

Artículos / Articles

De qué hablamos cuando hablamos de Hakuna: claves para entender el catolicismo cool en España

What we talk about when we talk about Hakuna: keys to understand cool Catholicism in Spain

Rafael Ruiz Andrés 

Departamento de Sociología Aplicada, Universidad Complutense de Madrid, España.
rafaru01@ucm.es

Ignacia Perugorria 

Departamento de Sociología y Trabajo Social, Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, España.
ignacia.perugorria@ehu.eus

Joseba García Martín * 

Departamento de Sociología y Trabajo Social, Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, España – Department of Sociology, National University of Ireland Maynooth, Irlanda.
joseba.garciam@ehu.eus

Recibido / Received: 12/12/2023
Aceptado / Accepted: 28/02/2024



RESUMEN

Con más de sesenta grupos en cuatro continentes, un notable despliegue del ‘apostolado digital’, y una importante visibilización más allá de los círculos religiosos gracias a los multitudinarios conciertos de su grupo de pop cristiano, el movimiento católico juvenil Hakuna es una *rara avis* en el contexto secularizado español. El presente artículo propone un diálogo entre la literatura sociológica sobre la secularización y un estudio de caso de Hakuna. Para ello, ofrece un triple análisis del movimiento en las dimensiones macro, meso y micro estructurado, respectivamente, en torno al estudio de las respuestas de los actores religiosos frente a la secularización y el impacto cultural de dicho proceso, la categoría de ‘comunidad electiva’ y el concepto de ‘religión vivida’. Basada en un enfoque cualitativo multimétodo, nuestra investigación rastrea las claves de una aparente paradoja: el surgimiento de un exitoso ‘catolicismo cool’ en un creciente contexto de indiferencia religiosa y exculturación.

Palabras clave: Juventud, catolicismo, cultura, redes sociales, sociología de la religión.

*Autor para correspondencia / *Corresponding author:* Joseba García Martín, joseba.garciam@ehu.eus

Sugerencia de cita / Suggested citation: Ruiz Andrés, R., Perugorria, I., y García Martín, J. (2024). De qué hablamos cuando hablamos de Hakuna: claves para entender el catolicismo cool en España. *Revista Española de Sociología*, 33(3), a238. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2024.238>

ABSTRACT

Boasting over sixty groups spanning four continents, an intensive use of 'digital apostolate' techniques, and significant visibility beyond religious circles due to the multitudinous concerts of its Christian pop group, the Catholic youth movement Hakuna is a unique phenomenon in the secularized Spanish landscape. This article seeks to foster a dialogue between the sociological literature on secularization and a case study of Hakuna. To facilitate this, it provides a tripartite analysis of the movement at the macro, meso, and micro dimensions, respectively structured around the examination of religious actors' responses to secularization and its cultural consequences, the category of 'elective community,' and the notion of 'lived religion.' Based on a qualitative multi-methods approach, our research traces the keys to an apparent paradox: the emergence of 'cool Catholicism' in a context characterized by increasing religious indifference and exculturation.

Keywords: Youth, catholicism, culture, social media, sociology of religion.

DEL MOVIMIENTO HAKUNA Y LAS CONTRADICCIONES DEL PROCESO DE SECULARIZACIÓN ESPAÑOL

Últimamente la prensa ha reiterado dos hilos de noticias que apuntan a realidades socio-religiosas teóricamente contradictorias en España. De un lado, han proliferado reportajes sobre la profundización del proceso de secularización (Terrasa, 2023), subrayando el creciente desinterés por la religión, la deserción de las instituciones religiosas, y el consiguiente aumento del número de personas no-religiosas en la sociedad española. Por otro lado, hallamos también en los medios abundantes referencias a un supuesto despertar católico, especialmente entre la juventud. Esto puede observarse en las innumerables noticias cubriendo el conjunto de sacerdotes y religiosas influencers, el grupo musical *Flos Mariae* —inspiración de la popular serie *La Mesías*—, las jóvenes monjas de clausura de *lesu Communio* o los retiros espirituales de Effetá. Aunque con importantes diferencias entre ellas, todas estas experiencias forman parte de la aparente emergencia global de un catolicismo cool¹ (Dugan, 2019) de marcado carácter juvenil que está comenzando a consolidarse también en España.

El movimiento laical Hakuna es el máximo exponente —o, cuanto menos, el más mediático— de este fenómeno de reencantamiento católico de la juventud. Célebre tanto dentro como fuera de los círculos religiosos por su banda musical Hakuna Group Music (HGM), Hakuna es un auténtico fenómeno de masas que acumula más de catorce millones de reproducciones en Spotify, trescientos ochenta y siete millones de visualizaciones en TikTok y ciento cincuenta mil seguidores en Instagram. Esta realidad, sin embargo, no es más que la punta del iceberg de una organización religiosa que reúne semanalmente a más de doce mil (COPE, 2021) y que está extendida en todo el territorio español y en más de veinte países en cuatro continentes. En este punto cabe preguntarse, ¿cómo podemos reconciliar estas dos realidades descritas por los medios? ¿Hay alguna manera en la que podamos explicar la coexistencia de la secularización y este supuesto despertar católico en la juventud española?

El estudio de la secularización sigue siendo uno de los ejes troncales en la sociología de la religión (Stolz y Voas, 2023), aunque su análisis ha variado de manera importante en el debate académico. Superada la aproximación unidireccional que tenía a establecer una vinculación necesaria entre modernización y pérdida de la

1 En su estudio sobre los misionarios millennial en Estados Unidos, Dugan (2019) caracteriza al catolicismo cool como uno moderno, estéticamente atractivo, inmerso en la cultura pop, y con una fuerte vocación evangelizadora.

religión a finales del siglo XX (Davie, 1999), desde entonces han emergido acercamientos más matizados a este proceso, que en la actualidad es visto más como paradigma (Tschannen, 1992) que como teoría. En el contexto investigador español encontramos en los últimos años una proliferación de estudios que trascienden las comprensiones clásicas de la secularización, adentrándose en cuestiones como el pluralismo religioso y espiritual (Salguero Montaña y Hejazi, 2020), las limitaciones de la teoría general de la secularización (Gil-Gimeno, 2022), la visibilización de las religiones en el espacio público (Griera y Burchardt, 2021), la desprivatización estratégica a través de la movilización política (García Martín, 2022), o el abordaje de la postsecularización (Ruiz Andrés, 2022a) como nuevo paradigma teórico.

En este texto abordamos la irrupción de Hakuna dentro del contexto español concentrándonos en las dimensiones macro (societal), meso (organizacional) y micro (individual) marcadas por Dobbelaere (1999), así como sus interacciones. En diálogo con los análisis que piensan la emergencia de estas organizaciones religiosas en clave de (Norris e Inglehart, 2019) y ‘guerra cultural’ (Hunter, 1992) entre actores progresistas y conservadores, analizamos este movimiento como parte de una estrategia desarrollada para hacer frente al intenso proceso de cambio religioso y cultural. Seguidamente, estudiamos Hakuna a partir de dos aportaciones que rastrean las ‘metamorfosis religiosas’ (Lenoir, 2005) en las dimensiones meso y micro: aquellas referidas a las ‘comunidades electivas’ (Hervieu-Léger, 2005), y a la dimensión ‘vívida’ (Ammerman, 2013) de la religión. Estos últimos enfoques permiten comprender con mayor profundidad las experiencias y acciones adoptadas por los actores religiosos en el marco de la secularización y su interactividad multidimensional. En este sentido, el artículo aborda el fenómeno de Hakuna como entramado religioso, organizativo y cultural, invitando a revisar las conceptualizaciones clásicas de la secularización y a reflexionar acerca de las permanencias y transformaciones de los habitus religiosos en contextos de creciente secularización.

DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación que sustenta este artículo se basa en un estudio de caso (Yin, 2013) realizado a partir de un diseño cualitativo multimétodo. Los datos son analizados siguiendo los preceptos del análisis de discurso, técnica con la que indagamos las posiciones y el contexto de los actores, y que nos posibilita la exploración conjunta de las distintas dimensiones de estudio (Esposito y Evans-Winters, 2022). Los materiales estudiados provienen de un trabajo de campo dividido en dos fases, ligadas más a las estrategias investigadoras que a una periodización cronológica del trabajo (ver [Tabla 1](#)):

La primera fase (2020-23) se basó en una aproximación netnográfica (Kozinets, 2019), técnica justificada por la importante presencia del movimiento en el entorno digital. Esta etapa abarcó la recolección de datos públicos sobre Hakuna, prestando atención tanto al movimiento como a la banda de música, a partir de dos fuentes principales. Primero, exploramos la prensa digital generalista, aunque con especial foco en medios conservadores y/o católicos —aquellos en los que Hakuna tiene mayor presencia—, así como vídeos de TikTok y Youtube en los que se presentan cuestiones relativas al movimiento a través de un sistema de notificaciones (Google Alerts) que durante el periodo de observación netnográfica nos permitió recopilar y clasificar la información. En segundo lugar, los canales de comunicación oficiales (páginas web y redes sociales, Instagram y Spotify, principalmente) de Hakuna, así como documentación elaborada por sus miembros durante los tres años seleccionados para la observación. Del elenco de materiales almacenados, nuestro estudio se centró de modo particular en aquellos que incorporaban declaraciones de miembros de Hakuna. Se analizan doce reportajes (ver [Tabla 2](#)) que recogen los testimonios de once miembros de Hakuna, seis mujeres y cinco hombres.

