

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



Análisis de la presencia de las hermandades rocieras en las redes sociales

Manuel Jesús Cartes Barroso

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e181>

Recibido: 10-03-2019 Aceptado: 17-09-2019

Análisis de la presencia de las hermandades rocieras en las redes sociales

Analysis of the presence of the Rocío brotherhoods in the social networks

Manuel Jesús Cartes Barroso cartesbarroso@us.es

<https://orcid.org/0000-0003-1768-275X>

Universidad de Sevilla (España)

Resumen

Como asociaciones públicas de fieles dentro de la Iglesia católica, las hermandades y cofradías, al igual que cualquier otra institución o colectivo, también tienen la necesidad de

Question, Vol. 1, N.º 63, julio-septiembre 2019. ISSN 1669-6581

Instituto de Investigaciones en Comunicación | Facultad de Periodismo y Comunicación Social | Universidad Nacional de La Plata

La Plata | Buenos Aires | Argentina

Página 1 de 33



comunicar y mantener contacto con sus hermanos y seguidores. Hasta ahora han alcanzado estos propósitos a través de diversas publicaciones impresas y, en los últimos años, gracias a las distintas plataformas 2.0. Un buen ejemplo, en este sentido, es el de las hermandades rocieras, que cuentan con un gran número de seguidores y una gran participación en los medios sociales, aunque no siempre de forma acertada ni en base a una estrategia de comunicación. Por ello, este artículo pretende examinar la presencia e intentar comprender el uso de las redes sociales en estas corporaciones religiosas.

Palabras clave: Rocío; redes sociales; web 2.0; comunicación institucional; hermandad.

Abstract

Fraternities and brotherhoods, as public associations of the faithful within the Catholic Church, also have the need to communicate and maintain contact with members of the brotherhoods and their followers, like any other institution or collective. They have achieved these objectives through various printed publications to date and, furthermore, in recent years thanks to the different 2.0 platforms. In this sense, the Rocío brotherhoods are a good example, having a large number of followers and a great participation in social media, although not always correctly or based on a communication strategy. Therefore, this article aims to examine the presence and try to understand the use of social networks in these religious corporations.

Keywords: Rocío; social networks; web 2.0; institutional communication; brotherhood.

Un claro exponente de la religiosidad popular en España, por la gran universalidad que tiene en la actualidad, es el referente al Rocío. La conocida romería del Rocío, en la provincia de Huelva, es una manifestación religiosa con una gran repercusión en diversos puntos



geográficos del mundo y, con mayor importancia, en muchas regiones españolas, no sólo en la comunidad autónoma andaluza -en donde tiene lugar su fiesta anual en torno a la solemnidad de Pentecostés-, reuniendo en los últimos tiempos a más de un millón de personas. Igualmente, a lo largo del año tienen lugar otras celebraciones importantes como las peregrinaciones extraordinarias de las hermandades filiales rocieras, así como el denominado Rocío Chico, en el mes de agosto, en el que se conmemora el voto de acción de gracias que la villa de Almonte realizó en 1813 a su patrona, la Virgen del Rocío, por haberle liberado de la sanguinaria amenaza de las tropas francesas durante la invasión napoleónica. Por todo ello, el Rocío y todo lo que le rodea es considerado como un importante movimiento creencial que se ha intensificado notablemente a partir del siglo XX (Padilla Díaz de la Serna, 2007).

La proyección informativa del fenómeno rociero es tal que su difusión, merced al interés de los ciudadanos por todo lo concerniente al Rocío, trasciende más allá de los días de la romería. En la actualidad, la información rociera publicada por los medios de comunicación -habitualmente los de ámbito local- resulta de gran utilidad para conocer y comprender todos los aspectos de esta peregrinación mariana, bien sean particularidades o novedades de la romería, testimonios de fe, advertencias de los operativos de seguridad u otros detalles. Y por otro lado, también reconocemos la existencia de una comunicación institucional rociera a cargo de la Hermandad Matriz de Almonte y sus 121 hermandades filiales, reconocidas como tal a fecha de enero de 2018 (1). A los medios y canales de comunicación propios se han sumado en los últimos años las redes sociales, que han modificado singularmente la manera de comunicar de estas asociaciones religiosas con sus hermanos, devotos y seguidores, como veremos en nuestra investigación.

Síntesis de la relevancia de las redes sociales

A principios del presente siglo, fundamentalmente, hemos asistido a una auténtica revolución de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, que habiendo penetrado soberanamente en la sociedad, han conseguido alterar nuestra forma de vida y nuestras costumbres, al mismo tiempo que la forma de comunicar, ya sea en el contexto familiar, laboral o académico.



Internet nos ha abierto múltiples posibilidades en este sentido, destacando la relevancia de la World Wide Web (web). Como evolución natural de la web, Tim O'Reilly acuña en 2004 el término web 2.0, con el que, entre otros aspectos, distingue la interacción de los usuarios con respecto a la web 1.0, es decir, comparando el paso de unos sujetos pasivos a unos usuarios participativos (O'Reilly, 2005). Una correcta definición de la web 2.0 es la de Alberto Ortiz de Zárate Tercero:

Un fenómeno social en relación con la creación y distribución de contenidos en Internet, caracterizado por la comunicación abierta, la descentralización de autoridad, la libertad de compartir y usar, dentro de un enfoque que trata a las relaciones humanas y económicas como conversaciones (2008: 18).

En relación con esta participación activa del usuario y su poder para crear y transmitir contenidos, se produce a comienzos del siglo XXI un espectacular auge de los *social media* o medios sociales, destacando entre ellos las redes sociales *online*. Herrero Curiel (2013: 49) describe que las redes sociales son "nuevos canales de comunicación e información *online* donde los usuarios de internet se conectan con sus perfiles personales, profesionales o ambos, a través de diferentes dispositivos electrónicos". A día de hoy, millones de personas son usuarios y consumidores de estos canales prácticamente en todo el mundo, existiendo una amplia bibliografía sobre este tema tanto a nivel general (Barnett, 2011; Ryan, 2011; Van Dijck, 2013 -entre otros autores-), como en múltiples ámbitos, siendo una importante línea de investigación para académicos y docentes.

De acuerdo con Fernández (2008), entre las posibilidades que ofrecen las redes sociales están dar visibilidad a nuestra red de contactos, acceder a otros contactos, comunicar y compartir contenido y, especialmente, la creación de comunidades en base a intereses comunes donde intercambiar ideas y establecer relaciones con personas. Además, a estas ventajas hay que añadir que plataformas como *Twitter* y *Facebook* se han convertido en fuentes de noticias para miles de personas (Pew Research Center, 2015).

