

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**“Experiencia en la creación de la Pastoral de Comunicación en la
Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango”**

Trabajo de Tesis presentado por

Elena Beatriz Perén Curruchiche

Previo a optar el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora de tesis:

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González

Guatemala, Mayo de 2016.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

DIRECTOR

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Consejo Directivo

REPRESENTANTE DOCENTES

Lic. Mario Campos

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

Publicista Joseph Mena

Publicista Carlos de León

REPRESENTANTE DE EGRESADOS

M.A Johnny Michael González Batres

SECRETARIA

M. Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

TRIBUNAL EXAMINADOR

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González

M.A Marco Julio Ochoa

Lic. César Augusto Paiz

M.A Rosa Idalia Aldana Salguero

Dr. Gustavo Bracamonte

M.A José María Torres



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

032-16

Guatemala, 18 de febrero de 2016
Dictamen aprobación 08-15
Comisión de Tesis

Estudiante

Elena Beatriz Perén Curruchiche

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante Perén:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.1 del punto 1 del acta 03-2016 de sesión celebrada el 18 de febrero de 2016 que literalmente dice:

*1.1 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante Elena Beatriz Perén Curruchiche, **carne 200318134**, el proyecto de tesis: EXPERIENCIA CON RELACIÓN A LA CREACIÓN DE LA PASTORAL DE COMUNICACIÓN DE LA PARROQUIA DE SAN JUAN COMALAPA, CHIMALTENAGO. B) Nombrar como asesor(a) a: M.A. Aracelly Krisanda Mérida González.*

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis





Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

252-16

Guatemala, 30 de mayo de 2016.
Orden de impresión/NR
Ref. CT-Akmg- No. 20-2016

Estudiante
Elena Beatriz Perén Curruchiche
Carné **200318134**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

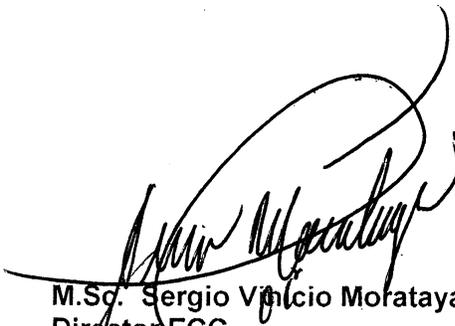
Estimado(a) estudiante **Perén:**

Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título: **EXPERIENCIA EN LA CREACIÓN DE LA PASTORAL DE COMUNICACIÓN EN LA PARROQUIA DE SAN JUAN COMALAPA, CHIMALTENANGO**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,


M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC




M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo
SVMG/AM/Eunice S.

Guatemala, 11 de abril de 2016.
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 17-2016

Estudiante
Elena Beatriz Perén Curruchiche
Carné **200318134**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Perén**:

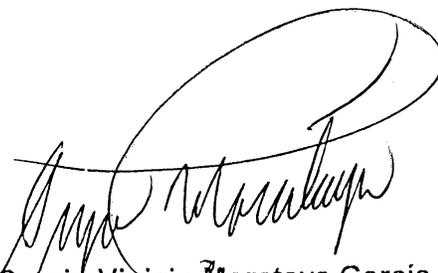
De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: EXPERIENCIA CON RELACIÓN A LA CREACIÓN DE LA PASTORAL DE COMUNICACIÓN DE LA PARROQUIA DE SAN JUAN COMALAPA, CHIMALTENANGO.

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

M.A. Aracelly Krisanda Mérida González, presidente(a).
M.A. Marco Julio Ochoa España, revisor(a).
Lic. César Augusto Paiz Fernández, revisor(a).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS



M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.
Director ECC



M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor.
Dirección.
Archivo.
AM/SVMG/Eunice S.



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Autorización informe final de tesis para impresión

Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.
Ciudad Universitaria, zona 12

Atentamente les informo que el estudiante, Elena Beatriz Perén Curruchiche, Carné 200318134, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es *Experiencia en la creación de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango*.

En virtud de lo anterior se emite DICTAMEN FAVORABLE, a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

"Id y Enseñad a Todos"


Lic. César Augusto Paiz Fernández
Miembro Terna Revisora


M.A. Merdo Julio Ochoa España
Miembro Terna Revisora


M.A. Aracely Mérida
Presidente Comisión Revisora



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

149-16

Guatemala, 28 de abril de 2016.
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
Ref. CT-Akmg- No. 24-2016

Estudiante

Elena Beatriz Perén Curruchiche

Carné **200318134**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Perén**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título EXPERIENCIA EN LA CREACIÓN DE LA PASTORAL DE COMUNICACIÓN EN LA PARROQUIA DE SAN JUAN COMALAPA, CHIMALTENANGO, siendo ellos:

M.A. Aracelly Krisanda Mérida González,	presidente(a)
M.A. César Augusto Paiz Fernández,	revisor(a).
M.A. Marco Julio Ochoa España,	revisor(a)
Licda. Rosa Idalia Aldana Salguero,	examinador(a).
Dr. Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón,	examinador(a).
M.A. José María Torres Carrera,	suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaria del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.
Director ECC




M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: M.Sc. Sergio Morataya.
Archivo.
AM/SVMG/Eunice S.

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910

www.comunicacionusac.org

Autorización informe final de tesis por asesor

Guatemala, 30 de mayo 2016

Comisión de Tesis
Edificio de Bienestar Estudiantil
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12



Me dirijo a ustedes para informarles que el trabajo de tesis de la estudiante Elena Beatriz Perén Curruchiche Carné: 200318134 no tuvo recomendaciones del tribunal examinador a la tesis cuyo título es: **“Experiencia en la creación de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango”**

En atención a lo anterior, me complace informarle que procede extenderle la orden de impresión

Atentamente,

“Id y Enseñad a Todos”


Dra. Aracely Mérida

Asesora

Para efectos legales, la autora es la única responsable del contenido de este trabajo

DEDICATORIA

A DIOS:

Ser supremo que me ha dado el regalo más grande, el don de la vida. Por su fortaleza, amor y bondad, por llenarme de sabiduría para alcanzar mis metas en la vida.

A MIS PADRES:

Samuel Perén y Esperanza Curruchiche, por siempre confiar en mí, darme su apoyo, amor incondicional y ser el mayor ejemplo de admiración e inspiración de mi vida, los amo.

A MIS HERMANAS Y HERMANO:

Gracias por estar conmigo en este momento y apoyarme en cada proceso de mi vida, de cada uno tengo ejemplos dignos de superación, sirva este triunfo para celebrarlo juntos.

A MIS SOBRINOS:

Por ser la alegría que inunda mi corazón al ver su sonrisa, que este triunfo sea motivación para ellos.

A MIS CUÑADOS:

Gracias por su apoyo incondicional y compartir mis momentos de triunfo.

A MIS ABUELOS Q.E.P.D:

Eugenio, Filomena, Lorenzo y Alberta por haber sido base fundamental en mi vida y aun que hoy ya no estén presentes, sé que desde el cielo me acompañan siempre.

A MI ASESORA DRA. ARACELLY MÉRIDA:

Por todas y cada una de sus enseñanzas, guiarme con paciencia, profesionalismo y valioso apoyo incondicional en cada fase de éste proyecto. Personas como usted se agradece haber encontrado en la vida.

A LA GLORIOSA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS:

Casa de estudios donde me forme y vi realizados mis más grandes anhelos.

A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:

Por formarme en sus aulas y hacerme una profesional.

A LOS DOCENTES:

En especial aquellos que entregan su tiempo y conocimiento para formar profesionales de la comunicación con su ejemplo y práctica.

A MIS COMPAÑEROS Y AMIGOS:

Por haber compartido conmigo en más de una ocasión, brindarme su apoyo y hacer de mi tiempo de estudio algo más agradable, siendo ustedes parte de esta meta alcanzada. En especial a Fausto Pichiyá Q.E.P.D sé que desde el cielo lo celebras conmigo.

A MI PAÍS:

Por darme la oportunidad de ser quien soy y darme una formación profesional.

A SAN JUAN COMALAPA:

Tierra bendita llena de riqueza cultural y espiritual que me vio nacer, fuente de inspiración.

A USTED LECTOR:

Gracias por siempre.

Índice

Página No.

Resumen.....	I
--------------	---

Capítulo 1

Anotaciones preliminares

1.1 Introducción.....	1
1.2 Antecedentes	2
1.3 Justificación.....	4
1.4 Descripción y delimitación del tema	5
1.5 Objetivos	5
1.5.1 General.....	5
1.5.2 Específicos	5

Capítulo 2

Anotaciones teóricas

2.1 Municipio de San Juan Comalapa, Chimaltenango.....	6
2.1.1 Historia	6
2.1.2 Medios de comunicación actuales.....	8
2.2 Breve Historia de la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango	9
2.2.1 Conflicto en el seno de la Iglesia Católica de San Juan Comalapa	9

2.2.2 Conflicto en la Parroquia de San Juan Comalapa	10
2.3 Datos relevantes de la Diócesis a la que pertenece la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango.....	11
2.4 La Iglesia y los medios de comunicación	14
2.5 La Pastoral, el Agente de Pastoral y Vida Pastoral de la Iglesia	15
2.5.1 Pastoral.....	15
2.5.2 Agente de Pastoral	16
2.5.3 Relación entre evangelización y pastoral.....	17
2.5.4 Vida Pastoral	17
2.6 La Pastoral de Comunicación en la Iglesia Católica.....	17
2.6.1 ¿Qué es la Pastoral de Comunicación y sus funciones?.....	18
2.6.2 ¿Cómo surge la Pastoral de Comunicación en la Iglesia?.....	19
2.6.3 ¿Cómo será guiado el trabajo de la Pastoral de comunicación?.....	19
2.7 Documentos fundamentales que encaminan el trabajo de la Pastoral de Comunicación.....	20
2.7.1 Decreto Inter Mirifica referente a los medios de Comunicación.....	21
2.7.2 Documento de Aparecida referente a los medios de comunicación y Pastoral de Comunicación	22
2.7.3 Pastoral de Comunicación según el Plan Diocesano de Pastoral.....	23
2.7.4 El Plan Diocesano de Pastoral	24

2.7.5	El Plan Parroquial de Pastoral	25
2.8	Actividad de la Iglesia en torno a los medios de comunicación	
	Social.....	25
2.8.1	Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales.....	25
2.8.2	Temas de las Jornadas mundiales de las Comunicaciones Sociales.	26
2.9	El uso de Internet como herramienta evangelizadora en la Iglesia.	30
2.10	Papa Francisco “El Papa de las redes Sociales”	32
2.11	Comunicación Institucional.....	35

Capítulo 3

Experiencia en la creación de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango.

