cómo la digitalización no solo está redefiniendo los rituales religiosos, sino también las relaciones de poder y las estructuras de autoridad que, en el pasado, se creían inmutables.

Durkheim (2003), en su obra *Las formas elementales de la vida religiosa*, establece que la religión cumple una función fundamental en la cohesión social, proporcionando a los individuos un marco compartido de valores y creencias, organizados a través de la distinción entre lo sagrado y lo profano; de acuerdo con este concepto, la religión tiene la capacidad de crear y mantener la cohesión en la sociedad al establecer límites claros entre lo que se considera sagrado y lo que se considera profano. Este principio sigue vigente en la era digital, aunque en un contexto diferente. Es decir, la distinción entre lo sagrado y lo profano no se encuentra más estrictamente limitada a los espacios físicos y geográficos de los templos y las iglesias; por el contrario, las plataformas digitales, como YouTube, Instagram, Facebook y TikTok, se han convertido en nuevos escenarios espirituales e identitarios donde las personas pueden participar en rituales, compartir experiencias espirituales y construir comunidades de fe.

De este modo, los templos virtuales representan una reconfiguración de lo sagrado, ya que las personas interactúan con lo divino a través de pantallas, generando una religiosidad que trasciende las limitaciones físicas de los templos tradicionales; así, las pantallas no solo se convierten en medios de comunicación, sino en puntos de acceso a experiencias religiosas profundas y significativas, transformando la interacción religiosa en algo más accesible, pero

también más fragmentado, al no depender de la autoridad centralizada de las iglesias tradicionales.

La religión es, ante todo, un sistema de ideas con el cual los individuos se representan la sociedad de la que son miembros, y los lazos que los unen a ella; pero representa esta sociedad bajo rasgos que la hacen parecer algo más allá de lo humano, algo sagrado. De este modo, la religión es una manera de pensar la colectividad, y al mismo tiempo, de construirla. (Durkheim, 2003, p. 308).

Por otro lado, Max Weber, en su teoría de la *autoridad carismática* (1922), introduce una nueva forma de entender el liderazgo religioso, alejándose del modelo de autoridad tradicionalmente vinculado a la jerarquía eclesiástica; según Weber, la autoridad religiosa no solo depende de una estructura jerárquica preestablecida, sino también de la capacidad de los líderes para conectar personalmente con sus seguidores, generando una relación basada en el carisma. Este concepto adquiere una nueva dimensión en la era digital. Los *influencers religiosos* que emergen en plataformas como Instagram, YouTube y TikTok, actúan como nuevos líderes carismáticos que logran crear comunidades de seguidores a través de sus discursos y contenidos, sin depender de las instituciones religiosas establecidas.

De esta forma, el poder religioso ya no está exclusivamente en manos de las estructuras jerárquicas, sino que se distribuye entre aquellos que logran captar la atención de una audiencia digital. Por lo tanto, la religión se convierte en una experiencia más personalizada y descentralizada, donde los individuos tienen acceso a diferentes interpretaciones de la fe y pueden elegir qué líderes seguir, lo que les otorga mayor autonomía y libertad en su práctica religiosa.

A su vez, el concepto de *religión invisible* de Luckmann (1967), planteado en su obra *La religión en la sociedad moderna*, profundiza en la idea de que la secularización no ha llevado a la desaparición de la religión, sino a su transformación; en este sentido, Luckmann argumenta que la religión en la sociedad moderna se hace más privada, más subjetiva y menos institucionalizada. Este fenómeno se observa particularmente en las comunidades religiosas en línea, donde los individuos participan en una espiritualidad más autónoma y flexible, sin la necesidad de una mediación institucional. Por lo tanto, las redes sociales y las

plataformas digitales permiten que los individuos practiquen una fe más personalizada, menos atada a las estructuras religiosas tradicionales, y más centrada en la experiencia individual.

La religión se ha desplazado desde las instituciones públicas hacia la esfera privada de la conciencia individual. En las sociedades modernas, el individuo construye su propio universo de sentido, eligiendo entre múltiples símbolos culturales disponibles, y así, la función que anteriormente cumplían las religiones institucionalizadas es ahora desempeñada por una religión más difusa, subjetiva e implícita. (Luckmann, 1967, p. 100).

Así, la religión en el contexto digital refleja una transformación profunda, donde lo invisible de la práctica religiosa se hace visible a través de nuevas plataformas, lo que resulta en una reconfiguración de lo que tradicionalmente se consideraba religión.

III. Mediación tecnológica y transformación de rituales

Teniendo en cuenta lo anterior, la religión en la era digital está estrechamente relacionada con la construcción de nuevas identidades religiosas, más fluidas y adaptables a las circunstancias individuales de los creyentes. En un mundo digital, la identidad religiosa ya no es una cuestión estática vinculada a una comunidad de fe fija, sino que se ha convertido en una experiencia dinámica que se construye constantemente a través de interacciones en línea. Giddens (1995), en su concepto de *identidad reflexiva*, argumenta que en la modernidad, los individuos se convierten en *proyectos de sí mismos*, es decir, están en constante construcción de su identidad, lo que también incluye su identidad religiosa. En las plataformas digitales, los creyentes tienen la capacidad de navegar entre diversas expresiones de fe, tomando elementos de distintas tradiciones y creando una espiritualidad única y personalizada. Esta flexibilidad permite a las personas que practican religiones menos ortodoxas o más personalizadas encontrar comunidades y expresiones de fe que se alinean con sus valores personales, sin tener que adherirse a las doctrinas institucionalizadas de las religiones tradicionales.

En las condiciones de la modernidad tardía, la identidad del yo ya no es algo dado, sino algo que debe ser continuamente creado y recreado por el propio individuo. El yo, en cierto sentido, se convierte en un proyecto reflexivo, en el que se integran

constantemente nuevas experiencias a través de narrativas personales. Esta construcción reflexiva también se extiende a los valores, creencias y compromisos, incluidos los religiosos. (Giddens, 1995, p. 75).

De la misma forma, Turkle (2011) en su obra *La vida en la pantalla*, explora cómo la tecnología permite a los individuos explorar distintas facetas de su identidad, lo que también se aplica al ámbito religioso. En las redes sociales, las personas tienen la oportunidad de experimentar y compartir diferentes facetas de su fe, creando una identidad religiosa múltiple y a menudo contradictoria. Las plataformas como Facebook e Instagram permiten que las personas exploren una variedad de prácticas religiosas, algunas de las cuales pueden no haber considerado en un contexto físico. Esta multiplicidad de experiencias contribuye a una identidad religiosa más fluida, menos rígida y más abierta a reinterpretaciones.

La vida en la pantalla es una forma de pensar sobre la identidad en la era de Internet. En lugar de tener una sola verdadera identidad, la gente puede experimentar con múltiples yoés, representarse de diferentes formas, y vivir estas representaciones como reales. En el ciberespacio, uno puede explorar aspectos del ser que en otros contextos permanecerían ocultos o inexplorados. Esta multiplicidad no es necesariamente fragmentación, sino una forma de enriquecer la comprensión de uno mismo. (Turkle, 2011, p. 258).

Finalmente, Helland (2005) introduce el concepto de *ciborreligiosidad*, diferenciando la religión en línea de la religión presencial. En su análisis, Helland argumenta que la religión digital no es simplemente una reproducción de las prácticas tradicionales, sino que ofrece nuevas formas de religiosidad que se construyen a través de la interacción en espacios virtuales. La ciborreligiosidad permite a los individuos crear su propia experiencia de lo sagrado, lo que hace que las comunidades religiosas en línea sean más inclusivas y menos jerárquicas. Las personas pueden participar en prácticas religiosas a su propio ritmo, eligiendo qué prácticas seguir y con quién compartirlas.

La religión en línea no es simplemente la representación digital de prácticas religiosas tradicionales, sino un nuevo tipo de práctica religiosa que emerge de la interacción social en los espacios digitales. A través de estos entornos, los individuos no solo consumen religión,

sino que también la producen, negocian y transforman, generando una espiritualidad que es más personalizada, interactiva y descentralizada que la religión institucional convencional. (Helland, 2005, p. 5).

De esta manera, la transformación de la religiosidad en contextos digitales representa un fenómeno complejo en el que confluyen dinámicas de individualización, experimentación identitaria y resignificación de lo sagrado. La mediación tecnológica no solo ha facilitado el acceso a diversas tradiciones y prácticas religiosas, sino que ha posibilitado la emergencia de formas inéditas de ritualidad que responden a las condiciones de la modernidad líquida y reflexiva. En este nuevo panorama, la espiritualidad se configura como una construcción activa del sujeto, un *proyecto de sí mismo* (Giddens, 1995) que se nutre de múltiples fuentes y que encuentra en las plataformas digitales un espacio fértil para la exploración y expresión de una identidad religiosa plural, cambiante y, en muchos casos, contradictoria (Turkle, 2011).

IV: Identidad religiosa en la era digital: ¿fe pública o performance digital?

La irrupción de las tecnologías digitales no solo ha transformado la forma en que los individuos practican su fe, sino también la manera en que se posicionan políticamente desde sus convicciones religiosas. En este nuevo entorno, la identidad religiosa digital ya no se limita a lo doctrinal o ritual; constituye también un marco de sentido desde el cual los creyentes interpretan lo político, lo ético y lo social. Esta reconfiguración se manifiesta en prácticas de consumo simbólico, en la creación de comunidades digitales con fuertes adhesiones ideológicas y en el uso de lenguajes religiosos para sustentar posturas sobre temas públicos como el aborto, el matrimonio igualitario, la educación sexual o los derechos de las minorías.

Este fenómeno ha sido particularmente significativo entre las juventudes urbanas latinoamericanas, quienes según el CELAM (2023) han adoptado formas de espiritualidad postinstitucionales, centradas en la emocionalidad, la autenticidad y la afinidad estética. La autora subraya que, en estos contextos, las formas tradicionales de autoridad religiosa pierden peso frente a liderazgos digitales que conectan con las audiencias mediante narrativas íntimas, lenguaje accesible y dispositivos audiovisuales. Así, la identidad religiosa ya no es

una etiqueta fija, sino una experiencia vivida y compartida en plataformas como TikTok, Instagram, YouTube o WhatsApp, donde los rituales se transforman en videos breves, oraciones virales o transmisiones en vivo.

En el caso concreto de Colombia, estas dinámicas se expresan de forma evidente en el caso de la iglesia “El lugar de su presencia” que ha construido una identidad digital potente mediante la transmisión sistemática de mensajes religiosos a través de redes como YouTube, Instagram, TikTok y WhatsApp. Más allá de su alcance espiritual, esta iglesia ha tenido un impacto visible en la configuración de subjetividades políticas conservadoras, especialmente en sectores urbanos de clase media. Durante los debates legislativos sobre el acuerdo de paz con las FARC, la ley de identidad de género o la interrupción voluntaria del embarazo, se observó cómo miles de seguidores compartían mensajes con argumentos religiosos que derivaban en posiciones políticas explícitas, motivadas por un discurso espiritual.

Este fenómeno es parte de lo que Beltrán (2013) identifica como una *politización indirecta del campo religioso digital*: en la medida en que los discursos religiosos circulan libremente en las redes, estos no solo moldean las creencias individuales, sino que también generan afiliaciones simbólicas colectivas que orientan la acción política de los creyentes. Las plataformas digitales permiten que los contenidos religiosos (versículos, sermones, llamados a la acción) produzcan efectos políticos al reforzar imaginarios sobre la moral, la familia, el orden social y el enemigo ideológico.

Esta relación entre identidad religiosa digital y subjetividad política puede comprenderse también desde los aportes de Byung-Chul Han, quien en obras como *Psicopolítica* (2014) y *La sociedad de la transparencia* (2013) advierte que el sujeto contemporáneo, hiperconectado y sometido a la lógica del rendimiento, no es dominado por fuerzas externas, sino por una autoexploración constante. La religión digital, en este marco, opera como un canal más en el que el sujeto se autoafirma a través de la exposición permanente de su creencia, de su fe vivida como testimonio y de su adhesión a valores absolutos. En palabras de Han (2013), vivimos en una “sociedad de la transparencia”, donde el exceso de visibilidad sustituye al silencio, la contemplación y el disenso. Lo religioso, al hacerse viral, pierde su dimensión trascendente y se convierte en signo de pertenencia emocional y política.

Todo dispositivo, toda técnica de dominación, genera objetos de devoción que se introducen con el fin de someter. Materializan y estabilizan el dominio. ‘Devoto’ significa ‘sumiso’. El smartphone es un objeto digital de devoción... El me gusta es el amén digital. Cuando hacemos clic en el botón de me gusta nos sometemos a un entramado de dominación. El smartphone no es simplemente un dispositivo de comunicación. Es un confesionario móvil. Facebook es la iglesia, la sinagoga global (literalmente, la congregación) de lo digital. (Han, 2014, p. 33).

Así, el creyente digital no solo se conecta con Dios, sino con una red de otros que refuerzan emocional y simbólicamente su identidad, en un proceso que Han denomina *autoexplotación de la libertad*. Al compartir su fe, el sujeto también se somete voluntariamente a los algoritmos, a los sistemas de vigilancia simbólica que estructuran el comportamiento y dirigen la atención hacia determinadas causas políticas o valores morales. La hiperexposición religiosa se convierte en un acto de militancia moral, donde la subjetividad política se configura a partir de la repetición, el like y la consagración pública del “yo creyente”.

Por otro lado, como señala el CELAM (2023), los sujetos religiosos contemporáneos, especialmente los jóvenes, construyen su subjetividad a partir de una intersección entre emociones, narrativas personales y discursos globales que circulan en las redes. Esta subjetividad se ve marcada por una moralidad que no se impone desde arriba, sino que se reafirma constantemente en interacciones digitales, en las que los usuarios se encuentran, se apoyan y se radicalizan mutuamente. En este punto, la noción de *psicopolítica* desarrollada por Han (2014) resulta importante debido a que las plataformas no controlan mediante la represión, sino mediante la seducción afectiva, creando una ilusión de libertad mientras moldean la subjetividad de forma invisible.

La sociedad del control se consume allí donde su sujeto se desnuda no por coacción externa, sino por la necesidad engendrada en sí mismo, es decir, allí donde el miedo de tener que renunciar a su esfera privada e íntima cede a la necesidad de exhibirse sin vergüenza. (Han, 2013, pp. 89–90).

Desde esta perspectiva, la identidad religiosa en lo digital no solo media una experiencia de fe, sino que conforma un sujeto político emocionalmente movilizado, que actúa desde la

convicción de estar en una cruzada ética. En Colombia, esto se ha evidenciado en las movilizaciones contra el enfoque de género, el matrimonio igualitario o la despenalización del aborto, donde comunidades religiosas digitales han articulado discursos morales con llamados políticos concretos. El caso de la iglesia “El Lugar de Su Presencia” es ejemplar puesto que su estructura comunicativa no se limita a predicar, sino que ofrece marcos de interpretación para leer la actualidad política desde una moral cristiana, reforzando posiciones conservadoras mediante una narrativa afectiva y compartida.

Además, como advierte Aguilar (2023), las redes sociales no solo distribuyen contenido religioso, sino que transforman al usuario en productor simbólico, capaz de crear y viralizar contenidos que mezclan lo devocional con lo ideológico. Así, los sermones de Pastores u otros líderes religiosos, los memes bíblicos o las campañas de oración y movilización religioso-política digital no son inocentes, son herramientas mediante las cuales los sujetos creyentes se constituyen políticamente, se enfrentan al “enemigo moral” y participan del espacio público desde una subjetividad religiosa digitalizada y emocionalmente encendida.

Con esto se tiene que de las tecnologías digitales han sacudido dinámicas, prácticas y procesos sociales nunca antes vistos, y allí, las redes sociales han abonado a la constitución de narrativas, donde creencias y prácticas definen un paisaje mediático alimentado por lo mítico y popular; en el entendido que “En las llamadas «sociedades desarrolladas», la narración mítica y el gesto ritual permanecen, pero ya no dentro de las prácticas religiosas tradicionales” (Otálora Cotrino, 2012, p. 102) y aquí, los medios de comunicación y las TIC cobran especial relevancia, en una época hiperconectada que lleva a la configuración de otras formas de nombrar y vincularse con el mundo. (Aguirre, 2023, pág. 16)

En general, la identidad religiosa en la era digital, especialmente en el contexto colombiano, no puede entenderse sin considerar su dimensión política y emocional. En un entorno dominado por la hiperconexión, la autoexposición y el rendimiento simbólico, el creyente digital emerge como un sujeto político-religioso, cuya fe se convierte en acción simbólica, cuya oración se convierte en postura ideológica, y cuya comunidad espiritual se transforma en frente moral. Como concluye Han (2014), en la era del control emocional y de la libertad explotada, el sujeto se gobierna a sí mismo desde la ilusión de autenticidad. En este contexto,

la religión digital no es resistencia al mundo sino una forma más, aunque profundamente significativa, de participación y poder simbólico en el mundo.

V. Poder y autoridad religiosa en entornos virtuales

En el contexto digital, las plataformas virtuales han reconfigurado las estructuras tradicionales de poder y autoridad religiosa. Las comunidades religiosas en línea ya no dependen exclusivamente de las jerarquías eclesiásticas tradicionales, sino que emergen nuevas formas de liderazgo basadas en la influencia y el alcance que los individuos pueden generar a través de las redes sociales. Este cambio radical es especialmente evidente en los trabajos de Foucault (1975) y Castells (2009), quienes han examinado cómo el poder se distribuye y se ejerce en contextos no centralizados. Foucault, en su obra *Vigilar y castigar*, argumenta que el poder ha dejado de estar centralizado en una figura autoritaria y ha pasado a ser distribuido a través de una red de relaciones de poder. Este concepto se aplica a la religión digital, donde el poder religioso ya no está exclusivamente en manos de la jerarquía eclesiástica, sino que se dispersa entre aquellos que son capaces de generar influencia a través de sus discursos en plataformas como TikTok, Facebook, Instagram, YouTube y Twitter (X).

La vigilancia jerarquizada, continua y funcional [...] se organiza también como un poder múltiple, automático y anónimo; porque si es cierto que la vigilancia reposa sobre individuos, su funcionamiento es el de un sistema de relaciones de arriba abajo, pero también hasta cierto punto de abajo arriba y lateralmente. Este sistema hace que “resista” el conjunto, y lo atraviesa íntegramente por efectos de poder que se apoyan unos sobre otros: vigilantes perpetuamente vigilados. (Foucault, 1975, p. 205).

En este sentido, los líderes religiosos en línea, aunque carezcan de un rol institucional formal, tienen un poder significativo debido a su capacidad para generar contenidos que resuenan con las audiencias y movilizan a las comunidades a través de sus mensajes. Este tipo de poder no depende de las estructuras tradicionales de autoridad, sino de la capacidad de los individuos para captar la atención y generar un seguimiento en el espacio digital.

Por su parte, Castells (2009), en su obra *La sociedad red*, sostiene que las redes sociales han transformado las estructuras de poder en todas las áreas de la sociedad, incluida la religión.

Históricamente, el poder estaba incrustado en organizaciones e instituciones, organizadas alrededor de una jerarquía de centros. Las redes disuelven los centros, desorganizan la jerarquía, e impiden materialmente que ejerza poder jerárquico sin procesar instrucciones en la red, según las reglas morfológicas de la red. [...] Las iglesias ven su privilegio como emisoras de creencias cuestionado por el envío y la recepción ubicuos de mensajes en el hipertexto interactivo. (Castells, 2009, pp. 20–21)

En este nuevo paradigma, el poder no solo se define por la autoridad de una figura centralizada, sino por la capacidad de conectar y movilizar a personas a través de las redes digitales. El acceso instantáneo a plataformas globales ha generado una redistribución del poder, donde la influencia ya no está determinada por las jerarquías eclesiásticas tradicionales, sino por la habilidad de los líderes religiosos para atraer y mantener una audiencia significativa. Los líderes religiosos digitales son, en muchos casos, los creadores de contenido más relevantes en el ámbito espiritual, siendo capaces de formar comunidades virtuales basadas en intereses y prácticas compartidas, mucho más que en la pertenencia a una iglesia o institución religiosa concreta. Esto redefine la autoridad religiosa, ya que no está determinada por la jerarquía eclesiástica, sino por la capacidad de generar un vínculo emocional, espiritual e incluso, en algunos casos políticos, con los seguidores a través de la tecnología.

A su vez, Cheong et al. (2012), en su análisis sobre la autoridad religiosa digital, profundiza en cómo la tecnología ha transformado el liderazgo religioso en línea. En este entorno, cualquier individuo con acceso a Internet y plataformas digitales puede convertirse en un líder religioso, creando comunidades de fe alrededor de su mensaje. Esto permite que surjan nuevas formas de religiosidad que no están necesariamente ancladas en las instituciones tradicionales, sino que dependen de la capacidad de un líder para conectarse con sus seguidores mediante contenidos que circulan rápidamente a través de las redes sociales. La legitimidad de estos líderes ya no depende de una formación o respaldo institucional, sino de su habilidad para conectar, motivar y generar una comunidad activa en línea.

En ciertos casos y contextos, la red no amenaza el estatus de la autoridad religiosa tradicional, sino que es posible transferir la autoridad presencial a la interfaz digital. Blogs de líderes religiosos permiten establecer una relación más directa entre clérigos y laicos, y muestran que

la autoridad en línea ya no depende únicamente de la cualificación teológica formal, sino también del carisma personal, la disponibilidad, la proximidad y la competencia cultural perceptible. (Cheong et al., 2012, p. 255).

Es decir, este fenómeno implica un cambio profundo en las estructuras de autoridad religiosa, pues los líderes digitales no están sujetos a los mecanismos tradicionales de validación de su autoridad, sino que su influencia se construye a través del impacto de sus mensajes en la audiencia virtual.

En este contexto, Byung-Chul Han también ha reflexionado sobre el impacto de las plataformas digitales en las estructuras de poder, especialmente en su trabajo sobre la sociedad de la transparencia. Han argumenta que en la sociedad digital, el poder ya no se ejerce de manera opresiva o coercitiva, sino que se ejerce a través de la exposición constante de la individualidad y el consumo. Así, la religión digital refleja esta lógica donde los seguidores se convierten en participantes activos, compartiendo y consumiendo contenido religioso según su propia voluntad. Este tipo de poder no se basa en una estructura vertical de autoridad, sino en la capacidad de los líderes digitales para ofrecer contenidos que resuenen con los deseos y las emociones de los individuos, apelando a su necesidad de validación y conexión constante.

Por consiguiente, las plataformas digitales han transformado la manera en que el poder religioso se distribuye y ejerce. La autoridad religiosa ya no se concentra únicamente en las instituciones religiosas tradicionales, sino que ahora está diseminada entre aquellos que tienen la habilidad de generar influencia en las redes sociales. Esto ha llevado a la emergencia de nuevos líderes religiosos que, a pesar de no estar formalmente institucionalizados, ejercen una gran influencia sobre sus seguidores, redefiniendo así el concepto de autoridad en la religión digital.

Para concluir este apartado se puede afirmar que, la irrupción de las plataformas digitales ha desencadenado una reconfiguración sustantiva del campo religioso contemporáneo, especialmente en lo que respecta a las formas de ejercer y reconocer la autoridad. Como lo evidencian los aportes de Foucault (1975), Castells (2009), Cheong (2012) y Han (2013), el poder en la era digital ya no se sustenta en una lógica jerárquica vertical, sino que opera de

forma difusa, distribuida y performativa. En este nuevo ecosistema comunicacional, el liderazgo religioso no se define exclusivamente por la legitimidad institucional ni por la formación teológica, sino por la capacidad de conexión emocional, la visibilidad en red y la resonancia de los mensajes en el espacio público digital.

En este sentido, el entorno digital no solo ha modificado las condiciones de circulación del discurso religioso, sino también las formas de subjetivación de los creyentes. Siguiendo a Han (2013), la exposición constante y voluntaria del *yo devoto* en las redes configura nuevas formas de participación y militancia simbólica, donde el *yo creyente* se afirma a través del consumo, la producción y la viralización de contenidos religiosos. De este modo, la religión digital no representa una mera extensión de las estructuras tradicionales, sino que encarna una mutación profunda en las lógicas del poder espiritual, desplazando la autoridad desde los altares hacia los algoritmos.

Por lo tanto, esta transformación no es homogénea ni unívoca, pero permite observar la emergencia de una religiosidad flexible, transmedial y emocionalmente cargada, en la que la figura del líder espiritual se reinventa como influencer, mediador simbólico y gestor de comunidades en línea. En este contexto, la autoridad religiosa se vuelve contingente, dependiente de la atención, la interacción y el capital simbólico que se construye a través de las plataformas. Así, se redefine no solo el ejercicio del poder religioso, sino también la manera en que los sujetos experimentan, comparten y resignifican su fe en un mundo digitalizado e interconectado.

VI. Tecnofé y subjetividad: el giro afectivo de lo político-religioso en lo digital

Cada sujeto expresa el mundo desde cierto punto de vista. Pero el punto de vista es la diferencia, la diferencia interna y absoluta. Cada sujeto expresa pues un punto de vista absolutamente diferente; y sin duda el mundo expresado no existe fuera del sujeto que lo expresa [...] sin embargo el mundo expresado no se confunde con el sujeto [...] está expresado como la esencia no del sujeto, sino del ser. [La esencia] al plegarse sobre sí misma, constituye la subjetividad. No son los individuos los que constituyen el mundo, sino los mundos plegados [...] los que constituyen los individuos.

Proust y los signos. Deleuze

Para empezar, la subjetividad política es una construcción social y cultural que se configura a partir de los procesos mediante los cuales los sujetos se reconocen a sí mismos como parte activa de lo público, lo colectivo y lo ideológico. En este sentido, no se trata simplemente de una opinión individual sobre los asuntos políticos, sino de una forma particular de ser, sentir, pensar y actuar en el mundo, atravesada por discursos, afectos, prácticas y mediaciones simbólicas. Desde este enfoque, el contenido religioso en plataformas como TikTok adquiere una relevancia particular, ya que no solo moviliza significados espirituales, sino que también vehicula mensajes que pueden incidir en la forma en que los usuarios se posicionan frente a temas como el poder, la justicia, la inclusión, la moralidad, el género, la sexualidad o la nación.

Judith Butler (2004) ha argumentado que la subjetividad política es un efecto performativo, es decir, que se produce en la reiteración de discursos y prácticas que configuran lo que es posible pensar y ser. En este sentido, los contenidos religiosos de TikTok, al ser repetidos, compartidos, comentados o imitados, no solo transmiten información religiosa, sino que construyen marcos normativos y con tendencias, desde los cuales los usuarios interpretan el mundo social y se identifican como parte de determinadas colectividades. Por ejemplo, una joven que sigue a un influencer cristiano que promueve discursos antiaborto, puede interiorizar ese discurso no solo como una creencia religiosa, sino como una postura ética y política sobre el derecho a decidir.

Del mismo modo, otro usuario que encuentra en TikTok contenido espiritual vinculado a la justicia social o la denuncia del racismo, puede sentirse llamado a una forma de acción política inspirada por su fe. Esta comprensión performativa de la subjetividad se entrelaza con la perspectiva de Martínez y Neira (2009), quienes plantean que la subjetividad es también una experiencia encarnada, situada y afectiva:

La subjetividad se concibe como la capacidad de interacción, la intencionalidad, la negociación, pero también como la capacidad del sujeto para constituirse a sí mismo como individuo. La subjetividad estará dada por la experiencia como el cumulo de hechos vividos que nos constituyen; de ahí que podamos decir que ella es un producto, un momento en las coordenadas históricas que permiten hablar desde la experiencia que se realiza en lo subjetivo, lo individual, lo propio, lo diferente del otro. Una misma experiencia vivida por personas

diferentes adquiere valores únicos en cada uno. La carga emocional adjudicada es dada por quien lo vive y solo comprendida por él. (Martínez y Neira, 2009, pág. 17)

Así, la subjetividad política no solo se forja por la repetición de normas sociales, como propone Butler, sino que también se enraíza en vivencias concretas, marcadas por la emocionalidad, el sentido y la historicidad personal. Es en esa conjunción entre lo performativo y lo experiencial donde se configura la identidad política contemporánea de muchos usuarios en redes digitales.