Como venimos diciendo, en el caso de las redes sociales *online* existe un alto grado de penetración en la sociedad, siendo utilizadas regularmente por aproximadamente un tercio de la población mundial en 2017 (eMarketer, 2018). En España, por ejemplo, el porcentaje de su uso es considerablemente alto, al representar al 85% de las personas que navegan por internet



de 16-65 años (IAB, 2018), unos datos que confirman la importancia que tienen en la actualidad las redes sociales.

Y es que la web 2.0 ofrece a las empresas y organizaciones, tanto públicas como privadas, no sólo la oportunidad de comunicar, sino de interactuar con los usuarios, independientemente del momento y lugar en el que estos se encuentren. Así se explica su pujante implantación en las estrategias de comunicación, al ser una forma más cercana para comunicar y, sobre todo, interactuar con los ciudadanos. La Academia también ha fijado su mirada hasta esta realidad y, prueba de ello, son las investigaciones centradas en la relación de las redes sociales y la comunicación institucional, entre ellas las de Gandolfo (2014) y Cancelo Sanmartín, Rebeil Corella y Gabino Campos (2015).

Hermandades 2.0

Así como compañías e instituciones entendieron hace algunos años que necesitaban comunicar sus acciones, eventos y resultados al público general -no sólo a sus clientes o seguidores-, la Iglesia católica ha actuado de igual forma. En concreto, asociaciones religiosas como las que son objeto de nuestro análisis deben comunicar por varias razones. En primer lugar, porque forman parte de una institución mayor, la Iglesia católica, encargada de divulgar el anuncio evangélico a todos los ciudadanos y "llegar a los confines de la tierra" (2). Por otro lado, porque los miembros de estas corporaciones, los hermanos, requieren estar informados de la vida de la hermandad, siendo así mismo una potente herramienta para formar y evangelizar. Y, finalmente, porque además de los hermanos, otros ciudadanos también están interesados en conocer qué actividades tienen las hermandades, bien a través de los medios de comunicación o directamente en los canales informativos de las mismas (Cartes Barroso, 2016).

En este sentido, no es extraño que publicaciones como revistas, hojas, boletines y, en los últimos tiempos, anuarios, tengan desde hace bastante tiempo un espacio destacado en el quehacer de las hermandades, independientemente de la temporalidad de dichas ediciones. Igualmente, las páginas webs han ampliado la necesidad comunicativa de las cofradías, posibilitando el acceso a un contenido valioso para los hermanos, seguidores y público en



general. Pero sobre todo, el rol comunicador de las hermandades se ha visto intensificado desde la irrupción de las redes sociales, al sumarse al uso de las plataformas 2.0, con el objetivo de ampliar aún más sus posibilidades comunicativas y, especialmente, de entrar en contacto con sus hermanos y fieles, al mismo tiempo que implantar o reforzar su presencia digital, convirtiéndose en hermandades 2.0.

Pero estas asociaciones, aunque no ocurre con frecuencia, deben seguir una estrategia en este sentido y no lanzarse a la aventura en las redes sociales. Deben planificar qué y cómo van a comunicar, sin olvidar su integración en la Iglesia y a quiénes van dirigidos sus mensajes. Así lo sintetiza José María La Porte:

Las instituciones eclesiales desarrollan sus actividades en el mundo y comunican con el mundo, pero no deben adoptar acríticamente cualquier modelo de comunicación, porque no todos, aunque sean eficaces y legítimos en el ámbito comercial, son conformes a la identidad eclesial (2012: 207).

Por todo ello puede defenderse la necesidad de comunicación de las hermandades y cofradías, contando para ello con unos medios de comunicación propios y una comunicación propia, especialmente en las plataformas 2.0, aceptando y asumiendo los cambios que se produzcan en el futuro.

Comunicación y Rocío

En este apartado desarrollamos brevemente la relación entre comunicación y Rocío, partiendo de la idea clave de la existencia de una comunicación institucional rociera, es decir, la que llevan a cabo las distintas hermandades y asociaciones rocieras en diferentes publicaciones, medios y canales informativos, ya sean boletines, revistas, hojas, anuarios, comunicados, circulares, notas de prensa, páginas webs y, en la actualidad, las redes sociales. Por un lado se encuentra la Hermandad Matriz de Almonte, que tiene el papel de ser garante y promotora



de la devoción hacia Nuestra Señora del Rocío y, por otro, sus hermandades filiales, no filiales y asociaciones. En todos estos casos, el objetivo de estas asociaciones públicas de fieles nacidas dentro de la Iglesia católica es comunicar y difundir su vida interna, promover la interacción y las relaciones públicas con personas, entidades e instituciones y, en definitiva, relacionarse y servir a la sociedad, fundamentalmente a los hermanos y devotos de estas hermandades rocieras.

A pesar de la importancia que tiene el Rocío como fenómeno religioso y social y de su presencia en los medios de comunicación, su vínculo con la comunicación ha sido escasamente estudiado, siendo hasta ahora la obra *Periodismo y Rocío* (Gómez y Méndez, Méndez Muros y García Estévez, 2015) la única dedicada a esta realidad religiosa desde el punto de vista de la proyección informativa en los medios de comunicación, aunque no desde la perspectiva comunicativa institucional que presenta nuestra investigación. Es por ello que justificamos la necesidad de reflexionar sobre este tema, al entender que es un buen ejemplo de la comunicación organizacional dentro del ámbito religioso.

Objetivos

El objetivo principal de esta investigación es analizar la presencia y el uso actual de las redes sociales por parte de las hermandades del Rocío, en concreto en sus perfiles de Facebook, Twitter, YouTube e Instagram. Varias de estas hermandades son más que centenarias, mientras que la mayoría se fundaron en el siglo XX, continuando su auge en el presente momento. Es por ello por lo que nos planteamos examinar su penetración en las redes sociales y, además, pretendemos conocer cómo han sido incorporadas y asimiladas por estas asociaciones religiosas con larga historia.

Nuestra indagación, que como argumentamos quiere exclusivamente analizar la presencia de las hermandades rocieras en las redes sociales, comienza en base a una serie de preguntas formuladas al comienzo de la misma, con el propósito de poder dar respuesta a estas cuestiones a su término. Las preguntas planteadas son las siguientes:



1. ¿Cuál es la presencia de las hermandades rocieras en las redes sociales?
2. ¿Qué redes sociales son las más utilizadas y seguidas?
3. ¿Qué grado de actualización tienen estas plataformas 2.0?