3.1	La pastoral de Comunicación Diocesana	38
3.2	Proceso de creación de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango	40
3.2.1	Antecedentes	40
3.2.2	Objetivo de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa Chimaltenango.	42
3.3	La identidad conceptual	43
3.3.1	Misión	43
3.3.1	Visión	43
3.3.2	Organigrama	44

3.3.3	Descripción de puestos	44
3.3.4	Alcances de la Pastoral de Comunicación	49
3.3.5	Recursos humanos y materiales	50
3.4	La identidad visual como parte de la identidad institucional	50
3.4.1	Manual Corporativo	51
3.4.1	Nombre - Imagen Institucional	51
3.4.2	Identidad Institucional.....	51
3.4.3	Creación de Logo	51
3.4.4	Sello	55
3.4.5	Colores Institucionales	55
3.4.6	La línea gráfica impresa o papelería	55
3.5	FODA.....	55
3.6	Desafíos.....	57
3.7	Estrategia de comunicación Interna	60
3.7.1	Justificación.....	60
3.7.2	Objetivos	60
3.7.3	Público objetivo	60
3.7.4	El Mensaje	61
3.7.5	Líneas de acción	61
3.7.6	Cronograma o calendario de actividades	62
3.8	Estrategia de Comunicación externa	64
3.8.1	Justificación.....	64
3.8.2	Objetivos	65
3.8.3	Público objetivo	65
3.8.4	El Mensaje	66
3.8.5	Líneas de acción	68
3.9	Medios de comunicación Virtual	70
3.9.1	Internet	70
3.9.2	Red Social Facebook	70
3.9.3	Crear espacios en la web.....	71
3.9.4	Realizar página web.....	71
3.10	Relaciones públicas	71
3.11	Eventos.....	73

3.12 Recursos.....	83
3.13 Presupuesto.....	84
3.14 Documento de Iluminación Doctrinal para la Pastoral de Comunicación	84
Conclusiones.....	85
Recomendaciones.....	86
Referencias bibliográficas	87
E-Grafías.....	88

Resumen

Vivimos en constante cambio, la misión de la iglesia se lleva a cabo en un mundo cambiante, que avanza rápidamente, el escenario actual ha cambiado vivimos sumergidos en una sociedad con retos modernos y muy diferentes de los que se tenían años atrás. Los desafíos son grandes para la Iglesia y se debe recurrir a las nuevas formas de evangelizar.

La tecnología ha facilitado mucho la presencia de la Iglesia en el entorno y está abriendo caminos para utilizar los distintos medios de comunicación que se tiene al alcance, buscando difundir la presencia de Dios en todos los ámbitos.

La Pastoral de Comunicación surge dentro de la Iglesia a raíz de uno de los documentos del Concilio Vaticano II, en latín se llama *Inter Mirífica*, que promueve el trabajo de la Pastoral de Comunicación, la cual tiene dos líneas de acción fundamentales: uno es el uso de los medios de comunicación para evangelizar y el otro la evangelización de los comunicadores.

Debido a ello gracias a iniciativa del Padre Efraín Guantá, se involucró a un grupo de jóvenes para que en conjunto dieran vida a la Pastoral de Comunicación de la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango. Algunos integrantes estudiantes de la carrera en Ciencias de la Comunicación, la cual permitió enriquecer más el trabajo de la pastoral, logrando apoyar las distintas áreas en este tema, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos al servicio de la Iglesia.

El trabajo de la Pastoral de Comunicación es de suma importancia para el municipio de San Juan Comalapa, ya que mediante el trabajo pastoral se puede transmitir la información y crear una comunicación entre los distintos grupos y comunidades.

Por lo anterior, esta monografía describe la experiencia de la autora durante el proceso de creación de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango; es decir se menciona cada una de las etapas de creación, cómo surge la idea, quienes lo conformaron, sus funciones, la identidad visual como parte de la identidad institucional, creación de una

estrategia de comunicación para la Pastoral, las herramientas de comunicación, así como las relaciones públicas que se llevaron a cabo fundamentadas en los Documentos de Iluminación Doctrinal como lo es el Concilio Vaticano II y Aparecida.

Cabe resaltar que todo el proceso fue de enseñanza-aprendizaje, ya que se compartieron muchos conocimientos y experiencias entre los agentes de pastoral, logrando fortalecer el plan y la ejecución de trabajo según la misión, visión y objetivos propuestos.

Capítulo 1

Anotaciones preliminares

1.1 Introducción

La presente tesis trata la experiencia paso a paso de la autora con relación a creación de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango, Santuario Sagrado Corazón de Jesús, tomando en cuenta la misión de la Iglesia y sus directrices eclesiales. Dicha comunidad en su mayoría profesa la fe católica, por lo que el trabajo de la pastoral es indispensable ya que se recalca la importancia del dialogo con el ser humano de hoy y llevarlo al encuentro con Cristo. Una Iglesia que acompaña en el camino de la fe, sabe guiar y formar a sus feligreses en todos los ámbitos. La revolución de los medios de comunicación y de la información forma un desafío grande y apasionante que requiere energías renovadas y una imaginación nueva para transmitir a los demás la belleza divina de Dios.

El presente trabajo monográfico consta de 3 capítulos, en el primer capítulo se detallan los antecedentes, justificación, descripción, delimitación del tema y los objetivos. En el segundo capítulo se desarrollan las anotaciones teóricas: Definición de Pastoral, ¿Qué es la Pastoral de Comunicación?, El Plan Diocesano de Pastoral, Funciones de la Pastoral de Comunicación, Decreto Inter Mirifica sobre los medios de comunicación social, La Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, entre otros.

En el tercer capítulo se detalla paso a paso la experiencia vivida durante la creación de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango, Santuario Sagrado Corazón de Jesús, así mismo el plan Pastoral de Comunicación que se lleva acabo y que puede servir como guía para otra parroquia que desee iniciar esta labor pastoral y evangelización a través de los medios de comunicación. Finalizando con las recomendaciones, conclusiones y las referencias bibliográficas.

1.2 Antecedentes

La pastoral de Comunicación de la parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango inicia con sus primeros pasos el 26 de febrero del año 2011, con la primera reunión convocada por el Padre Edgar Rufino Simón, director de la Radio diocesana de Sololá Chimaltenango, con sede en Panajachel, Sololá, en la que hace la invitación a trabajar y crear la pastoral de Comunicación en cada parroquia de la diócesis, formando a cada uno de los representantes de las parroquias del departamento de Sololá y Chimaltenango en distintos temas sobre los medios de comunicación, radio, tv, páginas web e internet para su buen uso como herramientas de evangelización.

Con el acompañamiento y motivación del Padre Edgar Simón y el apoyo del Padre Efraín Guantá, párroco de la Iglesia de San Juan Comalapa, Chimaltenango se logra dar inicio con el trabajo de la Pastoral de Comunicación dentro de la Iglesia y ser un apoyo incondicional para cada una de las actividades parroquiales.

Analizando un primer acercamiento al documento de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, Aparecida Brasil, mayo 2007, en el segundo capítulo del documento bajo el título “La realidad que nos interpela como discípulos y misioneros”, evidencia la reflexión y descripción de la realidad actual hecha por los obispos de América Latina y el Caribe. Los cambios ocurren constantemente y tienen un alcance global, dichos fenómenos de ciencia y tecnología obtienen una capacidad de manipular la vida de los seres humanos, capacidad de interactuar en tiempo real por medio de los distintos medios de comunicación.

Uno de los eventos más relevantes a éste tema, que al mismo tiempo está relacionado y es motivo de inspiración para el trabajo que la Pastoral de Comunicación de San Juan Comalapa realiza dentro de la parroquia, es la celebración de La Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, que se lleva a cabo cada año en distintos países del mundo desde el año 1967, en la que el Santo Padre brinda un mensaje relacionado a las comunicaciones sociales.

La IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, celebrada en Santo Domingo, en 1992, exhorta a “emplear, bajo la acción del Espíritu creador, la imaginación y creatividad para que de manera pedagógica y convincente el Evangelio llegue a todos. Ya que vivimos en una cultura de la imagen, debemos ser audaces para utilizar los medios que la técnica y la ciencia nos proporcionan...” (N° 29). Con ello compromete el trabajo de la Pastoral de Comunicación como un instrumento o elemento que puede repercutir en la sociedad de manera positiva que se fomente la ética y la vida de fe a través de los medios de comunicación.

Durante el proceso de investigación se tuvo a la vista el Plan Pastoral 89-90 trabajado y presentada por Monseñor Eduardo Fuentes, Obispo de Sololá, en el año de 1989. Plan Diocesano de Pastoral 2013-2020 trabajado y presentado por Monseñor Gonzalo de Villa y Vásquez. Obispo de Sololá – Chimaltenango. Documentos que recogen cada una de las actividades de trabajo de la vida diocesana, cuya temática está relacionada con este estudio. También se consultó el Plan Parroquial Pastoral 2016 -2020 Parroquia San Juan Comalapa. Trabajado y presentada por el Lic. Prbo. Regino MajtzulTeleguario. Actual Párroco del Santuario Sagrado Corazón de Jesús.

Así mismo, el interés se debe a que en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala no existe un documento que se relacione específicamente a la creación de una Pastoral de Comunicación que se fundamente de textos propios de la Iglesia Católica, sin embargo si se han elaborado tres tesis relacionadas con el municipio de San Juan Comalapa las cuales se citan a continuación:

Rigoberto MuchuchCúmez (2015) “Estudio de Opinión acerca de la creación de un periódico en idiomas castellano y kaqchiquel para el casco urbano de San Juan Comalapa” la cual menciona que las formas de comunicación según el documento que fue elaborado por la Comisión de Monografía de la municipalidad de San Juan Comalapa en el año 2006, los vecinos se han comunicado de diferentes formas y han marcado una historia cultural, política y religiosa dentro de la comunidad, por lo que el involucramiento de las nuevas formas de comunicar dentro de la Iglesia es indispensable para la comunidad.

Alan Milktesedek Muchuch Cúmez, (2009) Interferencia del espectro radioelectrónico en el área urbana de San Juan Comalapa, Chimaltenango y la tesis de Miguel Angel Oxlaj Cúmez. (2012) Estudio semiótico de la pared frontal del cementerio de San Juan Comalapa, también fueron consultados para fines del presente trabajo.

1.3 Justificación

San Juan Comalapa, es un municipio devotamente católico, aproximadamente un 80% de sus habitantes profesan su fe de manera intensa, dando como resultado un gran número de vocaciones sacerdotales, religiosas, misioneros y laicos comprometidos quienes trabajan dentro y fuera del país al servicio de la Iglesia.

El inicio de un nuevo caminar en el desarrollo pastoral de la Iglesia, con la llegada de la nueva era de las tecnologías y el mundo de las comunicaciones se ha mostrado una gran expansión ya que no existe un lugar donde no se haga llegar el impacto de los medios de comunicación. Es por ello que en el desarrollo de éste trabajo se recalca la importancia del buen uso de las herramientas innovadoras.

El papa Benedicto XVI en su mensaje “Silencio y Palabra” en la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales en el año 2012, dice “Hay que considerar con interés los diversos sitios, aplicaciones y redes sociales que pueden ayudar al hombre de hoy a vivir momentos de reflexión y de auténtica interrogación, pero también a encontrar espacios de silencio, ocasiones de oración, meditación y de compartir la palabra de Dios”.

Esta tesis da a conocer el proceso de creación de la Pastoral de Comunicación de la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango y a la vez, se puede utilizar como guía o ejemplo para las distintas parroquias católicas que deseen iniciar un servicio basado en comunicar el inmenso amor de Dios en el maravilloso mundo de la comunicación. También, podrá servir como base a los estudiantes y futuros comunicadores que deseen ejercer una labor dentro de la

Iglesia católica, desarrollando los dones que Dios nos ha dado en el campo de la Comunicación. Más que transmitir y compartir los conocimientos académicos adquiridos, se convierte en un servicio al prójimo, ya que quedará plasmada la experiencia de un trabajo pastoral que se fundamenta en documentos concretos como lo es el Concilio Vaticano II y Documento de Aparecida, la cual son considerados como uno de los más relevantes en la misión de la Iglesia Católica de todo el mundo.

1.4 Descripción y delimitación del tema

El presente estudio se circunscribe a la creación de la Pastoral de Comunicación de la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango, Santuario Sagrado Corazón de Jesús, la cual fue creada en el año 2011, con la colaboración de Sacerdotes de la Diócesis de Sololá Chimaltenango y jóvenes activos de la parroquia de San Juan Comalapa quienes participaron de forma voluntaria y activa para su creación.

1.5 Objetivos

1.5.1 General

Describir la experiencia durante la creación de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango.

1.5.2 Específicos

1.5.2.1 Relatar la experiencia del proceso que se llevó a cabo para la creación de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango, tomando como base fundamental los Documentos del Concilio Vaticano II y el Documento de Aparecida.