Por lo tanto, los contenidos religiosos en TikTok no deben analizarse solo como medios de expresión de una fe privada, sino como prácticas de subjetivación que operan en un doble registro: reiteran discursos normativos que configuran el sentido de lo político, y al mismo tiempo, se enlazan con experiencias individuales cargadas de afectividad y sentido vital. Esta doble dimensión explica por qué una misma narrativa religiosa puede ser apropiada de formas divergentes: para unos, como mandato conservador; para otros, como llamado a la emancipación.

Por otro lado, desde la perspectiva de Michel Foucault (1980), estas prácticas pueden entenderse como *tecnologías del yo*, en tanto son ejercicios de subjetivación mediante los cuales los sujetos se constituyen a sí mismos bajo ciertos regímenes de verdad. Las plataformas digitales, al permitir la creación, edición y difusión de discursos religiosos, habilitan a los usuarios para construirse como creyentes, pero también como sujetos éticos, morales y políticos.

Así, la fe ya no se vive de manera silenciosa o privada, sino que se comparte, se exhibe, se performa y se disputa en el espacio público digital. En este contexto, TikTok se convierte en un escenario de visibilidad donde los discursos religiosos se entrelazan con discursos políticos, emocionales y corporales, generando nuevas formas de subjetividad.

La subjetividad, entonces, será la forma como específicamente nos han determinado en nuestro modo de estar y ser en el mundo. Esto es, “modos de subjetivación”; pero será también la posibilidad de constituirnos a nosotros mismos como sujetos de nuestras acciones. El ser sujetos de la propia experiencia es la capacidad de transformación, es la posibilidad de ser de

otro modo. Siguiendo estas pistas de reflexión, se pueden distinguir dos sentidos del término *sujeto*: uno por el control y la dependencia del otro, es decir, ligado, y otro como sujeto a la propia identidad por las prácticas y el conocimiento de sí. (Martínez y Neira, 2009, pág. 17)

En este sentido, este proceso de subjetivación está mediado por el formato propio de la plataforma. TikTok se caracteriza por una estética audiovisual breve, emocional, interactiva y algorítmica. Estos elementos inciden en cómo se produce y se consume el contenido religioso. Por ejemplo, el uso de música de fondo, efectos visuales, actuaciones dramatizadas y hashtags permite que un mensaje religioso adquiera un tono emocional que interpela directamente al espectador. Esta interpelación no es neutra, puede generar identificación, rechazo, emoción o deseo de acción. La subjetividad política se nutre precisamente de esas emociones, que conectan al sujeto con causas, grupos o visiones del mundo. De esta manera, TikTok puede contribuir a la formación de comunidades y políticas en torno a determinados discursos religiosos.

En esta misma línea, autores como Ernesto Laclau y Chantal Mouffe (2005) han resaltado el papel de los afectos en la construcción de lo político. Las identidades no se forman solo a partir de razones, sino también de pasiones. En TikTok, los contenidos religiosos pueden operar como catalizadores de pasiones políticas, al ofrecer narrativas que movilizan emociones como el miedo, la esperanza, la ira o la compasión. Estas emociones se articulan con significantes vacíos (como fe, familia, nación, moral) que pueden ser llenados con distintos contenidos ideológicos. Por ello, la misma narrativa religiosa puede ser utilizada para sostener posturas conservadoras o progresistas, autoritarias o emancipadoras, dependiendo del contexto de circulación y de los actores que la movilizan.

La formación de identidades sociales es siempre el resultado de una construcción hegemónica, y lo que hace posible esa construcción es una dimensión afectiva que transforma una demanda particular en una demanda universalizable. Es el afecto lo que da coherencia a lo político. (Laclau, 2005, p. 115).

Esta idea pone en evidencia que el afecto no es un simple acompañamiento emocional del discurso político, sino el elemento estructurante que permite que ciertos significantes (como fe, familia o moral, entre otros) se conviertan en nodos articuladores de una identidad

colectiva. Es decir, el afecto inyecta energía libidinal en el discurso, haciéndolo deseable, movilizador y, por tanto, eficaz políticamente. De este modo, una narrativa religiosa en TikTok no adquiere sentido político solo por su contenido doctrinal, sino por la capacidad que tiene de interpelar emocionalmente a los sujetos y vincular sus experiencias íntimas con una causa pública.

Asimismo, en el ecosistema digital de TikTok esta lógica afectiva se intensifica. Las imágenes, la música, el ritmo y la estética de los videos no solo informan, sino que afectan. Movilizan pasiones que predisponen a la acción y estructuran percepciones del bien, del mal, del otro y de lo propio. Así, un contenido religioso que moviliza el miedo frente a una supuesta decadencia moral puede constituirse en una narrativa hegemónica de derecha; mientras que otro que exalta la compasión como principio cristiano puede articularse con discursos emancipadores. Lo decisivo, en ambos casos, no es solo el argumento, sino la forma en que ese argumento condensa afectos y se vuelve identificable emocionalmente.

Por lo tanto, siguiendo a Laclau, es posible afirmar que el afecto en TikTok no es un accesorio superficial de la política digital, sino el terreno mismo desde el cual se estructuran las subjetividades políticas contemporáneas. Los discursos religiosos, al operar como vehículos afectivos, permiten que ciertas posiciones ideológicas se sientan verdaderas, lo cual es condición de posibilidad para que se vuelvan políticamente efectivas.

García Canclini (2007) y Martín Barbero (2002) han advertido que la religión en América Latina no puede ser comprendida al margen de las mediaciones culturales y de las tensiones entre lo popular y lo institucional. TikTok, como espacio de expresión popular, habilita formas de religiosidad que escapan al control de las iglesias tradicionales y que resignifican la fe desde lo cotidiano, lo lúdico y lo creativo. En estas expresiones se configuran subjetividades políticas que desafían las narrativas dominantes, ya sea porque cuestionan los roles de género, promueven derechos humanos, o visibilizan espiritualidades subalternas. Pero también pueden consolidar subjetividades alineadas con discursos de odio, fundamentalismo o exclusión, cuando los contenidos religiosos se usan para legitimar posiciones extremas.

En este escenario, el rol de los algoritmos es crucial. Los algoritmos de plataformas como TikTok no son neutrales puesto que priorizan ciertos contenidos, invisibilizan otros y moldean las trayectorias de consumo cultural. Esto significa que los usuarios pueden quedar atrapados en burbujas de contenido religioso homogéneo, que refuerza sus creencias previas y dificulta el encuentro con otras visiones del mundo. Este fenómeno, conocido como *cámara de eco*, puede tener efectos sobre la subjetividad política al reducir la exposición a la diversidad y aumentar la polarización ideológica. Por tanto, la influencia del contenido religioso en TikTok no solo depende de su mensaje, sino también de su modo de distribución y consumo.

Es fundamental destacar también el papel de los cuerpos en la construcción de la subjetividad política religiosa en TikTok. Los usuarios no solo escuchan o leen discursos, sino que los encarnan, los bailan, los gesticulan, los performan. Esta performatividad corporal de la fe, mediada por el formato visual y lúdico de la plataforma, genera una forma de participación política que va más allá del discurso verbal. En muchas ocasiones, los contenidos religiosos adquieren un carácter testimonial, donde el cuerpo del creyente se ofrece como prueba de la fe y de la verdad moral que se proclama. Esta corporalidad religiosa digital puede ser vista como un campo de tensión entre obediencia y agencia, entre normalización y transgresión, entre sumisión y empoderamiento.

[...] Así como los grandes cuerpos físicos se construyen a partir de las fuerzas atómicas, también la vida social se construye a partir de lo pequeño, de lo infinitesimal, pues es en este ámbito donde se generan las dos fuerzas moleculares que dinamizan el cuerpo entero de la sociedad: la creencia y el deseo. [...] Gabriel Tarde concluye que el mundo social no está hecho de unidades que se relacionan entre sí según leyes mecánicas, como pensaba el positivismo sociológico, sino de multiplicidades que se relacionan a distancia y cuyos hilos conductores son los deseos, los afectos, la volición y las creencias. (Castro Gómez, 2009, pág. 29)

De lo anterior se puede comprender que la vida social no se organiza desde estructuras racionales o legales preexistentes, sino desde lo infinitesimal: microinteracciones, afectos, creencias y deseos que circulan entre los sujetos y que, en su multiplicidad, dan forma al tejido social. Esta idea se conecta directamente con la dimensión performativa y afectiva de

los contenidos religiosos en TikTok. Cuando los usuarios no solo escuchan o leen discursos, sino que los encarnan, bailan, gesticulan y performan, están operando en ese plano molecular donde se generan, reafirman o disputan los significados sociales. La fe no es aquí una doctrina abstracta, sino una experiencia vivida, visible en el cuerpo, cargada de deseo y orientada por creencias internalizadas.

Esta corporalidad religiosa digital, entendida como un campo de tensión entre obediencia y agencia, puede interpretarse desde la categoría de la *noopolítica*. Siguiendo a Lazzarato (2009), la *noopolítica* designa una forma de ejercicio del poder propia del capitalismo contemporáneo que ya no se limita a disciplinar los cuerpos (como en la *biopolítica*) sino que interviene directamente en la producción de la subjetividad, modulando la atención, la memoria, la percepción y la sensibilidad colectiva; es decir, aquello que denomina el *cerebro social*. El poder opera así sobre la dimensión cognitiva y afectiva de los sujetos, orientando modos de sentir y de creer antes incluso de la acción.

En esta misma línea, Gómez (2009) señala que la *noopolítica* actúa sobre el deseo y la creencia mediante dispositivos sociotécnicos que organizan la experiencia cotidiana. No se trata únicamente de prohibir o permitir conductas, sino de configurar horizontes de posibilidad: lo que resulta pensable, visible y legítimo. De este modo, plataformas digitales y sus algoritmos, como ocurre en redes sociales, filtran, amplifican y sedimentan determinadas formas de ver, sentir y actuar, produciendo disposiciones afectivas que orientan prácticas religiosas, adhesiones simbólicas y modos de pertenencia.

En este contexto, el cuerpo del usuario creyente no es solo un canal de expresión individual, sino una pieza activa en la economía *noopolítica*, es un soporte donde se articulan afectos e ideologías, y que sirve tanto para reproducir narrativas dominantes como para desviarlas o resignificarlas. El carácter testimonial de los videos religiosos donde el cuerpo “prueba” la verdad proclamada evidencia que la producción de subjetividad política no se realiza únicamente en el plano verbal o cognitivo, sino también en una materialidad sensible que los algoritmos reconocen, valorizan y redistribuyen.

En este orden, la religión en plataformas como TikTok no debe analizarse únicamente como un contenido temático, sino como un ensamble entre tecnología, afectos y performatividad,

donde se juega la producción de subjetividades creyentes y políticas en clave noopolítica. En palabras de Castro Gómez (2009), son esos microprocesos de deseo y creencia los que dinamizan el cuerpo entero de la sociedad, y hoy lo hacen en entornos profundamente mediados por dispositivos digitales.

Además, es necesario considerar los efectos de estos procesos en la participación ciudadana. Cuando los discursos religiosos en TikTok se articulan con causas sociales o políticas, pueden estimular nuevas formas de intervención en la esfera pública. Por ejemplo, se ha documentado el uso de TikTok por parte de movimientos religiosos progresistas que promueven la justicia climática, los derechos de las minorías o la equidad de género. Estos contenidos pueden inspirar formas de acción colectiva, debates intergeneracionales, y movilizaciones en línea y fuera de ella. En contraposición, también se encuentran ejemplos en los que se promueve la pasividad política bajo el argumento de que "solo Dios cambiará las cosas" o se refuerzan valores autoritarios y patriarcales.

La producción noopolítica de consumidores supone, al mismo tiempo, la producción de ciudadanía. Es decir, que en el capitalismo posfordista ya no existe diferencia entre consumidores y ciudadanos. [...] Lo mayoritario no se refiere, entonces, al número de personas que desempeñan una determinada actividad, sino a un perfil de subjetividad construido por las técnicas del marketing, a partir del cual se miden todas las demás subjetividades. (Castro Gómez, 2009, pp. 32-33)

Desde esta óptica, la subjetividad política mediada por lo religioso en TikTok no debe ser interpretada como un fenómeno unívoco, sino como una tensión constante entre discursos hegemónicos y contrahegemónicos, entre lo institucional y lo subalterno, entre lo devocional y lo emancipador. Esta tensión está marcada por el carácter cambiante, fragmentario y emocional de las plataformas digitales, que transforman la manera en que se construyen los sentidos comunes y se negocia el lugar de la religión en la vida pública.

La política en las sociedades de control empieza a funcionar con la construcción de modelos mayoritarios. Esto resulta claro no sólo en el modo en que las encuestas son capaces de movilizar la opinión pública en una u otra dirección a través de los medios, sino también en el hecho de que la democracia empieza a ser entendida como el esfuerzo para hacer que un

mayor número de personas “accedan” a los modelos mayoritarios. [...] Se trata, pues, de una democracia articulada por el mercado, en la que consumidores y ciudadanos son una y la misma cosa. (Castro Gómez, 2009, pág. 33)

Por último, todo lo planteado anteriormente se convierte en un reto metodológico, puesto que investigar subjetividades políticas a partir de contenidos religiosos en TikTok exige una aproximación que articule análisis del discurso, etnografía digital, estudios culturales y teorías críticas de la comunicación. Solo así es posible captar las sutilezas de los procesos de identificación, las lógicas de viralidad, los patrones de interacción, y los modos en que los usuarios resignifican lo religioso como lenguaje para hablar de lo político. Esto demanda una mirada situada, sensible al contexto latinoamericano, a las desigualdades digitales, y a las trayectorias históricas de las religiones en la región.

En conclusión, el contenido religioso en TikTok influye de manera significativa en la configuración de la subjetividad política de los usuarios, al ofrecer marcos simbólicos, emocionales y performativos que median la comprensión del mundo social. Esta influencia no es homogénea ni determinista, sino que depende de las trayectorias individuales, las condiciones de acceso tecnológico, las redes de sentido disponibles y las formas de agencia que los usuarios despliegan frente a los discursos que consumen y producen.

Así, la subjetividad política de quienes interactúan en esta plataforma se encuentra en constante configuración mediante su relación con los contenidos religiosos que circulan, producidos tanto por instituciones tradicionales como por actores individuales. Esta interacción está atravesada por factores como la performatividad, la emocionalidad, los afectos, los algoritmos, las identidades digitales, los cuerpos en pantalla y las redes de significado compartido. En síntesis, factores noopolíticos en palabras de Lazzarato.

En este contexto, la tecnofé se configura como un espacio de producción simbólica y de disputa política en el que se negocian permanentemente los sentidos asociados a la justicia, la autoridad, la pertenencia y el bien común. Lejos de constituir una simple prolongación virtual de lo sagrado tradicional, representa un campo dinámico de rearticulación de valores, prácticas y formas de subjetivación que atraviesan tanto la esfera religiosa como la cívica.

La tecnofé puede definirse como la configuración contemporánea de la experiencia religiosa mediada por tecnologías digitales, donde algoritmos, interfaces y lógicas de visibilidad intervienen activamente en la producción y circulación del sentido. No se trata, por tanto, de “religión en internet”, sino de una transformación estructural de la experiencia creyente bajo condiciones tecnopolíticas que redefinen la autoridad, la comunidad y la ritualidad.

En este marco, la tecnofé opera como un dispositivo de subjetivación: produce modos de identificación, modula afectos colectivos, legitima nuevas formas de autoridad digital y articula imaginarios morales con proyección en la esfera pública. Así, no solo reconfigura prácticas religiosas, sino que incide en la constitución de subjetividades políticas al establecer marcos interpretativos sobre el orden social, la moralidad, la comunidad y la autoridad.

Como categoría analítica, la tecnofé permite integrar de manera coherente las dimensiones religiosa, tecnológica y política examinadas en esta investigación, evitando la dispersión conceptual y consolidando el eje central del análisis empírico desarrollado en los capítulos posteriores.

Solo a través de esta articulación teórica es posible comprender la complejidad y densidad de las transformaciones que atraviesan hoy las formas de ser creyente y ser ciudadano. Estas identidades, lejos de ser esferas separadas, se encuentran profundamente imbricadas en las dinámicas de producción cultural y política propias del ecosistema digital, donde los discursos religiosos no solo median experiencias personales de fe, sino que también se proyectan como narrativas de orden social, de verdad moral y de intervención en la esfera pública. De este modo, la religión digital emerge como una arena en la que se disputan no solo significados trascendentes, sino también las formas posibles de habitar lo común, de construir cantidades de mundos posibles.

CAPÍTULO IV.

Marco Metodológico

La presente investigación se propone abordar un fenómeno complejo y multifacético: la manera en que las expresiones de religiosidad en TikTok inciden en la configuración de la subjetividad política de sus usuarios. En este sentido, el marco metodológico constituye una pieza clave para fundamentar el abordaje empírico y analítico, asegurando la coherencia epistemológica entre los objetivos, las herramientas y las formas de análisis empleadas. La articulación entre lo religioso y lo político en el entorno digital demanda una mirada que supere la descripción superficial de los contenidos y se adentre en los procesos de sentido que configuran las identidades, los vínculos y las formas de agencia que se despliegan en la plataforma.

La elección del enfoque cualitativo responde a la necesidad de comprender los sentidos que los sujetos atribuyen a sus prácticas y representaciones, así como a las lógicas socioculturales que estructuran sus expresiones. Este enfoque permite adentrarse en las experiencias mediadas, los discursos y las performances que no son visibles desde una lógica cuantitativa. Como sostienen Denzin y Lincoln (2005), el enfoque cualitativo implica "un compromiso con el estudio del mundo empírico desde dentro, reconociendo la perspectiva de los actores sociales" (p. 23). En este sentido, la metodología se concibe como una estrategia interpretativa situada, sensible a la complejidad de los entornos digitales y a las tensiones que los atraviesan.

En el marco de esta aproximación cualitativa, se opta por una estrategia metodológica que combina la etnografía digital y el análisis hermenéutico-crítico. Ambas herramientas ofrecen posibilidades complementarias para analizar no solo los contenidos que circulan en TikTok, sino también las formas en que estos son apropiados, resignificados y vividos por los usuarios. La etnografía digital permite comprender TikTok no como un simple repositorio de videos, sino como un entorno cultural dinámico, donde se producen relaciones simbólicas, comunidades y prácticas de subjetivación que desafían las categorías tradicionales de análisis.

I. Enfoque metodológico

La presente investigación adopta un enfoque cualitativo de orientación interpretativa y crítica, adecuado para comprender fenómenos socioculturales complejos como la configuración de subjetividades políticas en entornos digitales. Este enfoque reconoce que las prácticas religiosas en TikTok no pueden ser analizadas únicamente desde la descripción superficial de los contenidos, sino desde la interpretación profunda de los sentidos, tendencias y dinámicas sociotécnicas que los atraviesan. De este modo, el enfoque interpretativo permite explorar cómo los usuarios otorgan significado a los discursos religiosos que circulan en la plataforma, así como las formas en que estos discursos influyen en la construcción de percepciones, juicios morales y posicionamientos políticos. Al respecto, Vain, (2012) menciona:

Por ese motivo, podemos señalar que cuando investigamos desde el enfoque interpretativo se ponen en juego dos narrativas, que a veces se mezclan, se confunden o se solapan. Estas son las narraciones que hacen los sujetos sociales acerca de sus prácticas y sus discursos y las narraciones que hacemos los investigadores a partir de lo que observamos y de lo que los sujetos nos cuentan acerca de lo que hacen (p. 40).

Desde la perspectiva crítica, el análisis se orienta a identificar los modos en que las estructuras simbólicas, los dispositivos de mediación y las lógicas algorítmicas participan en la producción de subjetividad, considerando que TikTok opera como un espacio que amplifica ciertos discursos, intensifica afectos y favorece narrativas emocionales vinculadas a lo religioso y lo político.

Asimismo, este enfoque metodológico reconoce que TikTok es un ecosistema multimodal y performativo, donde la comunicación no se limita al lenguaje verbal, sino que se extiende a expresiones corporales, estéticas audiovisuales, modos de edición, música, filtros y gestualidades que constituyen un entramado semiótico complejo. En consecuencia, el análisis debe integrar una lectura que articule discurso, imagen, sonido, afectividad y circulación algorítmica para comprender cómo estos elementos contribuyen a la formación de subjetividades políticas contemporáneas.

De esta manera, se concibe que los procesos sociales poseen una naturaleza dinámica y simbólica, en la que la acción humana adquiere un papel decisivo tanto en la constitución del sujeto como en su entorno, a partir de sus creencias, preferencias, actitudes y prácticas, ya sean manifiestas o latentes en la vida cotidiana. Dicho de otro modo, los significados que emergen en contextos individuales o colectivos (y que se desarrollan bajo determinadas perspectivas de interés) se articulan dentro de una comprensión integradora de las representaciones sociales.

En correspondencia con ello, el método adoptado en esta investigación se fundamenta en el análisis del discurso multimodal (ADM), dado que las estrategias discursivas se configuran a partir de una convergencia de recursos en la que el sujeto enunciador o usuario incorpora diversas modalidades expresivas. En este sentido, lo semiótico-funcional se entrelaza con una matriz semiótico-social. Así, el discurso se entiende como:

Una simultaneidad de modos que se representan a partir de actualizaciones efectivas de los diferentes sistemas de opciones que permiten conformarlos. Es allí donde lo multimodal, se convierte en una característica inherente y necesaria para el análisis del discurso, dado que el discurso no es una unidad estática sino por el contrario, permite ser abordada desde lo paradigmático (aquello que da cuenta de su sistema), sintáctico (aquello que evidencia su estructura) y lo estratégico (lo que da cuenta de su uso) (Menéndez, 2012, p. 58).

Comprender el lenguaje como un potencial de significación que se actualiza en forma de textos permite reconocer que el discurso adquiere un papel fundamental como evidencia y como expresión constitutiva de la cultura, en tanto los textos funcionan como unidades portadoras de significado. Sin embargo, su interpretación no es ilimitada: depende siempre de un contexto específico que condiciona y orienta los sentidos posibles. En consecuencia, el lenguaje se configura como un espacio donde los significados se negocian y se disputan, lo cual habilita la observación del discurso multimodal en los siguientes términos:

[...] El enfoque multimodal plantea que las elecciones significantes no se restringen al plano verbal, sino que actúan simultáneamente con otros sistemas de opciones semióticas que se manifiestan de manera articulada. Existen, por tanto, diversos sistemas de disponibilidad expresiva y conjuntos de recursos que se actualizan en el

proceso comunicativo. Estos recursos constituyen modos que interactúan entre sí y permiten que un discurso sea interpretado como una unidad semántica-discursiva coherente y susceptible de análisis estratégico (Menéndez, 2012, p. 64).

En esta línea, es pertinente señalar que el análisis del discurso, desde una perspectiva semiótico-social, integra la multimodalidad como una dimensión práctica y analítica fundamental. Para los propósitos de este estudio, dicha dimensión abre un campo de posibilidades para comprender la variabilidad de recursos expresivos, entendidos como un conjunto de opciones representacionales; la negociabilidad, que refiere a la combinación y articulación de dichos recursos; y la adaptabilidad, vinculada a la interpretación crítica que emerge en cada situación discursiva.

Todo esto favorece la comprensión de series discursivas en términos de interacciones, configuraciones identitarias de los sujetos que enuncian y audiencias que interpretan, con el fin de sustentar una lectura situada de las relaciones interdiscursivas que se establecen entre distintos discursos. Tal como afirma O'Halloran: “el análisis del discurso multimodal se ocupa de la teoría y del análisis de los recursos semióticos y de las expansiones semánticas que tienen lugar a medida que, en los fenómenos multimodales, se combinan las diferentes opciones semióticas disponibles” (2012, p. 76).

II. Instrumentos

En el campo de la investigación social y cualitativa, especialmente en el análisis de dinámicas presentes en redes sociales, resulta habitual recurrir a enfoques metodológicos de carácter interpretativo. Estos emplean diversas estrategias de recolección y análisis que facilitan identificar, comprender y reconstruir las relaciones sociales de individuos o colectivos por medio de instrumentos flexibles, como cuestionarios, guías de observación o procedimientos analíticos aplicados a interacciones digitales.

Las técnicas cualitativas poseen la capacidad de complementar y enriquecer los datos cuantitativos relacionados con el estudio de las redes sociales. Aunque los diseños mixtos presentan una amplia diversidad teórica y metodológica, la literatura especializada tiende a ubicarlos dentro del ámbito cualitativo, debido a que se orientan a recoger información de

manera abierta y a reconstruir el sentido de las relaciones sociales mediante procedimientos interpretativos (Hein, 2013, p. 59).

En esta investigación se aplicará una observación simple no participante, cuyo propósito es analizar las relaciones y manifestaciones discursivas desde una posición externa. Siguiendo a Sanjuán (2011), este tipo de observación implica “recoger la información sin intervenir para nada en el grupo social, hecho o fenómeno investigado” (p. 9). En este sentido, el investigador adopta el rol de observador que utiliza herramientas tecnológicas y descriptivas para seleccionar fragmentos significativos, acercarse y distanciarse del fenómeno, y registrar situaciones relevantes sin alterar el contexto en el que ocurren. Esto permite resaltar conductas, expresiones verbales y dinámicas comunicativas que conservan su carácter natural dentro del entorno digital estudiado.

El fundamento de esta técnica se orienta a examinar el conjunto de procedimientos interpretativos asociados a mensajes, microtextos (como los producidos en TikTok o en otras plataformas) y discursos que circulan en el escenario digital. A través de métodos cualitativos, se busca identificar y procesar datos que resulten pertinentes para comprender las condiciones de producción, circulación y uso posterior de dichos mensajes. Tales procedimientos parten del reconocimiento de que las formas en que interpretamos el mundo, las categorías que empleamos y los conceptos que utilizamos están mediados histórica y culturalmente, al igual que las prácticas sociales y marcos de conocimiento que orientan nuestras descripciones y construcciones de la realidad.

En el marco de esta investigación, TikTok constituye el punto de partida para analizar cómo las imágenes, los cuerpos, la edición audiovisual y las textualidades breves se configuran como instrumentos discursivos y políticos. Su materialización en videos cortos, sumada a la interacción inmediata de los usuarios, permite observar cómo ciertos mensajes religiosos se ritualizan y se convierten en dispositivos capaces de movilizar afectos, adhesiones y formas de interpretación política. La multimodalidad, en este sentido, no solo organiza lo que se ve y se escucha, sino también aquello que se siente, se identifica y se reproduce colectivamente.

Así, los contenidos religiosos presentes en TikTok revelan cómo las estrategias discursivas se articulan con recursos visuales, sonoros y performativos para producir discursos sociales

digitalizados, donde lo religioso se entrelaza con percepciones morales, demandas de agencia y posicionamientos políticos. La plataforma permite observar cómo lo sagrado se reconfigura en clave estética y afectiva, generando modos particulares de subjetivación política en los usuarios que consumen, interpretan y replican estos contenidos.