Metodología

Como metodología hemos llevado a cabo un análisis descriptivo, de enfoque cuantitativo, a partir de los datos existentes en los perfiles de redes sociales de las hermandades rocieras. Hemos decidido examinar las redes sociales *YouTube*, *Facebook*, *Instagram* y *Twitter* porque son las más utilizadas en nuestro país, con unos porcentajes del 73%, 69%, 40% y 39%, respectivamente, superados sólo por WhatsApp, aunque la consideramos más bien como aplicación (We Are Social y Hootsuite, 2018).

Por otro lado, no nos olvidamos de que algunas hermandades rocieras tienen presencia en otras redes sociales como *Google+*, *Pinterest*, *Tuenti* o *Flickr*, aunque con un uso menor que los medios sociales analizados.

Nuestra investigación se ha centrado en el análisis de la presencia en redes sociales de la Hermandad Matriz de Almonte y sus 121 hermandades filiales, repartidas por todo el territorio español y también en Europa, como es el caso de la Hermandad de Bruselas. La información sobre las mismas se ha obtenido de la página web de la Hermandad Matriz de Almonte (www.hermandadmatrizrocio.org) y a través de la web especializada Rocio.com (www.rocio.com), donde se detallan las hermandades filiales por orden de antigüedad, actualizando el listado existente en cuanto se refiere a las direcciones cibernéticas de estas asociaciones. Este dato de la modernización de las webs de las hermandades filiales es importante, al creer *a priori* que en sus sitios webs suelen aparecer, generalmente, sus perfiles en las redes sociales. El resultado de nuestra relación puede observarse en la siguiente tabla:



Nº.	Hermandad	Web
0	Almonte	www.hermandadmatrizrocio.org
1	Villamanrique de la Condesa	www.hermandaddeleociodevillamanrique.com
2	Pilas	www.hdadrociopilas.org
3	La Palma del Condado	www.hermandadrociolapalma.blogspot.com
4	Moguer	www.hdadrociomoguer.com
5	Sanlúcar de Barrameda	www.hermandaddeleociodesanlucardebarrameda.com
6	Triana	www.hermandadrociode triana.org
7	Umbrete	No
8	Coria del Río	www.hermandaddecoria.wixsite.com/rocio
9	Huelva	www.hermandaddeleociodehuelva.com
10	San Juan del Puerto	www.hermandadrociosanjuan.blogspot.com *
11	Rociana del Condado	www.hermandadrociorociana.es
12	Carrión de los Céspedes	www.hermandaddeleociodecarrion.es
13	Benacazón	www.rociodebenacazon.blogspot.com *
14	Trigueros	www.hdadrociotrigueros.blogspot.com *
15	Gines	www.hermandadrociodegines.blogspot.com
16	Jerez de la Frontera	www.rocijerez.com
17	Dos Hermanas	www.rociodoshermanas.es
18	Olivares	www.hermandaddeleociodeolivares.com
19	Hinojos	No
20	Bonares	No
21	La Puebla del Río	www.hdadrociopuebladelrio.es
22	Bollullos Par del Condado	www.hermandaddeleociobollullos.com
23	Valverde del Camino	www.hermandaddeleociodevalverdedelcamino.blogspot.com *
24	Gibraleón	www.hermandadrociogibraleon.com *



25	Espartinas	www.hermandadrocioespartinas.com
26	Sanlúcar la Mayor	www.hermandadrociosanlucarlamayor.wordpress.com *
27	Lucena del Puerto	No
28	Bollullos de la Mitación	No
29	Sevilla	www.hermandaddelrociodesevilla.org *
30	Huévar del Aljarafe	No
31	Aznalcázar	www.hermandaddelrocioaznalcazar.es
32	El Puerto de Santa María	No
33	Madrid	www.hermandademadrid.com
34	Punta Umbría	www.hermandaddelrociodepuntaumbria.es
35	Puerto Real	No
36	Barcelona	No
37	Palos de la Frontera	www.hermandadrocipalos.com *
38	Emigrantes	www.hermandademigrantesdelrocio.org *
39	Paterna del Campo	www.hermandadrocipaterna.com
40	Villanueva del Ariscal	www.hermandadrociovillanuevadelariscal.org
41	Lucena	www.hermandadrociodelucena.com *
42	Los Palacios y Villafranca	www.rociolospalacios.com
43	Écija	No
44	Villarrasa	No
45	Isla Cristina	www.hdaddelrociodeislacristina.blogspot.com
46	Bormujos	www.hermandadrociobormujos.blogspot.com *
47	Camas	www.hermandadrociocamas.blogspot.com *
48	Las Palmas de Gran Canaria	www.hdaddelrociolaspalmasdegrancanaria.blogspot.com *
49	Lebrija	www.hdadrocioblebrija.org *
50	La Línea de la Concepción	No



51	Córdoba	No
52	Rota	No
53	Ayamonte	www.ayamonerociera.blogspot.com *
54	Villalba del Alcor	No
55	Granada	www.rociogranada.org
56	Isla Mayor	www.hermandadislamayor.wordpress.com *
57	Cabra	No
58	Málaga	www.realhdaddelrociodemalaga.org
59	Cádiz	www.hermandaddelrociodecadiz.blogspot.com *
60	Puente Genil	No
61	Jaén	www.rociojaen.es
62	Castillo de Locubín	No
63	Alcalá de Guadaira	No
64	Algeciras	No
65	Marbella	www.hermandaddelrociomarbella.com *
66	Tocina	www.rociodetocina.blogspot.com *
67	Gelves	www.rociodegelves.com *
68	Utrera	No
69	Almería	www.hermandadrocioalmeria.com *
70	Cerro del Águila	www.rociodelcerro.com
71	Sevilla Sur	www.sevillasur.es
72	Toledo	www.hermandaddelrociodetoledo.blogspot.com *
73	Almensilla	www.hermandadrociodealmensilla.blogspot.com *
74	Las Cabezas de San Juan	No
75	San Juan de Aznalfarache	www.rociodesanjuan.blogspot.com *
76	Fuengirola	www.hermandaddelrociodefueengirola.com/joomla *