1.5.2.2 Detallar el plan de comunicación que se elaboró en la recién creada Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango

Capítulo 2

Anotaciones teóricas

En este apartado se describe el municipio y la parroquia de San Juan Comalapa, a la vez se anotan definiciones referentes a la vida pastoral, textos con relación a las bases en las que se fundamenta el trabajo de la Pastoral de Comunicación dentro de la Iglesia Católica, y por último se incluye el tema de la comunicación institucional.

2.1 Municipio de San Juan Comalapa, Chimaltenango

2.1.1 Historia

Su nombre en Kaqchikel “CHI RUY’AL XOT” que significa “Junto a la fuente de los comales” o “Junto a la fuente de los discos de barro” pero tras la “Conquista” los Náhuatl que acompañaban a los invasores lo tradujeron a su propio idioma, llamándole: “Comalapa”

Más adelante cuando la mayor parte de pueblos del país habían sido vencidos por los españoles, llegaron al lugar órdenes religiosas del catolicismo por lo que le adjudicó a la advocación de “San Juan Bautista”, y de ello se compone el nombre “San Juan Comalapa”

Según el Instituto Geográfico Nacional Comalapa se encuentra ubicada sobre el altiplano norte de Chimaltenango a más de 2,115 metros sobre el nivel del mar, con una latitud 14° 44’24 y longitud de 90° o 53’15”, mantiene una temperatura de 18 grados centígrados. Su extensión territorial es de 76 k2.

Colinda al norte con San José Póquil y San Martín Jilotepeque, al sur: con Zaragoza, Santa Cruz Balanyá y Chimaltenango, al este: con San Martín Jilotepeque, al oeste: con Tecpán Guatemala, Santa Apolinia y San José Poaquíl, todo del departamento de Chimaltenango. Se encuentra a 28 kilómetros de la cabecera departamental de Chimaltenango y a 82 kilómetros de la ciudad capital.

La mayor parte de la población es indígena que forma un 95% y la población no indígena el 5%, en la actualidad San Juan Comalapa cuenta con 42 mil habitantes, de acuerdo con los datos del Registro Nacional de las personas (RENAP).

San Juan Comalapa es uno de los municipios con reconocimientos más relevantes a nivel nacional e internacional, debido a las distintas expresiones artísticas como la pintura, tejidos, artesanía, escritores, músicos y compositores, entre los más destacados se encuentra el Insigne maestro Rafael Álvarez Ovalle, compositor de la música del Himno Nacional de Guatemala, Don Andrés Curruchiche, primer pintor primitivista.



Foto: Edgar Apén / Vista Panorámica de San Juan Comalapa, Chimaltenango

2.1.2 Medios de comunicación actuales

Radios que operan en el casco urbano de San Juan Comalapa, Chimaltenango. A continuación un cuadro de ubicación de las radios “Comunitarias” en el casco urbano de Comalapa.

No	Nombres del medio	Frecuencias en que trasmite	Operación	Ubicación
01	Florencia Estéreo	99.7 FM	Activo	Zona 1
02	La Brillante	101.1 FM	No activo	Zona 1
03	Stereo Salem	102.9 FM	Activo	Zona 1
04	Chixot	103.1 FM	No activo	Zona 1
05	Aljaba de Dios	107.5 FM	No activo	Zona 1
06	San Juan Estereo	108 FM	Activo	Zona 1
07	Esperanza	87.7 FM	No activo	Zona 3
08	Unción Stereo	87.7 FM	No activo	Zona 3
09	Hermosa/ Shalóm/Redención	89.9 FM	No activo	Zona 3
10	La pegajosa	94.7	Activo	Zona 3
11	FM Luminosa	96.3	Activo	Zona 3
12	Voz de comalapa	105.5 FM	Activo	Zona 3
13	Amiga Chixot	92.3 FM	Activo	Zona 4

Fuente: Alan Milktsedek Muchuch Cúmez. (2009)

TV por cable

No	Nombres de la empresa	Canal local	No. Canales	Ubicación
01	Cable visión San Juan	02	Sharimá TV Canal 48	Zona 1
02	Cable Chixot	6 10	Florencia TV Sharimá TV	Zona 1

Fuente: Alan Milktsedek Muchuch Cúmez. (2009)

2.2 Breve Historia de la Parroquia San Juan Comalapa, Chimaltenango

El Plan Parroquial de Pastoral. Parroquia San Juan Comalapa, Santuario Sagrado Corazón de Jesús (2016-2020) indica que el nombre de la parroquia data del período hispánico, bajo la advocación de San Juan Bautista, se le denominó como San Juan Comalapant con variantes, luego se le denominó San Juan Bautista.

“En el año de 1994, con la indicación que pertenecía al Archivo Arzobispal, se publicó un documento firmado por Fray Francisco de Zuaza de fecha 8 de junio de 1689, conteniendo una descripción de los conventos que pertenecían a la religión franciscana y que , en lo conducente, dice “CONVENTO DE SAN JUAN COMALAPA”

“En la crónica de la provincia del Santísimo Nombre de Jesús de Guatemala, Fray Francisco Vásquez de Herrera a fines del siglo XVII, escribió que a raíz de la real cédula expedida en Madrid el 3 de marzo de 1578, el Presidente García de Valverde dispuso reedificar el convento de Comalapa”

“El arzobispo de Guatemala, doctor don Pedro Cortéz y Larraz, es su Descripción Geográfico Moral de la Diócesis de Guatemala que visitó de 1968 a 1,770 y que constituye el mejor monumento a su agudeza, análisis y crítica, por constituir una relación paciente y concienzuda de la realidad que vio, asentó con respecto a la entonces parroquia de Comalapam. (PP 2016. p 12)

2.2.1 Conflicto en el seno de la Iglesia Católica de San Juan Comalapa

OxlajCúmez (2012, p. 39) menciona que el catolicismo vino articulado con la invasión española. Fue una invasión no solamente militar, sino política, económica, cultural y religiosa. Desde esa época la religión católica fue acentuando en la vida cotidiana de los kaqchiqueles.

“A pesar del brutal asedio religioso, que incluyó la masacre de los sacerdotes así como la quema indiscriminada de los códices mayas, el pueblo kaqchikelde Chixot logró mantener viva su religiosidad ancestral. Ya en el seno del catolicismo, surgió la figura del “Cofrade y de las Texeles”, que no es, sino la

forma en que se sobrevivió antigua manera de organización de los kaqchikeles”
OxlajCúmez (2012, p:39)

Texeles de San Juan Comalapa



Foto: Edgar Apén

2.2.2 Conflicto en la Parroquia de San Juan Comalapa

Según, el Plan Parroquial Pastoral (2016 -2020) existían dos templos en los cuales por varios años acogieron a los católicos del municipio. No obstante el 28 de diciembre de 1976, surge un conflicto entre los dirigentes y grupos de la Acción Católica y Apostolado de la Oración, el cual fue lamentable ya que hubo agresiones verbales y físicas.

Por un tiempo el grupo de la Acción católica y Apostolado de la Oración se quedaron sin lugar donde celebrar la Eucaristía, al ser expulsados por los cofrades del Templo Parroquial. Pero el Obispo Angélico Melóto le asignó a un sacerdote para que fueran atendidos. Con el paso del tiempo estuvieron celebrando la Misa en distintos lugares, hasta que se organizó un comité pro-compra del predio y construcción del templo, que ocupa a hora el Santuario Sagrado Corazón de Jesús.

Después del terremoto del año 1976, todo fue destruido y fue entonces cuando hubo ayuda internacional de Adveniat para la construcción del templo actual

Santuario Sagrado Corazón de Jesús. En 1988 Monseñor Eduardo Fuentes, Obispo de la diócesis pidió un acercamiento entre los miembros de los dos templos, reconciliación que se logró con el apoyo de Padre Juan Boyle. Nuevamente se convivió en los templos Iglesia San Juan Bautista y Sagrado Corazón de Jesús, teniendo solamente un Párroco y vicarios para las dos Iglesias.

El Plan Parroquial Pastoral (2016 -2020) relata que en septiembre de 2005, siendo el Párroco Padre Eleobardo Tuyuc, surge nuevamente otro conflicto entre miembros del Templo San Juan Bautista da inicio a un cisma cuando “unos sacerdotes suspendidos, encabezados por Eduardo Aguirre, quienes posteriormente fueron excomulgados, introdujeron la religión no católica fundada por el mencionado sacerdote: “Comunión Ecuuménica Santa María del Nuevo Éxodo”. De modo que en la actualidad existe como único Templo católico parroquial el Santuario Sagrado Corazón de Jesús”.

2.3 Datos relevantes de la Diócesis a la que pertenece la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango

San Juan Comalapa es parte de la Diócesis de Sololá Chimaltenango, la cual es una de las diócesis que ha dado más vocaciones sacerdotales en Guatemala. Su estructura es la siguiente:

- **Monseñor Gonzalo de Villa y Vásquez, sj, Obispo de Sololá-Chimaltenango.**
- Erección Canónica : 15 de marzo de 1951
- Santa Patrona: Nuestra Señora de los Dolores
- Estadística año 2016

1.	Área que cubre	3,040 km
2.	Departamentos	Sololá y Chimaltenango
3.	Habitantes	1,170,969 (2014)
4.	Parroquias	39
5.	Sacerdotes	112 (2015)

7.	Sacerdotes religiosos	4
8.	Hermanos	2
9.	Diáconos	3 (2016)
10.	Religiosas	120
11.	Ministros Extraordinarios de Eucaristía	600 (2011) Actualmente no se ha contabilizado
12.	Seminaristas Mayores	78 (2016)
13.	Seminaristas Menores	46 (2016)

Fuente: CURIA Diócesis de Sololá Chimaltenango

2.3.1 La Diócesis en el tema del uso de los medios de comunicación Social

No se puede decir, que la diócesis está en cero en el tema de comunicación social, ya que cada parroquia está involucrándose de una u otra manera en los medios a través de la tecnología. Se cuenta también con emisoras católicas como: Radio Diocesana “Activa” 92.5 FM, Radio Sololá 89.3, Radio Renacer 78.3, Radio Carisma 102.5 FM. Así mismo, cables locales en los distintos municipios que dan espacios a programas exclusivos de la parroquia.

Por ejemplo una de las parroquias que está trabajando activa y arduamente impulsando el buen uso de los medios de comunicación es la Parroquia de Santiago Atitlán, Sololá a través del canal “TV Apóstol”. En una entrevista realizada en febrero 2016 al Lic. Padre Bartolo Chavajay, asesor del grupo que está al frente del canal, indica: “Tele Apóstol es un medio de comunicación social eminentemente eclesial para fortalecer la misión evangelizadora de la Iglesia y dar así alcance novedoso y atractivo al mensaje de Jesucristo. Es un canal de televisión que nace y funciona actualmente en la parroquia de Santiago Apóstol, Santiago Atitlán en el Canal 31 para el servicio especialmente de toda la comunidad cristiana católica y para quienes desean sintonizar su señal”.

TV Apóstol surgió por un grupo de jóvenes quienes por iniciativa personal y vocación de servicio decidieron trabajar voluntariamente en este campo de la

comunicación para la Iglesia. Más adelante su organización se consolidó de tal manera que para su integración cada comunidad y grupo parroquial envía un representante que será parte del equipo, quienes se comprometen a trabajar con responsabilidad y compromiso durante dos años, sin dejar de participar activamente en su comunidad o grupo que representa.

No estamos en cero, pero tampoco podemos decir que estamos a nivel de otras diócesis, no hemos aprovechado todos los medios de comunicación que en la actualidad tenemos a nuestro alcance. Hace falta motivar y concientizar al presbiterio, religiosas y laicos que quieran trabajar y anunciar el Evangelio de Jesucristo en el ámbito de los medios de comunicación. Hace falta que tanto en nuestra diócesis de Sololá Chimaltenango, como en las demás más diócesis a nivel nacional aprovechen todo los recursos que nos brindan los medios de comunicación, permitiendo realizar lo que el Santo Padre Francisco nos dice: “La iglesia debe salir a la calle a evangelizar”.