Tabla 1. Métodos de recolección de datos, años 2020-2023

Fases del trabajo de campo	Métodos de recolección de datos	Hakuna Asociación Privada De Fieles	Fundación Hakuna Revolution	Hakuna Group Music
Fase 1 (2020-23)	Netnografía			
	Prensa digital ¹	x	x	x
	Plataforma Youtube	x	x	x
	Plataforma TikTok			x
	Canales oficiales del movimiento²			
	Páginas web	x	x	
	Instagram	x	x	x
	Youtube		x	x
	Spotify			x
	Análisis de datos secundarios			
Entrevistas, reportajes y testimonios ³	4	6	2	
Documentos oficiales	Cartas	Estatutos, memorias de actividades, planes de actuación, etc.		
Publicaciones		Materiales publicados por la editorial CTEA y Hakuna Books		
Canciones			x	
Fase 2 (2023)	Observación			Fiesta de la Resurrección (001, participante) y JMJ de Lisboa (002, netnográfica ⁴)
	Entrevistas informales con informantes clave	4		

¹ Relevo de prensa digital generalista de ideología transversal, pero con especial foco en medios conservadores y católicos (ej. El Debate, Alfa y Omega, etc.) que concentran la mayoría de noticias sobre Hakuna.

² Charlas formativas de Manglano; testimonios de miembros de Hakuna; podcasts; oraciones; decálogos; itinerarios de lecturas; y merchandising. Las cuentas de Facebook de la Fundación, y de Facebook y Twitter de Hakuna Group Music están básicamente en desuso desde el año 2020, y por lo tanto han sido excluidas de este análisis. Se ha analizado también la cuenta de Instagram de José Pedro Manglano.

³ Entrevistas, reportajes y testimonios (n=10) de miembros del “núcleo duro” del movimiento Hakuna, y “activistas religiosos” que lo circundan (para más detalle, ver Tabla A2).

⁴ Realizada a través del *livestreaming* oficial de la JMJ (<https://www.lisboa2023.org/es/transmisiones-vivo>).

Tabla 2. Relación de testimonios analizados.

	Nombre	Cargo	Fuente y fecha
E01	José Pedro Manglano	Sacerdote de la archidiócesis de Madrid a cargo de la Asociación privada de fieles Hakuna; presidente vitalicio del Patronato de la Fundación Hakuna	El Debate, 16/09/2022 https://ap6r.short.gy/uxJupm
E02	María Bailly-Baillière	Miembro de Hakuna	El Debate, 28/11/2022 https://ap6r.short.gy/m2zr80
E03	Víctor Córdoba	E-Commerce Manager de la Fundación Hakuna	Enriquísimo TV, 11/06/2023 https://ap6r.short.gy/NyY4FH
E04	Carlos Giménez	Sacerdote que acompaña a Hakuna	Ahonda, 20/10/2021 https://ap6r.short.gy/UZ830M
E05	Cristina	Miembro de Hakuna	Monjas Agustinas de S. Mateo, 07/11/2018 https://ap6r.short.gy/dYrpR1
E06	Macarena Torres	Responsable de Comunicación de la Fundación Hakuna	E06a: Mater Mundi TV, 08/02/2021 https://ap6r.short.gy/FzMj5V E06b: El Confidencial, 03/08/2023 https://ap6r.short.gy/dfr0JC
E07	Isabel Tusquets	Directora del Soul College (anteriormente, responsable de Soul Week)	Mater Mundi TV, 09/02/2021 https://ap6r.short.gy/EPG1wQ
E08	Patricia Pareja	Directora de Acción Social de la Fundación, y Responsable de Hakuna Group Music	Mater Mundi TV, 09/02/2021 https://ap6r.short.gy/Qb1u4i
E09	Teresa Castello	Miembro de Hakuna	Alfa y Omega, 25/02/2021 https://ap6r.short.gy/EUXxAy
E10	Mauro Portela	Miembro de Hakuna	El Independiente, 03/08/2023 https://ap6r.short.gy/Xl8HSm
E11	Carlos Pascual	Miembro y “uno de los impulsores” de Hakuna	ABC, 29/10/2018 https://ap6r.short.gy/Bz7OZz

La segunda fase del trabajo de campo (2023) incluyó dos observaciones. La primera, de tipo participante, en la multitudinaria actuación de HGM en la “Fiesta de la Resurrección” (O01)². La segunda, de tipo netnográfico, en los dos conciertos de HGM en la Jornada Mundial de la Juventud (JM) celebrada en Lisboa (O02) en agosto de 2023, en la que se hizo un seguimiento del concierto de HGM, al que asistieron, entre decenas de miles de otros jóvenes, dos mil quinientos miembros de Hakuna ([Religión en Libertad, 2023](#)). Igualmente, y con el sistema de notificaciones presentado, se recopiló la información sobre Hakuna de los reportajes publicados en torno a este evento. De modo complementario a esta fase del trabajo de campo, se realizaron cuatro entrevistas con informantes estratégicos del entorno de Hakuna que han valido para contrastar las informaciones recabadas por otros medios.

² Festival de música organizado por la Asociación Católica de Propagandistas en Madrid. Su principal target son los jóvenes, católicos o no; en 2023 contó con la presencia de más de sesenta y cinco mil asistentes ([Farnós, 2023](#)).

GENEALOGÍA DE HAKUNA: OPUS DEI, FOCOLARES, HAKUNA, CAMINO, EFFETÁ... ¡Y TANTOS MÁS!³

Hakuna⁴ surge entre 2012 y 2013 a iniciativa del sacerdote José Pedro Manglano (Valencia, 1960), prolífico autor, creador de *podcasts* y *apps*, y en aquel momento miembro numerario de la Prelatura del Opus Dei y responsable de la parroquia San Josemaría Escrivá de Balaguer en Aravaca (Madrid). Hakuna nace cuando Manglano convoca a varios jóvenes de la parroquia a participar en las JMJ de Río de Janeiro (Brasil) de 2013. Según Manglano: “Lo que vivimos allí es lo que [Hakuna] es ahora” (E01).

A su vuelta a Madrid, el grupo replica la experiencia vivida en la JMJ: continúa celebrando la Hora Santa (práctica católica que consiste en la oración y adoración a la Eucaristía), y acompaña la experiencia de canciones compuestas y musicadas por sus propios miembros — éste es el germen de la exitosa banda de pop católico HGM. Paralelamente, Hakuna se expande por los colegios y centros madrileños del Opus Dei (Durio, 2019), particularmente en el Centro Universitario Villanueva, institución en aquel momento adscrita a la Universidad Complutense de Madrid, y lugar en el que el movimiento “empezó a coger forma” (Marín Latonda, 2023, párr. 7). A pesar de esta profunda relación con los espacios ligados al Opus Dei, desde sus inicios Hakuna se aboca a ampliar su “base” de manera autónoma, estableciendo vínculos con parroquias y otros movimientos eclesiales; estos lazos han funcionado como “semillas” de las que posteriormente han brotado nuevos grupos Hakuna.

Las trayectorias del Opus Dei y Hakuna comenzaron a perfilar distintos derroteros en 2017, cuando Hakuna se convierte en ‘asociación privada de fieles’ dentro de la estructura de la Iglesia y, en paralelo, crea la Fundación Hakuna, que pronto se transforma en un paraguas institucional y legal para el movimiento. La misión de la Fundación es, según sus estatutos, “la promoción de valores universales, sobre todo entre los jóvenes, a través de la formación, el arte, la música, y la acción social” (Hakuna, 2023, párr. 1). Se trata de una fundación sin ánimo de lucro, que no recibe apoyo económico a nivel institucional de la Iglesia católica (Religión en Libertad, 2022). La misma se financia mediante donaciones de particulares, y la venta *online* de *merchandising* de Hakuna, discos de la banda y libros de Manglano, así como de distintos pontífices y otros autores de referencia del catolicismo contemporáneo como Romano Guardini, Gérard Calvet o Raniero Cantalamessa. Otra fuente de ingreso son las llamadas ‘escapadas’ (viajes de voluntariado), los retiros y los cursos de formación de la academia ‘Soul College’ del movimiento.