III. Recolección de la información

Para el proceso de recolección de información se diseñó una matriz de sistematización (que permitió organizar, categorizar y analizar de manera rigurosa los contenidos seleccionados en TikTok. Esta matriz se elaboró con el fin de registrar no solo los datos descriptivos de cada video, sino también aquellos elementos discursivos, simbólicos y emocionales que resultan pertinentes para el estudio de la religiosidad y la configuración de la subjetividad política en esta plataforma digital. La matriz incluyó los siguientes criterios de registro y análisis:

Criterio	Descripción
Fecha de ingreso del material al corpus	Registro de la fecha en que el video fue incorporado oficialmente al corpus de análisis.
Criterios de búsqueda utilizados (palabras clave, hashtags, tendencias)	Términos, etiquetas o tendencias empleados para localizar los videos dentro de TikTok.
Fecha de publicación del video	Día en que el contenido fue publicado originalmente por su creador en la plataforma.
Descripción general del contenido del video	Resumen conciso del video, indicando elementos visuales, sonoros y el mensaje principal.
Temáticas abordadas o eje central del mensaje	Identificación de los temas predominantes presentes en el contenido (religiosos, políticos, morales, sociales).
Comentarios de los usuarios (capturas de pantalla o transcripciones relevantes)	Selección de comentarios significativos que evidencian reacciones, interpretaciones o disputas discursivas.
Perfil del creador del contenido	Información pública del usuario (nombre, tipo de contenido que produce, características visibles de su cuenta).

Interacción del video (likes, comentarios, compartidos, engagement)	Datos de participación y alcance que reflejan el nivel de interacción del video con la audiencia.
Componentes religiosos del mensaje	Elementos simbólicos, verbales, visuales o performativos relacionados con creencias o prácticas religiosas.
Componentes discursivos del mensaje	Estrategias lingüísticas, retóricas y multimodales que configuran el mensaje y sus efectos comunicativos.
Componentes políticos o sociales del mensaje	Contenidos que se vinculan con problemáticas, narrativas o posicionamientos político-sociales.
Presencia de subjetividad política (sí/no y justificación)	Indicios de cómo el contenido contribuye a la formación de subjetividades políticas, acompañado de una breve explicación.
Link de acceso al video	URL del video para consulta y verificación del análisis.

Tabla 7. Criterios de registro y análisis. Elaboración: propia.

La inclusión de estos criterios permitió construir un corpus robusto y analíticamente consistente, facilitando la lectura comparativa entre videos y la identificación de patrones discursivos reiterados dentro de la plataforma. De acuerdo con esto, en total, se seleccionaron 15 videos, escogidos mediante un muestreo intencional orientado por la pertinencia temática y la presencia explícita de expresiones de religiosidad vinculadas a prácticas de sentido potencialmente político. La selección consideró factores como: el nivel de interacción, la claridad del mensaje religioso, la aparición de contenidos moralizantes o exhortativos, así como la presencia de comentarios de usuarios que evidenciaran procesos de adhesión, disputa o interpretación política. De este modo, la matriz funcionó como un instrumento central para la organización del corpus, asegurando la sistematicidad del proceso y permitiendo que los datos recogidos fueran analizados posteriormente mediante el enfoque multimodal e interpretativo que orienta esta investigación.

IV. Procedimiento de categorización y construcción del sistema de análisis

El proceso de categorización se desarrolló siguiendo los principios del análisis del discurso multimodal y de la lógica inductivo-deductiva propia de la investigación cualitativa,

entendiendo el discurso como una práctica social en la que interactúan múltiples modos semióticos (lenguaje verbal, imagen, gestualidad y diseño), tal como lo plantean Kress y van Leeuwen (2001), quienes señalan que el análisis multimodal permite comprender cómo el significado se construye a partir de la articulación de distintos recursos comunicativos. A partir de 16 videos recopilados en TikTok, se llevó a cabo un proceso de lectura analítica que integró las dimensiones lingüísticas, visuales, sonoras y afectivas presentes en cada pieza audiovisual. El procedimiento se desarrolló en tres fases:

I. Fase de lectura y segmentación multimodal

En una primera instancia, se realizó una exploración general del corpus identificando patrones recurrentes en:

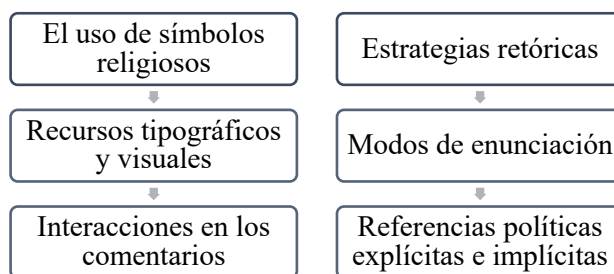


Gráfico 6. Patrones fase I

Esta lectura permitió segmentar cada video en unidades de análisis teniendo en cuenta la naturaleza multimodal del discurso (imagen, texto, audio, gesto, montaje).

II. Clasificación de las unidades de análisis multimodal

Mediante un análisis de la información recolectada, se segmentó cada vídeo en unidades de análisis atendiendo a la naturaleza multimodal del discurso. En este sentido, se identificaron las siguientes modalidades, entendidas como sistemas semióticos que interactúan entre sí en la construcción de significado.

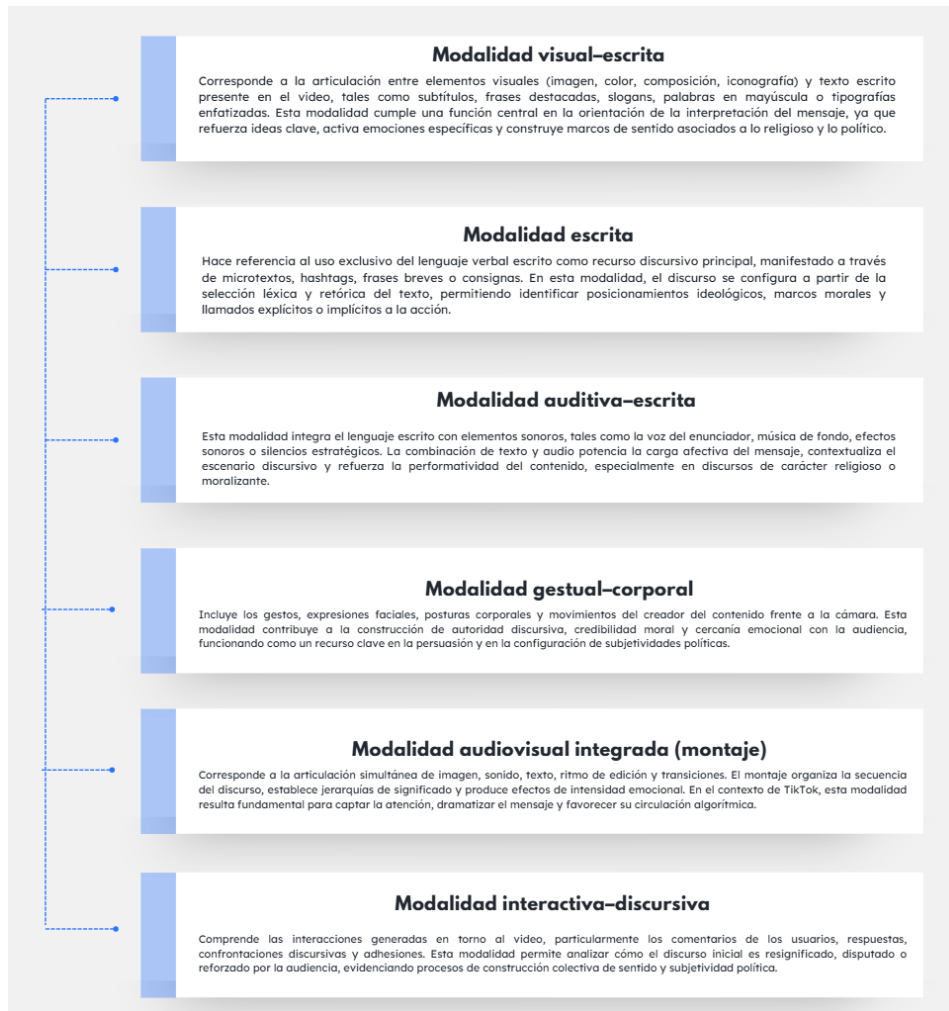


Gráfico 7. Unidades de análisis multimodal.

De acuerdo con lo anterior, la identificación de estas modalidades permitió abordar cada video como una unidad semántico-discursiva articulada, en la que los distintos modos semióticos no operan de manera aislada, sino en constante interacción. Esta clasificación posibilitó un análisis integral del discurso religioso-político en TikTok, atendiendo tanto a dimensiones expresivas como a efectos emotivos y políticos en los usuarios.

II. Fase de codificación inicial

Posteriormente, se desarrolló una fase de codificación inicial orientada a transformar el material recolectado (videos, descripciones, comentarios y métricas de interacción) en unidades analíticas comparables, a partir de los campos previamente definidos en la matriz:

componentes religiosos, componentes discursivos, componentes político-sociales y subjetividad política. Esta fase cumplió una doble función: por un lado, ordenar y estabilizar la información heterogénea propia de TikTok (imagen, audio, texto, montaje e interacción); y por otro, abrir el campo interpretativo para detectar patrones emergentes sin reducir el fenómeno a una lectura únicamente textual.

a) Procedimiento de codificación y construcción de unidades de registro

La codificación inició con la identificación de fragmentos significativos dentro de cada video y sus comentarios (enunciados, frases en pantalla, hashtags, gestos, planos, transiciones, música, iconos, palabras resaltadas, citas, slogans, etc.). Estos fragmentos funcionaron como unidades de registro; es decir, segmentos mínimos que portan información relevante para las categorías analíticas. En TikTok, estas unidades no se restringen a “lo dicho”, sino que incluyen lo mostrado y lo performado: la forma, el ritmo y la puesta en escena constituyen parte del significado. En términos operativos, para cada video se registraron:

<ul style="list-style-type: none"> • Elementos verbales: expresiones religiosas, argumentos, llamados a la acción, adjetivaciones y oposiciones (“nosotros/ellos”, “bien/mal”, “libertad/amenaza”);
<ul style="list-style-type: none"> • Elementos visuales: colores, tipografías, iconos de alerta, banderas, imágenes religiosas, composiciones, capturas de noticias;
<ul style="list-style-type: none"> • Elementos sonoros: tono de voz, silencios, música emocional, efectos;
<ul style="list-style-type: none"> • Elementos corporales: mirada a cámara, gestos, postura, intensidad expresiva;
<ul style="list-style-type: none"> • Elementos interactivos: tipos de comentarios (adhesión, rechazo, burla, confrontación), patrones de discusión y polarización

Gráfico 8. Fragmentos significativos dentro de cada video.

b) Codificación guiada por la matriz (deductiva) y apertura a lo emergente (inductiva)

Aunque la matriz establece los cuatro grandes campos de análisis, la codificación se realizó bajo una lógica mixta:

- *Deductiva*: porque cada registro se organizó inicialmente en los campos ya definidos (religioso, discursivo, político-social, subjetividad política).
- *Inductiva*: porque dentro de cada campo se permitió que surgieran códigos más específicos derivados del material (por ejemplo: “retórica del peligro”, “mandato divino”, “moralización del adversario”, “comparación con regímenes autoritarios”, “polarización en comentarios”, etc.).

Este procedimiento evitó imponer categorías externas de manera rígida y, al mismo tiempo, aseguró la coherencia del análisis con el objetivo central de la investigación: comprender cómo lo religioso en TikTok incide en la configuración de subjetividad política.

c) Criterios de codificación: regularidades temáticas y expresivas

A partir del registro sistemático de elementos, se establecieron criterios para identificar *regularidades* que funcionaron como base para el posterior árbol categorial. Estas regularidades se reconocieron cuando aparecían de forma reiterada en distintos videos o cuando concentraban un alto potencial explicativo. Se consideraron especialmente:

- **Regularidades temáticas**: ideas recurrentes (libertad religiosa, fe como criterio político, defensa de valores, nación, enemigo moral, etc.).
- **Regularidades retóricas**: estrategias reiteradas (preguntas retóricas, slogans, apelaciones morales, amenaza, deber, denuncia, “corre peligro”, etc.).
- **Regularidades multimodales**: recursos que se repiten en varios casos (palabras en mayúscula, colores simbólicos, iconos de alarma, subtítulo completo, inserción de clips noticiosos).
- **Regularidades interaccionales**: formas de respuesta del público (adhesión devocional, confrontación política, burla, denuncia, polarización y ataques entre usuarios).

Estas recurrencias permitieron identificar núcleos de sentido: conjuntos de significados que organizan el discurso y orientan su interpretación, por ejemplo: “*la religión como derecho amenazado*”, “*la fe como mandato para actuar políticamente*”, o “*la nación solo prospera si preserva valores religiosos*”.

d) Codificación fenomenológica: captar el sentido desde la experiencia discursiva

La codificación se realizó también desde una perspectiva fenomenológica, en la medida en que se atendió al modo en que el discurso aparece y se vive en la plataforma: qué emociones activas, qué urgencias instala, qué experiencias de pertenencia o amenaza convoca y qué “mundo” construye. Esto implicó no reducir el análisis a una lectura instrumental del contenido, sino considerar la experiencia de recepción e interacción como parte del fenómeno: TikTok opera como un espacio donde el sentido se produce con rapidez, intensidad emotiva y alta carga performativa. Así, los códigos no solo describieron “de qué se habla”, sino cómo se produce el efecto de verdad, de moralidad o de amenaza, y cómo esos efectos pueden orientar formas de subjetividad política.

e) Codificación semiótico-funcional: significado como articulación de modos

Finalmente, la codificación se fundamentó en una perspectiva semiótico-funcional, entendiendo que el significado no se construye exclusivamente en el lenguaje verbal, sino en la interacción de modos. En TikTok, lo escrito, lo visual, lo sonoro y lo corporal operan como sistemas semióticos coordinados: un mismo mensaje político-religioso puede intensificarse mediante tipografías de alerta, música dramática, mirada directa a cámara, cortes rápidos y hashtags estratégicos.

Por ello, la codificación buscó identificar funciones (más que solo “elementos”), tales como:

- **Legitimar** (usar a Dios como autoridad moral),
- **Alarmar** (iconos de peligro, color rojo, “está en riesgo”),
- **Convocar** (llamados a la acción),
- **Polarizar** (oposiciones nosotros/ellos),
- **Moralizar** (atribuir bondad/maldad a actores políticos),
- **Movilizar afectivamente** (miedo, indignación, esperanza)

III. Fase de agrupación y construcción del árbol categorial

Una vez identificados los códigos iniciales, estos se organizaron en categorías y subcategorías que dan cuenta de: las lógicas de legitimación religiosa, las estrategias

emocionales de persuasión, la relación entre religión y política, los modos de subjetivación en los usuarios, los recursos multimodales predominantes y los marcos narrativos de amenaza. El resultado fue un árbol de categorías jerarquizado que permite observar cómo los distintos elementos discursivos se relacionan entre sí, revelando estructuras profundas del discurso religioso-político en TikTok.

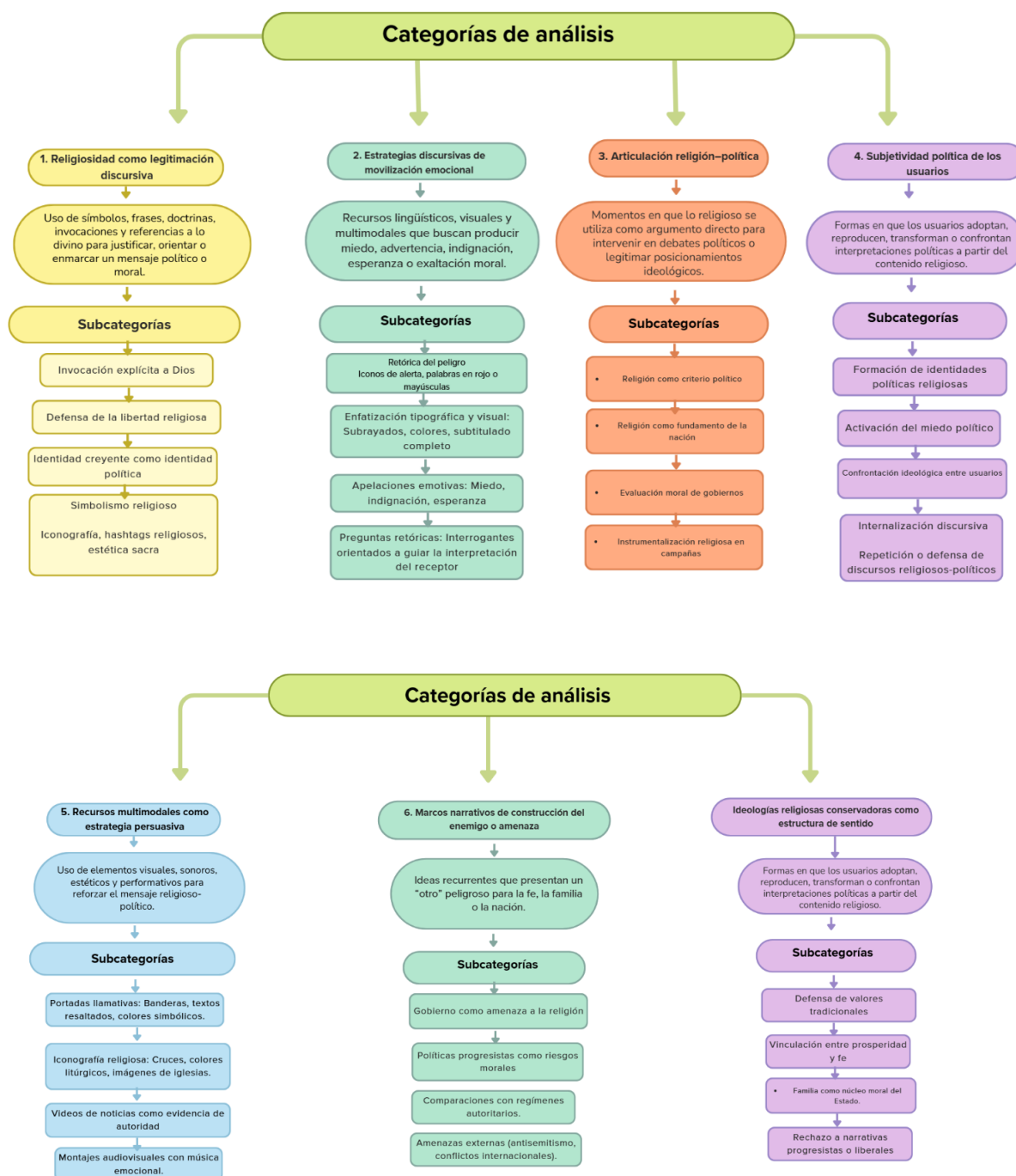


Gráfico 9. Árboles categorías de análisis.

CAPÍTULO V

Análisis e interpretación de la información

I. Religiosidad como legitimación discursiva

Este apartado analiza el modo en que la religiosidad opera como un dispositivo de legitimación discursiva en los videos que conforman el corpus, permitiendo enmarcar, justificar y reforzar posicionamientos políticos y morales en el espacio público digital. Lejos de entender lo religioso únicamente como expresión de una fe individual o como adscripción institucional, la investigación asume la religiosidad como un repertorio simbólico, normativo y afectivo que estructura interpretaciones del mundo social, orienta juicios morales y habilita formas específicas de acción política.

Desde esta perspectiva, la religiosidad se concibe como una práctica sociocultural situada, atravesada por contextos históricos, mediáticos y políticos, que adquiere nuevas formas de circulación y resignificación en plataformas digitales como TikTok. En este entorno, lo religioso se expresa mediante lenguajes multimodales —imágenes, música, gestualidad, subtítulos, hashtags y referencias doctrinales— que facilitan su traducción en razones públicas, dotando de autoridad, urgencia y validez a determinados discursos. Así, la fe no aparece restringida al ámbito privado, sino que se proyecta como un marco normativo de sentido capaz de intervenir en debates sobre derechos, nación, moral social, ciudadanía y orden político.

El análisis parte del supuesto, propio del análisis crítico del discurso, de que la legitimación no constituye una propiedad inherente de los enunciados, sino un efecto discursivo producido mediante estrategias que apelan a valores trascendentes, autoridades reconocidas, identidades colectivas o narrativas morales. En este sentido, la religiosidad funciona como un recurso privilegiado de legitimación, en tanto permite presentar determinadas posiciones como naturales, necesarias, justas o incuestionables, reduciendo los márgenes de disenso y complejidad del debate público.

Como primer momento del análisis, se presenta una clasificación de los videos a partir de sus niveles denotativos y connotativos, con el fin de identificar cómo la religiosidad se activa discursivamente como mecanismo de legitimación. La tabla que se expone a continuación cumple una función analítica inicial: permite visualizar los diferentes modos en que lo religioso se traduce en autoridad política, ya sea como derecho fundamental, mandato divino, fundamento del orden social, criterio de voto, ética pública o marco crítico frente a la instrumentalización de la fe. A partir de esta lectura transversal, el apartado profundiza en las estrategias discursivas y multimodales que hacen posible dicha legitimación y en sus efectos sobre la configuración de subjetividades políticas en la esfera pública digital.

El análisis evidencia que la religiosidad opera de manera recurrente como un dispositivo de legitimación discursiva, a través del cual se enmarcan, justifican y refuerzan posicionamientos políticos y morales en los videos analizados. Es importante señalar que, en el caso de esta investigación, la religiosidad se entiende como un conjunto de creencias, prácticas, símbolos, lenguajes y disposiciones afectivas que configuran la relación de los sujetos con lo sagrado y que se expresan tanto en el plano individual como colectivo. No se limita a la vivencia íntima de la fe, sino que se manifiesta como una práctica sociocultural situada, atravesada por contextos históricos, mediáticos y políticos. Al respecto, (Simkin, 2013) menciona:

Tanto la religiosidad como la espiritualidad ofrecen múltiples marcos de sentido a partir de los cuales cada individuo puede interpretar los eventos de la vida en función de sus experiencias, del contexto y de las diferencias individuales. Así, distintas personas pueden interpretar la religión de diferente forma, de modo que algunas maneras de vivir la religión puedan implicar ciertos grados de autoritarismo, mientras que otras vivencias religiosas o espirituales proporcionen un sentido amplio de bienestar, contribuyendo al afrontamiento de los eventos estresantes de la vida o fomentando el comportamiento prosocial (p.50).

Justamente, para Michel Foucault denomina la *inquietud de sí*, siendo una relación entre el hombre y su deidad única; es decir, la emergencia a ciertas formas de construcción del sujeto cristiano.

Esto implica que el primer cristiano viva dentro de nuevas exigencias, aquellas que derivan “de esa especie de aguijón que debe clavarse en la carne, hincarse en la existencia”,¹ ese desasosiego continuo que conforma la inquietud de sí; por otro, se pretende ilustrar muy someramente cómo vive el cristiano de los primeros siglos sus preocupaciones éticas y morales ligadas a una nueva y permanente necesidad de transformación. (Lizaola, 2019, p. 237).

De acuerdo con esto, la religiosidad opera como un régimen de sentido que organiza interpretaciones del mundo, define valores morales, establece jerarquías entre lo correcto y lo incorrecto, y orienta formas de acción. En entornos digitales como TikTok, la religiosidad se actualiza mediante recursos multimodales (lenguaje verbal, imágenes, música, gestos, hashtags) que permiten su circulación, resignificación y apropiación en la esfera público-digital. Así pues, la religiosidad no aparece únicamente como doctrina o institución, sino como un repertorio simbólico y afectivo que puede ser activado para construir identidades, generar pertenencia, movilizar emociones y articular posicionamientos frente a debates sociales y políticos.

De este modo, lo religioso no se presenta únicamente como una expresión de fe individual, sino como un marco normativo de sentido que otorga autoridad, urgencia y validez a los mensajes emitidos. En este sentido, los videos no se limitan a expresar creencias religiosas, sino que traducen la fe en razón pública, articulándola con nociones de derecho, nación, moral social y deber ciudadano.

De acuerdo con lo anterior, el análisis realizado clasificó cada video a partir de sus ejes denotativos y connotativos, así como de la justificación correspondiente, en tanto estos operan como mecanismos de legitimación discursiva. Desde la perspectiva del análisis del discurso, la denotación y la connotación constituyen niveles fundamentales de la significación, pues permiten:

Examinar tanto el referente inmediato que un código cultural asigna a un signo como los efectos de sentido que dicho signo produce en los destinatarios. La denotación remite al significado aparentemente literal o naturalizado dentro de una cultura determinada, mientras

que la connotación activa sistemas de valores, creencias e ideologías que configuran el sentido profundo del discurso (Barthes, 1993, p. 106-116)

En este marco, el análisis discursivo no se limita a describir los contenidos manifiestos de los videos, sino que busca develar las estrategias mediante las cuales se construyen y legitiman determinadas representaciones sociales. Siguiendo a Van Dijk (1998). “estas estrategias se inscriben en estructuras cognitivas y sociales que orientan la interpretación del discurso y regulan la producción de sentido en contextos específicos de poder” (p.47)

Asimismo, en consonancia con Fairclough (1995) “la identificación de las dimensiones denotativas y connotativas permite comprender cómo el discurso funciona como una práctica social que no solo refleja la realidad, sino que la produce y la regula” (p.56). De este modo, el análisis de las unidades culturales que operan en los videos posibilita reconocer los sentidos (explícitos e implícitos) que sustentan las elecciones discursivas, los posicionamientos ideológicos y las formas de legitimación presentes en los enunciados analizados.