En nuestra Diócesis hace falta retomar nuevamente el tema de la creación de la Pastoral de Comunicación y echar andar lo que el Plan Diocesano de Pastoral 2016 -2020 indica. Actualmente San Juan Comalapa es la única parroquia de la Diócesis que siguió la línea de crear una Pastoral de Comunicación que está trabajando y que ha perseverado desde su creación, actualmente tiene 5 años de trabajo pastoral.

Hace falta el gusto de escribir un tema, un artículo, preparar una estructura de un programa de televisión o radio en la que muchas veces se ofrecen espacios, pero por la falta de tiempo o desconocimiento no se aprovecha, concluyó el Lic. Padre Bartolo Chavajay.

En entrevista realizada el 5 de febrero del año 2016 al Padre Lester García, de la oficina de comunicación del Arzobispado de Guatemala, indica “En nuestra arquidiócesis de Santiago, la pastoral de medios de comunicación, funciona solamente para tres actividades: Semana Santa, el día del comunicador y alguna actividad extraordinaria. Se requiere fortalecer esta pastoral”. No obstante hace referencia a que por parte del Arzobispado la Oficina de Comunicación está más

activa y cuenta con lo necesario para poder informar del acontecer pastoral de la Arquidiócesis.

Por lo anterior son muy pocas las parroquias en todo el país que cuentan con una pastoral de comunicación concreta, por lo que es necesario consolidar y motivar tanto a la Jerarquía de nuestra iglesia en Guatemala, como laicos para ser parte de un mundo digital en la que la evangelización puede llegar a más personas que aún no conocen el amor de Dios, concluyó el Padre Lester García.

2.4 La Iglesia y los medios de comunicación

Con relación, a la comunicación en el sitio de internet <http://es.catholic.net/> indica que “La comunicación es esencial en el ser humano, no es una capacidad exclusiva del hombre, pero el lenguaje nos diferencia de los animales y nos coloca en el mundo como seres superiores”.

Entendemos la comunicación como un proceso de transmisión y percepción de un mensaje que supone una elaboración o codificación y una comprensión o decodificación. Este proceso debe llevar a la interacción, aun cuando sea a través de medios masivos o de los que ahora conocemos como virtuales, de modo que propicie la comunión entre las personas. En esta perspectiva, el hecho comunicativo más consumado es el que se da en el amor”<http://es.catholic.net/>

Con relación, a los medios de comunicación son instituciones que trabajan para informar a la sociedad, hechos relevantes en el ámbito nacional e internacional. Cebrián (1981: p.216) indica que son “sistemas de transmisión de informaciones a un público numeroso, disperso y heterogéneo mediante instrumentos técnicos: prensa, cine, disco, radio, televisión, entre otros.

La Iglesia lo fundamenta por medio del Concilio Vaticano II, en el capítulo Decreto sobre los medios de Comunicación social, (1966:p. 410) hace referencia a los maravillosos inventos que el ingenio humano con la ayuda de Dios posee. “Entre tales inventos sobresalen aquellos medios que por su naturaleza no sólo pueden llegar y mover a cada uno de los hombres, sino

a las multitudes y a toda la sociedad humana: como la prensa, el cine, la radio, la televisión y otros semejantes que, por ello, pueden llamarse con razón medios de comunicación social”

2.5 La Pastoral, el Agente de Pastoral y Vida Pastoral de la Iglesia

2.5.1 Pastoral

En el folleto de estudio de Formación Pastoral “Santo Hermano Pedro” (SC 2011. p 2) ,señala que la palabra “Pastoral” se deriva de la palabra pastor, basándose en la eclesiología del Vaticano II y en el ministerio de Jesús quien es fundamento absoluto de toda pastoral. La cual describe la pastoral de la manera siguiente:

- Es el Ministerio de la Iglesia, Pueblo de Dios, que bajo el impulso del Espíritu Santo, actualiza la praxis evangelizadora de Jesús, orden a la autoedificación de ella misma y la extensión del Reino de Dios en el mundo.
- Es el Ministerio el “gran servicio” por el cual la Iglesia, servidora por naturaleza, se expresa como comunidad de servidores, convirtiéndose en signo de Aquél que no vino a ser servido sino a servir. (cfMc10, 45)
- La Pastoral de la Iglesia, Pueblo de Dios: significa que dicho ministerio no es exclusivo de la jerarquía, sino de todos los miembros de la comunidad creyente, cada cual desde sus carismas y vocación específica.
- La Pastoral es una labor que Dios realiza al impulso de su Espíritu Santo, principal Agente, a través de la cooperación libre y responsable del hombre y la mujer creyente. Formación Pastoral “Santo Hermano Pedro” (SC 2011. p 2)
- La Pastoral actualiza la tarea evangelizadora de Jesús, “Evangelio viviente del Padre”, es el “Modelo”, la norma suprema del ministerio pastoral de la Iglesia. De modo que todo y solo aquello que logre hacer presente a Jesús y su praxis, merece el calificativo de “Pastoral”
- La pastoral se realiza en orden a la autoedificación de ella misma, muchas acciones son orientadas hacia dentro, pues la Iglesia necesita

evangelizarse así misma permanentemente, celebrar su fe y expresarla en la comunión y el servicio.

- La pastoral es la implantación del Reino de Dios en el mundo, para hacer efectivo el señorío (reinado) del Padre en la historia, en la humanidad y en el corazón de cada ser humano. Esa fue la causa de Jesús, su prioridad absoluta, su gran utopía y debe ser también la causa de la Iglesia. Folleto Formación Pastoral “Santo Hermano Pedro” (SC 2011. p 2)

El Reverendo Jorge Bravo C. en el sitio de internet (<http://www.angelfire.com>) en sus apuntes teológicos define la Pastoral de la siguiente manera:” La pastoral es un ministerio, servicio o área de trabajo en la iglesia. Es un servicio fraternal hecho en y por Jesucristo a favor de nuestro prójimo. Tiene como propósito generar la conversión de la persona o personas a Jesucristo, buscando lograr en ella o ellas una vida nueva, una nueva dimensión de su humanidad con respecto al reino de Dios, para que puedan alcanzar y gozar la plenitud de la vida.” A la vez detalla que para ejercer la pastoral se requiere las siguientes condiciones:

- Capacidad para el cuidado personal, interés, preocupación, seguimiento.
- Capacidad de asesorar, dirigir, estimular, impulsar, discernir donde está el otro.
- Tener en cuenta que la relación debe ser interpersonal, humanizante.
- Considerar que el centro de la pastoral es la personalidad humana, y que ésta es íntegra, global, e inagotable. (<http://www.angelfire.com>)

2.5.2 Agente de Pastoral

El folleto de formación “Santo Hermano Pedro” (2011, p: 4) anota que la palabra “Agente, proviene del latín agens y significa: el que hace, el que condice, guía, pone en movimiento”. Un agente es aquella persona que obra en poder de otro o que tiene a su cargo una encomienda y la autoridad para gestionar asuntos ajenos. “Agente de pastoral es cada miembro de la Iglesia, sacerdote, religioso, religiosa o laico, a quien se le asigna tareas o funciones específica en orden a realizar el ministerio pastoral de la Iglesia”

2.5.3 Relación entre evangelización y pastoral

Este mismo folleto de formación Santo Hermano Pedro(2011, p:4)indica que “evangelización es el anuncio de la Buena Nueva del Reino y del amor del Padre, que se manifiesta en Cristo muerto y resucitado, para salvarnos del pecado. Agrega que “La Evangelización es una y única, la pastoral es diversa y con variedad de métodos. El ministerio pastoral es el instrumento o el canal, el Evangelio es fuente. De ahí que lo más importante no sea realizar acciones, sino evangelizar a través de ellas”.

2.5.4 Vida Pastoral

San Juan Pablo II (1989) enfoca el trabajo de la vida pastoral en la nueva evangelización. En pastores y fieles surge la necesidad y la responsabilidad de obedecer al mandato de Cristo: Vayan por todo el mundo y proclamen la buena nueva a toda la creación” Renovando su empuje misionero. La iglesia no solo transmite ideas, valores, espiritualidad sino también está dada al servicio a la comunidad, principalmente en el año que el Santo Padre Papa Francisco ha decretado en toda la Iglesia el año Jubilar de la Misericordia y vivir así la vida pastoral desde la Misericordia hacia los demás.

El objetivo de la vida pastoral es que toda persona, en cualquier condición alcance la plenitud de la vida por medio de la persona de Jesucristo. Para poder realizar una tarea eficaz y de calidad hacia el servicio del otro es que nos coloquemos nosotros mismos como sujetos de pastoral, comprendiéndonos nosotros mismos para poder así comprender y servir a los demás.

2.6. La Pastoral de Comunicación en la Iglesia Católica

Cuando se habla de pastoral, se refiere a toda la actividad evangelizadora de la iglesia desde diferentes dimensiones, así como se habla de una pastoral familiar que va dirigida directamente a las familias o pastoral juvenil que se dirige hacia los jóvenes, la pastoral de comunicación se dirige al trabajo y el buen uso que se debe hacer de los medios de comunicación social para el apostolado de la Iglesia católica.

2.6.1 ¿Qué es la Pastoral de Comunicación y sus funciones?

.El Presbítero Agustín Beltrán en la página web (<https://es.catholic.net>) indica que la “Pastoral de Comunicación tiene como finalidad, el ser informadora y formadora del uso y manejo de los nuevos lenguajes tecnológicos que brindan los medios de comunicación actuales, fomentando así el espíritu de comunión señalado insistentemente por el Magisterio eclesial, ampliando los horizontes del diálogo con la sociedad y las nuevas culturas, al mismo tiempo que promueve una imagen de Iglesia acorde a los nuevos tiempos, siempre nueva y siempre fiel a sus principios”.

“La función de la Pastoral de Comunicación es promover todo aquello que se posibilite prolongando la capacidad de comunicarse entre los seres humanos. El buen uso de los medios tecnológicos para producir, comunicar, promover y favorecer los programas que respeten la dignidad de la persona. Así también la Pastoral de Comunicación está al servicio de las demás pastorales logrando el anuncio de Jesucristo y su mensaje”. <https://es.catholic.net>

La pastoral de la comunicación es una pastoral transversal, es decir, que en todas las pastorales es necesaria la reflexión sobre la comunicación y sobre la incorporación de lenguajes y medios nuevos en el campo pastoral, por ello la Iglesia impulsa una pastoral específica que atienda y dé respuestas, desde la fe en Jesucristo.

En otras palabras la pastoral de la comunicación es el diálogo que los creyentes deben de mantener y nace de la exigencia de fidelidad al mandato de Jesucristo de anunciar el Evangelio a todo el mundo y a todas las culturas. (<https://es.catholic.net>)

“La Trinidad es comunicación y comunión eterna. El Hijo, enviado por el Padre es la Palabra, el Mensaje, la decodificación fundamental de la existencia humana. La Iglesia, identificada con su fundador, tiene como identidad y misión el hecho comunicativo para la comunión no sólo al interno de la misma sino para promoverla entre todos los hombres. El proceso vivo de comunicación y comunión se garantiza con la acción del Espíritu Santo, Él mismo fruto y signo fundamental del amor de Dios. Jesucristo es el Comunicador y Perceptor

perfecto. Él constituye, en su vida humana, además del signo auténtico, el modelo coherente del perfecto comunicador por sus palabras y actuaciones” (<https://es.catholic.net>)

2.6.2 ¿Cómo surge la Pastoral de Comunicación en la Iglesia?