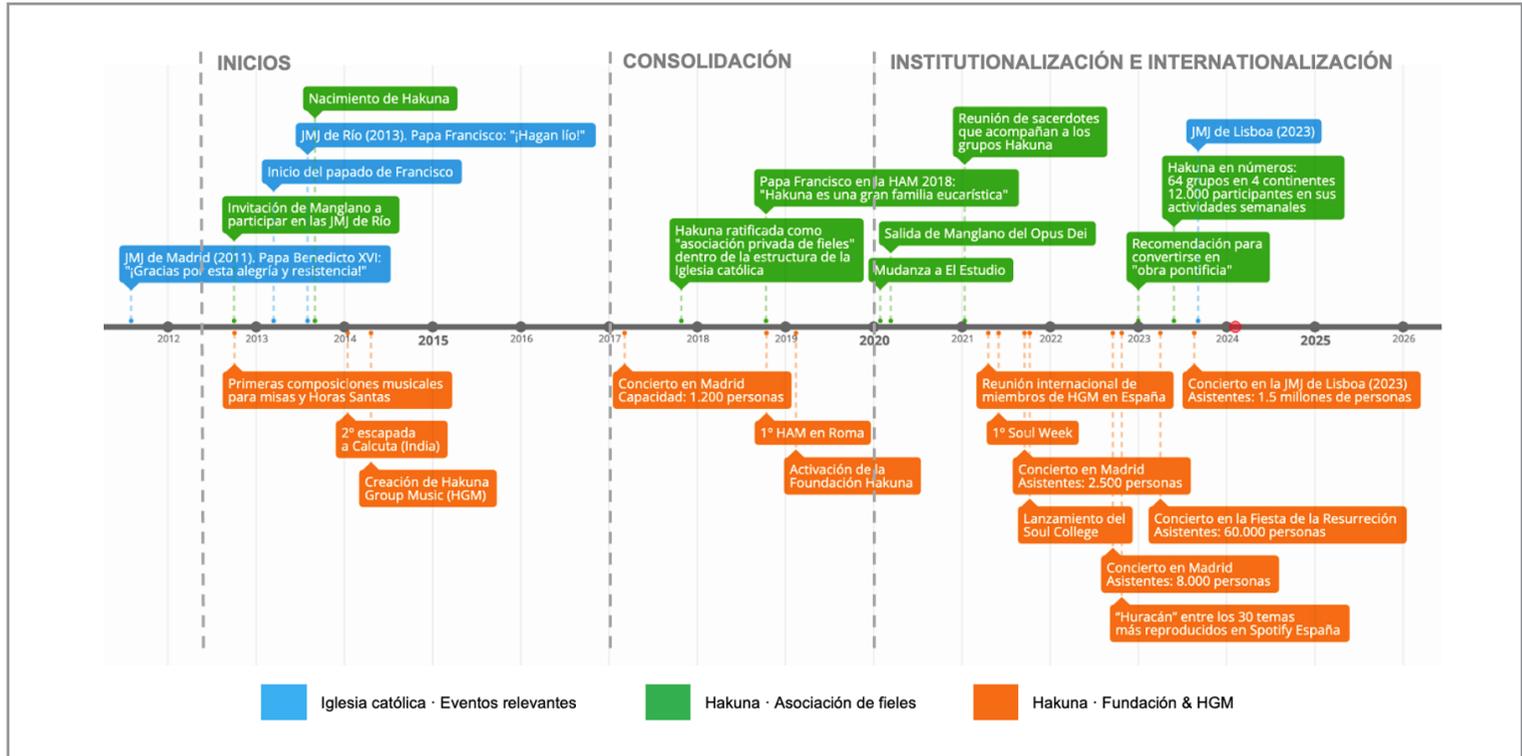
Como se observa en la línea temporal (ver Figura 1), el año 2020 supone un hito importante en la trayectoria de Hakuna. Manglano comparte su partida de la Prelatura a través de una carta pública en la que comunica que los “directores del Opus Dei me han expuesto que ven conveniente que deje de ser miembro de la Obra ya que ven incompatible mi dedicación a Hakuna con «la disponibilidad propia de un sacerdote de la Prelatura»” (Religión Confidencial, 2020, párr. 5). Sin embargo, para entonces Hakuna ya poseía una base lo suficientemente extensa, y esta separación no frena la expansión del movimiento. Este crecimiento se ve favorecido por el uso experto de las redes sociales, y la creciente popularidad de su banda de música HGM. Nacida en 2014 tras un voluntariado en Calcuta, HGM ha publicado, hasta la fecha, un total de seis discos⁵ y, como hemos comentado, ha llenado las principales arenas de Madrid (Vistalegre y WiZink Center) en los tres últimos años.

3 Tomado de la canción “Forofos”, con más de un millón seiscientos mil reproducciones en YouTube.

4 El nombre del movimiento se inspira, según Manglano, en la filosofía *ubuntu*: “«hakuna» en swahili significa ‘no hay’, y «matata» es ‘que no hay problemas’. (...) Salió casualmente. Nos pareció que ese ‘no hay’ recoge bien algo muy característico de Hakuna, y es que no hay problemas... Que somos hijos de Dios (...)” (E01). Parece difícil, en todo caso, dejar de pensar en que la principal fuente de inspiración no haya sido la película animada *El Rey León* (1994).

5 Cuyos títulos son: *Hakuna* (2015), *Mi Pobre Loco* (2017), *Pasión* (2018), *Sencillamente* (2020), *Qaos* (2022) y *Capricho* (2023).

Figura 1. Cronología de hitos del movimiento Hakuna, 2012-2024.



Tras la ruptura con el Opus Dei Hakuna traslada su sede a 'El Estudio', ubicado en el antiguo convento de San José de Las Rozas (Madrid). La sede central es el lugar de residencia de Manglano, otros sacerdotes afines al movimiento, y laicos en período de formación (E02). Es también el sitio donde se ha ido concentrando una parte importante de las actividades de Hakuna (Vázquez Díaz-Mayordomo, 2020), y el centro de operaciones del Equipo de Gestión de la Fundación⁶, integrado por un director general y directores específicos para las áreas financiera, de e-commerce, formación, acción social, comunicación, editorial, y el 'Soul College' (Hakuna, 2023). La mayoría de los miembros del Equipo de Gestión, compuesto por tres mujeres y tres hombres, son jóvenes formados principalmente en las áreas de negocios y derecho y están contratados por la Fundación. 'El Estudio' funciona, así, como la sede desde donde "llevar a Dios a todos" (Vázquez Díaz-Mayordomo, 2020, párr. 1); allí se genera discurso y diseñan actividades para el resto de grupos del movimiento.

En menos de una década, Hakuna ha pasado de tener presencia solamente en Madrid, con una destacada participación de jóvenes de clase media-alta (Prats, 2023), a contar con una red de agrupaciones en casi cuarenta ciudades españolas, once europeas, catorce americanas y una asiática, con gran heterogeneidad en términos del número de participantes, nivel de recursos, tipos y cantidad de actividades. Esta dinámica de expansión ha seguido una lógica reticular y bottom-up. Como se explica, por ejemplo, en la web de la Archidiócesis de Burgos: "A Burgos llegó [Hakuna] en octubre de 2020 por iniciativa de María Redondo, una joven que lo había descubierto a través de la Pastoral Universitaria de Salamanca" (Archidiócesis de Burgos, 2021, párr. 2).

El éxito de Hakuna, especialmente entre la juventud y en un contexto de repliegue del catolicismo en España, nos hace plantearnos algunas de las premisas teóricas sobre las que se han sustentado las aproximaciones a la secularización. Para ello, en las tres siguientes secciones, expondremos este diálogo entre los materiales derivados de nuestro estudio sobre Hakuna y los debates presentados en la introducción.

HAKUNA EN EL CONTEXTO DE SECULARIZACIÓN Y METAMORFOSIS RELIGIOSO ESPAÑOL: Y AUNQUE SEA SIN SENTIRTE, TE BUSCARÉ...⁷

Parte de la extrañeza a la hora de abordar el fenómeno Hakuna se debe a su génesis y genealogía en el seno de un contexto, el español, que en las últimas décadas ha experimentado uno de los procesos de secularización más acelerados de Europa (Davie, 1999). Los análisis sobre la secularización, mayoritariamente abordada a partir de su dimensión societal, describen un fenómeno cuyas raíces se entrelazan con el proceso de modernización en España. Según la descripción propuesta por Pérez-Agote (2012), desde el siglo XIX, el proceso de secularización español alumbró tres oleadas. La primera oleada estuvo marcada por el anticlericalismo y se extendió desde finales del siglo XIX hasta su interrupción artificial con la institucionalización del 'nuevo Estado' franquista a partir de 1939 y la consiguiente imposición de la etnoreligión nacionalcatólica (Botti, 2008). La segunda oleada (1960-2000) arranca en el tardofranquismo y, a diferencia de la primera, está marcada por una secularización más silenciosa, masiva y transversal al conjunto de la sociedad española (Cueva Merino, 2018). Esta segunda oleada se caracteriza por el progresivo abandono de la práctica católica cotidiana, algo, sin embargo, compatible con la persistencia de una alta identificación social con el catolicismo y con la continuada participación en sus denominados 'momentos sacramentales fuertes'. En términos weberianos, el tipo ideal sería el de "católico no

⁶ Este equipo está supervisado por un Patronato formado fundamentalmente por empresarios y banqueros. Manglano es su Presidente y también Patrono Vitalicio de la Fundación Hakuna

⁷ Tomado de "Huracán", canción con más de diez millones de reproducciones entre Spotify y YouTube.

practicante”, cuya cotidianeidad no está informada por el elemento religioso, pero que sin embargo mantiene una cierta vinculación, quizá más de tipo cultural e identitaria, con el catolicismo.

La tercera oleada (2000-actualidad) irrumpe en un contexto marcado por la globalización, la expansión de las tecnologías de la información y comunicación, y una juventud que ha experimentado procesos de socialización en los que el elemento religioso ha tenido, en líneas generales, un menor peso e influencia. Esta oleada emerge en una realidad crecientemente atravesada por tenencias postmaterialistas (Inglehart, 2001) e individualistas (Arroyo Menéndez, 2008) que impactan decisivamente sobre el desarrollo de las dinámicas y subjetividades socio-religiosas (Ruiz Andrés, 2022b). Además, la fuerte oposición de la Iglesia católica y de las organizaciones civiles de inspiración católica frente al reconocimiento de derechos sexuales y reproductivos, particularmente intensa durante la primera década del siglo XXI, ha profundizado durante esta tercera oleada la brecha entre las generaciones más jóvenes y la institución eclesial. A día de hoy, en parte de la opinión pública –aunque especialmente entre la juventud– ha consolidado el imaginario que vincula a la Iglesia católica con “la dictadura, las purgas políticas, la caza de brujas, el machismo y la represión sexual” (Cornejo-Valle y Pichardo-Galán, 2017, p. 234).