Vide o	Descripción (del video)	Nivel denotativo	Nivel connotativo	Explicación de legitimación discursiva
1	Defiende la libertad religiosa como derecho y anuncia oposición a un artículo/ley que “amenaza” ese derecho.	“Violentar la fe”, “sentimiento religioso”; #Religion #Cristianos #Catolicos; “derecho a creer corre peligro”; subtítulos + ícono/alerta.	La fe opera como derecho fundamental y legitima la intervención política como defensa constitucional.	Presenta la religiosidad como base legítima para exigir acción pública (“alzar la voz”) y construir un “nosotros creyente” en riesgo.
2	Expone cómo candidatos/pastores usan “ungidos de Dios” y llamados divinos para captar votos.	“Ungidos de Dios”, “mandato divino”; eslogan “Dios te llama...”; #Dios; recursos de campaña (portadas/claims).	Lo divino funciona como autoridad electoral: candidatura/voto se justifican como “llamado”.	Muestra legitimación política por vía religiosa: el “mandato” se traduce en credencial política.
3	Conmemoración contra antisemitismo + propuesta pública;	Bandera de Israel; “día... contra el antisemitismo”;	Identidad religiosa/cultural como autoridad	Lo religioso aparece como soporte de

	crítica al gobierno por “odio” hacia la comunidad judía.	#NoAlAntisemitismo y anti-odio; alusión a comunidad judía.	moral para orientar acción institucional y juzgar actores políticos.	legitimidad ética (memoria/respeto) para validar proyectos y posicionamientos.
4	Discurso que afirma que sin religión no hay prosperidad: fe y familia como pilares del futuro nacional.	Invocación a Dios; fe/familias ligadas a justicia/bondad/paz; tradición/valores como “atemporales”.	La fe se plantea como condición de orden social/nacional y fundamento de moral pública.	Legítima una visión política conservadora: nación próspera = nación sustentada en fe + familia.
5	Debate crítico: usa la doctrina social/valores cristianos para leer comunismo y disputas actuales.	Referencia implícita a catolicismo; marco moral (justicia/solidaridad) para comparar con comunismo; tono provocador.	La religión opera como lente legitimador para interpretar y evaluar ideologías en conflicto.	La fe no es “devoción” sino criterio de validez: autoriza lecturas políticas y jerarquiza posiciones.
6	Crítica satírica: “nuevas religiones ideológicas”; usa pecado/redención/dogma para leer agendas contemporáneas.	“Pecado”, “redención”, “dogma”; comparación con rituales; tono mordaz; reemplazo de iglesias por activismo.	Sacraliza/desacraliza: lo religioso legitima la crítica a ideologías presentadas como “religiones”.	La religión funciona como recurso de autoridad para deslegitimar proyectos políticos (p. ej., agendas progresistas).
7	Analiza la politización de la religión (“religión cívica/misa laica”) y el dogmatismo político.	Metáforas religiosas aplicadas a política (“misa laica”, dogma, fanatismo); énfasis en convicciones profundas.	La fe/lo sagrado se usa para explicar cómo la política produce adhesiones y legitimidad tipo “creencia”.	Corresponde porque describe la legitimación política como forma de “sacralización” (la política ocupa lugar de lo sagrado).
8	ProVida: llamado a acción/voto coherente; deber del creyente ante Dios en lo público.	Doctrina católica; vida “sagrada”; responsabilidad moral del creyente; tono emotivo y de misión.	La fe legitima un mandato de acción pública: ser creyente implica postura política.	Religión como fuente de legitimidad para agenda (vida/familia) y para juzgar leyes/candidatos.
9	Activismo ProVida: Biblia/doctrina como fundamento; compromiso ético y emocional para	Biblia + doctrina católica; deber divino; formato persuasivo y apasionado; oposición a	La doctrina fija la legitimidad del debate público (bien/mal) y orienta la acción	La fe se convierte en criterio normativo que legitima agenda y define lo

	“transformar la sociedad”.	ideologías “contrarias”.	política del creyente.	aceptable en política.
10	Formación de conciencia: Doctrina Social + quinto mandamiento; vida desde concepción hasta muerte natural.	Doctrina Social; mandamiento; tono pedagógico; dignidad/vida como norma.	La autoridad doctrinal legitima criterios cívicos (vida/dignidad) para evaluar decisiones estatales.	Traducen norma religiosa en pauta política (aborto/pena de muerte) como marco de legitimidad pública.
11	Tradicionalismo católico: “reinado social de Jesucristo”, combate espiritual; crítica al secularismo.	“Reinado social”, dogmas “eternos”; “mundo secular/falsa libertad”; tono doctrinal y combativo.	La fe se posiciona como verdad rectora del orden social (leyes deben alinearse con principios cristianos).	Legítima confrontación político-cultural: lo religioso autoriza jerarquizar y disputar el “orden” de la sociedad.
12	Discernimiento/voto: identidad en Cristo; advertencia contra confiar en “hombres”; polarización.	Centralidad de Jesucristo y Biblia; tono pastoral; llamado a ser “luz”; foco en polarización.	La fe legitima un criterio de lectura política (discernir desde valores trascendentes) y una ética de convivencia.	El marco religioso funciona como base legítima para orientar decisiones públicas y sentidos de unidad/criterio moral.
13	Jóvenes y política: coherencia cristiana; política como servicio (caridad) y transformación social.	“Sal y luz”; vocación de servicio; política como caridad; denuncia de corrupción.	La fe legitima la participación política como misión ética (no ambición, sino servicio).	Inscribe la política en moral cristiana: actuar públicamente se valida desde vocación/evangelio.
14	Evangelización y conciencia cívica: fe como marco para administración pública y justicia social.	Laico misionero; Evangelio + justicia social católica; llamado a ética pública.	La fe legitima incidencia social: política como herramienta de servicio inspirada en valores evangélicos.	Corresponde porque la religiosidad funciona como fundamento de legitimidad para actuar y orientar lo público.
15	Coherencia fe-política: crítica la instrumentalización; denuncia de hipocresía (“sepulcros blanqueados”).	Metáforas bíblicas; juicio moral; llamado a honestidad espiritual; confrontación ética.	La fe legitima el juicio público: evalúa autenticidad y desautoriza la religión usada como “etiqueta” política.	Se usa el marco religioso como tribunal moral para validar/deslegitimar discursos y política.

				prácticas políticas.
16	Reporte sociológico: jóvenes (Gen Z) retornan a religión/valores; tensiones generacionales y giro conservador.	Religión como rebeldía/certeza; discurso informativo; polarización familiar; auge derecha juvenil (según registro).	La religiosidad aparece como marcador identitario con efectos políticos (alineamientos y conflicto intergeneracional).	Corresponde porque muestra cómo la religión se vuelve soporte de sentido/identidad que se traduce en posiciones políticas.

Tabla 8. Religiosidad como legitimación discursiva.

Tal como advierten los estudios contemporáneos sobre análisis del discurso en entornos digitales, los discursos que circulan en plataformas como TikTok tienden a articular valores simbólicos fuertes con conflictos sociopolíticos actuales, produciendo marcos de interpretación simplificados, pero altamente eficaces en términos persuasivos (Alcántara-Plá, 2020; Calvi, 2020). Es decir,

No es una estructura rígida e invariable sino un sistema de representaciones y una red de redes que dan, además —y más allá— de un contenido, una forma, un conjunto de posiciones entre las cuales los actores y grupos llevan a cabo distintas opciones político-religiosas. En tanto tal, supone una mayor cercanía entre los miembros de la red, una complicidad dada por los conocimientos compartidos, por contenidos implícitos que, justamente por no ser dichos, son todavía más elocuentes para quien pueda reconocerlos. Este juego de alusiones y desplazamientos intertextuales funcionó y permitió que los actores que participaban de la misma red pudieran reconocerla en recepción; por otra parte, posibilitó la adaptación del discurso (p.65).

Ahora bien, desde los planteamientos de la semiótica social, el significado no se produce exclusivamente en el plano lingüístico, sino que emerge de la interacción entre múltiples modos de representación que operan de manera articulada en la construcción del sentido (Kress, 2010; Kress & van Leeuwen, 2001). En los videos analizados, esta multimodalidad se manifiesta a través del uso reiterado de subtítulos enfáticos, tipografías destacadas, íconos de advertencia, colores con carga simbólica y referencias explícitas a doctrinas o figuras religiosas, los cuales configuran un discurso que interpela al espectador de manera directa y

emocional, orientando su interpretación y reforzando determinados posicionamientos ideológicos.

Por lo anterior, un primer patrón discursivo identificado se relaciona con aquellos contenidos en los que *la fe es formulada como un derecho fundamental amenazado*, particularmente visible en el Video 1. Allí, expresiones como “el derecho a creer corre peligro” o “violentar la fe”, reforzadas por íconos visuales de alerta y énfasis tipográfico, convierten la creencia religiosa en una causa jurídica y política. La religiosidad funciona así, como fundamento de una acción pública legítima: defender la fe equivale a defender la Constitución y, por tanto, a asumir un deber ciudadano de oposición. Este mecanismo se inscribe en lo que el análisis crítico del discurso identifica como procesos de autorización moral, en los que una postura política se justifica apelando a valores considerados superiores o no negociables (van Dijk, 2016).

Un segundo conjunto de videos, representado de manera clara en el Video 2, muestra cómo la legitimación discursiva opera a través de la autoridad divina. Expresiones como “ungidos de Dios” o eslóganes de campaña del tipo “Dios te llama para ser una libertadora” trasladan el campo de la decisión política al plano de lo sagrado. En estos casos, el voto deja de presentarse como una elección racional entre opciones políticas y se resignifica como respuesta a un mandato trascendente. Tal estrategia coincide con lo que diversos estudios sobre comunicación política digital describen como una *sacralización del liderazgo*, favorecida por formatos breves, altamente emotivos y de rápida circulación como los que caracterizan a TikTok (Pérez-Torres et al., 2021; Martínez, 2023).

Asimismo, en varios videos (Videos 4, 8, 9, 10 y 11), la religiosidad se articula como *fundamento del orden social y nacional*; en efecto, la fe y la familia son presentadas como pilares atemporales de la prosperidad, la justicia y la paz, mientras que el mundo secular, el progresismo o determinadas políticas públicas se construyen como amenazas a ese orden moral. En estos discursos, la legitimación religiosa se expande desde lo jurídico o electoral hacia una visión totalizante de la sociedad, en la que la moral religiosa define los límites de lo aceptable en el ámbito político. Entonces, este tipo de construcción discursiva responde a lo que los estudios sobre ideología y discurso describen como marcos morales cerrados,

donde la identidad colectiva se refuerza mediante oposiciones binarias entre verdad/error o bien/mal (van Dijk, 2016).

De manera complementaria, algunos videos (como el video 15) utilizan la religiosidad como *marco crítico para evaluar la instrumentalización política de la fe*. En estos casos, el discurso religioso no legitima directamente una agenda partidista concreta, sino que se erige como tribunal moral para denunciar la hipocresía, la incoherencia o el uso estratégico del lenguaje religioso en el campo político. No obstante, incluso en esta modalidad crítica, la fe continúa funcionando como fuente de autoridad: es el evangelio, y no otro criterio secular, el que habilita el juicio sobre lo público; por ende, tal operación confirma que la religiosidad mantiene su función legitimadora aun cuando se emplea para cuestionar prácticas políticas específicas (Alcántara-Plá, 2020).

De esta forma, la religiosidad en TikTok opera como un dispositivo de legitimación discursiva altamente flexible, capaz de adoptar múltiples formas: derecho constitucional, mandato divino, fundamento de nación, criterio de voto, ética pública o marco crítico. Es importante indicar que la legitimación, en el caso de esta investigación, se entiende como los recursos en los cuales el discurso se justifica; es decir, por qué una postura, acción o actor “debe” ser aceptado como válido. En el análisis crítico del discurso, esta legitimación suele operar por autorización (quién valida), evaluación moral (qué es bueno/malo), racionalización (qué es necesario/funcional) y narrativización (relatos que enseñan/señalan/advierten).

Así, se observa que la legitimación no se produce únicamente por lo dicho, sino por la articulación de recursos multimodales (texto en pantalla, íconos, música, montaje, gestualidad, hashtags). En multimodalidad, el sentido emerge del acoplamiento de sistemas semióticos distintos, y la interpretación exige leer cómo interactúan opciones visuales, verbales y sonoras como una unidad estratégica (Barthes, 1993). Además, los videos permiten evidenciar un rasgo central de la religiosidad mediatizada: la religión circula y se reconfigura bajo lógicas del medio, que provee formatos, géneros, estilos de persuasión y modos de comunidad/autoridad.

En este marco, la fe puede convertirse en “gramática pública” para orientar moralmente la vida social, y la plataforma funciona como ambiente cultural que produce guía moral y sentido de pertenencia; adicional, en TikTok, la legitimación se intensifica por condiciones de visibilidad/enganche: el feed algorítmico y la economía de la atención favorecen enunciados condensados, marcadores afectivos y señales rápidas de posicionamiento (subtítulos enfáticos, alertas visuales, dicotomías morales, hashtags identitarios).

De este modo, la legitimación como proceso discursivo mediante el cual ciertas ideas, prácticas, actores o decisiones se presentan como válidas, necesarias, justas o incuestionables dentro de un marco social determinado. No se trata de una cualidad intrínseca de los discursos, sino de un efecto producido en y por el lenguaje, los símbolos y los dispositivos de comunicación (Foucault, 1992, p.52)

Los discursos religiosos, judiciales, terapéuticos, y en una cierta parte también políticos, no son apenas dissociables de esa puesta en escena de un ritual que determina a la vez para los sujetos que hablan las propiedades singulares y los papeles convencionales (Foucault, 1992, p.34). El discurso está en vuelto tras una apariencia, que tiene prohibiciones que reinciden en él, revelando rápidamente el deseo y con el poder. Estos procesos realizados buscan la legitimación, y con ello imponer en el presente y a las generaciones venideras el culto ritualizado de la memoria (Florescano, 1980), buscando establecer un orden y con ello dar sentido a la vida de los individuos e inculcar principios de civilidad y moralidad para tener a la sociedad bajo ciertos patrones de conducta y de dominación de unos sobre otros, pero también disciplinamiento que implicaría el desarrollo de todo un conjunto de acciones y sensibilidades por parte de los sujetos para acomodar sus comportamientos en sociedad a pautas más o menos estandarizadas (Parada, 2016, p. 164)

En el análisis del discurso, la legitimación implica la construcción de autoridad, ya sea apelando a normas jurídicas, valores morales, tradiciones culturales, identidades colectivas o principios trascendentes. Estos recursos permiten naturalizar determinadas posiciones y desactivar otras, estableciendo lo que aparece como “sentido común”, “deber moral” o “verdad evidente”. Por ejemplo:

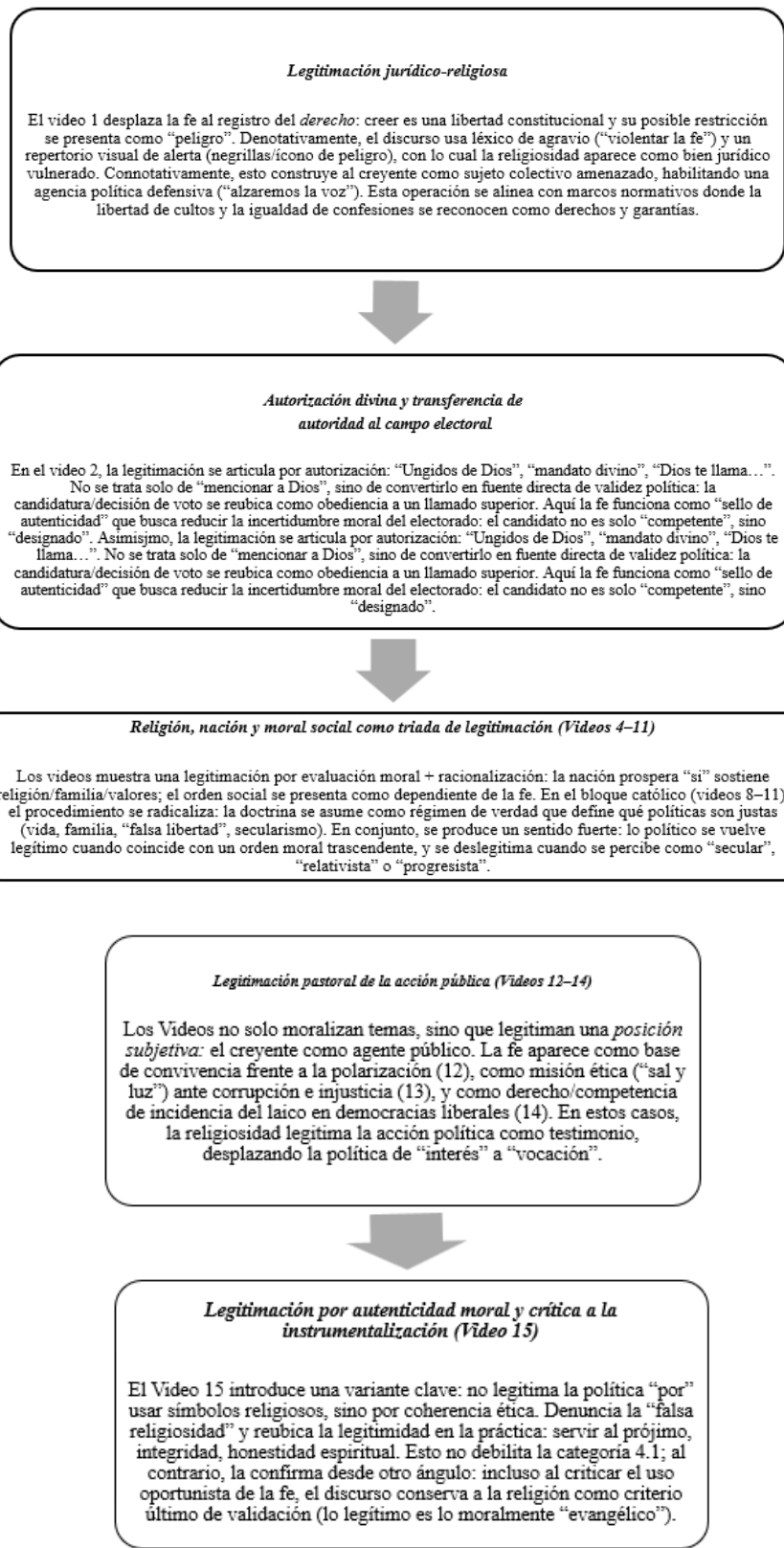


Gráfico 10. Legitimación discursiva en los vide

Esta versatilidad explica su eficacia en el ecosistema digital, caracterizado por la economía de la atención, la emocionalización del mensaje y la polarización de las audiencias (Calvi, 2020). De este modo, la religiosidad no solo estructura los contenidos analizados, sino que contribuye de manera decisiva a la configuración de subjetividades políticas, al ofrecer marcos claros de interpretación, pertenencia y acción en la esfera pública digital. Una representación de ello es el vídeo 16, en el cual la religiosidad aparece asociada a nociones como *búsqueda de sentido*, *certeza moral* y *diferenciación identitaria*, más que a una práctica institucional concreta. El discurso despliega una operación de legitimación indirecta de la religiosidad como marco válido (e incluso preferente) para interpretar la realidad social y política contemporánea. La fe no se presenta como una opción más dentro de un abanico plural, sino como una respuesta comprensible y coherente frente al caos, la incertidumbre y la polarización que caracterizan el contexto actual. De este modo, la religiosidad queda asociada a estabilidad, orden y claridad moral, mientras que el progresismo o el secularismo aparecen implícitamente vinculados a conflicto, ruptura generacional y desorientación.

Desde el punto de vista discursivo, la legitimación no se construye mediante apelaciones doctrinales explícitas ni llamados directos a la acción política, como ocurre en otros videos, sino a través de una estrategia narrativa de normalización al presentar el giro religioso de los jóvenes como un fenómeno social creciente, explicable y reiterado. El video contribuye a naturalizar la religiosidad como una elección razonable y socialmente significativa, desplazándola del ámbito de lo excepcional o marginal. Esta forma de legitimación se apoya en el registro descriptivo y en la aparente neutralidad informativa del discurso, lo que refuerza su eficacia simbólica.

Asimismo, legitima la religiosidad al convertirla en un marcador identitario con efectos políticos, aunque estos no se formulen de manera explícita. La oposición entre jóvenes religiosos y padres progresistas activa una lectura binaria que estructura el campo social en términos de valores enfrentados, donde la fe se asocia a posturas conservadoras, orden moral y sentido de pertenencia, mientras que lo progresista se vincula a relativismo y fractura del vínculo familiar. En este sentido, la religiosidad funciona como un *principio de diferenciación política*, que permite a los sujetos ubicarse simbólicamente frente a debates contemporáneos sobre nación, valores y autoridad.

Este video contribuye a la configuración de subjetividades políticas al presentar la fe como una forma legítima de resistencia cultural y generacional. Sin necesidad de exhortaciones explícitas, el discurso valida la religiosidad como respuesta identitaria frente a modelos hegemónicos percibidos como impuestos o ajenos. Así, la legitimación discursiva opera de manera sutil pero efectiva: la religión se consolida como un recurso simbólico que autoriza determinadas lecturas del mundo social y político, y que habilita alineamientos ideológicos sin recurrir a consignas partidistas ni a mandatos directos.

En conclusión, a partir del análisis realizado, la religiosidad cumple una función central como dispositivo de legitimación discursiva en los videos analizados, al operar como un marco de sentido que autoriza, justifica y refuerza posicionamientos políticos, morales y sociales en el espacio público digital. La religiosidad no aparece restringida a la esfera privada ni a la vivencia íntima de la fe, sino que se proyecta como un recurso simbólico con capacidad normativa, capaz de convertir creencias en razones públicas y de dotar de autoridad a determinados enunciados.

En este sentido, se evidencia que la legitimación religiosa adopta múltiples formas discursivas. En algunos casos, la fe se formula como derecho fundamental amenazado, lo que permite traducir la creencia religiosa en causa jurídica y política; en otros, se presenta como mandato divino, legitimando candidaturas, decisiones electorales o liderazgos políticos. Asimismo, la religiosidad se articula como fundamento del orden social y nacional, al vincular valores religiosos con nociones de prosperidad, justicia, familia y estabilidad, configurando así marcos morales cerrados que delimitan lo aceptable y lo rechazable en el debate público.

De manera complementaria, se observa que incluso en aquellos discursos que critican la instrumentalización política de la religión, la fe continúa funcionando como fuente de autoridad. En estos casos, el evangelio, la doctrina o los valores cristianos operan como tribunal moral desde el cual se juzgan prácticas políticas consideradas incoherentes o hipócritas. Esto confirma que la religiosidad mantiene su función legitimadora aun cuando se utiliza de forma reflexiva o crítica, ya que sigue siendo el criterio que habilita el juicio sobre lo público.

El análisis denotativo y connotativo permitió identificar que la legitimación no se produce únicamente a través del contenido explícito de los mensajes, sino mediante la articulación multimodal de recursos (subtítulos enfáticos, íconos de alerta, tipografías destacadas, colores simbólicos, referencias doctrinales, gestualidad y montaje) que intensifican la carga moral y afectiva del discurso. En el entorno de TikTok, estas estrategias se ven potenciadas por la economía de la atención y por la lógica algorítmica, que favorece enunciados breves, emocionalizados y fácilmente reconocibles por audiencias afines.

En consecuencia, la religiosidad actúa como un recurso de cierre discursivo, al situar los posicionamientos políticos en el terreno de lo sagrado y, con ello, reducir los márgenes de debate o disenso. Al presentarse como verdad moral, deber ciudadano o mandato trascendente, el discurso religioso contribuye a naturalizar determinadas posiciones y a desactivar otras, configurando un sentido común que interpela al espectador como creyente, ciudadano y sujeto político simultáneamente.

Finalmente, se concluye que la religiosidad, tal como circula en los videos, desempeña un papel decisivo en la configuración de subjetividades políticas en la esfera pública digital al ofrecer marcos claros de interpretación, pertenencia y acción, la fe se consolida como una gramática pública que orienta lecturas del mundo social y político, legitima alineamientos ideológicos y moviliza a los sujetos frente a conflictos contemporáneos. En este marco, TikTok no solo funciona como plataforma de difusión, sino como un entorno cultural que facilita la resignificación de lo religioso como fuente de autoridad y sentido en el debate político actual.

II. Estrategias discursivas de movilización emocional

El análisis de los videos evidencia que estos no se limitan a informar, explicar o argumentar racionalmente sobre asuntos religiosos y políticos, sino que despliegan de manera sistemática y estratégica mecanismos orientados a la movilización emocional de las audiencias. En este sentido, la dimensión afectiva no aparece como un efecto secundario del mensaje, sino como un componente estructural del discurso, estrechamente articulado con la producción de sentido, la legitimación de posiciones ideológicas y la configuración de subjetividades políticas.

Esta centralidad de la emoción puede comprenderse a partir del carácter performativo del lenguaje, en tanto las palabras no solo describen la realidad, sino que contribuyen activamente a conformarla. Como señalan Austin (1982) y Searle (1965, 1975), los enunciados lingüísticos producen efectos sociales concretos: generan compromisos, instauran obligaciones, modifican estatus y orientan conductas. En el contexto de los discursos analizados, las expresiones emocionales de alarma, indignación, esperanza o orgullo, no solo comunican estados afectivos, sino que activan disposiciones para la acción, predisponen interpretaciones y legitiman determinadas respuestas políticas y morales.

En plataformas como TikTok, esta dimensión performativa de la emoción se ve intensificada por las condiciones propias del entorno mediático: formatos breves, alta competencia por la atención, primacía de lo visual y circulación algorítmica basada en la interacción. Como advierten Calvi (2020) y Pérez-Torres et al. (2021), la eficacia persuasiva de los contenidos digitales depende en gran medida de su capacidad para generar respuestas afectivas inmediatas, que faciliten la identificación, el rechazo o la adhesión rápida del espectador. En este marco, la emoción opera como un dispositivo de orientación política, al encuadrar los acontecimientos desde marcos de amenaza, condena moral, pertenencia identitaria o promesa de transformación.

En los videos analizados, estas estrategias de movilización emocional se articulan de forma recurrente con contenidos religiosos, lo que potencia su intensidad simbólica y su capacidad de interpelación. La religiosidad provee un repertorio afectivo particularmente eficaz miedo escatológico, indignación moral, esperanza salvífica, orgullo identitario que refuerza la urgencia y legitimidad del mensaje, traduce posiciones políticas en causas morales y predispone a la audiencia a asumir determinadas posturas como no negociables.

Con el fin de sistematizar este fenómeno, el análisis clasifica los videos según sus niveles denotativos y connotativos, identificando las emociones predominantes y las estrategias discursivas que las activan. La Tabla 9 presenta una lectura comparativa del corpus, mostrando cómo cada video moviliza afectos específicos alarma, indignación, burla, esperanza, convicción ética o inquietud y cómo estas emociones cumplen funciones políticas concretas: activar la defensa, reforzar identidades, delimitar antagonismos, justificar

mandatos de acción o moderar la polarización. Esta aproximación permite comprender que la movilización emocional no constituye un recurso accesorio, sino un eje central del discurso religioso-político en TikTok, a partir del cual se organizan la persuasión, la legitimación y la producción de subjetividades en la esfera pública digital.