77	Ceuta	www.rocioceuta.es/web
78	Osuna	www.actiweb.es/hermandadrocioosuna *
79	Santiponce	www.hermandaddelrociodesantiponce.blogspot.com *
80	Valencia	www.hermandadrociovalencia.com *
81	Mairena del Alcor	No
82	Carmona	www.hermandaddelrociodecarmona.blogspot.com *
83	Sevilla-Macarena	www.hermandaddelrociodelamacarena.org
84	Niebla	No
85	Málaga-La Caleta	www.rociomalagalacaleta.es
86	Priego de Córdoba	No
87	Alcalá la Real	www.hermandaddelrocioalcalalareal.blogspot.com *
88	Ronda	www.rocioronda.com
89	Badajoz	No
90	Chucena	No
91	La Algaba	www.laalgabarociera.blogspot.com
92	Murcia	No
93	Manzanilla	No
94	Tomares	www.hermandaddelrociidetomares.com *
95	Arcos de la Frontera	No
96	Bruselas	www.rociobruselas.blogspot.com
97	Estepona	No
98	Escacena del Campo	No
99	Alicante	No
100	Alcalá de Henares	No
101	Guadix	www.hermandadrocioquadix.blogspot.com *
102	Palma de Mallorca	www.hdadrociomallorca.blogspot.com *



103	Mairena del Aljarafe	www.hermandaddelrociodemairenadelaljarafe.es *
104	San Fernando	www.hermandadrociosanfernando.com *
105	Palomares del Río	www.hdadrociopalomaresdelrio.wordpress.com
106	Morón de la Frontera	No
107	Pozuelo de Alarcón	www.hdrociopozuelo.info
108	San Antonio de Portmany	www.hdadrocierasananantonioibiza.com
109	Cornellá	www.hermandadrociocornella.com
110	Chiclana de la Frontera	No
111	Chipiona	No
112	Castrense	www.hermandadcastrensedelrocio.es *
113	Albaida del Aljarafe	No
114	Santa Fe	No
115	Torrejón de Ardoz	www.torrejonrociero.tk *
116	Salteras	www.hermandad-ntra-sra-del-rocio-de-salteras.webnode.es
117	Valencina de la Concepción	www.rociodevalencina.blogspot.com
118	Cartaya	www.hdaddelrocio-cartaya.blogspot.com *
119	La Carolina	www.rociolacarolina.blogspot.com *
120	San Sebastián de los Reyes	www.hermandaddelrociossreyes.com *
121	El Viso del Alcor	No

Tabla 1. Relación de las hermandades rocieras (Matriz y filiales) y sus sitios webs. Fuente: elaboración propia a partir de Hermandad Matriz de Almonte y Rocio.com. * Webs no actualizadas, en mantenimiento o con problemas para acceder.

En otro orden de cosas, en todas las redes sociales analizamos el número de seguidores o amigos, mientras que en el caso de *Twitter* también se examinan el número de *tuits*, las listas, el número de seguidos y de 'Me gustas'; en *YouTube* el número de vídeos y, finalmente, en



Instagram el número de publicaciones y de seguidos. Los datos se recogieron durante los días 3 y 4 de octubre de 2018, por lo que han podido sufrir algunas variaciones.

Resultados

En la tabla 2 se muestra, a modo general, la presencia de las hermandades filiales rocieras en las redes sociales analizadas, ordenadas aquellas por orden de antigüedad y encabezadas por la Hermandad Matriz. Como examinamos a continuación, también se recogen todas las personas que siguen estas cuentas, ya sean seguidores, suscriptores, amigos, miembros o 'Me gusta'.

Hermandad	Facebook	Twitter	YouTube	Instagram
	Me gusta	Seguidores	Suscriptores	Seguidores
Matriz de Almonte	34.710	20.669	663	-
Villamanrique de la Condesa	3.476	-	5 *	1 *
Pilas	382/4.782 amigos	2.290	-	-
La Palma del Condado	961/2.704 amigos	1.093	11	1.074
Moguer	7.194	2.109	21 *	1.233 *
Sanlúcar de Barrameda	3.087	690	-	-
Triana	13.156	14.149	172	1.528
Umbrete	1.380	197	-	191 *
Coria del Río	6.158	3.189	16	1.061
Huelva	23.260	1.035	179	7.088



San Juan del Puerto	1.269	-	-	-
Rociana del Condado	888	1.096 *	-	-
Carrión de los Céspedes	1.245	57	-	-
Benacazón	4.088	78	-	516
Trigueros	4.603	759	-	-
Gines	8.130	3.352	59	1.395
Jerez de la Frontera	3.281	-	-	-
Dos Hermanas	6.578	3.404	-	-
Olivares	2.441	-	0 *	-
Hinojos	1.823	20	-	292
Bonares	2.291	417	-	-
La Puebla del Río	533	2.147	21	-
Bollullos Par del Condado	1.297	-	4 *	-
Valverde del Camino	982	-	11 *	-
Gibraleón	830	879 *	-	-
Espartinas	1.988	2.391	24 *	-
Sanlúcar la Mayor	1.387 */No disponible	1.493 *	33 *	-
Lucena del Puerto	1.790	-	-	104
Bollullos de la Mitación	1.373	102 *	-	-
Sevilla	4.409	2.408	-	-
Huévar del Aljarafe	1.384	319 *	-	-
Aznalcázar	433	906	-	-
El Puerto de Santa María	414	-	-	-
Madrid	1.723 miembros	860 *	-	93 *
Punta Umbría	717	52	4	485



Puerto Real	450 miembros	-	-	384
Barcelona	4.139	-	-	-
Palos de la Frontera	1.557	-	7 *	-
Emigrantes	8.699	382 *	-	830
Paterna del Campo	425 miembros	-	-	-
Villanueva del Ariscal	1.499	1.948	16 *	-
Lucena	1.145	1.190	2 *	670
Los Palacios y Villafranca	2.581	388	6 *	562
Écija	2.570	965	-	915
Villarrasa	402	-	-	-
Isla Cristina	No disponible	-	-	-
Bormujos	3.913/749 amigos	1.035	2	-
Camas	365/492 amigos	637	-	-
Las Palmas de Gran Canaria	3.156	-	-	-
Lebrija	1.758	304 *	0 *	158 *
La Línea de la Concepción	1.328 miembros	-	-	-
Córdoba	11.549	3.212	-	-
Rota	1.073	511 *	-	-
Ayamonte	2.979	679 *	-	-
Villalba del Alcor	3.185 amigos	466 *	-	-
Granada	338/No disponible	999	-	-
Isla Mayor	No disponible	866 *	-	-
Cabra	1.483	388 *	-	201
Málaga	4.852	4.696	-	-
Cádiz	1.221	609	-	-