Durante esta tercera oleada se agudiza, también, la ruptura de la transmisión intergeneracional de la religión en el seno de la familia (Observatorio del Pluralismo Religioso, 2013), consolidando el proceso que Pérez-Agote (2010) ha calificado de ‘exculturación’, y con el que se hace referencia al creciente abandono no sólo de la práctica católica, sino también del universo cultural que ofrece. Como consecuencia, los imaginarios de la población pierden sus previos anclajes religioso-culturales, y la religión en general (y la católica en particular), pasan “a ser algo lejano, ignorado y fuera de los límites de lo habitual y lo cotidiano” (Pérez-Agote, 2010, p. 51), especialmente para la juventud. Simultáneamente con todas las dinámicas descritas, en los últimos años se ha afianzado el aumento de personas que se declaran no-religiosas, de modo más intenso en la franja etárea juvenil. En el año 2000, este sector rondaba el 13% de los españoles; en la actualidad, supera el 40% de la población, cifras que aumentan hasta el 68,6% entre las personas de dieciocho a veinticuatro años según el Centro de Investigaciones Sociológicas [CIS] (2023). Este es un fenómeno histórico en marcha, como se ve en la [Tabla 3](#):

Tabla 3. Evolución de la autoidentificación religiosa de la juventud española (entre quince y veinticuatro años).

Categoría	1994	1999	2005	2010	2016
Muy buen católico	2	1,6	1,6	2,3	2,1
Católico practicante	16	11,2	7,8	7,9	8,2
Católico no muy practicante	27	21,8	39	13,6	13,8
Católico no practicante	32	31,9	--	29,7	18,3
Indiferente	11	14,9	18,4	16	14,2
Agnóstico	4	6,1	6,7	9,3	13,6
Ateo	7	10,6	21,3	17,1	23,7
Otra religión	1	1,5	1,9	2	5,5
TOTAL	100	99,6	96,7	97,9	99,4

Fuente: Basado en González-Anleo y López-Ruiz, 2017, p. 243.

Frente a estas tendencias macroestructurales, caben destacar tres realidades que añaden significativos matices a las comprensiones unidireccionales de la secularización. En primer lugar, la importancia cultural e identitaria que, a día de hoy, aunque en ocasiones de manera ‘banal’ (Griera et al., 2021), ‘culturizada’ (Ruiz Andrés, 2022c) o ‘difusa’ (Voas, 2009), continúa teniendo el catolicismo en España. A pesar de la menguada cifra de práctica católica entre la juventud, estas dinámicas ayudan a entender las razones por las que la religión continúa teniendo una relativa importancia en los planos de la dotación de sentido e identidad al menos para una cuarta parte de los jóvenes españoles (CIS, 2023).

En segundo lugar, tampoco podemos obviar el surgimiento de un sector minoritario pero con importante visibilidad de “jóvenes altamente religiosos” (García Martín et al., 2023) con un elevado nivel de creencia, práctica y compromiso católico⁸. A partir del trabajo de campo, podemos inferir que una parte importante de los seguidores de Hakuna, particularmente aquellos que participan en el núcleo duro de la organización, se ubican dentro de este sector. Su autopercepción como ‘minoría cognitiva’ (Berger, 1975) les conduce en ocasiones a asumir también el rol de ‘minoría creativa’ (Clements y Bullivant, 2022) y, de ahí, pasar a orientar sus acciones hacia dinámicas de ‘emprendizaje moral’ (Becker, 2009) organizadas de manera bottom-up en colectivos que impulsan procesos evangelización en el espacio público.

En tercer lugar, estas dos realidades interactúan parcialmente con la progresiva articulación cultural, política y social incardinada en el marco de las luchas anti-derechos en España (García Martín y Perugorría, 2023). A este respecto, cabe destacar cómo la literatura sociológica ha señalado la evolución paralela de dos fenómenos: de un lado, el incremento de las tendencias conservadoras del catolicismo español desde inicios del siglo XXI (Cordero, 2014), y, del otro, la polarización política (Rojo-Martínez et al., 2023). Como resultado, parte del *cultural backlash* y de la brecha cultural que, según Norris e Inglehart (2019), cimienta estos procesos, en España se han centrado sobre cuestiones que entran en convergencia con elementos que los sectores católicos comprenden como propios del campo religioso. En este sentido, el informe de INJUVE sobre el extremismo de derecha en la juventud española (García Juanatey, 2020) destaca tanto la oposición al multiculturalismo, concretamente contra la alteridad religiosa que representa el islam, como la oposición frente derechos relacionados con la libertad sexual y reproductiva como parte fundamental de la discursividad de estos jóvenes. Este entrecruzamiento de diferentes procesos, ambiguos y en ocasiones contradictorios, permite enmarcar el surgimiento de Hakuna en tanto que respuesta a la secularización en el contexto español.

En este sentido, cabe señalar que Hakuna se explica desde las dinámicas esbozadas por las dos primeras tendencias: persistencia cultural del catolicismo y jóvenes altamente religiosos. Sin embargo, y aun encontrando concomitancias que deberán ser exploradas en futuras investigaciones, el movimiento que estamos estudiando también presenta importantes diferencias con aquellas organizaciones de inspiración católica⁹ que participan activamente en el campo anti-derechos. Por un lado, mientras parte de los actores organizados en torno a esta cuestión se centran en dinámicas morales e identitarias, Hakuna se presenta primeramente como propuesta de vida en torno a una experiencia religiosa. Además, aunque Hakuna y otras organizaciones recurren a una secularización estratégica del mensaje (Vaggione, 2005), existen dos importantes diferencias entre ellas. En primer lugar, el mensaje de Hakuna se asienta sobre una lógica explícitamente no confrontativa de “amigo-amigo”, buscando reconstituir el actualmente fragmentado campo católico español. Los miembros de Hakuna se presentan, así, como ‘forofos de todos’, un discurso que pretende “sincronizar identidades” (Mische, 2008) y

8 El Informe SM 2021 destaca que la importancia que los jóvenes españoles conceden al factor religioso ha aumentado desde la pandemia de COVID-19 (González-Anleo et al., 2021). Esto coincide, también, con la explosión de Hakuna.

9 Estas organizaciones, que han sido denominadas como GLIC (García Martín, 2022) u OLIC-N (García Martín y Perugorría, 2023), conforman un campo anti-derechos que contesta tanto a nivel online como offline el avance en derechos y libertades relacionadas con la ‘intimidad’ (Dobbeleare y Pérez-Agote, 2016), especialmente en lo referido a la sexualidad, la familia y la vida.

desdibujar las fronteras entre las diferentes organizaciones dentro del catolicismo para hacerse fuertes sobre una identidad colectiva más abarcante y flexible. Según uno de los documentos analizados, la *Oración del Pringado* (cuestión que analizaremos en la siguiente sección), Hakuna tiene “pasión por que no se pierda ninguno” y, por lo tanto, podemos concebirlo como un movimiento que despliega una estrategia de reagrupación que da respuesta a los avances de la secularización.

En segundo lugar, y más allá de la utilización de elementos que pueden resonar en aquellos espacios en los que permanece un catolicismo de tipo cultural, Hakuna aboga por un nuevo tipo de visibilización en el espacio público que se basa en una estética y lenguaje *cool* (Dugan, 2019), condensados en sus redes sociales y en la banda de música. Tanto las letras de sus canciones como sus publicaciones en redes remiten a experiencias de la vida cotidiana de cualquier joven común, católico o no: dilemas de una relación de pareja, miedos, inseguridades. No obstante, en todos ellos existe un mensaje religioso de fondo que, a pesar de estar velado para un “otro exculturizado”, permanece accesible para las audiencias más imbuidas de la terminología religiosa. Este mensaje católico reformulado a través del lenguaje secular busca aumentar la resonancia cultural y la aceptación (deseabilidad) social de los marcos del catolicismo. En palabras de Víctor Córdoba, *e-commerce manager* de la Fundación:

A través de un cartel bonito una persona que no conoce a Dios, o que incluso lo rechaza, puede ver, de una manera atractiva, que [la Iglesia, a través de Hakuna] habla el mismo lenguaje que la gente. (...) Por eso muchas veces no utilizamos un lenguaje explícito, estilo “Dios te ama” (...). Hay muchas formas de resonar (E03).

Así pues, este cambio en la estrategia de comunicación y visibilización basado en un lenguaje sutil se encuentra con vivencias como las de Carlos Giménez, procedente de una familia en la que “eran bastante ateos, y en mi casa nunca se había hablado de Dios” (E04). A través de su amistad con un miembro del núcleo originario de Hakuna, Carlos se acercó a una Misa animada por el movimiento por mero “interés antropológico” (E04). En junio de 2022, Carlos fue ordenado sacerdote en la Catedral de La Almudena (Madrid), y continúa en la actualidad vinculado a Hakuna.

HAKUNA COMO COMUNIDAD ELECTIVA: QUIERO PRINGARME POR TU IGLESIA...¹⁰

Como mencionamos anteriormente, la desinstitucionalización religiosa constituye una de las consecuencias más palmarias del proceso de secularización desarrollado en Europa occidental (Roy, 2007). Sin embargo, en los últimos años se ha presentado una posible trayectoria complementaria o alternativa: el subjetivismo religioso (Bellah et al., 1989), particularmente asociado a posturas espirituales no religiosas (Wilkins-Lafamme, 2022). Ambos escenarios dan cuenta de la incapacidad de las instituciones religiosas para retener a sus fieles, que acaban abandonándolas antes o después, y en algunos casos sumergiéndose en una “religión del corazón” (Watts, 2022) de marcado carácter individualista.

Sin negar la importancia de ambas dinámicas, éstas resultan insuficientes para rastrear a nivel meso u organizativo la génesis y expansión de Hakuna. El concepto de comunidades electivas se presenta entonces como atractivo, ya que alude a una tercera dinámica, en cierto modo intermedia, que contempla la individualización religiosa dentro de un contexto de institucionalización. Caracterizadas por la adhesión reflexiva y voluntaria a las mismas, las comunidades electivas no están restringidas a la esfera religiosa, sino que son características de todo el orden ‘postradicional’ (Giddens, 2001).