Surge a raíz del Concilio Vaticano II, iniciando oficialmente dentro de la Iglesia por medio de uno de los documentos elaborados llamado en latín “Inter Mirífica” sobre los medios de comunicación social. Dicho documento promueve la creación de la Pastoral de Comunicación la cual tiene dos dimensiones generales, una es el uso de los medios de comunicación social para evangelizar y el otro es la evangelización de los comunicadores.

La urgencia de aprovechar al máximo los medios de comunicación para la evangelización es el inicio de la creación, un ente dentro de la Iglesia que se encargue de difundir el mensaje de Jesucristo por medio de las nuevas herramientas innovadoras.

2.6.3 ¿Cómo será guiado el trabajo de la Pastoral de Comunicación?

Es indispensable el apoyo de todos los miembros de la Iglesia para que el trabajo pastoral sea llevado a cabo según las diversas necesidades de las parroquias. En el documento de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, Aparecida, mayo 2007, en el capítulo 10 “Nuestros pueblos y la Cultura” No. 10.3 “Pastoral de Comunicación” se encuentra establecido los lineamientos y el compromiso que los Obispos realizan para que el trabajo de la Pastoral de Comunicación sea fructífera para la evangelización.

En el Documento de Aparecida (2007,pp: 155-156) “. Se menciona los compromisos de los obispos, quienes indican que a fin de formar discípulos y misioneros en este campo, se comprometen a acompañar a los comunicadores, procurando:

- a) Conocer y valorar esta nueva cultura de la comunicación.
- b) Promover la formación profesional en la cultura de la comunicación de todos los agentes y creyentes.

- c) Formar comunicadores profesionales competentes y comprometidos con los valores humanos y cristianos en la transformación evangélica de la sociedad, con particular atención a los propietarios, directores, programadores, periodistas y locutores.
- d) Apoyar y optimizar, por parte de la Iglesia, la creación de medios de comunicación social propios, tanto de los sectores televisivo y radial, como en los sitios de Internet y en los medios impresos.
- e) Estar presente en los medios de comunicación social: prensa, radio y TV, cine digital, sitios de Internet, foros y tantos otros como sistemas para introducir en ellos el ministerio de Cristo.
- f) Educar la formación crítica en el uso de los medios de comunicación desde la primera edad.
- g) Animar las iniciativas existentes o pro crear en este campo, con espíritu de comunión.
- h) Suscitar leyes para promover una nueva cultura que proteja a los niños, jóvenes y a las personas más vulnerables, para que la comunicación no conculque los valores y, en cambio, cree criterios válidos de discernimiento.
- i) Desarrollar una política de comunicación capaz de ayudar, tanto las pastorales de comunicación como los medios de comunicación de inspiración católica, a encontrar su lugar en la misión evangelizadora de la Iglesia. Documento de Aparecida (2007, pp: 155-156)

2.7 Documentos fundamentales que encaminan el trabajo de la Pastoral de Comunicación

Como toda institución existen documentos que sirven como guía para cada uno de los pasos que se realizan para alcanzar los fines propuestos. De la misma manera la Iglesia Católica posee documentos muy relevantes que han sido elaborados para marcar el rumbo o el camino a seguir como Iglesia.

2.7.1 Decreto Inter Mirifica referente a los medios de Comunicación

Según lo describe la enciclopedia digital Cecilia (2011) Inter Mirifica fue aprobado con una votación de 1960 a 164 de los obispos presentes y promulgado el 4 de diciembre de 1963 por el Papa Pablo VI durante el Concilio Vaticano II, es uno de los nueve decretos conciliares que trata sobre los medios de Comunicación Social. Las Palabras “Inter mirifica” significa “entre lo maravilloso” y son las primeras letras del documento.

El documento “Inter Mirífica” en su capítulo 1, numeral 3 hacer referencia al uso urgente de los medios de comunicación para la evangelización “La Iglesia católica, fundada por Cristo el Señor para llevar la salvación a todos los hombres y, en consecuencia, urgida por la necesidad de evangelizar, considera que forma parte de su misión predicar el mensaje de salvación, con la ayuda, también, de los medios de comunicación social, y enseñar a los hombres su recto uso.

El documento “Inter Mirífica” en el capítulo 2, numeral 13, recalca que todos los miembros de la Iglesia Católica deben incluir los medios de comunicación dentro su apostolado. “Por consiguiente, apresúrense los sagrados Pastores a cumplir su misión, ligada estrechamente en este campo al deber ordinario de la predicación; también los laicos que participan en el uso de estos medios tienen que esforzarse por dar testimonio de Cristo, en primer lugar, realizando su propia tarea con competencia y espíritu apostólico; es más, prestando por su parte ayuda directa a la acción pastoral de la Iglesia con las posibilidades que brindan la técnica, la economía, el arte y la cultura.”

Así mismo, el documento de Inter Mirífica, indica de cómo debe regirse el trabajo pastoral de comunicación en todas las diócesis del mundo Capítulo 2, numeral 20 “Corresponderá a los obispos supervisar y promover estas obras e iniciativas en sus propias diócesis y, en cuanto atañen al apostolado público, ordenarlas, sin excluir las que están dirigidas por los religiosos exentos.”.

El numeral 21 del mismo documento indica que “Como la eficacia del apostolado para toda una nación requiere unidad de propósitos y de esfuerzos, este santo Sínodo establece y manda que en todas partes se constituyan y se apoyen con todos los medios secretariados nacionales para la prensa, cine, radio y televisión.

Misión de estos secretariados será, sobre todo, procurar que la conciencia de los fieles sobre la utilización de estos medios se forme rectamente así como fomentar y organizar todo lo que los católicos realiza en este campo. En cada nación ha de confiarse la dirección de estos organismos a una comisión especial de obispos, o a un obispo delegado; en estos organismos han de participar también laicos expertos en la doctrina católica y en los propios medios”

Inter Mirifica enfatiza que los miembros de la iglesia deben mantener un cierto nivel de integridad y responsabilidad en cada una de las noticias, el reportero tiene la responsabilidad de redactar y decir la verdad sobre algún tema determinado, sobre todo asegurarse de que el tema sea apropiado para ser reportado a las masas. Así mismo que las personas que reciben las noticias tienen la responsabilidad de asegurarse que el reporte proviene de una fuente confiable.

La iglesia ha publicado el documento *Communio et Profectio* (1971) y *Aetatis Novae*, en 1992, dichos documentos son adicionales a Inter Mirifica de la cual tratan sobre la importancia de los medios de comunicación en la evangelización de la Iglesia.

2.7.2 Documento de Aparecida referente a los medios de comunicación y Pastoral de Comunicación

El documento realizado por la V Conferencia general del Episcopado Latinoamericano y del Caribe. Aparecida, Brasil 2007. En el capítulo relacionado a la Pastoral de Comunicación Social indica que la Iglesia va evolucionando a la par del contexto histórico, cultural y tecnológico de los diversos medios o instrumentos de comunicación.

Por tal motivo dicho documento en su capítulo 10, numeral 10.3 “Pastoral de Comunicación” hace una reflexión y un llamado a ser discípulos y misioneros de Cristo, comunicando y usando los diversos medios a nuestro alcance, según los lineamientos del Concilio Vaticano II.

Justo Ariel Beramendi, en su publicación “La Comunicación en el documento de aparecida” (<http://iglesiaycomunicacion.blogspot.com>. 2004). Enfatiza que para

profundizar el tema de la comunicación de Aparecida se puede esquematizar en cinco apartados.

- 1) Contexto actual (Globalización debido a los medios de comunicación)
- 2) Nuevas oportunidades ofrecidas por las nuevas tecnologías.
- 3) Riesgos
- 4) Pastoral
- 5) La opinión pública y la Iglesia.

El documento de Aparecida dio la grata sorpresa al dar a conocer la reflexión que los obispos del continente daban sobre la importancia de los distintos medios de comunicación y el trabajo que la Pastoral de Comunicación debe realizar en la misión y evangelización de la Iglesia, ya que cuando se evangeliza se comunica y cuando se comunica se evangeliza.

2.7.3 Pastoral de Comunicación según el Plan Diocesano de Pastoral

Rafael González Beltrán, religioso y sacerdote paulino. Licenciado en Ciencias de la Comunicación describe en la página web (<http://www.vidapastoral.com>) desde el Concilio Vaticano II hasta la actualidad la Iglesia ha notado la importancia de la comunicación y de los medios, en tal medida se está sumergiendo utilizando su potencial en todos los ámbitos de la vida eclesial. De tal manera impulsa la creación de la pastoral de comunicación como la actividad de la Iglesia que acompaña y anima la evangelización y la formación para el buen uso y manejo del trabajo pastoral a través de los distintos medios existentes e innovadores.

Desarrollar un Plan de Comunicación comprende cuatro fases: **1) Análisis:** donde se profundiza la identidad de la institución, el contexto social y los públicos con los que se relaciona. Es un primer mapa que ayuda a identificar carencias, capacidades, oportunidades, etc. **2) Programa:** se refiere a la creación de una estrategia comunicativa limitada a un determinado tiempo. En realidad, el plan puede explicitarse en varios programas. **3) Realización:** es la puesta en práctica de las actividades planeadas para alcanzar los objetivos visualizados. **4) Evaluación:** quiere hacer evidentes los alcances del trabajo con base en los objetivos programados.

El Plan Diocesano de Pastoral de la Comunicación debe ser un espacio para el trabajo de todos los agentes involucrados en la misión y no sólo para los responsables de dicha pastoral.

2.7.4 El Plan Diocesano de Pastoral

Monseñor Gonzalo de Villa, actual Obispo de la Diócesis de Sololá Chimaltenango, en el Plan diocesano de pastoral 2013 - 2020 define el Plan Diocesano de Pastoral, como el trabajo y el esfuerzo de muchos laicos y sacerdotes, religiosas y seminaristas que de una u otra manera han colaborado para que dicho plan se lleve a cabo.

El plan diocesano es un documento o instrumento que recoge las distintas necesidades y propuestas pastorales, dicho proceso se requiere de una comunicación eficaz antes, en la elaboración, la aplicación, acompañamiento en las distintas acciones que guiará a cada una de las pastorales que conforman los ejes fundamentales de una diócesis y sirve de base o guía del que hacer para las múltiples actividades o iniciativas que se realiza dentro y fuera de la Iglesia, con el fin último de consolidar el trabajo pastoral orgánico acción de fidelidad al Evangelio que responda al espíritu de unidad que por vocación debe reinar en la iglesia.

Monseñor Gonzalo de Villa afirma que un elemento fundamental para la creación del Plan Diocesano de Pastoral para la Iglesia en América Latina, ha sido la V conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, en la que el Papa Francisco, entonces cardenal Bergoglio, fue el presidente de la comisión de redacción. Dicha actividad fue inaugurada por el papa Benedicto XVI en Aparecida, Brasil, en el año 2007. En el documento de Aparecida se trazan las líneas de acción que retan e inspiran a las iglesias particulares de América Latina. Se lanza como tarea y reto a todas las iglesias particulares del continente la misión de los proyectos de la nueva evangelización

Monseñor Eduardo Fuentes, Obispo de Sololá (1989) define el plan pastoral como un patrimonio de la riqueza espiritual con que Dios bendice a una diócesis, ya que es un instrumento que permite trabajar en una pastoral orgánica en conjunto, como debe de ser la misión y participación de la Iglesia.