Puente Genil	1.501	582 *	-	-
Jaén	3.175	-	-	323
Castillo de Locubín	1.551	-	-	-
Alcalá de Guadaira	1.942	-	0 *	-
Algeciras	2.433	-	-	-
Marbella	2.078	823 *	-	-
Tocina	590	114	-	110
Gelves	2.795	-	-	-
Utrera	609	273	-	589
Almería	6.642	2.261	-	546
Cerro del Águila	1.218	3.554	30	-
Sevilla Sur	2.212	3.537	4 *	876
Toledo	3.823	219 *	-	-
Almensilla	2.969 amigos	-	7 *	-
Las Cabezas de San Juan	2.161	2.100	16 *	-
San Juan de Aznalfarache	2.668	-	-	-
Fuengirola	5.235	321	29	326
Ceuta	474 */2.992 amigos	-	1 *	981
Osuna	678	-	-	175
Santiponce	1.713/2.139 amigos	426	-	819
Valencia	4.971	625 *	12	-
Mairena del Alcor	868	404 *	3 *	-
Carmona	1.364/2.014 amigos	545	-	-
Sevilla-Macarena	4.138	2.845	-	1.088



Niebla	2.180 amigos	-	-	-
Málaga-La Caleta	2.861	2.753	49	738
Priego de Córdoba	959	-	-	-
Alcalá la Real	523	-	-	138
Ronda	2.218	1.975	-	-
Badajoz	No disponible	-	-	-
Chucena	2.605	305 *	-	1.091
La Algaba	2.023/2.354 amigos	1.421	-	728
Murcia	5.832	612 *	2 *	-
Manzanilla	90 miembros	-	-	-
Tomares	1.379	803	-	475
Arcos de la Frontera	1.487	694 *	-	682
Bruselas	4.503	-	-	-
Estepona	6.358	861	-	1.103
Escacena del Campo	130 */1.225 amigos	-	-	-
Alicante	2.443	1.140 *	-	-
Alcalá de Henares	994/2.488 amigos	-	2	-
Guadix	1.140	-	16 *	-
Palma de Mallorca	4.448	-	-	-
Mairena del Aljarafe	1.673	954	-	171
San Fernando	1.304	448	-	684
Palomares del Río	3.109	-	12	231
Morón de la Frontera	1.555	1.903	-	715
Pozuelo de Alarcón	951	570	17	-



San Antonio de Portmany	671	-	-	187
Cornellá	5.038	1.153	-	-
Chiclana de la Frontera	8.104	-	-	-
Chipiona	6.146	865	-	104 *
Castrense	2.050	823	-	-
Albaida del Aljarafe	1.629	2.068	-	-
Santa Fe	1.037	218	-	827 *
Torrejón de Ardoz	2.431	1.880	3 *	547
Salteras	2.337	1.579	16 *	-
Valencina de la Concepción	2.142	1.556	-	-
Cartaya	1.977	-	-	-
La Carolina	996	-	11 *	-
San Sebastián de los Reyes	2.171	-	-	-
El Viso del Alcor	2.014	589	13	1.006

Tabla 2. Presencia y número de seguidores de las hermandades rocieras en las principales redes sociales *online*.

Fuente: elaboración propia. *Cuenta o perfil sin actualización desde antes de la romería del Rocío de 2017.

Gracias a los resultados de esta tabla podemos apreciar, en primer lugar, la presencia de las hermandades rocieras en las redes sociales *online*. Todas las filiales disponen de perfiles, por lo menos, en alguna red social. La red social más utilizada es *Facebook*, con diferencia, seguida de *Twitter*, *Instagram* y *YouTube*. Concretamente, el 100% de las hermandades utiliza *Facebook*, el 66,4% tiene una cuenta en *Twitter* (81 hermandades), el 37,7% usa *Instagram* (46 hermandades) y, finalmente, el 32,8% tiene un canal en *YouTube* (40 hermandades).

Por otro lado, en contra de lo que suponíamos, estas redes sociales suelen aparecer con poca frecuencia en las páginas webs de sus respectivas hermandades. En este sentido, en la mayoría de las ocasiones hemos tenido que buscar las cuentas personalmente en cada una de las redes sociales analizadas o bien en buscadores de Internet, teniendo algunos de estos perfiles una actualización nula o bien no se usan en la actualidad. Un caso llamativo es el de



Facebook, donde encontramos tanto páginas (*fan pages*) como perfiles personales para agregar amigos -dos de ellos con nombre de persona (Pilas y Ceuta)-, además de grupos públicos (Madrid, Puerto Real y Manzanilla) o privados (Paterna del Campo y La Línea de la Concepción) bajo la denominación de una hermandad rociera. Incluso hay 12 hermandades (Pilas, La Palma del Condado, Sanlúcar la Mayor, Bormujos, Camas, Granada, Ceuta, Santiponce, Carmona, La Algaba, Escacena del Campo y Alcalá de Henares) que tienen tanto páginas como perfiles personales -con uso o sin uso-, y otras 6 exclusivamente perfiles personales (Isla Cristina, Villalba del Alcor, Isla Mayor, Almensilla, Niebla y Badajoz), a pesar de que la normativa de la red social de Mark Zuckerberg prohíben el uso de los perfiles personales para empresas y asociaciones, como es el caso.

Y otro problema hallado en nuestro análisis, tanto en *Facebook* como en *Twitter*, es el elevado número de cuentas que tienen algunas hermandades rocieras en estas redes sociales, en ocasiones dos o tres distintas. Creemos que la creación de estas cuentas puede deberse a la existencia e incorporación de varias juntas de gobierno de hermandad, que quizá dejen inactivas antiguas cuentas y abran a su llegada nuevos perfiles. Consideramos que, ajenos a los motivos que sean, se trata de una mala práctica y, sobre todo, una lacra en la labor comunicativa de las hermandades, por lo que sería útil eliminar las cuentas sin uso y continuar con las existentes en el futuro, donde se indique que éstas son de carácter oficial. Lo mismo deberían hacer con las webs y los blogs obsoletos.

Por otro lado, en esta tabla aparecen las personas que siguen estos perfiles de redes sociales siendo, evidentemente, muy acusadas las diferencias en algunos casos. En líneas generales, las hermandades rocieras con más hermanos y más conocidas popularmente son las que tienen más seguidores, como pueden ser la Hermandad Matriz de Almonte y las filiales de Huelva, Emigrantes, Triana, Gines, Moguer y Córdoba, por ejemplo. *Facebook* es la red social que cuenta con más seguidores en las hermandades del Rocío, seguida de *Twitter* e *Instagram*, mientras que los suscriptores de *YouTube* son poco relevantes.

En este sentido, las hermandades con más seguidores en la red social de Mark Zuckerberg son las de Almonte (34.710 seguidores), Huelva (23.260 seguidores), Triana (13.156 seguidores) y Córdoba (11.549 seguidores), todas ellas con más de 10.000 seguidores. A continuación, veremos cuál es la presencia de las filiales rocieras en las restantes redes sociales.