¹⁰ Oración completa disponible en: <https://behakuna.com/pages/oraciones>.

Para [Hervieu-Léger \(2005\)](#), estas agregaciones sociales permiten, a la vez, la expresión de un camino personal y la dotación de marcas visibles dentro de un linaje creyente, en cierto modo posibilitando la coexistencia entre los “derechos de la subjetividad y las exigencias de la realización del yo, y las regulaciones tradicionales de la creencia y la práctica” (p. 254). De este modo, aunque la individualización propia de un contexto postmaterialista ha sido habitualmente vinculada a la aceleración de la secularización ([Arroyo Menéndez, 2008](#)), también vemos cómo puede propiciar la emergencia de nuevas recomposiciones religiosas.

Desde el posconcilio ha sido precisamente el ámbito de los movimientos laicales aquel que se ha mostrado más dinámico dentro del catolicismo. Así, el surgimiento desde los años sesenta de grupos como Comunión y Liberación o de las Comunidades Neocatecumenales supuso la explosión de nuevas organizaciones laicales dentro de las estructuras de la Iglesia. En todos estos casos nos encontramos con convergencias con el modelo de comunidades electivas, pues la vinculación a estas agrupaciones se produce de modo personal, marcando un contraste con el modelo parroquial, en el que la adscripción responde principalmente a cuestiones geográficas y territoriales. Del mismo modo, desde sus momentos iniciales, Hakuna se piensa como un movimiento que trata de compatibilizar “identidades abiertas con una cierta estabilidad en la pertenencia institucional” ([Pérez-Vilarriño, 2001](#), p. 364). El elemento de elección es esencial en la composición de sus grupos, permitiendo combinar la identidad Hakuna con la pertenencia a otros espacios eclesiales.

En este sentido, podemos afirmar que pertenece a Hakuna toda persona que ha elegido ser ‘pringada’, término identitario que utilizan los miembros de Hakuna para delimitar la comunidad y el nivel de involucración con la organización. Como señala Carlos Pascual, uno de los impulsores de Hakuna, “tenemos ganas de estar involucrados y de pringarnos por la Iglesia” (E11). Así, ‘pringarse’ podría traducirse como comprometerse con el movimiento y con los otros (católicos o no) siguiendo el “estilo de vida” (E05) de Hakuna, como señala Cristina, una de sus seguidoras. Elegir, en una suerte de ‘inversión performativa de la injuria’ ([Butler, 2022](#)), ser activamente un pringado adquiere pleno sentido dentro de una más amplia discursividad que tiende a enfatizar la lógica revolucionaria ligada al carácter de minoría cognitiva. A pesar de la dilatada vinculación entre la cultura católica y el contexto español, tras décadas de secularización, los miembros de Hakuna se perciben y presentan como una suerte de ‘tribu’ ([Maffesoli, 2004](#)) contracultural.

Esta comunidad de pringados se constituye y refuerza a través de una serie de actividades que no difieren sustancialmente de otros grupos católicos: oración (Horas Santas), encuentros, convivencias, viajes, voluntariados. Sin embargo, para comprender la originalidad de Hakuna como comunidad electiva tendríamos que añadir tres cuestiones adicionales, que también nos permiten dialogar con la literatura que estudia las metamorfosis religiosas, a saber: (a) un discurso y una estética altamente identitarios; (b) su estrategia de apostolado digital; y (c) la importancia de la banda de música (ver [Tabla 4](#)).

El lenguaje y la estética es una de las cuestiones que más llama la atención a los medios, y que es igualmente reiterada en los distintos testimonios de miembros de Hakuna, es la terminología empleada por el movimiento, en la que se mezcla el argot juvenil y coloquial con numerosos términos extraídos del inglés. En el lenguaje de Hakuna¹¹ se habla de ‘revolcaderos’ (grupos de reflexión), ‘compartiados’ (voluntariados), ‘*God stops*’ y ‘*Soul weeks*’ (retiros), y de ‘escapadas’ (viajes de servicio social). Esta discursividad se ve reforzada por una estética cuidada, que es reproducida no solo en los canales de comunicación, sino en el catálogo de productos que tienen a disposición en la tienda online. Macarena Torres, Directora de Comunicación de la Fundación, afirma que “en Hakuna estamos locos por llevar la belleza a *todo*. [A] la decoración de las Horas Santas,

11 Basta con hacer un breve recorrido por las páginas web de la Fundación (<https://fundacionhakuna.org/>) y el movimiento (<https://behakuna.com/>) para percatarse de este esfuerzo por elaborar un lenguaje propio que marca distancia con el tradicional discurso eclesial.

a los compartiridos, una gorra, una canción, un video...” (E06a). Esta belleza o, más bien, identidad visual del movimiento, sigue los criterios de lo ‘instagrameable’ (Thömmes y Hübner, 2022): en línea con un marketing que apela directamente a la felicidad, es alegre, fresca y juvenil, y está basada en los sonrientes y siempre atractivos rostros de sus miembros (influencers varios de ellos). En este sentido, y siguiendo las líneas del ‘marketing religioso’ (Luna Calvo, 2021), Hakuna otorga un peso fundamental a la presentación (la marca), confirmando, en cierto modo, la ya clásica hipótesis de McLuhan (2009) que sostiene que, ante la sociedad de los medios, ‘el medio es el mensaje’.

Tabla 4. Mecanismo de construcción y expansión de la ‘comunidad electiva’ de Hakuna.

Mecanismos de Hakuna	Características
Oración-espiritualidad	- Horas Santas
Formación	- Grupos de reflexión
Ocio	- Retiros
Voluntariado	- Voluntariados (en España y el exterior) - Actividades de formación
Sacralización del ocio	- ‘Fiesta’: cervezas + conciertos. “Santificación de la fiesta”
Banda musical	- Con presencia en todas las parroquias donde está presente Hakuna - Melodías modernas y letras estratégicamente secularizadas - Estrategia “antipersonalista”: estructura coral, integrantes rotatorios, ausencia de líderes estables, sin créditos de autoría
Apostolado digital	- Apps: oración - Instagram: promoción de conciertos y merchandising - Youtube: difusión de charlas de Manglano - Spotify: socialización de canciones de HGM - TikTok: videos con coreografías de las canciones - Whatsapp: difusión de best practices y actividades prototipadas desde Madrid
Branding religioso (transversal a todos los demás)	- Comunicación altamente “identitaria”, tanto en el plano discursivo como visual: - Lenguaje: argot juvenil (“pringado”, “revolcaderos”, “compartiridos”, “escapadas”) + términos en inglés (“God stops”, “soul weeks”) - Estética: “instagrameable” (juvenil, fresca y de clase media-alta)

Fuente: elaboración propia.

El apostolado digital a través del uso experto de las nuevas tecnologías es el segundo mecanismo de construcción y expansión de la comunidad electiva de Hakuna, y que conecta con el ya mentado lenguaje y estéticas instagrameables. A pesar de que la expansión de la digitalización producida desde inicios del siglo XXI ha abonado los procesos de secularización y pérdida de fe, otros estudios que analizan el ámbito evangélico han enfatizado las posibilidades que internet brinda para las religiones, permitiéndoles expandir sus comunidades y visibilizar sus posturas y discursividades (Han, 2016). Como hemos destacado anteriormente, desde el año 2020 Hakuna ha adquirido una creciente presencia en las redes, tanto dentro como fuera de los círculos virtuales católicos. Esta estrategia digital entronca con propuestas católicas surgidas durante los últimos años para acercar y expandir la presencia de la religión en la vida cotidiana, por ejemplo, aplicaciones para orar como las desarrolladas por el propio Manglano (Mateos Abarca, 2014), y ‘misioneros o evangelizadores digitales’, entre los cuales se encuentran sacerdotes y religiosas, pero también laicos. Siguiendo el llamado del papa Francisco a “samaritanear” (Vatican News, 2022, párr. 4) en los espacios digitales, las redes constituyen los canales de comunicación por excelencia de Hakuna,

dirigidos por jóvenes que conocen perfectamente cómo hacer atractivas las propuestas para sus pares, sean o no católicos (E06a; E07). Tal y como señala Groys (2009), las redes sociales posibilitan la articulación y la reproducción de prácticas y discursividades entre los sesenta y cuatro grupos Hakuna extendidos por los cuatro continentes. Estos nodos forman una red internacional conectada mediante vínculos *online-offline*, en los que se combina el contacto intensivo y casi cotidiano a través de las redes sociales.

En último lugar, mencionamos la banda de música del movimiento. En ella las lógicas de la comunidad electiva juegan un papel fundamental (O01; O02), caracterizada por la ausencia de liderazgos visibles y de créditos individuales, y también por su estructura coral y sus integrantes rotatorios (entre los que se incluyen tanto hombres y como mujeres). Esta descentralización y sincronización experiencial (o comunión) de los grupos a través de la música aporta, también, a lo que en la siguiente sección denominaremos ‘religión vivida’ (ver Figura 2). Sin embargo, la música de HGM no está pensada únicamente para su uso en estos eventos marcados, sino también para acompañar a sus miembros (y a otras personas que se acercan a sus canciones) en la cotidianidad. En este sentido, HGM hace música para “ayudar a rezar cantando” (E06a) y, también, en palabras de Patricia Pareja, responsable del Hakuna Group Music, para “invitar a la oración” (E08), generando un espacio de plausibilidad (Berger, 2016) para la experiencia religiosa en medio de la cotidianidad secular. En palabras de un miembro del movimiento, “[me enamoré] de Hakuna por la música (...) pero me quedé por el ambiente” (en González Sebastián, 2022, párr. 5).