Video	Descripción (del video)	Nivel denotativo	Nivel connotativo	Explicación estrategias discursivas
1	Defensa de libertad religiosa + oposición a ley “amenazante”.	Léxico de alerta (“peligro”, “corre peligro”); ícono de peligro; subtítulos; tono de urgencia.	Miedo/alarma para activar defensa y reacción inmediata.	La emoción organiza la política: amenaza-llamado a “alzarse” /defender derechos (urgencia visual y verbal).
2	Estrategias de campaña (“ungidos de Dios”) para captar voto.	Portadas/slogans; colores resaltados; pregunta guía (“¿la fe es criterio absoluto?”); registro explicativo.	Baja-moderada movilización: más pedagógica que alarmista, pero exhibe la carga emocional del “mandato”.	Predomina el encuadre analítico; la emoción aparece en los materiales mostrados (slogans divinos) más que en la voz del video.
3	Antisemitismo: lucha contra odio + crítica gubernamental.	Enmarque “odio/discriminación”; texto/énfasis en rojo (según registro); hashtags anti-odio.	Indignación moral y condena ética (rechazo al odio).	Activa emoción ética (repudio) para sostener adhesión a medidas/proyecto y posicionamiento contra el “odio”.
4	Fe/familia como base de prosperidad nacional.	Tono solemne; valores/tradición; fe como pilar “atemporal”.	Orgullo/nostalgia (identidad) con movilización moderada.	Más que alarma, refuerza pertenencia: emoción identitaria que legitima una postura conservadora.
5	Comparación provocadora religión–comunismo.	Registro interrogativo/provocador; contraste conceptual; estilo polémico.	Controversia/irritación como motor de engagement (adhesión o rechazo).	La movilización se produce por choque interpretativo: ironía/polémica empuja a tomar posición.
6	“Nuevas religiones ideológicas”: crítica satírica (Agenda 2030/feminismo, etc.).	Tono mordaz; analogías (pecado/redención/dogma); sátira como recurso.	Indignación + burla para deslegitimar al adversario.	Emoción negativa (ridiculización) organiza frontera nosotros/ellos y convierte crítica en impulso político.
7	“Religión cívica/misa laica”: dogmatismos políticos.	Metáforas religiosas aplicadas a política; énfasis en fanatismo/dogma; registro reflexivo.	Alerta racional (inquietud) ante sacralización de la política.	Moviliza por advertencia: activa preocupación frente al dogmatismo y llama a discernimiento/crítica.
8	ProVida: deber del creyente y denuncia del secularismo.	Tono emotivo; léxico de “amenaza cultural” /“falsa libertad” (según	Indignación moral + urgencia por defensa de la vida/valores.	La emoción sostiene el mandato: denuncia -deber -acción/voto coherente.

		registro); llamado a acción.		
9	ProVida: compromiso apasionado desde Biblia/doctrina.	Discurso persuasivo; afirmaciones fuertes; formato exhortativo.	Polarización moral (bien/mal) que intensifica adhesión.	La emoción (alarma/indignación) convierte el tema en causa urgente y no negociable.
10	Formación de conciencia (Doctrina Social/mandamiento)	Tono pedagógico y doctrinal; estructura argumentativa.	Convicción ética con afectividad moderada.	Moviliza menos por miedo y más por racionalidad moral: formación-coherencia- acción.
11	Tradicionalismo combativo (“reinado social”, “error”, “falsa libertad”).	Tono confrontativo; oposición verdad/error; combate espiritual.	Enojo/amenaza para consolidar identidad militante.	Dispositivo afectivo de confrontación: delimita bandos y activa defensa del orden moral.
12	Polarización: identidad en Cristo + llamado pastoral.	Tono conciliador; énfasis en unidad; advertencia contra confiar en “hombres”.	Esperanza/reconciliación desde marco religioso.	La emoción orienta hacia convivencia: fe como recurso para tramitar conflicto y moderar polarización.
13	Jóvenes: política como servicio/caridad; crítica a corrupción.	Mensaje inspirador; “sal y luz”; exhortación a participar.	Esperanza/empoderamiento ético (ser ejemplo y transformar).	Convierte malestar (corrupción) en horizonte de acción positiva (vocación de servicio).
14	Evangelio y vida pública: política como herramienta de servicio.	Tono motivacional; valores evangélicos; justicia social.	Esperanza + responsabilidad (misión pública).	La emoción sostiene legitimación: servir en política como coherencia de fe y ética pública.
15	Denuncia de “falsa religiosidad” en política; coherencia.	Tono fuerte/confrontativo; metáforas bíblicas; juicio moral.	Indignación moral para exigir autenticidad y desenmascarar instrumentalización.	Activa incomodidad/enojo para reordenar el criterio de pertenencia (“no basta la etiqueta religiosa”).
16	Reporte sociológico (Gen Z y retorno a religión/valores).	Registro periodístico; ritmo informativo; polarización familiar como tema.	Curiosidad/inquietud más que movilización directa (descripción de tensiones).	La emoción es secundaria: el video organiza el tema como fenómeno social; la política aparece por contexto generacional.

Tabla 9. Estrategias discursivas de movilización emocional

Activación del miedo y la sensación de amenaza

Una de las estrategias más visibles de movilización emocional es la activación del miedo, especialmente mediante la construcción de escenarios de riesgo o pérdida. En varios videos, de manera particularmente explícita en el video 1, la fe es presentada como un derecho en peligro, a través de expresiones como “el derecho a creer corre peligro” o “violentar la fe”. Estos enunciados, acompañados de íconos visuales de alerta, tipografías destacadas y

subtítulos enfáticos, producen un efecto de urgencia que interpela al espectador como parte de un colectivo amenazado.

Este tipo de estrategia responde a lo que el análisis crítico del discurso identifica como marcos narrativos de amenaza, en los cuales se construye un “nosotros” que debe reaccionar ante un “ellos” difuso, pero potencialmente peligroso (Van Dijk, 2016). Según el autor, estos marcos operan mediante la polarización ideológica del discurso, simplificando la realidad social en términos de víctimas y antagonistas, con el fin de orientar emocional y cognitivamente la interpretación del receptor.

Entonces, la emoción del miedo no solo busca generar adhesión, sino también movilizar a la acción, ya sea mediante la protesta, el voto o la defensa activa de determinados valores, reduciendo la complejidad del debate político a una lógica defensiva frente al riesgo percibido. Adicionalmente, esta dinámica resulta esencialmente eficaz en plataformas como TikTok, donde, como señalan Carrasco y Ruiz (2025), las emociones de alta activación (entre ellas el miedo y la indignación) guardan una relación directa con la viralidad del contenido y con la intensificación del engagement del usuario².

Indignación moral y condena ética

Otra estrategia central es la movilización de la indignación moral, que se activa a través de discursos de denuncia, condena o confrontación ética. En los videos, esta estrategia se manifiesta en aquellos que abordan temas como el antisemitismo, el aborto, la “falsa libertad” o la corrupción moral del mundo secular. El uso reiterado de términos como: “odio”, “discriminación”, “injusticia” o “pecado”, así como la apelación a dicotomías morales (bien/mal, verdad/error), refuerza una lectura polarizada de la realidad.

Desde el punto de vista discursivo, la indignación funciona como un mecanismo de alineación ideológica, ya que invita al espectador a posicionarse moralmente frente a un conflicto presentado como evidente y no negociable. Tal como señala Fairclough (1995), “los discursos que apelan a la evaluación moral tienden a naturalizar determinadas

² Nivel de interacción, conexión emocional y participación activa que una audiencia tiene con una marca, contenido o producto, más allá de una simple visualización, involucrando acciones como likes, comentarios, compartidos y clics

interpretaciones, presentándolas como sentido común o como exigencias éticas incuestionables” (p.65). En los videos analizados, esta estrategia se ve reforzada por recursos multimodales como el uso de colores intensos (especialmente el rojo), el énfasis tipográfico y el tono confrontativo del hablante, que intensifican la carga afectiva del mensaje.

Esperanza, propósito y movilización positiva

Junto al miedo y la indignación, también se presentan estrategias orientadas a la movilización de emociones positivas, particularmente la esperanza, el sentido de propósito y la vocación de servicio. Este tipo de estrategia es visible en videos dirigidos a jóvenes o creyentes comprometidos, donde la participación política se resignifica como misión, caridad o coherencia cristiana. Expresiones como “ser sal y luz”, “forma alta de caridad” o “actuar desde el Evangelio” convierten la acción política en una práctica moralmente valiosa y emocionalmente gratificante.

En estos casos, la emoción no se activa mediante la amenaza, sino mediante la *promesa de sentido, pertenencia y transformación social*. Como señalan Carrasco y Ruiz (2025), “las emociones positivas, especialmente aquellas asociadas a motivación, inspiración y conexión emocional, favorecen la fidelización del público y el compromiso sostenido en TikTok, al fortalecer vínculos afectivos entre el creador de contenido y su audiencia” (p.2376).

Adicionalmente, se observa la persuasión digital, la cual según Gonzales (2018): “La comunicación persuasiva toma en cuenta todos estos factores y los maneja con sumo cuidado para lograr su objetivo: que el público cambie o refuerce su opinión, según sea el caso.” (p. 188) Esto es a criterio de quien maneja la persuasión, sea involuntaria o no, sea perceptible o no, siempre se maneja un grado de convencimiento en el fenómeno, característica fundamental de la retórica. Por ende, este tipo de apelación resulta especialmente eficaz para generar compromiso sostenido, ya que vincula la identidad del sujeto con una causa que trasciende el interés individual (Calvi, 2020). Así, la esperanza opera como un motor de movilización que legitima la participación política desde un marco religioso positivo.

Uso de recursos multimodales en la activación emocional

Un elemento transversal en las estrategias de movilización emocional identificadas es el uso intensivo y sistemático de recursos multimodales, los cuales operan como dispositivos centrales en la construcción del sentido y en la activación afectiva del espectador. Desde la perspectiva de la semiótica social, el significado no se produce únicamente en el plano lingüístico, sino que emerge de la articulación entre distintos modos semióticos: imagen, texto, sonido, gestualidad y montaje que actúan de manera integrada (Kress, 2010; Kress & van Leeuwen, 2001).

En el entorno de TikTok, caracterizado por la brevedad del formato y la economía de la atención, esta multimodalidad adquiere una eficacia particular, ya que permite que la emoción sea percibida de manera inmediata, incluso antes de que el contenido verbal sea procesado de forma reflexiva. Como muestran los estudios sobre viralidad en la plataforma, la activación emocional temprana resulta clave para captar la atención del espectador y orientar su interpretación desde los primeros segundos del video (Carrasco & Ruiz, 2025, p.237)

En los videos esta multimodalidad no cumple una función meramente estética, sino que se orienta estratégicamente a condicionar la interpretación emocional del mensaje desde los primeros segundos del video. Por ejemplo, en el video 1, la activación del miedo y la urgencia se produce mediante una combinación de elementos visuales y verbales altamente codificados: el uso de subtítulos en negrilla, el ícono gráfico de “peligro” y expresiones como “el derecho a creer corre peligro” configuran un marco de alerta que antecede incluso al desarrollo argumentativo del contenido. Aquí, la emoción no se deriva únicamente del enunciado verbal, sino de la sincronización entre texto en pantalla, énfasis tipográfico y símbolos visuales, que guían de forma explícita la lectura del espectador hacia una interpretación de amenaza inmediata.

De manera similar, en el video 3, dedicado a la conmemoración contra el antisemitismo, la movilización de la indignación ética se refuerza mediante el uso reiterado del color rojo en los textos sobreimpresos, la presencia de la bandera de Israel y hashtags asociados a la lucha contra el odio. Estos elementos visuales funcionan como marcadores afectivos que intensifican la carga moral del mensaje, orientando la recepción hacia una lectura de condena

y urgencia ética, aun cuando el discurso adopta un registro aparentemente institucional o informativo.

En los videos 5 y 6, la estrategia multimodal se desplaza hacia el uso de la ironía y la provocación. En estos casos, el lenguaje religioso (“pecado”, “dogma”, “redención”) se combina con un tono satírico, gestos enfáticos y un montaje dinámico que busca generar impacto inmediato. La emoción se activa a partir del choque semántico entre lo religioso y lo político, reforzado por la puesta en escena del creador de contenido, quien interpela al espectador desde una actitud crítica o mordaz. Aquí, la multimodalidad permite que la provocación se perciba de manera intuitiva, antes de que el mensaje sea procesado de forma reflexiva.

Por su parte, en los videos 8, 9 y 11, orientados al activismo religioso-político, la emoción se construye mediante una estética de solemnidad y confrontación. El uso de música intensa o épica, el tono grave de la voz, la centralidad del rostro del hablante y la reiteración de conceptos como “misión”, “verdad” o “combate espiritual” configuran una atmósfera emocional que refuerza la identidad militante del mensaje. En estos casos, la multimodalidad contribuye a producir un efecto de interpelación directa, en el que el espectador es convocado no solo a compartir una idea, sino a asumir una postura moral y política.

Asimismo, en los videos 12 y 13, donde predomina un registro más conciliador o motivacional, los recursos multimodales se orientan a la activación de emociones positivas como la esperanza y el sentido de propósito. El uso de un tono cercano, gestos pausados, metáforas visuales (“ser luz”, “servicio”) y un montaje menos abrupto favorecen una lectura emocional basada en la identificación y el empoderamiento. En estos casos, la emoción se vincula a la construcción de una subjetividad política que se percibe a sí misma como agente de cambio desde la fe.

En conjunto, estos ejemplos muestran que la multimodalidad permite que la emoción se perciba de manera inmediata, incluso antes de que el contenido verbal sea plenamente comprendido. En el entorno de TikTok, caracterizado por la brevedad, la competencia por la atención y el consumo acelerado de contenidos, estos recursos se convierten en herramientas claves para capturar al espectador desde el primer segundo y orientar su interpretación del

mensaje. Así, la emoción no solo acompaña al discurso, sino que estructura su recepción, condicionando la manera en que los mensajes religiosos y políticos son interpretados, compartidos y resignificados en la esfera pública digital.

En conclusión, el análisis de los videos evidencia que las estrategias discursivas de movilización emocional constituyen un eje central en la articulación entre religiosidad y política en TikTok. Lejos de operar como recursos o accesorios expresivos, “las emociones funcionan como dispositivos estructurantes del sentido, mediante los cuales se orienta la interpretación de los acontecimientos, se delimitan posiciones ideológicas y se habilitan determinadas formas de acción política” (Carrasco & Ruiz, 2025, p.2378). En este marco, la emocionalidad no aparece como opuesta a la racionalidad política, sino como una dimensión constitutiva de ella.

En los contenidos analizados, emociones como el miedo, la indignación y la esperanza se activan de manera estratégica a través de recursos multimodales que intensifican la interpelación al espectador. El miedo se asocia recurrentemente a narrativas de amenaza, pérdida de derechos, deterioro moral, avance de ideologías consideradas peligrosas, mientras que la indignación se moviliza mediante la denuncia de injusticias, discriminación o manipulación política.

Por su parte, la esperanza se presenta como una emoción orientadora, vinculada a la promesa de restauración moral, coherencia ética o transformación social desde la fe. Estas emociones no solo refuerzan la fuerza persuasiva del mensaje, sino que operan como marcos interpretativos que simplifican la complejidad del debate político y lo traducen en coordenadas morales claras.

Asimismo, se observa que la movilización emocional cumple un papel decisivo en la configuración de subjetividades políticas. A través de la reiteración de apelaciones afectivas, los discursos analizados interpelan al espectador como sujeto moralmente implicado, responsable de tomar posición, defender valores o actuar en coherencia con su identidad religiosa. En este proceso, la emoción contribuye a consolidar identificaciones colectivas como el “nosotros creyente” y a reforzar dinámicas de polarización, en las que el campo político se organiza en torno a oposiciones binarias (bien/mal, verdad/error, fe/amenaza).

En el ecosistema de TikTok, estas estrategias adquieren una eficacia particular debido a las condiciones propias de la plataforma: brevedad del formato, primacía de la imagen, circulación algorítmica y economía de la atención. La multimodalidad permite que la emoción sea percibida de manera inmediata, incluso antes de que el contenido sea procesado de forma reflexiva, favoreciendo lecturas rápidas y posicionamientos afectivos intensos. De este modo, la emocionalización del discurso religioso-político no solo incrementa la interacción y la implicación activa de los usuarios con el contenido, sino que potencia la adhesión y el compromiso, al tiempo que refuerza dinámicas de confrontación en la esfera pública digital.

En síntesis, la relación entre emoción y política en el discurso religioso digital se configura como un entramado complejo en el que la fe, la afectividad y la acción pública se articulan de manera dinámica. Las estrategias de movilización emocional se consolidan, así como un componente central del ecosistema político-religioso contemporáneo, contribuyendo tanto a la legitimación de determinados proyectos ideológicos como a la producción de subjetividades políticas intensamente implicadas en los debates sociales actuales.

III. Articulación religión-política

Este apartado examina la manera en que, en los videos analizados, la religiosidad se articula directamente con lo político, dando lugar a discursos en los que la fe no funciona únicamente como trasfondo cultural o marco ético general, sino como argumento político explícito, capaz de orientar decisiones públicas, legitimar proyectos normativos y estructurar posicionamientos ideológicos. En estos casos, la religión deja de operar como referencia simbólica indirecta y se convierte en un principio organizador del discurso político, sin mediaciones seculares ni traducciones a lenguajes universalistas.

Tal articulación se observa con especial claridad en varios de los videos del corpus (particularmente los videos 1, 2, 8, 9, 10, 11 y 12), donde las referencias religiosas se presentan como fuentes de autoridad incuestionable, dirigidas prioritariamente a una comunidad de creyentes. Este uso del lenguaje religioso coincide con lo que Vallejo y González (2016) describen como un empleo literal, normativo e instrumental de la religión en el discurso político, en el cual la fe no se ofrece como horizonte de sentido compartido

por una audiencia plural, sino como argumento de autoridad, cuya validez descansa en la pertenencia confesional del destinatario (p. 92).

Desde el punto de vista del análisis del discurso, esta articulación implica un desplazamiento del debate político desde el terreno de la deliberación racional y secular hacia el ámbito de la convicción moral y la obediencia a principios trascendentes. En este marco, categorías como “derecho”, “libertad”, “vida”, “nación”, “orden social” o “bien común” son resignificadas a partir de doctrinas, mandatos divinos o narrativas religiosas, lo que transforma la fe en criterio normativo para la acción política. Así, votar, protestar, legislar o resistir determinadas políticas se presenta no como una opción entre otras, sino como una exigencia moral derivada de la identidad creyente.

La Tabla 10 sistematiza esta articulación religión–política a partir de los niveles denotativo y connotativo de cada video, mostrando cómo la fe se traduce discursivamente en causas legislativas, mandatos electorales, proyectos de nación, criterios de legitimidad institucional o marcos críticos frente al secularismo y a determinadas ideologías. Esta lectura comparativa permite identificar distintos grados e intensidades de articulación: desde la instrumentalización explícita de lo religioso con fines electorales, hasta formas más reflexivas o críticas en las que la religión opera como tribunal moral para evaluar la política, sin por ello perder su función de autoridad.

Video	Descripción (del video)	Nivel denotativo	Nivel connotativo	Explicación / justificación
1	Defensa de la libertad religiosa como derecho; oposición a un artículo/ley en Colombia.	Art. 18 Constitución; “derecho a creer”; “violentar la fe”; hashtags (#Religion #Cristianos #Catolicos #DerechoACreer) ; alerta visual (“peligro”).	La fe se vuelve argumento jurídico-político: creer = libertad constitucional en disputa.	Traduce una creencia/identidad religiosa a causa legislativa y a motivo de acción política (defensa de derechos/libertades).
2	Explica el uso electoral de “ungidos de Dios” por	“Ungidos de Dios”, “mandato divino”; eslogan “Dios te	Lo religioso opera como capital electoral: el voto se sugiere como	Muestra instrumentalización religiosa explícita para legitimar candidaturas y

	candidatos/pas tores en campañas.	llama...”; #Dios + #MarketingPolític o + #Elecciones.	respuesta al llamado/autoridad divina.	orientar decisión ciudadana.
3	Proyecto político contra el antisemitismo; denuncia “odio” y confronta al gobierno.	Bandera de Israel; “día contra el antisemitismo”; hashtags anti- odio; proyecto de Acuerdo; énfasis visual (rojo).	Identidad religiosa/cultural como fundamento de política pública y como eje de antagonismo político.	Articula religión- identidad con agenda institucional (educación/convivencia/s eguridad) y con disputa frente al gobierno.
4	Discurso conservador: fe y familia como base de prosperidad nacional (EE. UU.).	“Sociedad sin religión no prospera”; Dios como condición de justicia/bondad/pa z; fe+familia+tradici ón.	Religión = argumento de nación/orden moral (proyecto político conservador).	Vincula directamente fe con modelo de país y moral social como criterio de orientación política.
5	Debate provocador: relación entre religión católica y comunismo; crítica ideológica.	Pregunta polémica; noción de “dogma”; contraste religión/ideología s; tono crítico- desafiante.	Lo religioso funciona como lente para clasificar ideologías y disputar hegemonía cultural.	Politiza la religión al usarla como marco para evaluar/criticar proyectos políticos (comunismo vs otros sistemas).
6	Crítica a agendas contemporáneas: “la política como nueva religión”; tono satírico.	“Pecado/redenció n/dogma”; “nueva religión de la política”; sátira; crítica a agendas/Estado.	Reencuadre moral: lo político ocupa el lugar de lo sagrado y por eso se deslegitima.	Articula religión-política al traducir disputas públicas a registro teológico (sagrado/profano; “religión” como metáfora de poder).
7	La política adopta formas religiosas; convicciones/f e como criterio en ética pública y debate social.	Vocabulario religioso aplicado a política; dogma/fanatismo; libertad de conciencia; ética pública; convicciones vs ley.	Tensión con liberalismo/seculari zación: la “fe/convicción” aparece como criterio de lectura pública.	Relaciona explícitamente creencias/convicciones (en clave religiosa) con posturas políticas y jurídicas (ética, libertad, ley).
8	Activismo religioso- político ProVida: fe no solo privada;	Doctrina católica; vida “sagrada”; deber ante Dios; crítica a leyes/candidatos contrarios;	La fe se traduce en deber ciudadano: participación política condicionada por moral cristiana.	Convierte la identidad creyente en obligación de incidencia (voto/agenda pública), articulando moral religiosa con acción política.

	llamado a actuar/votar.	retórica de misión.		
9	Exhortación: defender valores cristianos en las urnas; agenda ProVida.	Biblia/doctrina; llamado explícito a votar; defensa de valores; crítica a ideologías contrarias.	Identidad creyente como sujeto político: votar = fidelidad moral.	Conecta espiritualidad con práctica electoral directa (urnas) y presenta la decisión política como coherencia de fe.
10	Formación doctrinal: dignidad y vida; rechazo al aborto (y marco moral para decisiones públicas).	Doctrina Social; quinto mandamiento; “vida” como principio; tono de formación de conciencia.	Mandato religioso como norma cívica: lo legítimo en política se mide por doctrina moral.	Traduce preceptos religiosos a criterio normativo para evaluar políticas/decisiones estatales sobre vida y dignidad.
11	Mensaje católico combativo: “reinado social” y leyes alineadas con dogma; crítica al secularismo.	“Reinado social de Jesucristo”; “combate espiritual”; dogmas; verdad/error; crítica a democracia liberal si contradice fe.	Proyecto político-teológico: la fe funda el orden social y legal.	Es articulación fuerte: religión funciona como fundamento explícito del orden político y de la legitimidad de la ley.
12	Guía pastoral para votar: “valores eternos” frente a polarización; discernimiento cristiano.	Centralidad de Jesucristo/Biblia; “ser luz”; advertencia contra confiar en “hombres”; llamado a discernir el voto.	La fe como marco moral del voto y como respuesta a polarización social.	Conecta explícitamente espiritualidad con práctica electoral (criterios trascendentes para decidir).
13	Llamado a jóvenes: participación política como vocación cristiana de servicio; crítica a corrupción.	“Sal y luz”; política como “forma alta de caridad”; invitación a ocupar espacios; ética pública.	Religión como ética pública que legitima agencia ciudadana.	Articula fe con participación política (bien común/servicio), justificando la incidencia desde identidad cristiana.
14	Evangelización y conciencia cívica: política como servicio inspirado en el	Laico misionero; dignidad humana; justicia social católica; llamado a actuar	La fe legitima incidencia social y cuestiona separación total fe/vida pública.	Traduce principios religiosos en criterios de acción pública (servicio/justicia/dignidad), articulando fe y esfera política.

	Evangelio/justicia social.	éticamente en lo público.		
15	Crítica a “falsa religiosidad” en política; denuncia manipulación; exige coherencia evangélica.	Metáforas bíblicas (“sepulcros blanqueados”); juicio moral; denuncia de hipocresía; ética del Evangelio.	Religión como marco crítico para evaluar y deslegitimar prácticas políticas.	Articula religión–política desde la crítica: usa norma evangélica para juzgar lo público y denunciar instrumentalización.
16	Reporte periodístico: retorno juvenil a la fe y su cruce con polarización generacional y auge de derechas.	Registro informativo; religión como diferenciación/rebeldía generacional; conflicto hogar/política; giro conservador juvenil.	La religiosidad aparece como marcador identitario que ordena posiciones políticas (familia/valores/ideología).	Corresponde porque muestra cómo la fe funciona como eje de identificación política (no solo creencia), explicando alineamientos y tensiones socio-políticas.

Tabla 10. Articulación religión–política

Tal como señalan los autores, cuando el discurso político se apoya en referencias religiosas explícitas sin procesos de traducción, “las referencias bíblicas se invocan como argumentos de autoridad, sin buscar puntos de encuentro con una perspectiva secular” (Vallejo & González, 2016, p. 93). Este mecanismo es claramente observable en los videos donde expresiones como “derecho a creer”, “mandato divino”, “vida sagrada” o “reinado social” operan como fundamentos suficientes para justificar posiciones políticas, desactivando la necesidad de deliberación racional.

En el video 1, por ejemplo, la defensa de la libertad religiosa se formula como una causa constitucional amenazada. La fe no aparece como una convicción personal, sino como un derecho jurídico en disputa, lo que convierte la identidad religiosa en una base legítima para la acción política. Este desplazamiento coincide con lo que Vallejo y González (2016) describen como la conversión de creencias religiosas en razones políticas, aunque en este caso no se produce una traducción secular, sino una politización directa de lo sagrado.

De manera similar, el video 2 evidencia una forma explícita de instrumentalización religiosa, en la que la autoridad divina se transfiere al campo electoral. El uso de expresiones como “ungidos de Dios” o “Dios te llama” resignifica el voto como obediencia a un mandato

trascendente. Este fenómeno dialoga con el diagnóstico de los autores, quienes advierten que en América Latina “el lenguaje religioso suele ser utilizado de forma estratégica para legitimar candidaturas y orientar la decisión ciudadana” (Vallejo & González, 2016, p. 90), generando una sacralización del liderazgo político. Asimismo, en los videos 8, 9 y 10, la religiosidad se articula como criterio normativo para evaluar políticas públicas, especialmente en torno a la vida, el aborto y la dignidad humana. En estos casos, la doctrina religiosa no solo inspira la postura, sino que define lo legítimo y lo ilegítimo en el ámbito estatal, lo cual se alinea con lo que los autores denominan una lectura normativa de la religión, donde los mandatos religiosos se proyectan como reglas válidas para toda la sociedad (Vallejo & González, 2016, p. 92–94).

Ahora, en el video 11, por su parte, representa una articulación aún más fuerte entre religión y política, al proponer un proyecto de orden social fundado explícitamente en el dogma (“reinado social de Jesucristo”). Esta forma de legitimación responde a lo que el texto identifica como una resistencia a la traducción secular, característica de discursos tradicionalistas que conciben la fe como verdad superior y no negociable en el espacio público (Vallejo & González, 2016, p. 100).

En contraste, el video 16 introduce una modalidad distinta de legitimación religiosa. Aquí, la fe no se presenta como mandato doctrinal ni como argumento jurídico, sino como marcador identitario y generacional, asociado a búsqueda de sentido, orden moral y diferenciación frente al progresismo. Este tipo de discurso se conecta con la observación de Vallejo y González (2016) según la cual la religión, incluso cuando adopta un registro descriptivo o sociológico, sigue cumpliendo una función política al estructurar alineamientos, tensiones y formas de pertenencia en contextos de polarización (p. 91).

Desde esta perspectiva, la religiosidad no solo legitima acciones o posturas concretas, sino que estructura el horizonte mismo desde el cual los sujetos interpretan la realidad social y política. Al operar como un marco de sentido totalizante, la religión delimita lo que aparece como legítimo, verdadero o moralmente válido, y establece, al mismo tiempo, los límites de lo inaceptable o amenazante. En este sentido, la religiosidad no funciona únicamente como un recurso retórico ocasional, sino como una gramática de interpretación que orienta percepciones, juicios y disposiciones de acción en la esfera pública digital.

Cuando este marco religioso se activa sin mediaciones ni traducciones seculares, como ocurre en varios de los videos analizados, la discusión política tiende a desplazarse del terreno deliberativo hacia el terreno de la afirmación identitaria. Las posiciones ya no se debaten en términos de argumentos contrastables, sino que se presentan como derivaciones necesarias de valores trascendentes, lo cual reduce la posibilidad de disenso legítimo. Tal como advierten Vallejo y González (2016), este tipo de configuraciones discursivas tienden a radicalizar las posiciones, en la medida en que refuerzan identidades cerradas y producen fronteras simbólicas rígidas entre “nosotros” y “ellos” (p. 101).

En consecuencia, la religiosidad, al ser movilizada como fuente de legitimación política, contribuye a la reconfiguración del espacio público digital en clave moralizante, donde el desacuerdo se traduce fácilmente en confrontación ética y el adversario político es interpretado como amenaza moral o espiritual. Este proceso no solo intensifica la polarización, sino que dificulta la construcción de un terreno común para la deliberación democrática, al situar el conflicto en un plano sacralizado que escapa a la negociación y al reconocimiento de la pluralidad. Así, la religión, más que constituirse en un puente de diálogo, opera como un dispositivo de cierre discursivo, que estabiliza certezas identitarias y orienta la acción política desde marcos normativos percibidos como incuestionables.