Usuario	Tuits	Me Gusta	Seguidos	Listas
Hermandad Matriz de Almonte (@hdadmatrizrocio)	4.082	369	505	6
Pilas (@HDADROCIOPILAS)	489	55	82	1
La Palma del Condado (@RocioLaPalma)	1.424	96	324	-
Moguer (@HdadRocioMoguer)	735	148	1.089	-
Sanlúcar de Barrameda (@rociodesanlucar)	164	12	470	-
Triana (@rociode triana)	2.893	858	208	-
Umbrete (@rociodeumbrete)	72	2	80	-
Coria del Río (@hdadrociorioria)	1.180	231	196	-
Huelva (@hdadRocioHuelva)	779	478	197	-
Rociana del Condado (@HdaRocioRocian)	181	4	408	2
Carrión de los Céspedes (@HRociodeCarrion)	57	36	83	-
Benacazón (@HdadBenacazon)	15	4	84	-
Trigueros (@HdadTrigueros)	253	4	126	-
Gines (@ROCIODEGINES)	912	175	189	-
Dos Hermanas (@HdadRocioDosHna)	2.209	118	104	-
Hinojos (@rociodehinojos)	236	22	10	-
Bonares (@Hdad_Bonares)	154	17	180	-
La Puebla del Río (@HdadRocioPuebla)	562	21	51	-
Gibraleón (@hdadrociogibra)	285	62	545	-
Espartinas (@RocioEspartinas)	1.805	457	81	-
Sanlúcar la Mayor (@HdadRocioSLM)	929	188	334	-
Bollullos de la Mitación (@HdadRocioBM)	9	-	55	-
Sevilla (@HdadRociodeSev)	837	652	247	-
Huévar del Aljarafe (@RocioHuevar)	88	11	116	-



Aznalcázar (@RocioAznalcazar)	1.108	413	110	-
Madrid (@HermandadMadrid)	6	-	59	-
Punta Umbría (@hdadrocioPunta)	5	2	128	1
Emigrantes (@EmigrantesRocio)	281	-	134	-
Villanueva del Ariscal (@HdadRocioVvaA)	1.897	2.187	192	-
Lucena (@HdadRocioLucena)	567	64	729	-
Los Palacios y Villafranca (@rociolspalacios)	214	48	197	-
Écija (@HdadRocioEcija)	1.675	343	170	-
Bormujos (@HDADBORMUJOS)	566	7	248	-
Camas (@HdadRocioCamas)	216	128	215	-
Lebrija (@EIRocioLEBRIJA)	280	43	136	-
Córdoba (@hdadrocioCordob)	1.753	39	245	-
Rota (@HdadRocioRota)	18	-	184	-
Ayamonte (@AyamonteRociera)	25	-	146	-
Villalba del Alcor (@hdadrVillalba)	165	81	189	-
Granada (@hdadrocioGr)	568	215	984	-
Isla Mayor (@HddRociolIslaMay)	81	14	508	-
Cabra (@RociodeCabra)	189	2	263	-
Málaga (@HDADMALAGA)	1.935	569	598	-
Cádiz (@HdadCadiz)	852	398	111	-
Puente Genil (@HdadRocioPGenil)	538	23	198	-
Marbella (@HdRocioMarbella)	213	238	227	-
Tocina (@RocioTocina)	119	21	102	-
Utrera (@HdadUtreraRocio)	30	47	203	-
Almería (@hdadrocioalm)	1.926	194	735	-
Cerro del Águila (@Hrociodelcerro)	2.930	2.243	138	-



Sevilla Sur (@RocioSevillaSur)	3.024	352	264	-
Toledo (@hermandadR)	9	11	81	-
Las Cabezas de San Juan (@RocioLasCabezas)	2.739	46	489	-
Fuengirola (@HdadRocioFuengi)	556	115	195	-
Santiponce (@HdadRocioSantip)	2.608	155	426	-
Valencia (@HdadRocioVlc)	36	5	31	-
Mairena del Alcor (@XXVRocioMairena)	461	104	114	-
Carmona (@HdRocioCarmona)	176	96	208	-
Sevilla-Macarena (@HRocio_Macarena)	1.479	1.312	227	-
Málaga-La Caleta (@HdadRocioCaleta)	5.854	1.700	518	-
Ronda (@HdadRocioRonda)	1.639	26	128	-
Chucena (@hdadrociochucen)	50	41	239	1
La Algaba (@Hdadrocioalgaba)	329	78	1.584	-
Murcia (@HdadRocioMurcia)	576	173	144	-
Tomares (@RociodeTomares)	711	17	93	1
Arcos de la Frontera (@HdadRocioArcos)	950	50	125	-
Estepona (@HRocioEstepona)	904	24	156	-
Alicante (@Hdad_Alicante)	724	21	410	-
Mairena del Aljarafe (@RocioMairenaAlj)	771	185	401	1
San Fernando (@HdadRocioSanFer)	955	40	96	-
Morón de la Frontera (@HdadRocioMoron)	888	22	159	-
Pozuelo de Alarcón (@HadRocioPozuelo)	1.365	114	62	-
Cornellá (@HdadCornella109)	1.756	39	104	-
Chipiona (@hdadchipiona)	691	513	962	-
Castrense (@hdadrociocastre)	110	41	232	-



Albaida del Aljarafe (@HRocioAlbaida)	2.000	421	72	-
Santa Fe (@HdRocioSantaFe)	43	38	112	-
Torrejón de Ardoz (@HdadTorrejon)	2.142	1.129	469	-
Salteras (@rociosalteras)	975	250	299	-
Valencina de la Concepción (@Valencina117)	799	69	213	-
El Viso del Alcor (@HdadRocioViso)	384	160	42	-

Tabla 3. *Twitter* en las hermandades rocieras. Fuente: elaboración propia.

Como puede verse en la anterior tabla, cada una de las filiales rocieras que usa *Twitter* ofrece unos resultados distintos en cuanto al manejo corporativo de sus cuentas. La Hermandad de Málaga-La Caleta es la asociación que más tuits publica hasta la fecha de este estudio (5.854 *tuits*), seguida por la Hermandad Matriz de Almonte (4.082 *tuits*), mientras que la que más 'Me gusta' ha pulsado es la hispalense del Cerro del Águila (2.243). En el lado contrario, la filial de Punta Umbría es la que tiene menos publicaciones en *Twitter* (5 *tuits*), tal vez por ser más reciente su incorporación a esta red social, en concreto en septiembre de 2017. Y, además, hay cinco hermandades (Bollullos de la Mitación, Madrid, Emigrantes, Rota y Ayamonte) que no han marcado ni un 'Me gusta', dándose el caso de que dichas cuentas están en desuso o sin actualización desde antes de junio de 2017.