Figura 2. Concierto-presentación del disco “Sencillamente” en HGM en el Palacio Vistalegre de Madrid (17/09/2021).



Fuente: imagen extraída del sitio web de Hakuna (2023). <https://behakuna.com/pages/hakuna-group-music>

Si bien los grupos de música cristianos no son un fenómeno nuevo en el proceso de reproducción social de la religión, los datos de reproducciones en Spotify y los rotundos éxitos en los conciertos en las principales salas de conciertos españolas nos permiten afirmar que HGM ha alcanzado un éxito sin precedentes tanto dentro como fuera de la comunidad católica. Esto se debe, como hemos afirmado, a la secularización estratégica del lenguaje de los temas, pero también a su mensaje edificante y su clara misión transformadora. En palabras de Macarena Torres, Directora de Comunicación de la Fundación Hakuna Revolution, “nuestra intención no es otra que revolucionar el mundo con el amor de Dios y la alegría de la fe. ¡Y qué mejor manera de hacerlo que con la música y con gente que conecta con los jóvenes, que tenemos muchísimo que aportar!” (E06a).

LA RELIGIÓN VIVIDA EN HAKUNA: TODO DISFRUTÓN¹²

Frente al predominio de las clásicas variables de práctica y autoidentificación religiosa, la apuesta de Ammerman (2013) por analizar la llamada religión vivida nos permite identificar nuevas expresiones católicas que emergen de Hakuna. Esta aproximación enfatiza la importancia de comprender las prácticas religiosas en su multidimensionalidad y desde la cotidianeidad de los actores, estudiando su ‘estilo de vida’ (McGuire, 2008) para ver cómo éstos modelan contextos de plausibilidad religiosa dentro del más amplio marco secular. La utilización de este enfoque en nuestro análisis de Hakuna nos permite aportar a un área de estudio que, a día de hoy, permanece insuficientemente desarrollada: los estudios cualitativos sobre las reconfiguraciones prácticas y discursivas del catolicismo en España.

La creciente visibilización de Hakuna ha despertado varias críticas, la mayoría de ellas centradas en su supuesta protestantización del catolicismo (Tarfe, 2022) producto, principalmente, de la proyección de su grupo musical. Sin embargo, la religiosidad de Hakuna se entronca dentro de los repertorios católicos tradicionales, dentro de los cuales destacan la centralidad de lo sacramental, y la importante presencia del elemento clerical. De hecho, haciendo propia una caracterización del movimiento realizada por el papa Francisco, Hakuna se autodefine como una “gran familia eucarística” (2021, p. 1). Por otro lado, y a pesar de los esfuerzos de sus miembros por presentarse como un movimiento laical, Hakuna nace, crece y continúa a día de hoy bajo el liderazgo indiscutido del sacerdote José Pedro Manglano¹³. Asimismo, aunque los grupos están liderados por jóvenes laicos, los miembros ordenados son fundamentales en la configuración y vivencia de su religiosidad. En palabras de Teresa:

Estar acompañada de personas de tu edad es una gozada [pero también lo es contar con sacerdotes, que] los acompañan en los viajes, los atienden en los retiros, les llevan a Jesús Eucaristía y les administran los sacramentos... (...). [Los sacerdotes] son luz y son necesarios [porque] al final, el centro de todo esto es Cristo (E09).

De esta forma, la relación entre el elemento laical y el clerical del movimiento es experimentada en clave de complementariedad: “Lo bueno es que lo movemos nosotros, los jóvenes, el sacerdote nos ayuda, pero es nuestro” (E10).

Además de este entronque con la tradición católica, y sin ignorar las profundas diferencias entre ambos movimientos, se puede también rastrear la impronta del Opus Dei en la espiritualidad de Hakuna, particularmente en la búsqueda de la santidad en

¹² Mensaje presente en una de las pancartas desplegadas en el concierto de HGM en Vistalegre en septiembre de 2023. En la Fiesta de la Resurrección (001) también se podía ver carteles con proclamas como “Jesús murió por Ti en la t” o “Loco por Vivir”.

¹³ Aunque en parte de las actividades de Hakuna se recurre a la segregación por sexo (por ejemplo, en el ‘Soul College’), el carácter esencialmente mixto del movimiento (tanto en el grueso de las propuestas como en el organigrama de la organización) constituye una de las principales diferencias con el Opus Dei.

la vida cotidiana. En palabras de Carlos Pascual, miembro de Hakuna, esta santidad se asocia a la idea de servicio: “buscamos ser santos en todo lo que hacemos, disfrutar de cada día y compartir con los más necesitados, especialmente los enfermos y los ancianos” (E11). Sin embargo, en la idea de santidad radica también una de las principales diferencias con el Opus Dei, así como uno de los elementos nodales de la religión vivida en Hakuna. Mientras que en el Opus Dei la santidad es, ante todo, buscada en el espacio laboral (Casanova, 1983) y familiar (Fernández Mostaza, 2001), sin eliminar la importancia de estas dos esferas, Hakuna ha generado una novedosa concepción de la santidad en relación al ocio juvenil.

A través de lo que podríamos calificar de ‘espiritualización del ocio’, la fiesta deja de ser vista como un elemento de pérdida-inmanencia y comienza a percibirse como un espacio potencialmente espiritualizable y sacralizable, tal como se promulga recurrentemente en los escritos de Manglano (2023). Esta idea de santidad, ligada al servicio, pero sobre todo al ocio, pretende “encontrar a los jóvenes donde están [el ocio nocturno, el alcohol y la fiesta] lejos de alejarlos de su fe [...] les permiten crear un espacio de encuentro y confianza para cultivar la adoración a Cristo” (Pacha Röper, 2023, párr. 4). Esto, además, les permite atraer a jóvenes en un principio menos interesados en los repertorios más tradicionales de la religión:

Mi madre siempre estuvo muy ligada a la fe, pero yo menos. Hace cuatro años, me dijo que fuera con ella a un viaje de Hakuna (...). Me daba muchísima pereza, estaban todos rezando. Pero luego empezaron a sacar cervezas y había una fiesta. Recuerdo pensar: ‘No me quiero ir de aquí’. Me encantó, y vamos, aquí estoy (E06b).

La espiritualización del ocio se puede contextualizar dentro de la más amplia discursividad de Hakuna sobre la alegría del cristianismo y su visibilización en el espacio público, eje nodal de la religión vivida en el movimiento. A través de esta alegría Hakuna busca proponer una alternativa a “un cristianismo apagado, de caras largas y asociado a una vida austera, aburrida y ñoña” (Durio, 2019, párr. 5). Este mensaje conecta tanto con el llamado del papa Francisco al inconformismo como también a su invitación a ‘salir al mundo’, a “armar lío, dentro y fuera de las parroquias” (en Bastante, 2018, párr. 5), mensaje promovido institucionalmente desde la JMJ de Río de Janeiro en 2013 y reiterado por Francisco ante miembros de Hakuna en la Basílica de San Pedro en 2018 (Francisco, 2021).

La centralidad del discurso sobre el júbilo en el espacio público, físico y virtual, vinculado a la alegría de ser cristiano, redonda sobre las lógicas del secularismo estratégico movilizadas por la organización, y, a su vez, se alinea con la tan exitosa ‘industria de la felicidad’ analizada por Cabanas e Illouz en *Happycracia* (2019). Éste es el eje articulador esencial de la ‘religión vivida’ en Hakuna, pues constituye una relectura de la experiencia religiosa juvenil a partir de valores positivos como los de felicidad, solidaridad, comunidad y rebeldía, contenidos comunes en las declaraciones públicas de sus miembros y también en las letras de HGM. Aunque esta estrategia pueda conllevar una cierta secularización del mensaje religioso como consecuencia no esperada de la acción, éste no es el objetivo de las dinámicas desarrolladas por Hakuna, sino más bien propiciar un cambio en las formas para conectar el mensaje católico con la sociedad española, y particularmente con los jóvenes. En esta búsqueda por renovar la vivencia y el rostro del catolicismo en una sociedad altamente secularizada como la española, en la que la confianza en la institución católica ha decrecido continuamente en las últimas décadas (Arroyo Menéndez, 2008), encontramos parte de las claves que nos han ido acompañando a lo largo de nuestra reflexión: secularismo estratégico, branding religioso, apostolado digital, sacralización del ocio, y un intento explícito de superación de la lógica de polarización en torno a la cuestión religiosa que nutre el *cultural backlash*. Estas líneas de análisis nos proporcionan pistas para continuar con una investigación sobre jóvenes y catolicismo en un contexto postmaterialista (Inglehart,

2001) en el que, para algunos movimientos como Hakuna, la práctica religiosa no se reduce a la asistencia a un culto semanal, sino que puede comenzar clicando el botón de “seguir” en una cuenta de Instagram, y continuar “rezar-cantando” en un concierto.

CONCLUSIONES

En el presente artículo hemos planteado un diálogo entre un estudio de caso del movimiento Hakuna y la literatura sobre el proceso de secularización. Con más de sesenta nodos en parroquias de cuatro continentes, un uso experto del apostolado digital, y una inusitada visibilización dentro y fuera de la comunidad católica gracias a los multitudinarios conciertos de su grupo de pop cristiano, Hakuna es un *rara avis* en el contexto secularizado español que, hasta la fecha, permanece totalmente inexplorado. Como hemos demostrado, Hakuna nos permite abordar, desde una perspectiva crítica y actual, debates fundamentales de la sociología de la religión, particularmente aquellos relacionados con la matización del paradigma de la secularización, observando que estos procesos no son ni unívocos ni totales, y que se desarrollan en paralelo a las metamorfosis y permanencias religiosas. Así, en este artículo hemos discutido con los análisis macroestructurales clásicos que plantean, de un lado, la secularización como un proceso unidireccional y, por el otro, hemos cubierto lo que sigue constituyendo una importante laguna en el corpus académico en España—aquella referida a los estudios de la metamorfosis religiosa en el catolicismo a nivel meso (organizaciones) y micro (individuales). De esta manera, nuestro artículo ha presentado a Hakuna como un caso paradigmático de las nuevas estrategias de respuesta de los actores religiosos frente al proceso macro (societal) de secularización, y se ha analizado el movimiento en clave de comunidad electiva y religión vivida.