IV. Subjetividad política de los usuarios

Este apartado propone analizar la subjetividad política que se configura en los usuarios a partir de la interacción con discursos religioso-políticos en TikTok, atendiendo tanto a los contenidos de los videos como, de manera central, a la recepción expresada en la sección de comentarios. Lejos de concebir a los usuarios como receptores pasivos, el análisis parte del supuesto de que la subjetividad política se produce y negocia discursivamente en la interacción digital, especialmente en entornos caracterizados por alta carga emocional, multimodalidad y circulación algorítmica acelerada.

Desde esta perspectiva, los comentarios no se entienden únicamente como reacciones espontáneas, sino como espacios privilegiados de enunciación, donde los sujetos se posicionan frente a la relación entre fe, política, moral y esfera pública. En ellos se hacen visibles procesos de identificación, confrontación, adhesión o distanciamiento, que permiten

reconstruir modos de subjetivación política asociados a la religiosidad contemporánea en contextos digitales.

Como primer momento del análisis, se presenta una lectura comparativa de los 16 videos que componen el corpus, organizada en una tabla analítica que articula: (a) las evidencias de recepción en los comentarios, (b) el nivel denotativo de los enunciados de los usuarios, (c) el nivel connotativo de subjetividad política que se configura y (d) una explicación del tipo de pertenencia o identificación que emerge. Esta tabla cumple la función de mapa inicial del campo de subjetividades, a partir del cual se profundiza posteriormente en las dinámicas emocionales, discursivas y algorítmicas que estructuran dichas configuraciones.

Video	Evidencias en comentarios / recepción	Nivel denotativo (qué expresan los usuarios)	Nivel connotativo (qué subjetividad se configura)	Explicación de pertenencia
1	Comentarios comparan a Colombia con Nicaragua; llamados a protestar; defensa y rechazo del mensaje según postura política	Apoyo a la defensa de la fe vs acusaciones de manipulación política	Polarización explícita: “creyentes amenazados” vs “defensores del Estado laico”	La sección de comentarios evidencia identificación colectiva (“nos quieren quitar la fe”) y confrontación ideológica directa
2	Escasa interacción; comentarios mayoritariamente descriptivos o neutrales	Observaciones sobre campañas religiosas sin toma de postura	Subjetividad política débil o no activada	El video opera más como análisis informativo que como interpelación identitaria
3	Ausencia de comentarios significativos	No se registran reacciones de usuarios	Subjetividad política no observable	La falta de interacción impide reconstruir procesos de identificación o confrontación
4	Comentarios de apoyo a Trump y a la fe vs críticas por “uso político de Dios”	Defensa de valores tradicionales vs denuncia de instrumentalización	Polarización ideológica conservadores vs críticos del conservadurismo religioso	Se configura una subjetividad política alineada con fe, nación y liderazgo fuerte
5	Comentarios irónicos y confrontativos; debates sobre comunismo y religión	Discusión ideológica con lenguaje moralizado	Subjetividad política en clave de oposición ideológica	Los usuarios se posicionan frente a ideologías rivales usando

				categorias religiosas
6	Reacciones de burla, adhesión o rechazo al tono satírico	Aprobación de la crítica al progresismo vs desacuerdo con el enfoque religioso	Subjetividad política activada por antagonismo cultural	La ironía facilita la toma de postura y refuerza identidades ideológicas
7	Comentarios escasos; algunos apoyan la crítica al liberalismo	Adhesión parcial a la idea de convicciones fuertes	Subjetividad política latente, poco expresiva	El discurso interpela, pero no genera alta apropiación colectiva
8	Comentarios de apoyo provida; referencias a “defender la vida” y “valores cristianos”	Adhesión explícita a la agenda provida	Subjetividad política confesional	El usuario se reconoce como creyente comprometido con acción política concreta
9	Comentarios que llaman a votar “bien” y a “no traicionar la fe”	Identificación del voto como acto moral	Subjetividad política normativa	Se consolida una identidad creyente que evalúa la política desde la moral religiosa
10	Comentarios de acuerdo doctrinal; algunos debates éticos	Defensa de la vida como principio no negociable	Subjetividad política moralizante	El usuario asume la doctrina como criterio legítimo para juzgar políticas públicas
11	Comentarios altamente confrontativos; rechazo al secularismo	Defensa de “verdad” vs “error del mundo moderno”	Subjetividad política militante	Se construye una identidad combativa frente al mundo secular y liberal
12	Comentarios sobre unidad, discernimiento y voto responsable	Llamado a reducir polarización desde la fe	Subjetividad política moderadora pero identitaria	La fe funciona como criterio de orientación política y convivencia
13	Comentarios de jóvenes apoyando participación ética	Política entendida como servicio	Subjetividad política vocacional	Se refuerza identidad juvenil creyente con agencia pública positiva
14	Comentarios que validan la fe como guía ética en lo público	Aprobación de la incidencia cristiana	Subjetividad política cívico-religiosa	El creyente se asume como actor legítimo en la esfera pública
15	Comentarios que apoyan la crítica a la “falsa religiosidad”	Rechazo a la manipulación de la fe	Subjetividad política reflexiva-crítica	El usuario se posiciona desde

				una ética religiosa de autenticidad
16	Comentarios sobre conflicto generacional; apoyo o rechazo al giro religioso juvenil	Religión como identidad frente a padres/progresismo	Subjetividad política generacional	La fe aparece como marcador identitario con implicaciones políticas claras

Tabla 11. Subjetividad política de los usuarios.

Análisis de la subjetividad política de los usuarios a partir de los comentarios

El análisis de los comentarios asociados a los videos, permite observar con claridad que la subjetividad política de los usuarios no se construye de manera individual ni aislada, sino en un espacio de interacción discursiva marcado por la confrontación, la toma de postura y la identificación colectiva. Los comentarios no se limitan a reaccionar al contenido, sino que prolongan y resignifican el mensaje, convirtiendo la sección de interacción en un escenario de disputa simbólica.

En primer lugar, se evidencia una configuración explícita de identidades políticas en clave religiosa, especialmente a través de la construcción de un “nosotros creyente” que se percibe como amenazado. Comentarios como “tenemos el deber de sacarlo antes que nos quite hasta la religión” o “el derecho a creer corre peligro” muestran cómo los usuarios internalizan el marco de amenaza propuesto por el video y lo transforman en una narrativa de urgencia política. Aquí, la fe deja de ser una convicción privada y se convierte en un marcador identitario que justifica la acción política, ya sea la protesta, el rechazo al gobierno o la defensa activa de determinados valores.

En segundo lugar, los comentarios revelan una alta polarización discursiva, organizada en torno a oposiciones binarias como creyentes vs. progresistas, derecha vs. izquierda, religión vs. manipulación. Esta polarización se observa en intervenciones que denuncian que “la izquierda manipula la división de la sociedad” o que acusan a determinados sectores políticos de querer “quitar la religión”. En este punto, la subjetividad política se configura mediante la atribución de intenciones negativas a un “otro” ideológico, que es presentado como responsable del deterioro moral, social o espiritual.

Asimismo, se identifican dinámicas de confrontación directa entre usuarios, en las que no solo se discute el contenido del video, sino que se cuestiona la legitimidad moral y política

del interlocutor. Comentarios como “cada quien tiene derecho a creer” frente a otros que advierten sobre el uso político de la religión muestran que el espacio de comentarios funciona como un campo de negociación conflictiva de sentidos, donde las posiciones se refuerzan más que transformarse. Esta confrontación no busca consenso, sino afirmar la pertenencia a un bando.

Otro elemento relevante es la moralización del debate político, visible en comentarios que utilizan categorías religiosas para juzgar ideologías y actores públicos. Expresiones como “Dios no tiene izquierdas ni derechas” o “usan la religión para manipular” evidencian que incluso las posturas críticas recurren al lenguaje religioso para validar su posición. De este modo, la religión actúa como lenguaje común del conflicto, tanto para quienes la defienden como para quienes denuncian su instrumentalización.

Finalmente, los comentarios permiten afirmar que la subjetividad política que emerge en este análisis es colectiva, emocional y altamente identitaria. Los usuarios no solo expresan opiniones, sino que se reconocen, se alinean y se enfrentan a partir de marcos religiosos que organizan su lectura del contexto político. La interacción digital refuerza así procesos de autoidentificación (“soy creyente”, “defiendo la fe”) y de diferenciación (“ellos”, “los otros”, “la izquierda”, “los progres”), consolidando fronteras simbólicas que estructuran la participación en la esfera pública digital. Por ejemplo:

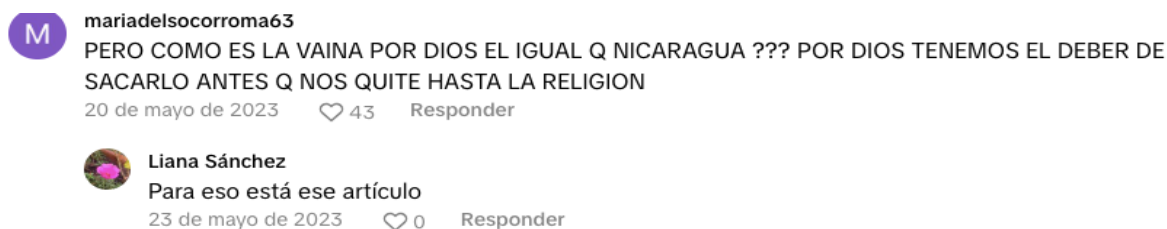


Imagen 1. Comentarios de análisis 1.

Este comentario activa de manera explícita una estrategia discursiva de alarma y amenaza, construida a partir de una comparación geopolítica simplificada y emocionalmente cargada. La referencia a Nicaragua funciona como un significante de advertencia, asociado implícitamente a autoritarismo, persecución religiosa y pérdida de libertades, sin necesidad

de desarrollar argumentos factuales. De este modo, el comentario opera mediante lo que el análisis crítico del discurso identifica como un marco de amenaza anticipada, en el que un escenario futuro negativo se presenta como inminente e inevitable.

El uso reiterado de expresiones exclamativas y de interjecciones religiosas (“por Dios”) intensifica la carga afectiva del mensaje y refuerza su carácter urgente. Desde el punto de vista emocional, predomina el miedo, articulado como temor a la pérdida de derechos fundamentales, específicamente la libertad religiosa. Este miedo no se presenta como una emoción individual, sino como una emoción colectiva, que interpela a un “nosotros” implícito —la comunidad creyente— frente a un “ellos” amenazante, aunque no explícitamente nombrado.

Asimismo, el enunciado “tenemos el deber de sacarlo” introduce una apelación directa a la acción política, transformando la emoción en mandato moral. La acción no se plantea como una opción deliberativa, sino como una obligación ética derivada de la fe, lo que reduce la complejidad del debate político a una lógica binaria de defensa versus pérdida. En este sentido, la religión no aparece únicamente como un sistema de creencias, sino como un marco legitimador de la acción política, en el que la protección de la fe justifica la movilización inmediata.

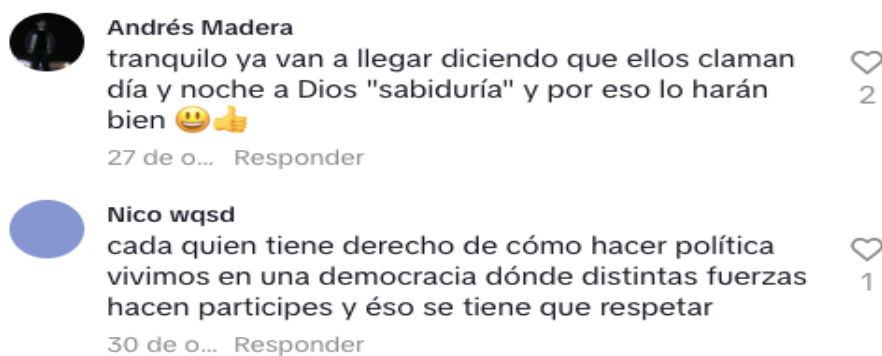


Imagen 2. Comentarios de análisis 2.

Este comentario despliega una estrategia discursiva de ironía y desacreditación preventiva frente al discurso religioso en el ámbito político. El hablante anticipa un argumento típico, la apelación a Dios como fuente de legitimidad moral o de “sabiduría” para gobernar, y lo presenta de manera sarcástica, despojándolo de su autoridad simbólica antes de que sea

formulado explícitamente. Adicional, el uso de comillas en la palabra “*sabiduría*” cumple una función clave de distanciamiento semántico, señalando que el término no es asumido como genuino, sino como un recurso retórico instrumentalizado. A su vez, los emoticonos (🙄👍) refuerzan el tono de burla y escepticismo, activando una emoción de desprecio irónico, que no busca debatir el contenido del argumento religioso, sino invalidarlo como ingenuo, hipócrita o predecible.

Desde el punto de vista emocional, predomina una combinación de cansancio moral y desconfianza, que se expresa mediante la ridiculización del discurso religioso-político. El comentario no construye una contraargumentación racional, sino que opera como un ataque a la credibilidad de quienes invocan la fe en el ejercicio del poder. De este modo, la emoción funciona como un atajo interpretativo que clausura la discusión antes de que esta se desarrolle.

En términos de articulación entre religiosidad y política, el comentario posiciona la fe como un recurso discursivo sospechoso, utilizado estratégicamente para justificar decisiones políticas y encubrir intereses de poder. Esta postura refuerza una lógica de secularización crítica, en la que la religión es percibida no como guía ética legítima, sino como una narrativa manipuladora dentro del campo político.

Finalmente, el comentario contribuye a la polarización del intercambio, ya que reemplaza el debate argumentativo por la descalificación simbólica. Al recurrir a la ironía, el hablante se alinea con una comunidad interpretativa que comparte el escepticismo frente a la religión en política, reforzando una identidad colectiva basada en la crítica y la distancia frente al discurso creyente.



Imagen 3. Bloque 1 de análisis de comentarios.

- Se introduce una valoración positiva explícita de la instrumentalización de la religión en el ámbito político. La expresión “*la ley de la fe*” no remite a una norma jurídica real, sino que funciona como una metáfora legitimadora, que presenta el uso de la religión como una estrategia válida y eficaz de persuasión política. Emocionalmente, predomina la admiración pragmática, no necesariamente religiosa, sino orientada a la eficacia del liderazgo. Discursivamente, el comentario normaliza la instrumentalización de la fe como recurso legítimo de convencimiento político, desplazando cualquier cuestionamiento ético sobre la separación entre religión y poder.
- Se opera como un marco justificativo demográfico-cultural. El hablante recurre a una supuesta mayoría religiosa para legitimar el uso político de la fe, estableciendo una equivalencia implícita entre representación política y homogeneidad religiosa. La emoción dominante es la seguridad normativa, basada en la idea de que la política debe reflejar la identidad religiosa mayoritaria. Discursivamente, se refuerza una lógica de mayoritarismo moral, en la que los derechos, valores o creencias de la mayoría se presentan como criterio suficiente de legitimidad política, invisibilizando la pluralidad religiosa.

- Aunque breve, se cumple una función discursiva clara: la ridiculización comparativa. La mención de China, acompañada de emojis de risa, opera como un contraejemplo implícito, asociado a autoritarismo, ateísmo de Estado o represión religiosa. Emocionalmente, se activa la burla, que sustituye el argumento racional. Discursivamente, el comentario refuerza una oposición simbólica entre Occidente cristiano/libre versus regímenes no religiosos/opresivos, simplificando realidades políticas complejas mediante un recurso humorístico.
- Se introduce una estrategia de denuncia cínica, en la que la religión es presentada como un instrumento histórico de manipulación colectiva. La expresión “como siempre lo han hecho” construye una narrativa de continuidad histórica, donde fe y engaño aparecen estructuralmente asociados. La emoción predominante es el desprecio crítico, reforzado por la risa irónica. Discursivamente, el comentario busca deslegitimar cualquier uso político de la religión, no mediante debate argumentativo, sino a través de la desacralización del fenómeno religioso.
- Se introduce también un desplazamiento del plano moral al plano prospectivo-político. A diferencia de los anteriores, no expresa una emoción intensa, sino incertidumbre expectante. Discursivamente, cumple la función de reactivar la discusión, abriendo un horizonte de posibilidad futura. Sin embargo, en el contexto del hilo, la pregunta también actúa como un gatillo emocional, ya que convoca adhesiones y rechazos latentes en torno a la figura de Trump.
- Constituyen una bendición religiosa explícita aplicada a un líder político, fusionando fe, nación y poder. La emoción dominante es la esperanza providencial, donde el destino político se presenta como guiado por la voluntad divina. Discursivamente, el comentario legitima el liderazgo político a través de una teología implícita del poder, en la que gobernar una nación se concibe como una misión otorgada por Dios. La bandera y los emojis refuerzan la sacralización de la nación, consolidando una identidad político-religiosa unificada.
- Se despliega una estrategia de legitimación cultural de la religión, aun desde una autoidentificación no creyente. La religión es presentada como fundamento

civilizatorio, más que como experiencia de fe. La emoción dominante es la nostalgia moral, asociada a un orden social percibido como estable y coherente. Discursivamente, se refuerza una narrativa de cristianismo cultural, que justifica su presencia en la política no por convicción religiosa, sino por utilidad social.

- Hay una crítica histórica irónica, señalando la relación entre evangelización y colonialismo. La mención de pueblos indígenas activa un marco de violencia simbólica, en el que la religión aparece vinculada a procesos de dominación cultural. Emocionalmente, predomina la ironía indignada, que busca desestabilizar la legitimidad moral del discurso religioso-político. Discursivamente, el comentario funciona como contra-memoria, reintroduciendo el pasado para cuestionar el presente.
- Se intenta una estrategia de conciliación aparente, apelando al respeto y al relativismo. Sin embargo, introduce una afirmación histórica generalizante que refuerza la legitimidad religiosa. La emoción dominante es la moderación discursiva, aunque el contenido sigue alineado con una visión favorable a la religión. Discursivamente, funciona como un cierre suave del conflicto, sin desmontar las tensiones de fondo.

Este conjunto de comentarios muestra una alta densidad de emociones en disputa: admiración, burla, desprecio, esperanza, nostalgia e indignación. La figura de Trump opera como nodo simbólico, donde se cruzan religión, poder, identidad nacional y memoria histórica. La sección de comentarios se consolida, así como un espacio de lucha por la legitimidad moral del uso político de la fe, más que como un espacio deliberativo.

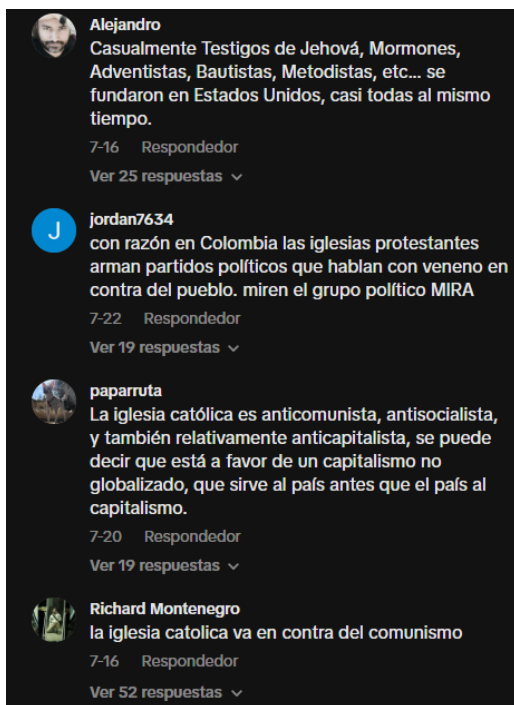


Imagen 4. Bloque 2 de análisis de comentarios.

- Introducen una estrategia de contextualización histórica, utilizada para problematizar la relación entre religión y poder político. Al señalar la coincidencia temporal y geográfica en el surgimiento de diversas denominaciones cristianas en Estados Unidos, el hablante sugiere una lectura sociopolítica del fenómeno religioso, más que teológica. Emocionalmente, predomina una sospecha racionalizada, que no se expresa mediante burla o indignación, sino a través de un dato aparentemente objetivo. Discursivamente, el comentario busca desnaturalizar la religión, presentándola como un producto histórico-cultural situado, lo que debilita su pretensión de universalidad moral y, por extensión, su legitimidad como fundamento político.
- Despliegan una acusación directa, vinculando iglesias protestantes con prácticas de manipulación política. El uso de la expresión “hablan con veneno” introduce una metáfora moral, que construye al discurso religioso-político como nocivo y dañino para el cuerpo social. La emoción dominante es la indignación moral, articulada desde una postura crítica frente al activismo político religioso. Discursivamente, el comentario refuerza una lógica de alerta social, en la que la participación política de actores religiosos es presentada como una amenaza a la democracia y al bienestar colectivo.

- Adoptan un registro analítico-ideológico, alejándose del tono emocional inmediato. El hablante propone una clasificación doctrinal de la Iglesia católica, ubicándola como un actor crítico frente a distintos sistemas económicos. Emocionalmente, predomina una evaluación reflexiva, más que una emoción intensa. Discursivamente, el comentario intenta complejizar el debate, rompiendo la asociación automática entre religión y una sola ideología política. Sin embargo, mantiene una visión normativa sobre el papel legítimo de la Iglesia en la esfera pública.

- Funcionan como una afirmación identitaria breve, que reduce la figura mencionada a una posición ideológica específica. No hay desarrollo argumentativo ni valoración explícita, sino una marcación de alineación. La emoción dominante es neutralidad informativa, aunque en el contexto del hilo actúa como una señal de posicionamiento político. Discursivamente, contribuye a la polarización, al inscribir a un actor concreto dentro del eje comunismo/anticomunismo, reforzando dicotomías ideológicas ya presentes.

Este bloque se caracteriza por un desplazamiento del registro emocional intenso hacia un registro más explicativo e ideológico, aunque sin abandonar del todo la confrontación. Predominan estrategias de historización, denuncia política y clasificación ideológica, que buscan dotar de racionalidad a posturas críticas frente a la participación religiosa en la política. Aun así, las emociones de sospecha e indignación continúan operando como trasfondo afectivo, evidenciando que incluso los comentarios aparentemente analíticos están inscritos en dinámicas de disputa simbólica.



Imagen 5. Bloque 3. Análisis de comentarios.

- Se articula una defensa religiosa-personalizada, en la que la figura cuestionada es protegida simbólicamente mediante una narrativa providencial. La acción humana (crítica, investigación, denuncia) es desplazada hacia un plano divino, donde Dios aparece como agente principal de justicia y vindicación. La emoción dominante es la confianza religiosa, acompañada de esperanza y lealtad, lo que permite neutralizar la crítica sin entrar en discusión factual. Discursivamente, el recuerda a una estrategia de irresponsabilidad, ya que la resolución del conflicto se delega a la voluntad divina, debilitando la legitimidad del cuestionamiento público. Además, el comentario introduce una descalificación indirecta del emisor del video (“no es como tú lo expresas”), sin confrontar el contenido específico. Esto refuerza una lógica de autoridad espiritual, en la que la fe opera como criterio superior frente a la argumentación política o periodística.
- Se despliega una estrategia de ataque ad hominem, mediante el uso de un refrán popular con carga despectiva. La crítica no se dirige a las ideas, sino a la capacidad moral o cognitiva del interlocutor, al que se acusa implícitamente de negación voluntaria de la verdad. La emoción dominante es el desprecio, expresado de forma coloquial y reforzado por el emoji,

que suaviza el insulto sin restarle fuerza simbólica. Discursivamente, el comentario cierra el diálogo, ya que presenta al otro como incapaz de comprender, eliminando la posibilidad de deliberación racional.

- Introducen un registro normativo-racional, desplazando el debate del plano moral-religioso al plano jurídico y fiscal. El hablante apela al sentido común (“es obvio”) para legitimar una exigencia de igualdad ante la ley. La emoción dominante es la indignación moderada, canalizada de manera argumentativa. Discursivamente, el comentario funciona como una reivindicación de laicidad, en la que las iglesias son equiparadas a cualquier otra institución económica, desactivando su excepcionalidad moral.

- Se activa una narrativa de sospecha económica, en la que la acumulación de riqueza es presentada como indicio de irregularidad. La mayúscula en INFLUENCER refuerza la focalización en figuras públicas digitales, asociándolas con opacidad y posible corrupción. La emoción predominante es la desconfianza, orientada hacia el poder económico no regulado. Discursivamente, el comentario refuerza un marco anticorrupción, en el que la visibilidad pública exige rendición de cuentas, incluso cuando se combina con discursos religiosos.

- Hay una función de alineación afectiva. No aporta contenido argumentativo, pero refuerza simbólicamente la postura crítica previa. La emoción dominante es la adhesión, que contribuye a la consolidación de una comunidad interpretativa. Discursivamente, este tipo de comentarios fortalece la visibilidad algorítmica del discurso crítico, funcionando como mecanismo de validación colectiva.

Este bloque muestra una tensión clara entre fe, rendición de cuentas y justicia institucional. Mientras algunos comentarios activan una lógica providencial que desplaza la crítica hacia el plano divino, otros introducen marcos jurídicos, fiscales y anticorrupción, exigiendo transparencia y responsabilidad pública. Emocionalmente, coexisten confianza religiosa, desprecio, indignación y desconfianza, lo que evidencia cómo la sección de comentarios se convierte en un espacio de disputa entre autoridad espiritual y control democrático.



Imagen 6. Bloque 4. Análisis de comentarios.

- Se utiliza una imagen sacralizada como forma de intervención discursiva, sin acompañamiento verbal. En términos de análisis del discurso multimodal, la imagen cumple una función de alineación simbólica, sustituyendo el argumento por una señal identitaria. La emoción dominante es la devoción silenciosa, que actúa como respaldo implícito al discurso religioso del video o de otros comentarios afines. Discursivamente, la imagen funciona como marcador de pertenencia: no busca debatir, sino mostrar adhesión desde lo simbólico.
- Se cumple una función clara de validación y refuerzo. No aporta contenido nuevo, pero legitima el discurso previo al confirmar su corrección moral o ideológica. La emoción dominante es la aprobación, que fortalece la cohesión del grupo afín al mensaje original. En términos discursivos, estos comentarios incrementan el capital simbólico del emisor y contribuyen a la amplificación algorítmica del mensaje.
- Se reduce a un gesto simbólico religioso, donde el emoji de oración reemplaza cualquier desarrollo argumentativo. La emoción dominante es la piedad o esperanza religiosa,

expresada de forma mínima pero significativa. Discursivamente, funciona como un acto performativo de fe, que reafirma identidad creyente sin entrar en confrontación explícita.

- Hay un discurso de generalización religiosa violenta, mediante la citación selectiva y descontextualizada de textos sagrados. La estrategia consiste en atribuir violencia estructural a una religión entera, asociándola directamente con terrorismo. La emoción dominante es el miedo intensificado, acompañado de odio y hostilidad, activado a través de un marco de amenaza civilizatoria. Discursivamente, el comentario construye un enemigo religioso absoluto, eliminando cualquier distinción entre creyentes, contextos históricos o interpretaciones teológicas.