En cuanto al número de seguidores, de acuerdo con la tabla 2, la Hermandad Matriz de Almonte, con 20.669 seguidores, y la Hermandad de Triana, con 14.149, son las corporaciones rocieras con un mayor seguimiento por parte de los usuarios de la red social *Twitter*, muy por encima de otras hermandades.

Por otro lado, en este análisis destacamos la insuficiente modernización de algunas de estas cuentas, así como el escaso uso de las listas, sólo en siete hermandades (Matriz de Almonte, Pilas, Rociana del Condado, Punta Umbría, Chucena, Tomares y Mairena del Aljarafe), mientras que el número de seguidos, presente en todas ellas, va en función de cada filial rociera, claramente según la voluntad del gestor de estas cuentas.



Canal	Número de videos
Hermandad Matriz de Almonte	19
Villamanrique de la Condesa	1
La Palma del Condado	13
Moguer	3
Triana	14
Coria del Río	22
Huelva	1
Gines	4
Olivares	17
La Puebla del Río	9
Bollullos Par del Condado	3
Valverde del Camino	1
Espartinas	11
Sanlúcar la Mayor	12
Punta Umbría	2
Palos de la Frontera	19
Villanueva del Ariscal	6
Lucena	11
Los Palacios y Villafranca	7
Bormujos	9
Lebrija	2
Alcalá de Guadaira	1
Cerro del Águila	27
Sevilla Sur	1
Almensilla	7



Las Cabezas de San Juan	4
Fuengirola	9
Ceuta	4
Valencia	23
Mairena del Alcor	11
Málaga-La Caleta	16
Murcia	6
Alcalá de Henares	4
Guadix	5
Palomares del Río	13
Pozuelo de Alarcón	47
Torrejón de Ardoz	1
Salteras	6
La Carolina	19
El Viso del Alcor	3

Tabla 4. *YouTube* en las hermandades rocieras. Fuente: elaboración propia.

En primer lugar, y de acuerdo con la tabla 2, más de la mitad de las cuentas de *YouTube* tienen una actualización escasa o nula, lo que creemos que afecta también a la suscripción y al interés del público por seguir a estos perfiles. En nuestro estudio, la Hermandad Matriz de Almonte es nuevamente la que tiene más suscriptores, en concreto 663, una cifra que es muy inferior a la registrada en las restantes redes sociales. Esta hermandad y la filial de Coria del Río, por ejemplo, se han unido en los últimos meses a esta red social y son de las más activas a fecha de octubre de 2018, si bien la filial con un mayor número de vídeos es Pozuelo de Alarcón, con 47.

Paradójicamente, según los resultados de la tabla 4, la segunda hermandad con más suscriptores, Huelva, con 179, es una de las que tiene menos vídeos subidos (sólo uno),



mientras que la filial de Olivares, sin ningún suscriptor, tiene 17 vídeos. Hay otras dos hermandades, Lebrija y Alcalá de Guadaíra, que tampoco cuentan con suscriptores y que, además, tienen pocos vídeos subidos (2 y 1, respectivamente), estando todos estos perfiles no actualizados. Creemos nuevamente que en muchas ocasiones estas cuentas fueron creadas por anteriores juntas de gobierno y las actuales no publican nuevos contenidos. Incluso podrían encontrarse ejemplos de desconocimiento de la presencia de hermandades en alguna red social de las que se encuentran en desuso.

En resumen, como podemos ver en el caso de *YouTube*, los resultados de seguidores (suscriptores) y de publicaciones (vídeos), son los más bajos de todo el análisis efectuado en las cuatro redes sociales examinadas.

Perfil	Publicaciones	Seguidos
Villamanrique de la Condesa	1	3
La Palma del Condado	63	1.400
Moguer	53	561
Triana	27	28
Umbrete	7	47
Coria del Río	275	1.364
Huelva	164	54
Benacazón	22	232
Gines	314	1.909
Hinojos	80	9
Lucena del Puerto	3	57
Madrid	7	121
Punta Umbría	18	19
Puerto Real	22	245
Emigrantes	51	86



Lucena	32	102
Los Palacios y Villafranca	98	20
Écija	182	0
Lebrija	27	30
Cabra	5	184
Jaén	14	20
Tocina	6	165
Utrera	17	370
Almería	99	286
Sevilla Sur	401	115
Fuengirola	25	108
Ceuta	156	2.010
Osuna	3	221
Santiponce	1.212	830
Sevilla-Macarena	87	90
Málaga-La Caleta	251	243
Alcalá la Real	25	51
Chucena	333	809
La Algaba	39	1.098
Tomares	41	57
Arcos de la Frontera	27	699
Estepona	300	271
Mairena del Aljarafe	18	173
San Fernando	37	330
Palomares del Río	49	59
Morón de la Frontera	90	62



San Antonio de Portmany	29	134
Chipiona	13	61
Santa Fe	30	34
Torrejón de Ardoz	274	204
El Viso del Alcor	161	151

Tabla 5. *Instagram* en las hermandades rocieras. Fuente: elaboración propia.

Sin duda, Instagram es una red social que se consolida actualmente, y las hermandades rocieras van apostando cada vez más por su uso. Tal es así que muchas de ellas se han incorporado a la red social en los últimos tiempos. La Hermandad de Santiponce es la que hace un mayor empleo de esta red social, con 1.212 publicaciones, no siendo precisamente la que más seguidores tiene -que son Huelva y Triana, con 7.088 y 1.528 seguidores, respectivamente-, mientras que la filial de Villamanrique de la Condesa, en el otro extremo, sólo tiene una publicación.

Al igual que ocurre en *Twitter*, el número de seguidos de esta red social depende del criterio de seguimiento establecido por cada hermandad, siendo la de Ceuta la que a más personas y organizaciones sigue, en concreto a 2.010, una cifra más numerosa que sus 981 seguidores. Como decimos, es cada hermandad la que decide, según el criterio de la persona encargada de gestionar la cuenta, qué y cuándo publicar y a quién seguir. Entre todos los ejemplos posibles, a este respecto, se da incluso la circunstancia de que la Hermandad de Écija, con casi 200 publicaciones y 915 seguidores, no sigue a ninguno de ellos.

En resumen, como hemos podido observar al abordar nuestro objeto de estudio, se trata de la red social con perfiles más actualizados en el presente análisis, lo cual denota su vitalidad. Al estar de moda, creemos que próximamente más hermandades abrirán perfiles oficiales en Instagram para dar a conocer sus actividades.