2.7.5 El Plan Parroquial de Pastoral

El Padre Regino MajtzulTeleguario, Párroco de la Iglesia Católica de San Juan Comalapa, en el libro de Plan Parroquial de Pastoral 2016 – 2020 Santuario Sagrado Corazón de Jesús, indica que un Plan Parroquial se une al llamado diocesano que invita a que cada parroquia contenga su propio material y guía de trabajo, siguiendo las directrices de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, Aparecida, donde se traza el camino misionero según la identidad propia del cristiano comprometido en la evangelización. El Plan Parroquial es elaborado por las distintas pastorales, grupos y comunidades de una parroquia y contiene los ejes o áreas de trabajo que se ejecutarán durante un período determinado. En el Área Pastoral: “Inculturación” contiene el eje de trabajo de la Pastoral de Comunicación.

2.8 Actividad de la Iglesia en torno a los medios de comunicación Social

En cada una de las Diócesis y parroquias se llevan a cabo diferentes actividades, tales como conferencias, talleres, documentos que son elaborados por comisiones de la Pastoral de Comunicación para el mejor aprovechamiento de los medios de comunicación, pero hay una que a nivel general se lleva acabo cada año y es la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales.

2.8.1 Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales

La Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de la Iglesia Católica tiene sus inicios en el año 1967 y fue constituida por expresa voluntad del Concilio Vaticano II. Dicha actividad es celebrada en numerosos países, por recomendación de los obispos de todo el mundo. (Inter Mífica, Art, 18; Instrucción Pastoral Comunión y progreso No. 100 y 167) El sumo pontífice realiza una reflexión para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, la cual tradicionalmente se publica el 24 de enero de cada año, con motivo de la festividad de San Francisco Sales, patrono de los periodistas y escritores, el cual guía, anima y acompañar el que hacer de todas las pastorales de comunicación del mundo

Hidalgo (Catholic.net, 2015) hace referencia a los objetivos que fueron fijados por el Concilio Vaticano II para la Jornada mundial de las Comunicaciones Sociales:

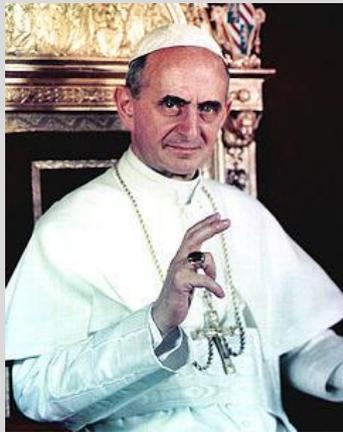
1. La Formación de las conciencias frente a las responsabilidades que incumben a cada individuo, grupo o sociedad, como usuarios de estos medios.
2. La invitación dirigida a los creyentes, a rezar para que dichos medios sean empleados conforme al diseño de Dios sobre la humanidad.
3. El estímulo dado a los católicos para sostener, con su generosidad, en un gesto de solidaridad de toda la comunidad eclesial, los gastos que exige el empleo de los medios de comunicación social en la Evangelización y en el progreso de los pueblos. (La colecta de esta Jornada, ha sido la única que creó y recomendó el Concilio Vaticano II)
4. Poner de relieve el papel de quienes trabajan en este sector. Hidalgo (Catholic.net, 2015)

2.8.2 Temas de las Jornadas mundiales de las Comunicaciones Sociales

Desde el año 1967 el mensaje del Santo Padre en estas jornadas hace una reflexión ante diversos temas que son relevantes ante necesidades del ser humano, dando una orientación, guía y acompañamiento en los distintos cambios sociales. Los temas tratados en estas jornadas son:

PAPA PABLO VI

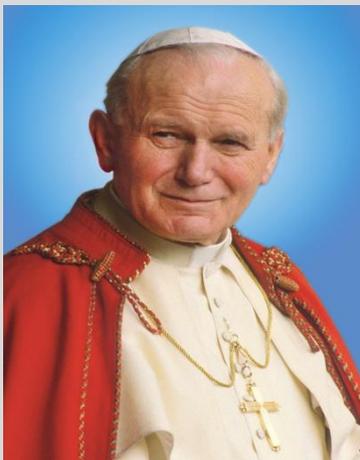
1963 – 1981



Año	Mensaje Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales
1967	La transformación socio-política del mundo y los medios de comunicación Social
1968	Los medios de comunicación para el desarrollo de los pueblos
1969	La incidencia en la familia de los medios de comunicación social.
1970	Las expectativas de los jóvenes y los medios de comunicación social en el año mundial de la educación
1971	Los medios de comunicación social, camino privilegiado de la comunión entre los hombres.
1972	Los medios de comunicación social al servicio de la verdad.
1973	Los medios de comunicación social para la afirmación y promoción de los valores espirituales.
1974	La evangelización del mundo contemporáneo y los medios de comunicación
1975	Los medios de comunicación social y la reconciliación de los hombres
1976	Los medios de comunicación social ante los derechos y deberes fundamentales del hombre.
1977	La publicidad en la comunicación social y la reconciliación de los hombres.
1978	El hombre como receptor de las comunicaciones sociales: esperanzas, derechos, deberes.
1979	Las comunicaciones sociales por la tutela y promoción de la infancia en la familia y en la sociedad.
1980	Función de las comunicaciones sociales y deberes de la familia.
1981	Las comunicaciones sociales al servicio de la libertad responsable del hombre.

PAPA JUAN PABLO II

1982 – 2005

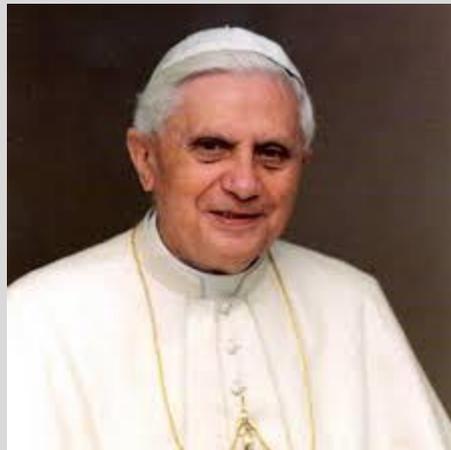


Año	Mensaje Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales
1982	Las comunicaciones sociales y los problemas de la tercera edad.
1983	Los comunicadores sociales servidores de la paz
1984	Las comunicaciones sociales para una formación cristiana de la juventud.
1985	Las comunicaciones sociales para una promoción cristiana de la juventud.
1986	La formación de la opinión pública en sentido crítico
1987	Las comunicaciones sociales al servicio de la justicia y de la paz.
1988	Promoción de la solidaridad y de la fraternidad entre los hombres y los pueblos.
1989	La religión en los "Mass-Media".
1990	El anuncio del evangelio en la actual cultura informática.
1991	Los medios de comunicación por la unidad y el progreso de la familia humana.
1992	La proclamación del Mensaje de Cristo en los medios de comunicación.
1993	Casetes y videocasetes en la formación de la cultura y de la ciencia.
1994	Televisión y familia: criterios para saber mirar.
1995	Cine, transmisor de cultura y de valores.
1996	Los medios de comunicación social: un ámbito moderno para la promoción de la mujer en la sociedad.
1997	Anunciemos a Jesucristo Camino, Verdad y Vida
1998	Animados por el Espíritu, comuniquemos la esperanza.
1999	Los medios de comunicación: presencia amiga para quien busca al Padre
2000	Anunciar a Cristo en los Medios de Comunicación Social al alba del Tercer Milenio.

2001	Proclamar desde los terrados: el Evangelio en la Era de la Comunicación Global.
2002	Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio.
2003	Los medios de comunicación social al servicio de la auténtica paz a la luz de la "Pacem in terris".
2004	Los medios en la familia: un riesgo y una riqueza.
2005	Los medios de comunicación al servicio del entendimiento entre los pueblos.

PAPA BENEDICTO XVI

2005 – 2013



Año	Mensaje Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales
2006	Los medios: red de comunicación, comunión y cooperación.
2007	Los niños y los medios de comunicación social: un reto para la educación.
2008	Los medios: en la encrucijada entre protagonismo y servicio. Buscar la Verdad para compartirla.
2009	Nuevas tecnologías, nuevas relaciones. Promover una cultura de respeto, de diálogo y amistad.
2010	El Sacerdote y la pastoral en el mundo digital: los nuevos medios al servicio de la Palabra
2011	<u>Verdad, anuncio y autenticidad de vida en la era digital.</u>
2012	Silencio y Palabra: camino de evangelización
2013	Redes Sociales: portales de verdad y de fe; nuevos espacios para la evangelización

PAPA FRANCISCO

2013 – 2016



Año	Mensaje Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales
2014	La comunicación al servicio de una auténtica cultura del encuentro
2015	Comunicar la familia: ambiente privilegiado del encuentro en la gratuidad del amor
2016	Comunicación y Misericordia: un encuentro fecundo.

2.9 El uso de Internet como herramienta evangelizadora en la Iglesia

En la Biblia (Marcos 16, 15) dice: “Y les dijo: Id por todo el mundo y proclamad la Buena Nueva a toda la creación”. La evangelización por el internet es un proceso parecido a la pesca milagrosa según lo indica la página evangelioenlinea.com. La cual evangeliza por medio del internet.

El documento conclusivo de la V conferencia general del episcopado latinoamericano y del caribe en Aparecida, Brasil 31 de Mayo de 2007, muestra como la Iglesia considera la evangelización por internet algo primordial y vital para dicho proceso.

Así también en el discurso inaugural de su santidad Benedicto XVI, el 13 de mayo del 2007 el papa dice: “En este campo no hay que limitarse sólo a las homilías, conferencias, cursos de Biblia o teología, sino que se ha de recurrir también a los medios de comunicación: prensa, radio y televisión, sitios de internet, foros y tantos otros sistemas para comunicar eficazmente el mensaje de Cristo a un gran número de personas”

Así mismo en las conclusiones de la V Conferencia, en el numeral 486 dice:

d) Apoyar y optimizar, por parte de la Iglesia, la creación de medios de comunicación social propios, tanto en los sectores televisivo y radial, como en los sitios de Internet y en los medios impresos.

e) Estar presente en los medios de comunicación social: prensa, radio y TV, cine digital, sitios de Internet, foros y tantos otros sistemas para introducir en ellos el misterio de Cristo. Igualmente en los numerales del 487 al 490 indican de la importancia de la evangelización por Internet:

“Numeral 487 El Internet, visto dentro del panorama de la comunicación social, debe ser entendida, en la línea ya proclamada en el Concilio Vaticano II, como una de las “maravillosas invenciones de la técnica” Para la Iglesia, el nuevo mundo del espacio cibernético es una exhortación a la gran aventura de la utilización de su potencial para proclamar el mensaje evangélico”

“Numeral 488. “La Iglesia se acerca a este nuevo medio con realismo y confianza. Como los otros instrumentos de comunicación, él es un medio y no un fin en sí mismo. La Internet puede ofrecer magníficas oportunidades de evangelización, si es usada con competencia y una clara conciencia de sus fortalezas y debilidades”.

Numeral 489. “Los medios de comunicación, en general, no sustituyen las relaciones personales ni la vida comunitaria local. Sin embargo, los sitios pueden reforzar y estimular el intercambio de experiencias y de informaciones que intensifiquen la práctica religiosa a través de acompañamientos y orientaciones. También en la familia deben los padres alertar a sus hijos para un uso consciente

de los contenidos disponibles en la Internet, para complementar su formación educacional y moral.”

Numeral490 “Dado que la exclusión digital es evidente, las parroquias, comunidades, centros culturales e instituciones educacionales católicas podrían ser estimuladoras de la creación de puntos de red y salas digitales para promover la inclusión, desarrollando nuevas iniciativas y aprovechando, con una mirada positiva, aquellas que ya existen. En América Latina y El Caribe existen revistas, periódicos, sitios, portales y servicios on line que llevan contenidos informativos y formativos, además de orientaciones religiosas y sociales diversas, tales como “sacerdote”, “orientador espiritual”, “orientador vocacional”, “profesor”, “médico”, entre otros. Hay innumerables escuelas e instituciones católicas que ofrecen cursos a distancia de teología y cultura bíblica.”