Nuestro análisis de Hakuna en tanto respuesta frente al proceso secularizador ubica su genealogía en las coordenadas de la evolución del catolicismo en las últimas décadas, y en las estrategias adoptadas por diferentes actores religiosos de relevancia, especialmente aquellas enfocadas a la juventud. Hakuna toma del Opus Dei su énfasis en el componente laical y la importancia otorgada a la santidad en la cotidianidad. A la secularización estratégica del discurso, Hakuna agrega el uso experto de las redes y la instagramización de su lenguaje visual. Finalmente, de las JMJ —eventos clave en su génesis, imaginario y, a partir de 2023, internacionalización— toma la expresión de la “alegría de ser cristiano” en el espacio público, que coincide, además, con parte de las claves del magisterio del papa Francisco. Este análisis es complementado a través de los elementos propios que ha ido construyendo Hakuna, y que enlazan con las categorías utilizadas en el debate sobre las metamorfosis religiosas en contextos de secularización: una “comunidad electiva de pringados”, forjada y reproducida a través del ‘apostolado digital’ (o, parafraseando al papa, la samaritanización en las redes), la utilización de la música de HGM para “rezar cantando” o “invitar a la oración” en la cotidianidad de la secularización, y la sacralización del ocio como parte fundamental de una religión vivida que busca encontrar a los jóvenes donde están, utilizando sus propios códigos y en sus propios términos.

El análisis de Hakuna nos habla, en definitiva, de las contradicciones y ambigüedades de la secularización española, así como de la metamorfosis y el pluralismo católico. Estos procesos abarcan, simultáneamente, la pérdida de la práctica religiosa y la persistencia de una religión culturizada; el pluralismo de formas religiosas y la articulación de un *cultural backlash* en el que lo religioso también tiene cabida; altos niveles de desconfianza hacia la Iglesia y el surgimiento de minorías creativas que renuevan el mensaje religioso y se organizan para expandirlo entre una juventud exculturizada; un catolicismo forofo de todos, fiel defensor de una lógica amigo-amigo; y la polarización en torno a la cuestión religiosa.

Esta amalgama de elementos, en apariencia contradictorios, hace que Hakuna despiste al espectador secularizado, enganchándolo por la música y reteniéndolo por el ambiente. Este ambiente es el de un catolicismo no dogmático, ni tampoco a priori excesivamente preocupado por la cuestión moral o cultural, sino más bien experiencial, donde lo secular-profano y lo religioso se entremezclan y refuerzan con naturalidad—donde creer es, como lo indica el título de una popular canción de HGM, equiparable a “bailar y dejarse de historias”. Así, Hakuna nos muestra cómo una sociedad más exculturada no es sólo aquella en la que el universo cultural del catolicismo se debilita para el conjunto de la población (aunque continúe presente en los imaginarios de sectores como aquellos cercanos a Hakuna), ni tampoco sólo aquella en la que los grupos católicos más movilizados hacen un uso estratégico de un ropaje secularizado para avivar batallas culturales. Es, también, un contexto en el que parte de los estereotipos y juicios secularistas sobre la religión se difuminan, abriendo nuevas oportunidades para el diálogo religión-secularidad, y nuevos espacios estratégicos en los que emergen realidades a priori paradójicas como la expansión y visibilización del cristianismo *cool* de Hakuna más allá de los confines de la comunidad católica. Es desde este punto que podemos comprender la aparente contradicción de las noticias recogidas por los medios, y continuar con el análisis de las transformaciones del catolicismo en la España secularizada.

FINANCIACIÓN

Esta publicación es parte del proyecto PID2022-139462NB-I00, financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033/ y FEDER: Una manera de hacer Europa.

Grupo de Investigación Consolidado del Sistema Universitario Vasco “GAIT - Cambio social, formas emergentes de subjetividad e identidad en las sociedades contemporáneas (IT-1469-22)”, financiado por el Departamento de Educación de la Comunidad Autónoma del País Vasco.

AGRADECIMIENTOS

Joseba García Martín agradece al Gobierno Vasco su apoyo en el marco de las “Ayudas destinadas al perfeccionamiento del personal investigador doctor” (Código: POS_2022_1_0048).

Agradecemos los comentarios y sugerencias realizados tanto por los dos revisores anónimos como por Ángel Gordo López, miembro del equipo editorial de la revista.

REFERENCIAS

- Ammerman, N. (2013). Spiritual but not religious? Beyond binary choices in the study of religion. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 52(2), 258-78. <https://doi.org/10.1111/jssr.12024>
- Archidiócesis de Burgos (2021, 14 de abril). “Hakuna”, la música de los jóvenes cristianos. Página oficial de la Archidiócesis de Burgos. <https://ap6r.short.gy/ZJCUfv>
- Arroyo Menéndez, M. (2008). Individualización y religión en la Europa católica. *Revista Española de Sociología*, 9(1), 61-85. <https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/view/65065>

- Bastante, J. (2018, 13 de octubre). *El Papa pide a los jóvenes españoles «perdón por los escándalos que ocurren dentro de la Iglesia»*. Periodista Digital. <https://ap6r.short.gy/P5Ey77>
- Becker, H. (2009). *Outsiders. Hacia una sociología de la desviación*. Siglo XXI.
- Bellah, R. N., Madsen, R., Sullivan, W. M., Swidler, A., y Tipton, S. M. (1989). *Hábitos del corazón*. Alianza.
- Berger, P. L. (1975). *Rumor de ángeles*. Herder.
- Berger, P. L. (2016). *Los numerosos altares de la modernidad*. Sígueme.
- Botti, A. (2008). *Cielo y dinero. El nacionalcatolicismo en España (1881-1975)*. Alianza.
- Butler, J. (2022). *Cuerpos que importan. Sobre los límites discursivos del «sexo»*. Paidós.
- Cabanas, E., y Illouz, E. (2019). *Happycracia*. Paidós.
- Casanova, J. V. (1983). The Opus Dei ethic, the technocrats and the modernization of Spain. *Social Sciences Information*, 22(1), 27-50. <https://doi.org/10.1177/053901883022001002>
- Centro de Investigaciones Sociológicas [CIS]. (2023). *Estudio CIS Nº 3431*. Centro de Investigaciones Sociológicas. https://www.cis.es/documents/d/cis/es3431marMT_a
- Clements, B. y Bullivant, S. (2022). Why younger Catholics seem more committed: Survivorship bias and/or “creative minority” effects among British Catholics. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 61(2), 450-475. <https://doi.org/10.1111/jssr.12791>
- Cadena de Ondas Populares Españolas [COPE]. (2021, 19 de febrero). *José Pedro Manglano sobre Hakuna: “Son grupos de cristianos que juntos siguen a Cristo”*. COPE. https://www.cope.es/programas/la-linterna-de-la-iglesia/noticias/hakuna-20210219_1150041
- Cordero, G. (2014). La activación del voto religioso en España (1979-2011). *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 147, 3-20. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.147.3>
- Cornejo-Valle, M., y Pichardo-Galán, J. I. (2017). From the Pulpit to the Streets: Ultra-Conservative Religious Positions Against Gender in Spain. En R. Kuhar, y D. Paternotte (Eds.), *Anti-Gender Campaigns in Europe* (pp. 233-251). Rowman & Littlefield.
- Cueva Merino, J. de la (2018). La secularización tranquila: procesos de secularización bajo el franquismo (1960-1975). En J. de la Cueva, M. Hernando de Larramendi, y A. I. Planet (Eds.), *Encrucijadas del cambio religioso en España* (pp. 31-52). Comares.
- Davie, G. (1999). Europe: “The Exception That Proves the Rule?”. En P. L. Berger (Ed.), *The Deseccularization of the World* (pp. 65-84). EPPC.
- Dobbelaere, K. (1999). Towards an integrated Perspective of the Processes Related to the Descriptive Concept of Secularization. *Sociology of Religion*, 60(3), 229-247. <https://doi.org/10.2307/3711935>.
- Dobbelaere, K., y Pérez-Agote, A. (Eds.). (2016). *The Intimate. Polity and the Catholic Church*. Leuven University Press.
- Dugan, K. (2019). *Millennial Missionaries*. Oxford. University Press.
- Durio, M. (2019, 14 de enero). Hakuna: mucho más que el catolicismo indie. *Revista Centinela*. <https://ap6r.short.gy/oAp8II>
- Esposito, J., y Evans-Winters, V. (2022). *Introduction to Intersectional Qualitative Research*. SAGE.