Discusión y conclusiones



Las hermandades rocieras se han ido sumando poco a poco a la revolución de las redes sociales *online*, creando desde hace años diferentes perfiles en las ya veteranas plataformas *Facebook*, *Twitter* y *YouTube*, en la medida de lo posible y, en los últimos tiempos, incorporando otras más modernas como *Instagram*. Así, todas las hermandades cuentan con algún perfil en la red social de Mark Zuckerberg, si bien no siempre en las restantes.

Pero el hecho de tener presencia en las redes sociales no implica dar siempre un correcto uso de las mismas, pues en algunos casos su empleo es inexistente y su actualización es nula. Incluso hay corporaciones rocieras con varias cuentas, algunas en desuso. De esta forma muchas hermandades, por tener sus cuentas obsoletas o sin uso, no llegan a cumplir su función comunicativa, como hemos visto en muchos ejemplos de nuestro análisis.

En efecto, en primer lugar notamos la ausencia de una estrategia comunicativa clara en estas asociaciones religiosas, al entender que muchas de ellas no saben qué usos o posibilidades tienen las redes sociales y cómo y cuándo deben realmente utilizarlas. A partir de este punto, aparecen otros aspectos que tienen que ver con los gestores de estas cuentas, especialmente con su formación y con el grado de interés que demuestran para informar y potenciar la participación, la viralidad y la popularidad de sus mensajes, entradas, vídeos y fotografías. La presencia de las hermandades en las redes sociales analizadas, en cuanto al número de tuits, vídeos o publicaciones, ofrece interesantes datos que confirman esto. El número de seguidores, además, puede verse condicionado igualmente por esta situación.

Por ello, primeramente las hermandades rocieras deberían actualizar y/o crear sus páginas webs y/o blogs, incorporando hipervínculos a sus redes sociales, para facilitar el acceso de la información a los hermanos y a la ciudadanía en general. Una vez en los perfiles corporativos rocieros de las redes sociales, deberían mostrar en la cabecera o en el espacio oportuno la referencia a la página web de la hermandad, indicando que son cuentas oficiales, ofreciendo la información precisa y trabajando con profesionalidad la información transmitida a los hermanos y seguidores -mejor si es propia y actualizada- para obtener una mayor retroalimentación. Así podrán pasar a ser hermandades 3.0, con el objetivo último de atender y dialogar con sus hermanos y seguidores rocieros.

En conclusión, como ejemplo de asociaciones religiosas que utilizan las redes sociales para comunicar, pese a los esfuerzos realizados por las hermandades del Rocío, creemos que todavía tienen mucho que recorrer y mejorar con su presencia y con el uso de las redes



sociales y, especialmente, bastante que aprovechar de las posibilidades que éstas ofrecen para lograr poner en contacto a estas organizaciones con sus seguidores. En base a estos resultados, por último, esta investigación podría dar lugar a otro trabajo futuro en el que se tenga en cuenta cómo es la relación de estos públicos con las hermandades.

Notas

(1) El 16 de enero de 2018 la junta de gobierno de la Hermandad Matriz de Almonte admitió a las dos últimas hermandades filiales hasta la fecha: San Sebastián de los Reyes y El Viso del Alcor.

(2) Hechos de los Apóstoles 1:8. Versión de Evaristo Martín Nieto.

Bibliografía

Barnett, G. A. (ed.). (2011). *Encyclopedia of Social Networks*. Davis: University of California.

Cancelo Sanmartín, M.; Rebeil Corella, M. A. y Gabino Campos, M. A. (2015). La comunicación institucional de la Iglesia Católica a través de las redes sociales. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 9(V), 111-130. doi: <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-9-2015-07-111-130>

Cartes Barroso, M. J. (2016). La necesidad de comunicar en las hermandades. *El Precursor, boletín informativo de la Hermandad Sacramental de San Juan Bautista*, 24(24), 16-18.

eMarketer (16/01/2018). *Emarketer Unveils Latest Worldwide Social Users Estimates*. Recuperado de <https://www.emarketer.com/content/emarketer-unveils-latest-wordwide-social-users-estimates?ecid=NL1001>



- Fernández, S. (2008). Redes sociales. Fenómeno pasajero o reflejo del nuevo internauta. *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 76, 118-120.
- Gandolfo, M. L. (2014). La comunicación institucional en las redes sociales digitales on line. Análisis de un caso. *Questión*, 41(1), 156-171.
- Gómez y Méndez, J. M.; Méndez Muros, S. y García Estévez, N. (Eds.). (2015). *Periodismo y Rocío*. Colección Pliegos de Información, 31. Sevilla: Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla.
- Herrero Curiel, E. (2013). *Periodistas y redes sociales en España. Del 11 M al 15M (2004-2011)*. (Tesis doctoral). Universidad Carlos III de Madrid, Madrid. Recuperado de <http://fcic.periodistes.cat/wp-content/uploads/2013/11/Estudi-Periodistas-y-redes-sociales-en-Espa%C3%B1a.pdf>
- IAB (2018). *Estudio anual de redes sociales*. Recuperado de https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-redes-sociales-2018_vreducida.pdf
- La Porte, J. M. (2012). Comunicación institucional. En La Porte, J. M. (Ed.). *Introducción a la comunicación institucional de la Iglesia* (201-225). Madrid: Palabra.
- O'Reilly, T. (30/09/2005). What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *O'Reilly Media*. Recuperado de <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.htm>
- Ortiz de Zárate Tercero, A. (2008). *Manual de uso del blog en la empresa. Cómo prosperar en la sociedad de la conversación*. Barcelona: Infonomia. Recuperado de <http://www.infonomia.com/img/libros/pdf/BlogsEmpresa.pdf>
- Padilla Díaz de la Serna, S. (2007). *Rocío. La explosión de la gran devoción del sur en el siglo XX*. Córdoba: Almuzara.
- Pew Research Center (2015). *The Evolving Role of News on Twitter and Facebook*. Recuperado de <http://www.journalism.org/files/2015/07/Twitter-and-News-Survey-Report-FINAL2.pdf>
- Ryan, P. K. (2011). *Social networking. Digital and information literacy*. New York: Rosen Publishing.



Manuel Jesús Cartes Barroso *Análisis de la presencia de las hermandades rocieras en las redes sociales*

Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: a critical history of social media*. New York: Oxford University Press.

We Are Social y Hootsuite (2018). Digital in 2018. Southern Europe. *Recuperado de* <https://es.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southern-e>