En conclusión la misma Iglesia invita y llama a promover e impulsar todos los procesos de evangelización utilizando para ello el Internet, los medios y herramientas modernas para la comunicación e interacción

2.10 Papa Francisco “El Papa de las redes Sociales”



Fuente: Pantalla Facebook. Com/ JMBergolio. Marzo 2013



Fuente: Pantalla de la página de Twitter / Marzo 2013

Esta fue la primera impresión que escribió en su cuenta de twitter el Cardenal Jorge Bergoglio de 76 años de edad, Arzobispo de Buenos Aires, nuevo Papa nombrado Francisco I, el 13 de marzo del año 2013.

Este nuevo pontífice es un abierto conocedor de los medios de comunicación, tiene programas de televisión y de radio y usa las redes sociales con mucha naturalidad, actualiza constantemente su cuenta de Twitter al igual que su cuenta de Facebook. Francisco es el primer Papa no europeo después de 1,300 años, el primer latinoamericano y Jesuita, se ha especializado en el trabajo pastoral que se considera esencial para el nuevo Papa.

En el marco Mundial de las Comunicaciones Sociales de la Iglesia Católica del año 2014, el Papa se expresó acerca de los medios sociales y del internet como un regalo de Dios, también dijo que los medios sociales digitales van tan rápido que necesitan una inyección de calma, reflexión y ternura, entendiendo que no se trata de una red de cables sino de personas.

El Papa también dijo que mientras los católicos deben valorar y defender sus ideas y sus tradiciones no deben ser tan petulantes y afirmar que solo ellos tienen la verdad absoluta. El internet puede ayudar a unir a la gente, pero que también las comunicaciones digitales a menudo obstaculizan el conocerse unos a otros, por ellos las personas deben tratar de ser más amistosas y en el entorno digital,

no solo tolerar a la gente, sino escuchando y tratando de entender sus diferentes puntos de vista.

Así también hace referencia a que debemos estar más unidos y superar los muros que imposibilitan comunicarnos ya que actualmente entendemos los límites del mundo tecnológico. Sin duda sabemos que hay libros y publicaciones que dan un fuerte mensaje contra este mundo digital y el uso de las nuevas tecnologías, esto no debe impedir el buen uso de los medios de comunicación y recalca que la comunicación debe ser más humana, sabiendo escuchar y aprender de los demás a través de los medios de comunicación.

Para éste Jubileo de la Misericordia, el Papa Francisco propone comunicar con misericordia para construir puentes entre las personas, familias, grupos sociales y los pueblos. Este es el núcleo del mensaje para la 50 Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales 2016 “Comunicación y Misericordia: Un encuentro fecundo”. El Papa Francisco invita a reflexionar sobre la relación ente misericordia y comunicación explica que lo que decimos y la forma que lo decimos, en cada palabra debería expresar el amor, la ternura, la compasión y el perdón de Dios para todos. El camino del comunicador es escuchar, saber escuchar las palabras del encuentro, las palabras de cercanía y proximidad, las palabras de Jesús que son palabras de acogida.

El Papa llama a la responsabilidad personal individual y colectiva a la hora de comunicar, por eso pide hacerlo con misericordia, por ejemplo en el momento de acoger a una persona, las palabras duras corren el riesgo de hundir más a las personas que querríamos conducir a la conversión y a la libertad.

También se refirió a las instituciones políticas y responsables de formar la opinión pública, la cual pide que no cedan a la tentación de alimentar las llamas de la desconfianza, del miedo y del odio. El sumo pontífice recalcó que las redes sociales pueden ayudar a ser un lugar de encuentro, que pueda crear una sociedad sana y abierta. Finalmente dice que la comunicación es un don y una gran responsabilidad y que en un mundo tan dividido comunicar con misericordia fomenta la proximidad entre las personas.

2.11 Comunicación institucional

Chávez (1990: p.18) desglosa el término así: suelen ser consideradas “instituciones” todas las entidades públicas o privadas que administran o gestionan actividades sin fines de lucro directo como un organismo de gobierno, una empresa o una figura pública o individual”. Por lo tanto, define a la comunicación institucional, “como el conjunto de toda forma de organización social.”

La comunicación externa institucional según Fernández (1991: p. 32). Es “el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios”.

Entre las funciones que la comunicación externa desempeña Formancchuk (2001) enumera las siguientes:

- Relación con los medios de comunicación, lo que incluye desde redactar una nota de prensa u organizar una rueda de prensa hasta hacer de portavoz.
- Gestión de la publicidad.
- Organizar la coordinación de los mensajes publicitarios en todos los soportes.
- Gestión de los contenidos corporativos en Internet.
- Gestión de la responsabilidad social corporativa.
- Relaciones institucionales.
- Patrocinio y mecenazgo.
- Diseño y ejecución de eventos.

Las herramientas o medios para la gestión de la comunicación externa más relevantes son:

- Marketing
- Publicidad
- Relaciones públicas e
- Internet

La comunicación institucional está compuesta por:

- **Identidad institucional:**

El conjunto de características específicas y personales de una entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorable de sí misma y la diferencian de las demás entidades. El término identidad institucional, implica todo lo que una institución representa: sus desarrollos, su comunicación, sus inmuebles, etc(<http://www.usb.ve>) En resumen, lo que la institución es. La esencia de esta expresada a través de su presencia, actuaciones y manifestaciones. La identidad institucional puede dividirse en dos componentes:

La identidad conceptual

Misión, visión, filosofía, ética y responsabilidad social son aspectos que definen la identidad conceptual.

La identidad visual

La Identidad visual es fundamental en la comunicación externa institucional. Con relación a la identidad visual Selame y Selame(1988) indica que es como la expresión visual de la organización, según la visión que tiene de sí misma y de acuerdo como le gustaría ser vista por otros.

Según, Mínguez (1999) citado por Ruiz Cervantes (2009:p.67) la identidad visual es un conjunto de signos que traducen gráficamente la esencia corporativa, elementos que están regulados por un código combinatorio que determina la forma y los usos del logotipo, del símbolo, de los colores corporativos y del identificador. En sí, este concepto se refiere al conjunto coordinado de signos

visuales por medio de los cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución. La identidad visual institucional está formada por el: El logo, la paleta, la tipografía institucional y códigos cromáticos. La identidad visual va desde el diseño del papel corporativo al diseño del uniforme o señalética de una oficina.

- **Imagen institucional**

Alvesson citado por Van Riel, (2001) anota que la Imagen hace referencia a una impresión holística y viva que mantiene un público concreto hacia una institución, en parte como resultado del procesamiento de la información (dar sentido) realizado por los públicos, y en parte por la comunidad global de la entidad, en cuestiones que tienen que ver con su naturaleza, es decir, el retrato fabricado y proyectado de sí misma.

La imagen institucional está basada en la percepción que un determinado público tiene con relación a ella. Esta percepción comprende: la personalidad, cultura y comportamiento corporativo de la institución, en qué dice, qué hace y cómo lo hace. En resumen la imagen institucional es lo que la gente cree que es la institución. De esta manera queda patente la diferencia entre identidad e imagen institucional, términos que a menudo son utilizados de manera confusa. (<http://www.usb.ve>)

Capítulo 3

Experiencia en la creación de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango.

La creación de la Pastoral de Comunicación surge de la necesidad y el deseo de contribuir en el ámbito de la parroquia, utilizando y aprovechando los medios de comunicación con los que se cuenta. Dicha pastoral fue integrada por jóvenes voluntarios de la Parroquia quienes con sus ideas, creatividad, dedicación, tiempo y sobre todo servicio al prójimo fueron los que le dieron vida al trabajo pastoral.

3.1 La Pastoral de Comunicación Diocesana

Por iniciativa del Padre Edgar Rufino Simón, Director de la Radio diocesana “Radio Sololá” nombrado por Monseñor Gonzalo de Villa, convoca a una reunión invitando a un integrante por cada una de las parroquias que conforman la diócesis de Sololá y Chimaltenango, la cual se llevó a cabo el día 26 de febrero del año 2011 en la Parroquia de Panajachel. El Párroco de San Juan Comalapa, Padre Efraín Guanta delega a la autora de esta monografía como representante del municipio.

El objetivo primordial de la reunión fue la creación de la nueva Pastoral de Comunicación Diocesana, quien sería la encargada de promover y fomentar el buen uso de los distintos medios de comunicación y todos los recursos, materiales y humanos con los que se cuentan en cada Parroquia para la evangelización y crear así una red de comunicación que permita la integración y divulgación de cada una de las actividades parroquiales y diocesanas para llegar así todos los rincones posibles. Esto daría lugar a la creación de la Pastoral de Comunicación en cada Parroquia.

Se contó con la presencia de integrantes de 8 parroquias del departamento de Chimaltenango, siendo ellas, Tecpán Guatemala, Patzún , San Juan Comalapa y Chimaltenango, Patzicia, Santa Cruz Balanyá, San Martín Jilotepeque. Del Área de Sololá se contó con integrantes de 4 parroquias: Santa Catarina Ixtahuacán, San Juan la Laguna, Sololá, Santa María Visitación y Panajachel.

Así mismo integrantes de emisoras: Radio diocesana Activa (Chimaltenango) Radio Renacer (Patzún Chimaltenango) Radio Sololá y algunos representantes de cables locales de uno y otro departamento. Siendo en total 27 delegados.

En dicha reunión, el Padre Edgar Rufino Simón compartió una reflexión a los presentes sobre la importancia que tienen los medios de comunicación para la iglesia, siguiendo las directrices de lo que dice el Concilio Vaticano II y el documento de Aparecida referente a la integración y el buen uso de la tecnología como herramienta para difundir el mensaje de Cristo, por lo que indicó que es urgente la creación de la Pastoral de Comunicación en la Diócesis de Sololá Chimaltenango y en todas las parroquias que la Integran.

Dentro de los puntos de agenda se compartió una capsula de conocimientos básicos en tecnología, tales como: La comunicación y su importancia, el uso del Internet, creación de páginas web, así como también en el área técnica de periodismo. Herramientas con las que se estaría trabajando durante los próximos meses.

Se acordó que por motivos de distancia las reuniones se estarían alternando en los dos departamentos, las cuales serían sedes de las próximas reuniones, para la formación y capacitación de los integrantes de cada parroquia.

.Por consenso de los representantes de las distintas parroquias de la Diócesis de Sololá Chimaltenango, se crea una directiva la cual se encargará de velar por el trabajo que se realizará en cada departamento y crear así un enlace eficiente de comunicación para la Pastoral. Dicha coordinación queda conformada de la siguiente manera: (Asesor y guía espiritual) P. Edgar Simón, Director de la Radio Sololá. (Delegado departamental de Sololá) Un coordinador y 3 delegados del departamento de Sololá. (Delegada departamental de Chimaltenango) Coordinadora y 3 delegados

Uno de los compromisos que se realizó ese día, es la integración y creación de la Pastoral de Comunicación en cada parroquia, teniendo como meta para la siguiente reunión hacer la entrega de los objetivos del trabajo pastoral y listado

de integrantes y así empezar con la capacitación y formación en los distintos temas fundamentales para el buen desempeño.

La segunda reunión se realizó en marzo del mismo año en el Colegio San Vicente de Paul, Tecpán Guatemala. En la que se llevó a cabo una serie de capacitaciones en temas de comunicación. La tercera reunión se llevó a cabo en abril en las instalaciones de la Radio Sololá, en la cual se impartió conocimientos sobre periodismo radiofónico y técnicas de locución.

Como se mencionó con anterioridad, uno de los objetivos de la convocatoria diocesana fue la creación de la Pastoral de Comunicación en cada parroquia, por lo que una meta a corto plazo para los presentes fue la entrega del listado de las personas que integrarían dicha pastoral en su parroquia, como también realizar una lista de propuestas y aportaciones que se tomarían en cuenta para elaborar el plan de trabajo, de modo que cada uno de los delegados parroquiales fueran los multiplicadores de conocimientos e integración de los nuevos agentes de pastoral.