- Desde el análisis crítico del discurso, este comentario constituye un dispositivo de deshumanización, ya que presenta a un grupo religioso como intrínsecamente violento, legitimando simbólicamente la exclusión, la persecución o la confrontación. Además, el uso de una imagen noticiosa refuerza la retórica del pánico, articulando texto sagrado + violencia visual para producir un impacto emocional inmediato. Adicional, se refuerza el discurso anterior mediante una validación moral extrema. Se construye una narrativa de persecución religiosa, donde judíos y cristianos aparecen como víctimas de un “ellos” implícito, asociado a otras religiones. La emoción dominante es la indignación defensiva, combinada con ira moral. El uso del término “anticristos” introduce una categoría teológica de demonización, que no solo deslegitima al otro, sino que lo sitúa fuera de la humanidad moral. Discursivamente, el comentario consolida una polarización absoluta, donde el conflicto ya no es político ni cultural, sino escatológico (bien vs. mal). Esto clausura cualquier posibilidad de diálogo y legitima simbólicamente la confrontación.

Este bloque representa un punto crítico, ya que evidencia el paso de la discusión político-religiosa a la producción explícita de discursos de odio y exclusión. Las emociones predominantes son miedo, ira, devoción y validación acrítica, activadas mediante recursos multimodales (imágenes, emojis, citas religiosas). Aquí, la religión deja de operar como identidad personal o marco moral y se convierte en un dispositivo de construcción del enemigo, donde la emoción legitima la deshumanización del otro. Este bloque es especialmente relevante para demostrar cómo la emoción del discurso en TikTok puede derivar en dinámicas de radicalización simbólica.

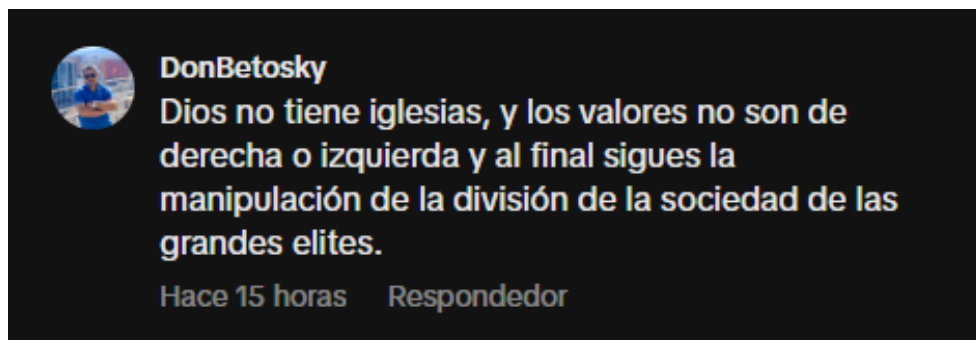


Imagen 7. Comentario de análisis 3.

Este comentario articula una estrategia de deslegitimación transversal, que cuestiona simultáneamente la institucionalización religiosa y la polarización política. La afirmación “Dios no tiene iglesias” expresa una desinstitucionalización de la fe, en la que la experiencia religiosa se separa de cualquier mediación eclesial o estructura organizada. De este modo, el hablante propone una espiritualidad individualizada, presentada como más auténtica que las formas institucionales. Asimismo, al señalar que “los valores no son de derecha o izquierda”, el comentario introduce una retórica de neutralización ideológica, que pretende situarse por encima del conflicto político. Sin embargo, esta supuesta neutralidad se ve inmediatamente tensionada por la acusación final sobre la “manipulación de la división de la sociedad de las grandes élites”, que reinscribe el discurso en una narrativa de poder y dominación.

Desde el punto de vista emocional, predomina la desconfianza, orientada tanto hacia las instituciones religiosas como hacia el sistema político en su conjunto. Esta emoción se articula con un tono de superioridad crítica, en el que el hablante se posiciona como sujeto lúcido frente a una masa social manipulada. Discursivamente, esto configura un marco conspirativo moderado, donde las élites aparecen como agentes ocultos de la polarización social. En términos de función discursiva, el comentario cumple una doble operación: por un lado, desactiva la legitimidad de la religión como actor político; por otro, desautoriza el conflicto ideológico, presentándolo como una estrategia artificial impuesta desde arriba. Esta operación reduce la complejidad del debate público, ya que sustituye el análisis estructural de las tensiones sociales por una explicación unificadora centrada en la manipulación.

Finalmente, aunque el comentario parece orientado a la despolarización, en la práctica contribuye a una reconfiguración del antagonismo, desplazándolo desde los ejes derecha/izquierda o fe/política hacia una dicotomía entre élites manipuladoras y sociedad

manipulada. De este modo, el discurso no elimina la polarización, sino que la reformula bajo un nuevo marco interpretativo.

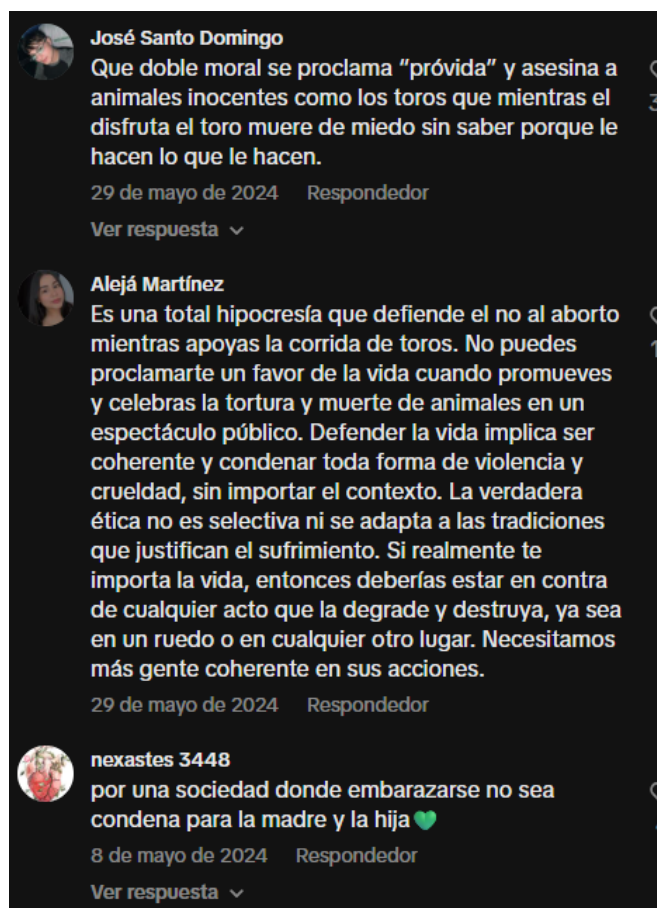


Imagen 8. Bloque 5. Análisis de comentarios.

- Se articula una acusación de incoherencia moral, construida a partir de una analogía ética entre la defensa de la vida humana (posición “próvida”) y la violencia contra animales en espectáculos como la tauromaquia. El hablante introduce la noción de “doble moral” como eje central del argumento, lo que implica una deslegitimación del discurso contrario no por su contenido doctrinal, sino por su falta de coherencia práctica. La emoción dominante es la indignación moral, orientada hacia la contradicción percibida entre valores proclamados y prácticas toleradas. El énfasis en el sufrimiento del toro (“muere de miedo sin saber por qué”) introduce una apelación empática, desplazando el debate hacia el plano del sufrimiento y la vulnerabilidad.

Discursivamente, el comentario busca socavar la autoridad ética del discurso religioso-político, señalando una incongruencia que invalida su pretensión de superioridad moral.

- Se desarrolla una argumentación moral sistemática, que amplía y profundiza la acusación inicial de hipocresía. La autora construye un marco ético universalista, en el que la defensa de la vida no puede ser selectiva ni contextual, sino coherente en todos los ámbitos. La tauromaquia es presentada como un ejemplo paradigmático de violencia normalizada que contradice el discurso “provida”. La emoción predominante es una indignación reflexiva, canalizada mediante un razonamiento articulado y normativo. A diferencia de comentarios más reactivos, aquí se observa un intento explícito de deliberación ética, que apela a principios de coherencia, responsabilidad y rechazo de la crueldad. Discursivamente, el comentario redefine el concepto de “vida” desde un enfoque ampliado, desplazándolo del marco estrictamente religioso hacia un humanismo moral crítico. Además, el cierre del comentario (“necesitamos más gente coherente en sus acciones”) introduce una apelación colectiva, interpelando a la audiencia como sujetos morales responsables, lo que transforma la indignación en una exigencia ética de transformación social.
- Se introduce un desplazamiento del conflicto hacia una emocionalidad positiva, articulada en clave de esperanza y cuidado. A diferencia de los comentarios anteriores, no se estructura desde la confrontación directa, sino desde una propuesta normativa alternativa, centrada en la dignidad y el bienestar de mujeres y niñas. La emoción dominante es la esperanza solidaria, reforzada por el emoji del corazón verde, que remite simbólicamente tanto a la vida como a posturas feministas y de justicia social. Discursivamente, el comentario reconfigura el debate “provida” desde una perspectiva socioemocional, donde la vida se entiende no solo como existencia biológica, sino como condiciones dignas para vivir. Este comentario funciona como un contramarco discursivo, que cuestiona la reducción del debate a términos morales abstractos y lo reinscribe en experiencias concretas de vulnerabilidad y cuidado.

Este bloque se caracteriza por una disputa ética de alta densidad argumentativa, donde el eje central no es la fe en sí misma, sino la coherencia moral de las posiciones religiosas en el

ámbito público. Predominan emociones de indignación moral reflexiva y empatía, acompañadas por intentos de resignificar el concepto de “vida” desde marcos éticos más amplios e inclusivos. A diferencia de bloques anteriores marcados por el miedo o la confrontación identitaria, aquí emerge una crítica ética estructurada, que busca disputar el sentido moral del discurso religioso-político sin recurrir a la deshumanización del otro. Esto resulta especialmente relevante para mostrar la heterogeneidad emocional y discursiva presente en la esfera pública digital.

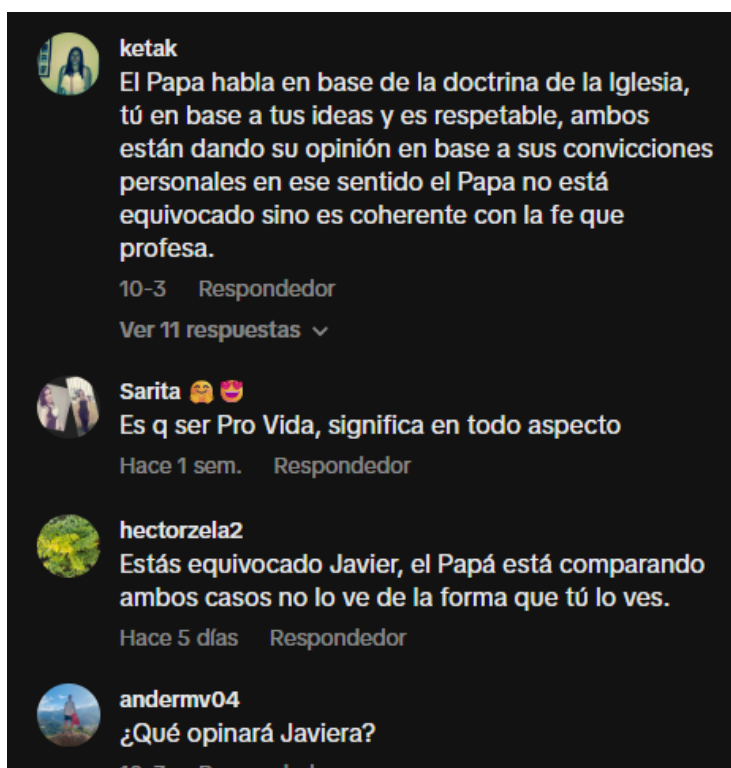


Imagen 9. Bloque 6. Análisis de comentarios.

- Introducen una estrategia de legitimación por autoridad doctrinal. El hablante establece una clara distinción entre opinión personal y doctrina institucional, otorgando mayor legitimidad a esta última. El Papa es presentado no como un actor político deliberativo, sino como un intérprete autorizado de una tradición religiosa, cuya coherencia se mide por la fidelidad a la doctrina, no por su adecuación al debate público. La emoción dominante es la moderación racional, combinada con respeto normativo. Discursivamente, el comentario busca desescalar el conflicto,

reconociendo la pluralidad de opiniones, pero al mismo tiempo jerarquiza las voces, situando la doctrina por encima de las interpretaciones individuales. Esto refuerza una visión institucional de la fe, donde la coherencia interna es el principal criterio de validez.

- Condensan una afirmación moral totalizante, en la que la categoría “pro vida” se presenta como un principio transversal y absoluto. No hay argumentación, sino una definición normativa, que clausura el debate al establecer un significado unívoco. La emoción dominante es la certeza moral, expresada de manera sintética y reforzada por emojis afectivos. Discursivamente, el comentario funciona como un sello identitario, que reafirma pertenencia a una comunidad moral y delimita implícitamente quién queda dentro o fuera de ella.
- Despliegan una estrategia correctiva, dirigida a un interlocutor específico. El hablante no cuestiona la autoridad del Papa, sino la interpretación mediada que otro usuario hace de sus palabras. La emoción predominante es una seguridad interpretativa, que se expresa sin agresividad abierta. Discursivamente, el comentario refuerza la idea de que el conflicto no reside en el mensaje doctrinal, sino en su recepción y traducción pública, lo que desplaza la disputa del contenido moral al plano hermenéutico.

Además, introduce una apelación interpersonal, desplazando el foco del argumento hacia la reacción de un tercero. No expresa una postura explícita, sino que reactiva la conversación mediante una pregunta abierta. La emoción dominante es la expectativa, con un posible matiz de ironía leve. Discursivamente, el comentario cumple una función de dinamización del hilo, manteniendo viva la interacción y reforzando la lógica relacional propia de TikTok, donde el debate se sostiene tanto por los argumentos como por las figuras involucradas.

Este bloque se caracteriza por un desplazamiento del conflicto desde la confrontación ética hacia la interpretación y la autoridad. Predominan estrategias de legitimación doctrinal, corrección hermenéutica y afirmación identitaria, con emociones relativamente moderadas (respeto, certeza, expectativa), en contraste con bloques anteriores más marcados por la indignación o el miedo. Aquí, la discusión no gira tanto en torno a qué se dice, sino a quién tiene la autoridad para decirlo y cómo debe interpretarse, lo que resulta clave para tu análisis sobre la producción de legitimidad moral y simbólica en el discurso religioso-político digital.



Imagen 10. Comentario de análisis 4.

Se despliega una estrategia de legitimación jurídico-constitucional, mediante la citación explícita del Artículo 50 de la Constitución peruana, presentada como evidencia normativa que respalda la presencia institucional de la Iglesia Católica en el Estado. A diferencia de comentarios basados en emociones intensas o juicios morales, aquí el hablante recurre a un registro legalista-explicativo, que busca cerrar la discusión apelando a la autoridad del texto constitucional. Desde el punto de vista emocional, predomina una seguridad normativa, asociada a la convicción de que el debate está jurídicamente resuelto. No se observa indignación ni confrontación directa, sino una emoción de certeza racional, que se refuerza

con el uso de mayúsculas (“SEMI-CONFESIONAL”) para enfatizar el concepto clave. Discursivamente, el comentario cumple una función de naturalización del orden religioso-estatal. Al afirmar que el Perú “nunca ha sido laico”, el hablante convierte una configuración histórica y jurídica específica en un hecho dado e incuestionable, reduciendo el margen para la crítica o la transformación política. De este modo, la relación entre Estado y religión se presenta como una continuidad legítima, no como una construcción histórica susceptible de debate democrático. La inclusión de la imagen de una manifestación con el mensaje “EL PERÚ NO ES LAICO” refuerza esta operación discursiva desde lo multimodal. La imagen cumple una doble función:

1. Visualiza apoyo colectivo, sugiriendo que la interpretación constitucional no es solo legal, sino también socialmente compartida.
2. Transforma el argumento jurídico en identidad política, donde el rechazo a la laicidad se convierte en consigna pública y emocionalmente movilizadora.

En términos de articulación religión-política, este comentario desplaza el debate del plano ético o teológico al plano jurídico-identitario, donde la Iglesia es presentada como “elemento importante en la formación histórica, cultural y moral” de la nación. Así, la religión deja de ser solo una creencia para convertirse en fundamento de identidad nacional, lo que refuerza su legitimidad como actor político.

Finalmente, aunque el comentario aparenta neutralidad técnica, en la práctica cumple una función normativa y excluyente, ya que limita la discusión pública sobre la laicidad al marco de lo ya establecido, deslegitimando implícitamente posiciones que cuestionan esa relación entre Estado y religión. Este comentario es clave porque muestra una forma “racionalizada” de movilización emocional: no apela al miedo ni a la indignación, sino a la certeza legal y al orgullo identitario, reforzados visualmente. En tu análisis, funciona como contrapunto a los discursos más emocionales, evidenciando cómo la emoción del debate religioso-político también puede operar bajo registros aparentemente técnicos y jurídicos.



Imagen 11. Bloque 7. Análisis de comentarios.

- Se introduce una pregunta evaluativa que enmarca el fenómeno observado como potencialmente regresivo. El uso del signo de interrogación no busca información, sino que funciona como una valoración implícita negativa, asociando el avance del discurso religioso en la esfera pública con una pérdida de derechos o de modernidad. La emoción dominante es la preocupación, acompañada de una alarma moderada. Discursivamente, el comentario activa un marco progresista-secular, en el que religión y progreso social aparecen en tensión. La brevedad del mensaje refuerza su carácter de etiqueta interpretativa, que orienta la lectura del hilo.
- Se despliega una estrategia de llamado al respeto y a la tolerancia, cuestionando una posible superioridad moral asociada al ateísmo o a posiciones políticas de izquierda. El hablante no defiende explícitamente la religión, sino que desautoriza la descalificación del otro por motivos ideológicos o de fe. La emoción dominante es la moderación ética, con un tono normativo conciliador. Discursivamente, el comentario intenta desescalar la polarización, reubicando el conflicto en el plano del respeto interpersonal más que en el enfrentamiento ideológico.

- Se refuerza el marco regresivo introducido anteriormente. La afirmación categórica, sin argumentación adicional, convierte el juicio en una certeza compartida, apelando a la identificación emocional más que al razonamiento. La emoción dominante es la frustración, articulada de manera lacónica. Discursivamente, funciona como un eco afectivo, que consolida una comunidad interpretativa que percibe el fenómeno como amenaza al progreso social.
- Se utiliza una estrategia de ironía visual-discursiva, donde la pregunta retórica se apoya en una imagen para reforzar el juicio crítico. La combinación de texto breve + imagen intensifica la deslegitimación simbólica del fenómeno religioso-político. La emoción dominante es la burla crítica, que sustituye la argumentación por un efecto de contraste visual. Discursivamente, el comentario se inscribe en una lógica de desacreditación cultural, típica del debate digital, donde la imagen actúa como atajo interpretativo.
- Se introduce un argumento generacional, presentado como evidencia empírica no verificada. La afirmación funciona como una contra-narrativa al resurgimiento religioso, sugiriendo que la secularización es un proceso irreversible. La emoción dominante es la seguridad discursiva, con un tono de confianza en el cambio social. Discursivamente, el comentario refuerza un marco de futuro secular, en el que la religión aparece como fenómeno en declive, especialmente entre jóvenes.
- Se despliega una estrategia de legitimación civilizatoria, donde el cristianismo es presentado no solo como religión, sino como fundamento histórico y cultural de Occidente. El discurso construye una jerarquía explícita entre religiones, negando la comparabilidad del cristianismo con el islam u otras prácticas espirituales. La emoción dominante es el orgullo identitario, acompañado de defensa cultural. Discursivamente, el comentario refuerza un marco excluyente, que asocia progreso, civilización y valores universales con una sola tradición religiosa, legitimando su centralidad política y cultural.
- Se articula una retórica de restauración simbólica, evocando un pasado religioso idealizado. La expresión “Ave Christus Rex” activa un imaginario teológico-político, históricamente asociado a formas de cristiandad militante. La emoción dominante es la euforia identitaria, reforzada por la imagen. Discursivamente, el comentario

funciona como una consigna, no como argumento, y marca una frontera simbólica entre creyentes militantes y el resto de la sociedad.

Este bloque concentra una polarización explícita entre marcos de progreso secular y restauración religiosa. Las emociones predominantes: preocupación, frustración, burla, orgullo y euforia identitaria, muestran cómo el debate se desplaza del análisis racional hacia la afirmación emocional de identidades colectivas. La religión aparece alternativamente como signo de retroceso o como fundamento civilizatorio irrenunciable, evidenciando la fractura interpretativa que atraviesa la esfera pública digital.

1. Subjetividad como efecto del discurso religioso-político: Emoción, multimodalidad y producción de sentido en TikTok

El análisis de los videos y de los comentarios evidencia que el discurso religioso-político en TikTok no se limita a expresar creencias o posiciones ideológicas, sino que produce subjetividades, entendidas como formas específicas de posicionarse afectiva, moral y políticamente en el espacio público digital. En este sentido, la subjetividad no aparece como una identidad previa al discurso, sino como un efecto de la enunciación, construido en la interacción entre emociones, marcos narrativos y recursos multimodales.

Como plantea González de Requena (s.f), la subjetivación discursiva no requiere la presencia explícita del “yo”, sino que se configura a partir del punto de vista implícito que organiza la enunciación, orientando la interpretación del mundo social y del conflicto político. Esta perspectiva resulta particularmente pertinente para el análisis de los comentarios en Tik Tok, donde abundan enunciados impersonales, sentencias morales o afirmaciones categóricas que, sin embargo, revelan posicionamientos subjetivos claramente definidos (p.45)

En los comentarios analizados, la subjetividad se construye fundamentalmente a través de la afectividad, que opera como principio organizador del sentido. Emociones como el miedo, la indignación, la certeza doctrinal o el orgullo identitario no solo acompañan el discurso, sino que configuran al sujeto como creyente amenazado, defensor de valores, crítico moral o militante cultural. De este modo, la política aparece inseparable de la experiencia emocional, confirmando que la afectividad no es opuesta a la racionalidad política, sino una de sus condiciones de posibilidad.

2. Tipologías de subjetivación emocional en los comentarios

A partir del análisis realizado, es posible identificar formas recurrentes de subjetivación, estrechamente vinculadas a las emociones movilizadas:

- **Subjetividad defensiva:** articulada mediante el miedo y la alarma, en la que el sujeto se percibe como parte de un “nosotros” amenazado por fuerzas externas (ideologías, secularización, otras religiones).
- **Subjetividad de certeza:** construida a través de la apelación a la doctrina, la autoridad papal o el marco constitucional, que posiciona al sujeto como portavoz de un orden moral legítimo e incuestionable.
- **Subjetividad indignada:** que emerge de la denuncia de hipocresía, incoherencia ética o violencia, y que interpela al otro desde un marco moral universalista.
- **Subjetividad desconfiada:** vinculada a narrativas de manipulación, élites y corrupción, que se autopercibe como lúcida frente a una sociedad engañada.
- **Subjetividad identitaria militante:** sostenida por el orgullo religioso-civilizatorio y la retórica de restauración simbólica.
- **Subjetividad propositiva y de cuidado:** menos frecuente pero significativa, orientada por la esperanza, la coherencia ética y la dignidad humana.

Estas subjetividades no son excluyentes ni estables; por el contrario, se activan de manera situacional y se refuerzan en la interacción colectiva. Como advierten (Jubany & Roiha, 2018) el entorno digital favorece procesos de alineación emocional, que refuerzan prejuicios, exclusiones y antagonismos, incluso cuando los discursos no se presentan explícitamente como violentos.

3. Multimodalidad y afectividad: el papel de los recursos visuales y simbólicos

Un elemento central en la producción de subjetividad es el uso intensivo de recursos multimodales. En TikTok, la subjetivación no se produce únicamente a través del lenguaje verbal, sino mediante la articulación de imágenes, emojis, consignas visuales, música, tipografías y citas normativas o religiosas. Estos recursos funcionan como marcadores afectivos, que permiten una identificación inmediata del espectador con una posición moral

o política, incluso antes de que el contenido sea procesado de manera reflexiva. La multimodalidad intensifica la emoción y acelera la toma de posición, favoreciendo lecturas rápidas y reacciones afectivas intensas.

En este sentido, la plataforma potencia lo que (Jubany & Roiha, 2018) denominan una despersonalización ilusoria, en la que la mediación tecnológica reduce la percepción del otro como sujeto concreto, facilitando la radicalización discursiva y la normalización de expresiones excluyentes o deshumanizantes. Así, la multimodalidad no es un mero recurso estético, sino un dispositivo central de subjetivación política.

4. Religión, autoridad y subjetivación política

Siguiendo a (Bonnin, 2015) el discurso religioso posee una capacidad particular para producir subjetividad política, en la medida en que permite a los sujetos hablar desde una voz que se presenta como trascendente, universal o histórica, desplazando la responsabilidad individual del enunciado. En los comentarios analizados, esta lógica se manifiesta en la apropiación de la doctrina, la tradición o la Constitución como fuentes de legitimidad.

De este modo, la subjetividad no se construye como sujeto deliberativo, sino como sujeto coherente con una verdad previa, lo que reduce el espacio para la negociación democrática del sentido. La emoción de certeza cumple aquí una función política clave: estabiliza el significado y clausura el conflicto interpretativo.

En síntesis, el análisis de los videos y de los comentarios evidencia que el discurso religioso-político en TikTok no puede comprenderse únicamente como un intercambio de opiniones o creencias, sino como un proceso activo de producción de subjetividades, profundamente mediado por la emoción y por la lógica algorítmica de la plataforma. En este ecosistema digital, la subjetividad se configura en la interacción misma, como efecto de la enunciación, de los marcos emocionales movilizados y de los criterios de visibilidad que rigen la circulación de los contenidos.

Las emociones —miedo, indignación, certeza doctrinal, orgullo identitario o esperanza— no operan como reacciones espontáneas o individuales, sino como dispositivos de subjetivación, que orientan la manera en que los sujetos se reconocen a sí mismos y a los otros en el espacio

público digital. A través de estas emociones, los participantes del debate se constituyen como creyentes amenazados, defensores de valores, críticos morales, sujetos desconfiados frente al poder o militantes de una restauración simbólica. En este sentido, la política no aparece separada de la afectividad, sino estructurada por ella: sentir es una forma de tomar posición.

Este proceso de subjetivación emocional se ve intensificado y reconfigurado por la lógica algorítmica de TikTok, que privilegia la intensidad afectiva, la reacción inmediata y la polarización. El algoritmo actúa como un actor no humano que selecciona, amplifica y refuerza aquellos discursos capaces de generar engagement, favoreciendo emociones intensas y posiciones categóricas por sobre argumentaciones complejas o matizadas. Como resultado, se consolida una subjetividad algorítmica, caracterizada por la rapidez en la toma de posición, la simplificación moral del conflicto y la búsqueda de visibilidad a través de la expresión emocional.

En este marco, la subjetividad que emerge no es principalmente reflexiva o deliberativa, sino afectivo-performativa. Los sujetos aprenden, implícita o explícitamente, que para existir en el espacio público digital es necesario manifestar emociones claras, reconocibles y compartibles. Así, el discurso se organiza en torno a consignas, juicios morales breves, imágenes impactantes y símbolos religiosos o políticos que condensan significados complejos en fórmulas afectivas fácilmente replicables. La emoción no solo acompaña el mensaje, sino que se convierte en su condición de posibilidad algorítmica.

La multimodalidad cumple un papel central en este proceso. Imágenes, emojis, música, tipografías y símbolos religiosos funcionan como marcadores afectivos que aceleran la identificación del espectador con una posición determinada. Estos recursos permiten que la emoción anteceda al razonamiento, orientando la interpretación antes de cualquier procesamiento reflexivo. En consecuencia, la subjetividad se configura en un régimen de inmediatez afectiva, donde la imagen sustituye a la explicación y la consigna reemplaza al debate, reforzando dinámicas de alineación identitaria y polarización.