- Farnós, A. (2023, 19 de noviembre). *¿Qué hacen Andy y Lucas en un macrofestival católico? La Fiesta de la Resurrección desembarca en Madrid*. El Confidencial. <https://ap6r.short.gy/5Wn0CO>
- Fernández Mostaza, E. (2001). Characterization of the Opus Dei Family Model. *Social Compass*, 48(1), 139-155. <https://doi.org/10.1177/003776801048001011>
- Francisco. (2021). *Mensaje del Papa Francisco a Hakuna*. CTEA. <https://ap6r.short.gy/EgLzaR>
- García Juanatey, A. (Coord.) (2020). *El extremismo de derecha entre la juventud española: situación actual y perspectivas*. INJUVE. https://www.injuve.es/sites/default/files/adjuntos/2021/05/estudio_injuve_el_extremismo_de_derecha.pdf
- García Martín, J. (2022). Desprivatización católica, políticas morales y asociacionismo neoconservador: el caso de los grupos laicos de inspiración cristiana en el Estado español. *Papeles del CEIC*, 2022(1), papel 259. <http://doi.org/10.1387/pceic.22973>
- García Martín, J. y Perugorría, I. (2023). El campo antiderechos español frente a la Ley de Eutanasia. Repertorio movilizador y trabajo identitario (2018-21). *Revista Internacional de Sociología*, 81(4), e238. <https://doi.org/10.3989/ris.2022.81.4.1143>
- García Martín, J., Delgado-Molina, C. y Griera, M. (2023). "I'm going to do battle... I'm going to do some good". Biographical trajectories, moral politics, and public engagement among highly religious young Catholics in Spain and Mexico. *Sociology Compass*, 17(7), e13091. <https://doi.org/10.1111/soc4.13091>
- Giddens, A. (2001). Vivir en una sociedad postradicional. En *Modernización reflexiva* (pp. 75-136). Alianza.
- Gil-Gimeno, J. (2022). Repensando la relación entre lo secular y lo religioso. Análisis de dos puntos ciegos asociados a la teoría de la secularización. *'Ilu. Revista de Ciencias de las Religiones*, 25: 57-76. <https://doi.org/10.5209/ilur.81827>
- González Sebastián, A. (2022, 21 de agosto). *Hakuna Group Music, el movimiento de música cristiana que resiste en las listas de ventas al reguetón*. El Debate. <https://ap6r.short.gy/eFLIRs>
- González-Anleo, J. M. y López-Ruiz, J. A. (2017). *Jóvenes españoles entre dos siglos, 1984-2017*. Fundación SM.
- González-Anleo, J. M., Megías, I., Ballesteros, J. C., Pérez, A., y Rodríguez, E. (2021). *Jóvenes españoles 2021. Ser joven en tiempos de pandemia*. Fundación SM.
- Griera, M., y Burchardt, M. (2021). Urban regimes and the interaction order of religious minority rituals. *Ethnic and Racial Studies*, 44(10), 1712-1733. <https://doi.org/10.1080/01419870.2020.1849754>
- Griera, M., Martínez-Ariño, J. y Clot-Garrell, A. (2021). Banal Catholicism, Morality Policies and the Politics of Belonging in Spain. *Religions*, 12(5), 293. <https://doi.org/10.3390/rel12050293>
- Groys, B. (2009). Religion in the Age of Digital Reproduction. *E-flux Journal*, 3, Issue #4. <https://e-flux.com/journal/04/68569/religion-in-the-age-of-digital-reproduction/>
- Hakuna (2023). *Página web oficial*. <https://fundacionhakuna.org/>
- Han, S. (2016). *Technologies of Religion*. Routledge.

- Hervieu-Léger, D. (2005). *La religion, hilo de memoria*. Herder.
- Hunter, J. D. (1992). *Culture Wars*. Basic Books.
- Inglehart, R. (2001). *Modernización y posmodernización*. CIS.
- Kozinets, R. V. (2019). *Netnography*. SAGE.
- Lenoir, F. (2005). *Las metamorfosis de Dios*. Alianza.
- Luna Calvo, C. (2021). *Fundamentos del marketing religioso*. Inspira.
- Maffesoli, M. (2004). *El tiempo de las tribus*. Siglo XXI.
- Manglano, J. P. (2023). *¡Viva la Vida!* MR Ediciones.
- Marín Latonda, R. (2023, 24 de septiembre). *De cantar en la «uni» a llenar el Wizink: el fenómeno Hakuna rejuvenece a la Iglesia en su décimo aniversario*. Vozpópuli. <https://ap6r.short.gy/SGVxfl>
- Mateos Abarca, J. P. (2014, 22 de octubre). *La aplicación Hola Jesús!, Rezar con los Niños, consigue más de 15.000 descargas en Google Play y Apple Store*. Gaceta de Prensa. <https://ap6r.short.gy/AkkTcX>
- McGuire, M. B. (2008). *Lived Religion*. Oxford University Press.
- McLuhan, M. (2009). *Comprender los medios de comunicación*. Paidós.
- Mische, A. (2008). *Partisan Publics*. Princeton University Press.
- Norris, P., & Inglehart, R. (2019). *Cultural backlash*. Cambridge University Press.
- Observatorio del Pluralismo Religioso (2013). *II Encuesta sobre opiniones y actitudes de los españoles ante la dimensión cotidiana de la religiosidad y su gestión pública*. Observatorio del Pluralismo Religioso en España.
- Pacha Röper, A. (2023, 23 de abril). *Qué hay detrás de Hakuna*. NIUS. <https://ap6r.short.gy/emzEQG>
- Pérez-Agote, A. (2010). La irreligión de la juventud española. *Revista de Estudios de Juventud*, 91(4), 49-63. <https://www.injuve.es/sites/default/files/revista-91-capitulo-3.pdf>
- Pérez-Agote, A. (2012). *Cambio religioso en España: los avatares de la secularización*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Pérez-Vilariño, J. (2001). ¿Una sociedad sin religión? En L. Ribot, J. Valdeón, y R. Villares (Eds.), *Año 1000, Año 2000* (pp. 349-368). España Nuevo.
- Prats, M. (2023, 3 de junio). *Qué hay detrás de Hakuna, el grupo cristiano que triunfa en TikTok*. HuffPost. <https://ap6r.short.gy/0lRbab>
- Religión Confidencial (2020, 18 de junio). *José Pedro Manglano queda fuera del Opus Dei para dedicarse totalmente a Hakuna*. Religión Confidencial. <https://ap6r.short.gy/8xFrXb>
- Religión en Libertad (2023, 4 de agosto). *Empezaron 15 en Río... y hoy son miles en Lisboa: Hakuna, un «éxito de Dios» que celebra sus 10 años*. Religión en Libertad. <https://ap6r.short.gy/rdnm7x>
- Religión en Libertad. (2022, 23 de septiembre). *El fenómeno Hakuna sigue asombrando a la prensa*. Religión en Libertad. <https://ap6r.short.gy/n5caD6>

- Rojo-Martínez, J. M., Crespo-Martínez, I. y Mora-Rodríguez, A. (2023). Dinámicas emocionales intergrupales. Un análisis sobre los rasgos de los electores polarizados afectivamente en España. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 184(4), 105-124. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.184.105>
- Roy, O. (2007). *Secularism Confronts Islam*. Columbia University Press.
- Ruiz Andrés, R. (2022a). La postsecularización. Un nuevo paradigma en sociología de la religión. *Política y Sociedad*, 59(1), 72876. <https://doi.org/10.5209/poso.72876>
- Ruiz Andrés, R. (2022b). *La secularización en España*. Cátedra.
- Ruiz Andrés, R. (2022c). Historical sociology and secularisation: the political use of 'culturalised religion' by the radical right in Spain. *Journal of Historical Sociology*, 35, 250-263. <https://doi.org/10.1111/johs.12369>
- Salguero Montaña, Ó. y Hejazi, H. (2020). El islam en el espacio público madrileño. *Disparidades*, 75(1), e011. <https://doi.org/10.3989/dra.2020.011>
- Stolz, J. y Voas, D. (2023). Explaining Religious Revival in the Context of Long-Term Secularization. *Religions*, 14(6), 723. <https://doi.org/10.3390/rel14060723>
- Tarfe, Á. (2022, 3 de octubre). *Hakuna: ¡no ahí!* La Esperanza. <https://ap6r.short.gy/LejCOL>
- Terrasa, R. (2023, 3 de octubre). *Cómo hemos perdido la fe: por qué España dejará de ser católica 1.644 años después*. El Mundo. <https://ap6r.short.gy/75r1vg>
- Thömmes, K., y Hübner, R. (2022). Why People Press "Like": A New Measure for Aesthetic Appeal Derived From Instagram Data. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 16(3), 437-454. <http://doi.org/10.1037/aca0000331>
- Tschannen, O. (1992). *Les Théories de la sécularisation*. Droz.
- Vaggione, J. M. (2005). Reactive Politicization and Religious Dissidence: The Political Mutations of the Religious. *Social Theory and Practice*, 31(2), 233-255. <https://doi.org/10.5840/soctheorpract200531210>
- Vatican News (2022, 07 de agosto). *Francisco a los evangelizadores "Hechos 29": Vayan a "samaritanear"*. Vatican News. <https://ap6r.short.gy/VbNQJY>
- Vázquez Díaz-Mayordomo, J. L. (2020, 23 de enero). *Hakuna estrena sede "para llevar a Dios a todos"*. Alfa & Omega. <https://ap6r.short.gy/9St0bg>
- Voas, D. (2009). The Rise and Fall of Fuzzy Fidelity in Europe. *European Sociological Review*, 25(2), 155-168. <https://doi-org.may.idm.oclc.org/10.1093/esr/jcn044>
- Watts, G. (2022). The Religion of the Heart: "Spirituality" in Late Modernity. *American Journal of Cultural Sociology*, 10(1), 1-33. <https://doi.org/10.1057/s41290-020-00106-x>
- Wilkins-Laflamme, S. (2022). *Religion, Spirituality and Secularity Among Millennials*. Routledge.
- Yin, R. K. (2013). *Case Study Research*. SAGE.