El discurso religioso resulta especialmente eficaz en este entorno, ya que ofrece marcos emocionales preconfigurados —salvación, amenaza, verdad, misión, combate moral— que se adaptan con facilidad a los formatos breves y altamente visuales de TikTok. De este modo, la religión no opera únicamente como contenido ideológico, sino como recurso algorítmico,

capaz de generar engagement sostenido. La subjetividad religiosa que se produce en la plataforma es, así, una subjetividad optimizada: aprende a expresarse en clave emocional para mantenerse visible y relevante, articulando trascendencia simbólica con intensidad afectiva.

En conjunto, el cruce entre subjetividad, emoción y algoritmo permite comprender que la esfera pública digital en TikTok se organiza en torno a un régimen afectivo de visibilidad, en el que la política y la religión se experimentan menos como espacios de deliberación racional y más como experiencias emocionales compartidas. Las subjetividades que se configuran en este entorno son profundamente implicadas afectivamente, discursivamente simplificadas y algorítmicamente reforzadas, lo que contribuye tanto a la movilización como a la radicalización simbólica del debate público.

Este análisis permite concluir que TikTok no solo difunde discursos religioso-políticos, sino que modela formas de sentir la política, de habitar la fe y de posicionarse frente al otro, produciendo sujetos que se reconocen a sí mismos a través de la emoción y la pertenencia afectiva. En este sentido, la emoción del discurso no representa un empobrecimiento de la política, sino su reconfiguración: la acción política se desplaza hacia la gestión de afectos, y la subjetividad se convierte en un terreno central de disputa en la esfera pública digital contemporánea.

IV. Interacción como contexto del análisis discursivo

En el análisis del discurso digital, la interacción no constituye un elemento accesorio o meramente cuantitativo, sino un componente central del proceso de significación. En plataformas como TikTok, el sentido de los contenidos no se agota en el mensaje emitido por el creador, sino que se co-construye a través de las reacciones, comentarios, compartidos y niveles de visualización que el video genera. Estas interacciones permiten observar cómo los discursos son apropiados, resignificados, disputados o reforzados por las audiencias, convirtiéndose en un contexto activo de producción discursiva.

Desde esta perspectiva, los datos de interacción (número de “me gusta”, compartidos, comentarios y visualizaciones) no se interpretan únicamente como indicadores de alcance, sino como huellas empíricas de la activación emocional, identitaria y política que los videos

producen. La interacción señala qué contenidos logran interpelar a los usuarios como sujetos políticos, cuáles suscitan identificación colectiva, polarización o controversia, y cuáles, por el contrario, permanecen en un registro informativo con baja apropiación discursiva.

Por lo tanto, este apartado analiza la interacción como marco contextual del análisis discursivo, articulando los datos cuantitativos con la naturaleza temática de los videos, el perfil del usuario creador y las dinámicas de recepción observadas. De este modo, la interacción se entiende como un espacio donde se hacen visibles los procesos de legitimación, movilización emocional y subjetivación política previamente analizados.

Lectura analítica de la interacción: patrones de activación discursiva

N° de video	Perfil del usuario	Interacción del vídeo			
		N° de Me gusta	N° de Compartidos	N° de comentarios	N° de visualizaciones
1	Andrés Barrios (andresbarriosbernal)	3,473	846	279	26,981
2	Aspolitica	29	0	6	2,151
3	Andresbarriosbernal	4	0	0	251
4	El.derechista	31, 1 mil	3975	1122	402, 6 mil
5	Danny el Comunista	92mil	26-1k	3610	16.1K
6	Pauladefrente	23.8k	6328	12,02k	72.8b
7	Da4r4	141	45	7	Sin dato

8	Karitosegom	16.5K	2.5K	545	185.7K
9	Johanpaloma_.	1,223	158	45	15.6K
10	Panch.pe.	1,524	41	152	42.8K
11	Refugium_catholicum.	22K	3034	1233	23,96
12	Vastagobysoniamarie	2100	549	170	28.9K
13	Davidaguilar7745	1228	77	31	Sin dato.
14	Carisma.misionero.	15k	6327	902	44.1K
15	Panch.pe.	51	1	4	Sin dato.
16	Elmundo.es.	39,5mil	5,387	1,099	452.3K

Tabla 12. Interacción digital y patrones de activación del discurso religioso-político

La lectura comparativa de los niveles de interacción: visualizaciones, me gusta, compartidos y comentarios, permite identificar patrones claros de activación discursiva en los videos analizados. En términos generales, se observa que aquellos contenidos que articulan de manera explícita religión, política y emoción presentan niveles significativamente más altos

de interacción, en contraste con los videos de carácter descriptivo, explicativo o informativo, cuya recepción resulta más limitada.

Un primer caso ilustrativo es el video 1, publicado por Andrés Barrios (andresbarriosbernal), que defiende la libertad religiosa como derecho constitucional y convoca a oponerse a un artículo o ley percibida como amenazante. Este video alcanza 26.981 visualizaciones, 3.473 “me gusta”, 846 compartidos y 279 comentarios, cifras que evidencian una alta activación identitaria. La interacción no se limita a la amplificación del mensaje, sino que convierte la sección de comentarios en un espacio de confrontación discursiva, donde emergen subjetividades políticas antagonistas, particularmente entre quienes se reconocen como “creyentes amenazados” y quienes se posicionan como defensores del Estado laico. En este caso, la interpelación emocional y normativa potencia la participación activa de los usuarios.

En contraste, los videos 2 y 3, de carácter más analítico o informativo —como la explicación del uso electoral de la expresión “ungidos de Dios” o la conmemoración contra el antisemitismo sin confrontación directa— registran niveles muy bajos de interacción. El video 2 alcanza apenas 2.151 visualizaciones, 29 “me gusta” y 6 comentarios, mientras que el video 3 presenta solo 251 visualizaciones y ausencia total de comentarios. Estas cifras confirman que, cuando no existe una interpelación afectiva directa ni un llamado normativo explícito, la audiencia tiende a asumir un rol más pasivo, limitando la producción discursiva en los comentarios.

Los niveles más altos de interacción se concentran, de manera consistente, en los discursos que presentan la fe como fundamento del orden social, nacional o moral. El video 4, del usuario El derechista, centrado en la fe y la familia como pilares de la prosperidad nacional, alcanza aproximadamente 402.600 visualizaciones, 31.100 “me gusta”, 3.975 compartidos y 1.122 comentarios. Estas cifras indican que este tipo de narrativa activa una subjetividad política identitaria, basada en el orgullo, la nostalgia y la defensa de valores tradicionales. La interacción refuerza la consolidación de una comunidad interpretativa que valida la religión como criterio legítimo de organización social y política.

De manera similar, los contenidos de carácter provocador o satírico muestran niveles elevados de participación. El video 5, de Danny el Comunista, registra 16.100

visualizaciones, 92.000 “me gusta”, alrededor de 1.000 compartidos y 3.610 comentarios, mientras que el video 6, de Paula de Frente, presenta cifras aún más altas: 72.800 visualizaciones, 23.800 “me gusta”, 6.328 compartidos y más de 12.000 comentarios. En estos casos, la interacción se estructura alrededor de la controversia y la polarización, donde la religión funciona como lente para disputar hegemonías culturales e ideológicas. La elevada participación confirma que el conflicto simbólico —religión versus ideología, fe versus comunismo, espiritualidad versus activismo— constituye un motor central del engagement, transformando la interacción en un espacio de toma de postura más que de deliberación racional.

Por su parte, los videos de activismo religioso-político explícito, como aquellos centrados en la agenda ProVida, el voto cristiano o la coherencia entre fe y política (videos 8, 9, 10, 11, 12, 13 y 14), presentan una interacción sostenida y cualitativamente significativa. Aunque no todos alcanzan cifras masivas de visualización, concentran un número relevante de comentarios y compartidos. Por ejemplo, el video 8 (karitosegom) alcanza 185.700 visualizaciones, 16.500 “me gusta” y 545 comentarios, mientras que el video 11 (refugium_catholicum) registra 23.960 visualizaciones, 22.000 “me gusta” y 1.233 comentarios. Estos datos sugieren una apropiación profunda por parte de comunidades creyentes, donde la interacción funciona como mecanismo de refuerzo identitario y validación colectiva de la traducción de la fe en acción política.

En contraste, los videos con un registro reflexivo o pastoral, orientados al discernimiento, la moderación o la convivencia (como los videos 12 y 15), muestran niveles de interacción más bajos o dispersos. Esto no implica ausencia de impacto, sino una movilización emocional distinta, menos orientada a la confrontación y más a la reflexión individual. La menor intensidad interactiva refuerza la idea de que la lógica algorítmica de TikTok tiende a privilegiar los contenidos emocionalmente polarizantes frente a aquellos que promueven lecturas complejas o conciliadoras.

Finalmente, los videos de carácter sociológico o periodístico, como el video 16 (elmundo.es), alcanzan altos niveles de visualización y compartidos (452.300 visualizaciones, 39.500 “me gusta”, 5.387 compartidos), junto con 1.099 comentarios. En estos casos, la religión aparece

como marcador identitario con efectos políticos, especialmente en clave generacional. La interacción confirma que el tema interpela a audiencias amplias, aunque los comentarios se distribuyen entre múltiples posturas, sin concentrarse en un solo eje de confrontación.

Ejes semánticos de la interacción y circulación discursiva

La nube de palabras construida a partir de los hashtags asociados a los videos analizados permite visualizar los núcleos semánticos dominantes que estructuran la interacción y la circulación del discurso religioso-político en TikTok. A diferencia del análisis de los contenidos audiovisuales, esta representación gráfica da cuenta de los términos mediante los cuales los usuarios y creadores clasifican, etiquetan y orientan la interpretación del mensaje, funcionando como una forma de metadiscurso.



Imagen 12. Nube de palabras de hashtags asociados a la interacción en discursos religioso-políticos en TikTok

La centralidad de palabras como religión, política, cristianos, católicos y TikTok evidencia que la fe no se presenta como una experiencia privada o marginal, sino como una categoría pública, identitaria y explícitamente politizada. La reiteración de términos como fe y política, política cristiana, derecho a creer y provida confirma la existencia de una gramática discursiva en la que la identidad religiosa se traduce en posicionamientos normativos sobre lo público. Asimismo, la presencia simultánea de términos asociados al conflicto ideológico y cultural: comunismo, laicidad, ideología, cultura woke, derecho a la vida, no a la pena de muerte, muestra que la interacción se organiza en torno a oposiciones binarias que estructuran el campo político-moral del debate. Estas oposiciones no operan únicamente como descriptores temáticos, sino como marcadores de pertenencia y diferenciación, a través de los cuales los usuarios se posicionan frente a debates contemporáneos.

Desde una perspectiva discursiva, los hashtags cumplen una doble función: por un lado, facilitan la circulación algorítmica del contenido; por otro, condensan marcos interpretativos, orientando la lectura del mensaje antes incluso de su consumo completo. En este sentido, la nube de palabras permite observar cómo la plataforma favorece la emergencia de un léxico estabilizado, donde religión, política, ideología y moral aparecen estrechamente imbricadas. En consecuencia, esta figura refuerza el análisis previo sobre la producción de subjetividades políticas, al mostrar que la interacción no solo amplifica los discursos, sino que estructura los modos de nombrar la realidad, habilitando identificaciones colectivas, antagonismos ideológicos y formas específicas de participación política en la esfera pública digital. La nube de palabras visualiza, así, la consolidación de la religiosidad como una gramática pública de sentido, en la que la fe se convierte en lenguaje, identidad y criterio de acción política en TikTok.

En conclusión, la lectura de la interacción y la nube de palabras construida a partir de hashtags permiten afirmar que la recepción en TikTok no se limita a reaccionar ante un contenido, sino que opera como un dispositivo de subjetivación política. En términos discursivos, la subjetividad no se entiende aquí como una dimensión exclusivamente interna o psicológica del individuo, sino como una forma de posicionamiento social que se produce en el lenguaje y se actualiza en prácticas de pertenencia, toma de postura, conflicto o adhesión. En este marco, la interacción digital constituye un espacio en el que los usuarios son interpelados como creyentes, ciudadanos y actores morales, y responden desde identidades políticas que se vuelven visibles tanto en la enunciación de los comentarios como en la elección de etiquetas y marcos de interpretación.

Los hashtags y su condensación en la nube, cumplen una función clave en este proceso, pues actúan como marcadores identitarios y como “atajos” discursivos que orientan la lectura del contenido. Términos recurrentes como *religión*, *política*, *cristianos*, *católicos*, *fe* y *política*, *política cristiana*, *provida* o *derecho a creer* no solo describen temas, sino que delimitan un campo de pertenencia: hacen posible reconocerse dentro de un “nosotros” creyente, moralmente comprometido y políticamente implicado. A su vez, la presencia simultánea de palabras como *laicidad*, *ideología*, *comunismo* o *cultura woke* evidencia la construcción de fronteras simbólicas que organizan la recepción en torno a oposiciones y antagonismos. De

este modo, la interacción favorece una subjetividad política que se estructura mediante dinámicas de identificación (“quiénes somos”) y diferenciación (“contra quiénes nos posicionamos”).

En paralelo, este mismo proceso interactivo contribuye a la legitimación discursiva de los contenidos, en la medida en que las métricas y las respuestas de la audiencia refuerzan la validez pública de determinados marcos interpretativos. Cuando un video alcanza altos niveles de visualización y es intensamente compartido, el mensaje adquiere una apariencia de relevancia social que amplifica su autoridad simbólica. Asimismo, los “me gusta” funcionan como formas de asentimiento afectivo, mientras que los comentarios consolidan o disputan los sentidos propuestos, transformando el contenido en una arena de validación moral y política. En esta lógica, la legitimación no se reduce a lo que el creador afirma, sino que se produce también en la recepción: la audiencia participa en la construcción de lo que aparece como “verdad”, “deber”, “derecho”, “amenaza” o “coherencia”.

De manera particular, los contenidos que enmarcan la fe como derecho amenazado, mandato moral o fundamento del orden social tienden a activar interacciones más intensas, lo que sugiere que la legitimación se potencia cuando el discurso ofrece marcos normativos claros y emocionalmente cargados. Así, la interacción se convierte en un mecanismo que no solo mide impacto, sino que contribuye activamente a la estabilización de sentidos: refuerza la idea de que ciertos valores religiosos pueden (y deben) operar como criterios legítimos de lectura del mundo político.

En síntesis, la interacción, los comentarios y los hashtags permiten observar cómo la esfera pública digital de TikTok no solo difunde discursos religiosos-políticos, sino que produce subjetividades y legitima posiciones: construye pertenencias, intensifica antagonismos, orienta interpretaciones y habilita formas específicas de acción simbólica. Por ello, este apartado confirma que la dimensión interactiva no es un complemento metodológico del análisis, sino un componente constitutivo del fenómeno estudiado, en la medida en que allí se hacen visibles los procesos de identificación, confrontación y validación que estructuran el discurso religioso-político contemporáneo.

CAPÍTULO VI

Conclusiones

Los resultados de esta investigación permiten afirmar que TikTok opera como un escenario central en la reconfiguración contemporánea de la relación entre religión y política, al facilitar la circulación de discursos religiosos que inciden de manera directa en la producción de subjetividades políticas. Los videos analizados muestran que la religiosidad digital no se limita a la expresión de creencias personales, sino que se proyecta como un marco normativo de sentido desde el cual se interpretan conflictos sociales, se evalúan decisiones políticas y se legitiman determinadas formas de acción pública.

Uno de los hallazgos más relevantes del estudio es la constatación de que la movilización emocional constituye un eje estructural del discurso religioso-político en TikTok. Emociones como el miedo, la indignación moral, la esperanza, el orgullo identitario o la sensación de amenaza aparecen de manera sistemática articuladas con contenidos religiosos, intensificando la fuerza persuasiva del mensaje. Estas emociones no operan como efectos colaterales del discurso, sino como dispositivos centrales que predisponen al espectador a interpretar la realidad desde marcos específicos, reduciendo la complejidad del debate político a coordenadas morales claras.

El análisis de la interacción evidencia que los contenidos que articulan de forma explícita religión, política y emoción generan niveles significativamente más altos de visualización, comentarios y compartidos. En estos casos, la interacción no solo amplifica el alcance del mensaje, sino que lo transforma en un espacio de confrontación simbólica donde se producen subjetividades políticas antagonistas. Los comentarios revelan procesos de identificación colectiva, apelaciones morales y disputas ideológicas que configuran un “nosotros” creyente frente a un “ellos” secular, progresista o ideológicamente opuesto.

Asimismo, la investigación muestra que la legitimación discursiva opera de manera transversal en los contenidos analizados. La fe se presenta, según el caso, como derecho constitucional amenazado, mandato divino, fundamento del orden social, criterio de voto,

ética pública o tribunal moral desde el cual se juzgan prácticas políticas. Esta versatilidad confirma que la religiosidad funciona como un recurso simbólico altamente flexible, capaz de autorizar posicionamientos políticos diversos y de dotarlos de una apariencia de necesidad, urgencia o incuestionabilidad.

La nube de palabras construida a partir de los hashtags refuerza estos hallazgos al visibilizar los núcleos semánticos que estructuran la circulación y la recepción del discurso. La centralidad de términos asociados a religión, política, ideología, moral y generación evidencia que las audiencias interpretan estos contenidos desde claves identitarias y conflictivas. Los hashtags no solo organizan la visibilidad algorítmica, sino que actúan como marcadores de pertenencia y alineamiento, contribuyendo a la estabilización de marcos interpretativos compartidos.

Por otra parte, el estudio permite identificar diferencias significativas en la activación de la subjetividad política según el tipo de discurso. Mientras que los contenidos confrontativos y emocionalmente polarizantes generan altos niveles de interacción, los mensajes reflexivos o pastorales tienden a producir una recepción más moderada. Esto sugiere que la lógica algorítmica de TikTok favorece la visibilidad de discursos que simplifican el conflicto y movilizan emociones intensas, en detrimento de aquellos que promueven lecturas complejas o conciliadoras.

En conjunto, la investigación confirma que la subjetividad política que emerge en TikTok no se construye únicamente a partir de argumentos racionales, sino mediante una combinación de emoción, identidad, moral y pertenencia comunitaria. La religión, en este entorno, se consolida como una gramática pública de sentido que orienta lecturas del mundo social y legitima alineamientos ideológicos. TikTok, lejos de ser un espacio neutral, se configura como un entorno sociocomunicativo donde lo sagrado y lo político se entrelazan, produciendo formas específicas de participación política contemporánea.

Aportes académicos de la investigación

Esta investigación realiza varios aportes relevantes al campo de los estudios sobre religión, comunicación digital y subjetividad política. En primer lugar, contribuye a problematizar la

idea de la secularización como desaparición de lo religioso en el espacio público, mostrando cómo la fe se reconfigura y adquiere nuevas formas de visibilidad y legitimación en plataformas digitales. En segundo lugar, el estudio aporta una lectura discursiva y multimodal de TikTok como entorno sociopolítico, destacando el papel de la emoción, la interacción y los recursos visuales en la producción de sentido. Al integrar el análisis de videos con el estudio de la interacción y los hashtags, la investigación ofrece una aproximación metodológica que permite comprender el discurso como un proceso dinámico y relacional.

En tercer lugar, la investigación profundiza en la noción de subjetividad política al mostrar cómo esta se produce en la recepción y no solo en la emisión del discurso. Los comentarios, “me gusta” y compartidos se revelan como prácticas discursivas que consolidan identidades, legitiman posiciones y estructuran antagonismos, ampliando así el campo de análisis más allá del texto audiovisual. Finalmente, el estudio aporta al debate sobre legitimación discursiva al evidenciar cómo la religión opera como fuente de autoridad simbólica en el entorno digital, permitiendo traducir creencias en razones públicas y dotar de fuerza normativa a determinados posicionamientos políticos.

Por último, a partir de los resultados obtenidos, se abren diversas líneas de investigación futura. En primer lugar, sería pertinente profundizar en estudios comparativos entre distintas plataformas digitales (como Instagram, X o YouTube) para analizar cómo varían las estrategias discursivas y los procesos de subjetivación según el entorno mediático. En segundo lugar, se sugiere explorar con mayor detalle las diferencias generacionales en la recepción del discurso religioso-político, especialmente en relación con jóvenes usuarios, considerando variables como género, clase social o contexto cultural.

Asimismo, futuras investigaciones podrían incorporar metodologías etnográficas digitales que permitan observar de manera más directa las trayectorias de los usuarios, sus prácticas de consumo y sus formas de participación en comunidades religiosas-políticas en línea. Finalmente, resulta relevante indagar en los efectos a largo plazo de estos discursos en la participación política fuera del entorno digital, analizando cómo las subjetividades configuradas en TikTok se traducen —o no— en prácticas políticas concretas en el ámbito institucional o comunitario.

Referencias

- Abascal, E., & Esteban, I. G. (2021). Del altar al streaming: La explosión de eventos religiosos en redes sociales en tiempos de COVID-19. *Question/Cuestión*.
- Acosta-Silva, D. A., & Muñoz, G. (2012). Juventud digital: Revisión de algunas aseveraciones negativas sobre la relación jóvenes–nuevas tecnologías. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10(1), 107–130.
- Aguirre Aguilar, C., Rivera, L., & Fuentes, P. (2024). Narrativas religiosas juveniles en redes sociales: Entre la fe y la política. *Revista de Estudios Culturales Digitales*, 11(3), 113–137.
- Aguirre Aguilar, G. (2023). Creencias y redes sociales: La reinención de lo popular en las narrativas digitales. *Autoctonía. Revista de Ciencias Sociales e Historia*, 7(2), 687–726. <https://doi.org/10.23854/autoc.v7i2.328>
- Alcántara-Plá, M. (2020). Discurso, ideología y polarización en los entornos digitales. *Cuadernos AISPI*, (16), 55–74.
- Alves, R., & Pereira, M. (2021). Religious influencers and charismatic authority on social media. *Religion and Society in Digital Culture*, 9(2), 59–78.
- Andrés, R. R. (2019). *Más allá de la secularización: Reflexión sobre la religiosidad en la era digital*. Academia.edu.
- Ardila, L. Y. (2016). *Comunicación, medios y narrativas juveniles en la red: Una experiencia en Facebook* [Trabajo de grado].
- Austin, J. L. (1982). *Cómo hacer cosas con palabras*. Paidós.
- Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica*. Paidós.
- Beltrán, W. M. (2013). *Del monopolio católico a la explosión pentecostal: Pluralización religiosa, secularización y campo social en Colombia*. Universidad Nacional de Colombia.
- Bonnin, J. E. (2015). *Génesis política del discurso religioso*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Butler, J. (2004). *Deshacer el género*. Paidós.
- Calvi, M. V. (2020). Emociones, viralidad y discurso en redes sociales. *Cuadernos AISPI*, (16), 23–41.

- Campbell, H. A. (2021). *Digital religion: Understanding religious practice in digital media*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429295683>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Castro-Gómez, S. (2009). Noopolítica y sociedades de control: Las subjetividades contemporáneas en Maurizio Lazzarato. En J. Martínez Posada & F. Neira Sánchez (Eds.), *Cátedra Lasallista: Miradas sobre la subjetividad* (pp. 21–38). Universidad de La Salle.
- Cheong, P. H., Fischer-Nielsen, P., Gelfgren, S., & Ess, C. (2012). *Digital religion, social media and culture: Perspectives, practices and futures*. Peter Lang.
- Deleuze, G. (1999). Post-scriptum sobre las sociedades de control. En *Conversaciones 1972–1990*. Pre-Textos.
- Del Prete, A., & Redon Pantoja, S. (2020). Las redes sociales virtuales: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1). <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-Vol19-Issue1-fulltext-1834>
- Durkheim, É. (2003). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Alianza Editorial. (Trabajo original publicado en 1912).
- Evolvi, G. (2022). Religión e internet: Religión digital, espacios (hiper)mediados y materialidad. *Zeitschrift für Religion, Gesellschaft und Politik*, 6, 9–25. <https://doi.org/10.1007/s41682-021-00087-9>
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Longman.
- Florescano, E. (1980). *Memoria mexicana*. Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (1980). Tecnologías del yo. En L. H. Martin, H. Gutman & P. H. Hutton (Eds.), *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Paidós.
- Foucault, M. (1992). *El orden del discurso*. Tusquets.
- García Canclini, N. (2007). *Lectores, espectadores e internautas: Estudios sobre la recepción*. Gedisa.
- Giddens, A. (1995). *Modernidad e identidad del yo*. Península.
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. En T. Gillespie, P. J. Boczkowski & K. A. Foot (Eds.), *Media technologies* (pp. 167–194). MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.003.0009>

- González, Y. M. (2020). El lugar de la creencia en tiempos de pandemia: Jóvenes y redes sociales virtuales. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, (14), e043.
<https://doi.org/10.24215/18524907e043>
- Guerrero-Sierra, H. F., Niño, C., & Wilches-Tinjacá, J. A. (2024). Javier Milei, TikTok y la construcción del patán político. *Análisis Político*, 37(108), 74–102.
<https://doi.org/10.15446/anpol.v37n108.116953>
- Han, B.-C. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Herder.
- Han, B.-C. (2014). *Psicopolítica: Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Herder.
- Helland, C. (2005). Online religion as lived religion. *Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 1(1), 1–16.
- Hjarvard, S. (2011). The mediatization of religion: Theorising religion, media and social change. *Culture and Religion*, 12(2), 119–135.
<https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579719>
- Jiménez-Hurtado, J. L., & Carmona Parra, J. A. (2023). Política y religión: Una lectura desde la condición juvenil. *Revista de la Universidad de La Salle*, (91), 25–49.
<https://doi.org/10.19052/ruls.vol1.iss91.3>
- Jubany, O., & Roiha, M. (2018). *Constructing prejudice and hate in the digital public sphere*. Palgrave Macmillan.
- Kress, G. (2010). *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. Routledge.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse*. Arnold.
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica.
- Laclau, E., & Mouffe, C. (2005). *Hegemony and socialist strategy* (2nd ed.). Verso.
- Lazzarato, M. (2006). *Por una política menor*. Traficante de Sueños.
- Luckmann, T. (1967). *La religión invisible*. Macmillan.
- Martín-Barbero, J. (2002). *Oficio de cartógrafo*. Fondo de Cultura Económica.
- Meza, D. (2020). “Mamita: Protégenos de la pandemia”. *Periferia*, 25(2), 50–62.
<https://doi.org/10.5565/rev/periferia.741>
- Otálora Cotrino, L. (2012). Mitos y ritos modernos: La fabricación de creencias en los medios de comunicación. *Alteridades*, 22(44), 99–114.

Plata Rodríguez, D., & Plata Quezada, W. E. (2022). Las iglesias cristianas y sus representaciones de paz en Colombia. *Estudios Políticos*, (65), 210–239.
<https://doi.org/10.17533/udea.espo.n65a08>

Searle, J. R. (1965). What is a speech act? En M. Black (Ed.), *Philosophy in America* (pp. 221–239). Cornell University Press.

Searle, J. R. (1975). Indirect speech acts. En P. Cole & J. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics* (Vol. 3, pp. 59–82). Academic Press.

Simkin, E. E. (2013). Religiosidad, espiritualidad y escepticismo. *Subjetividad y Procesos Cognitivos*, 17(2), 125–147.

Turkle, S. (2011). *La vida en la pantalla*. Paidós.

Van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A multidisciplinary approach*. Sage.

Van Dijk, T. A. (2016). *Discourse and power*. Palgrave Macmillan.

Weber, M. (1922). *Economía y sociedad*. Fondo de Cultura Económica.