3.2 Proceso de creación de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango

3.2.1 Antecedentes

En seguimiento al objetivo que se trazó en la primera etapa para la creación de la pastoral de comunicación en cada parroquia de la Diócesis de Sololá Chimaltenango y buscando hacer frente a los desafíos que se presentan, siguiendo con las enseñanzas y líneas de acción del magisterio la iglesia católica, se plantea la propuesta al Párroco del municipio de San Juan Comalapa, Padre Efraín Guantá, quien autorizando y apoyando positivamente este proyecto da los primeros pasos para la creación de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia, siendo un fruto tangible del Concilio Vaticano II y Documento de Aparecida, de donde emanan los lineamientos para darle una estructura clara al área de comunicación social.

Para esta tarea nombró a la autora de esta monografía como coordinadora de la nueva Pastoral de Comunicación, la cual fue asumida con gusto y

responsabilidad. En la segunda etapa de la creación de la pastoral se invitó a 6 laicos jóvenes comprometidos y dispuestos a trabajar para el crecimiento efectivo de la pastoral, tomando en cuenta que algunos de ellos son profesionales en el área de Comunicación Social, otros con habilidad y gusto para el área de diseño y fotografía, otros con conocimiento en el área de medios digitales, proactivos, dinámicos, con un alto grado de liderazgo, servicio y deseos de aprender y compartir conocimientos sobre el uso efectivo de los medios de comunicación para la evangelización, todo ello motivó y enriqueció el trabajo de la pastoral de Comunicación.

Los primeros integrantes de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa fueron: Silvia Anabelly Chex Quiná, Nora Aracely Otzoy Tuyuc, Amilcar Pichiyá, Edin Sajcabún, Mario David Bal Sotz, Charles Jafet Perén Cutzal, Elena Beatriz Perén Curruchiche. Como colaborador Melvin Rolando Tuyuc. Comenzando formalmente las reuniones los días miércoles de 18:00 a 20:00 horas, en la Oficina Parroquial de la Iglesia Santuario Sagrado Corazón de Jesús, sede que el P. Efraín Guantá designó para la Pastoral de Comunicación.

Integrantes de la Pastoral de Comunicación 2011



Foto: Archivo Pastoral de Comunicación

Para el trabajo de la Pastoral de Comunicación se contó siempre con el apoyo y acompañamiento del Párroco Padre Efraín Guantá, así como de los sacerdotes P Geovany Pérez, P. Edgar Yovani y P Pedro Poz, vicarios de la Parroquia de San Juan Comalapa y fueron elementos importantes para el desarrollo de cada una de las actividades.

De izquierda a derecha: Sacerdote Edgar YovaniLoch, Pedro Poz, Efraín Guantá y Geovanny Perez. Cantautora Sara Torres.



Foto: Archivo Pastoral de Comunicación

La tarea de la Pastoral de Comunicación dentro de la parroquia, no sería solo ser un enlace entre la Iglesia y los medios de comunicación, sino un instrumento que fortalecería la fe de los agentes de pastoral y les instruiría espiritual y humanamente en su desarrollo cristiano y en el conocimiento del magisterio de la Iglesia.

3.2.2 Objetivo de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango

Se definió el objetivo principal de la pastoral; promover y fomentar el buen uso de los distintos medios de comunicación y todos los recursos, materiales y humanos con los que se cuentan en cada Parroquia para la evangelización y crear así una red de comunicación que permita la integración y divulgación de cada una de las actividades parroquiales y diocesanas para llegar así todos los rincones posibles

3.3 La identidad conceptual

Se elaboró las bases de la Pastoral de Comunicación, tales como su **misión, visión y desafíos.**

3.14.1 Misión

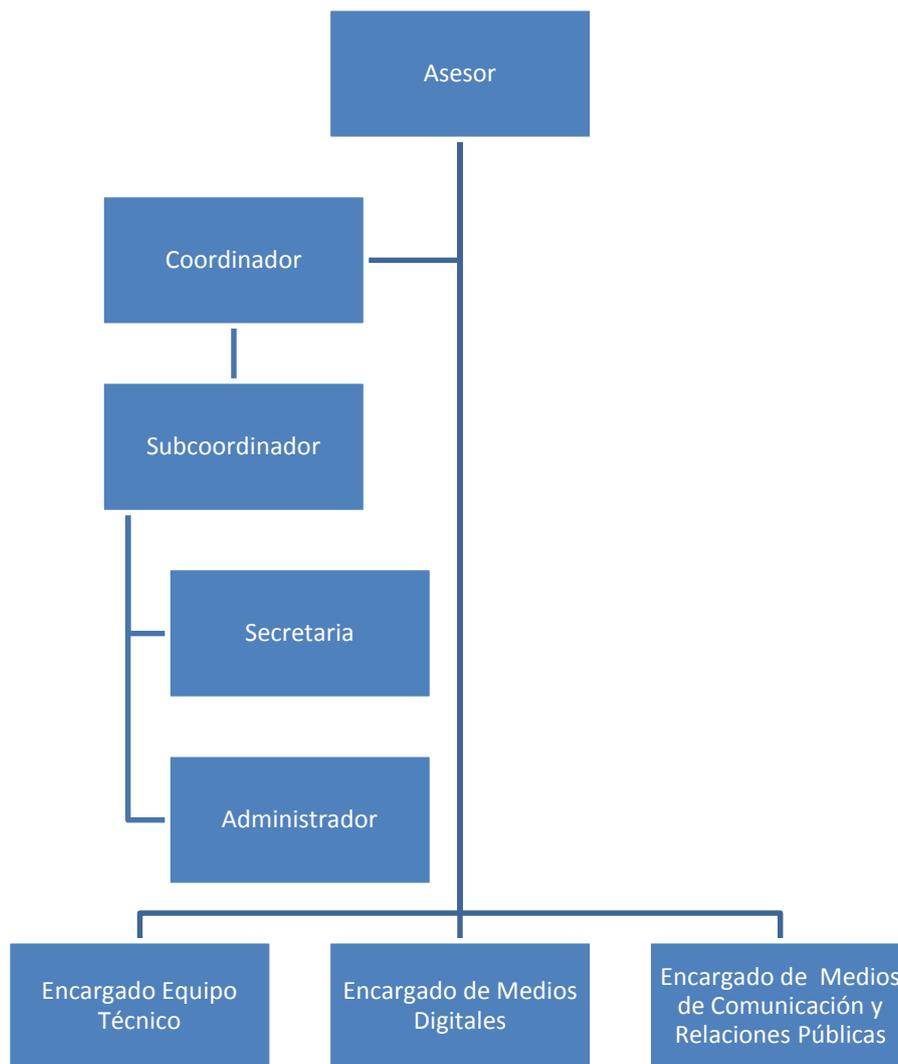
- Difundir y formar criterios cristianos en la sociedad por medio del trabajo de la Pastoral de comunicación social para vivir en comunión. Proponer y acompañar la comunicación, información y formación para el uso correcto de las distintas herramientas digitales en el manejo y desarrollo de la comunicación Pastoral.

3.14.2 Visión

- Que la sociedad atraída por las actividades de la pastoral quiera involucrarse, demande y utilice los contenidos cristianos en los distintos medios de comunicación siendo una verdadera y moderna fuente de información creíble, oportuna y veraz del que hacer de la Parroquia de San Juan Comalapa.

3.3.3 Organigrama de la Pastoral de Comunicación

Para un mejor desempeño y organización la pastoral se conforma de una directiva, quienes apoyarán al coordinador en las diferentes actividades.



Fuente: Elaboración Propia

3.3.4 Descripción de puestos

🚧 **Coordinador (a).**

La persona que estará al frente de la Pastoral de Comunicación, preferentemente debe tener un perfil acorde a los objetivos de la pastoral, con capacidad de afrontar las distintas tareas relacionadas con la comunicación. Su nombramiento será llevado a cabo en el momento de su elección por votación de los integrantes de la Pastoral de Comunicación en sesión programada, el tiempo de duración frente al cargo será de dos años.

El Coordinador es el responsable de definir la manera de comunicar para la pastoral, así como también definir el mensaje y las acciones a desarrollar en

materia de comunicación: gestionará las relaciones con los distintos grupos de la Parroquia y desarrollará la estrategia global de imagen de identidad.

Así mismo, es el encargado de informar y trasladar el mensaje a través de contenidos de imagen de la identidad a toda la parroquia, con las herramientas a su disposición dependiendo de la dimensión y necesidades de la parroquia. También es el responsable de las personas que integren la pastoral de comunicación, de él dependerán funcional y jerárquicamente el equipo de comunicación.

Es indispensable que la persona que esté al frente de la Pastoral de Comunicación tenga la capacidad y experiencia en el manejo y gestión de todos los recursos disponibles al servicio de la comunicación integral incluyendo la comunicación corporativa, las relaciones con los medios, la imagen y las relaciones externas.

Por otra parte el coordinador gestionará la comunicación interna y externa, para ello se detallan los siguientes aspectos con los que se requiere contar:

- Habilidades para analizar, comunicar, dialogar, dirigir y planificar.
- Conocimiento básico del magisterio de la Iglesia, sagrada escritura y aquellos que requiera la naturaleza de la Sección de Comunicación.
- Actitudes humanas, evangélicas y pastorales.
- Accesibilidad a los medios.
- Condición de estrategia.
- Influencia en los distintos grupos de la parroquia y capacidad de coordinación.
- Conocimiento técnico.
- Creatividad.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Liderazgo.
- Visión global y capacidad de síntesis.
- Empatía.

Derechos:

- Participar con derecho a voz y voto en las asambleas mensuales ordinarias y extraordinarias, y en la general de la Parroquia.
- Elegir y ser elegidos para servir los cargos directivos, en comisiones, secciones, entre otros que se formen.
- Pedir y recibir capacitación.
- Tener acceso a libro de actas, contabilidad y finanzas.

✚ Aptitudes Esenciales del Coordinador (a):

Es imprescindible que se tenga todas:

- Tener disposición para participar activamente en la Pastoral de la Comunicación.
- Estar en comunión con el Párroco y con su Comunidad Parroquial.
- Tener disponibilidad para participar activamente, con espíritu fraterno y de diálogo, en las reuniones del Consejo Parroquial.
- El Párroco lo nombrará ante el Consejo Parroquial y le dará las facultades y empoderamiento necesario para ejecutar los roles y responsabilidades de la coordinación de comunicación, ante el conocimiento y acuerdo de todos los integrantes del Consejo Parroquial.
- Con apertura a los nuevos métodos de evangelización y espíritu de cambio.
- Tener la capacidad para actuar con prontitud para convocar, comunicar, ejecutar, entre otros.
- Tener facilidad para expresarse, tanto por escrito como verbal ante los diversos grupos parroquiales.
- Con facilidad para relacionarse fraternamente con la comunidad Parroquial, sin tomar partido o preferencia por ningún grupo, movimiento o asociación pastoral.
- Tener a Cristo como centro de su vida y de su trabajo pastoral, para saber discernir que está trabajando para nuestro Señor y poder evitar que su trabajo le sirva para construir una imagen protagónica.

Aptitudes Relevantes del Coordinador (a):

- Éstas son deseables, pero la persona será aceptable si no reúne cada una de las características.
- Ser analítico de la realidad pastoral y generador de propuestas.
- Ser ejecutor y promotor del manejo de agenda y planificación participativa.
- Ser ejecutor y promotor, para cumplir y hacer cumplir, en tiempo y forma, las tareas acordadas.
- Tener conocimientos básicos de las diversas pastorales parroquiales.
- Tener conocimientos básicos del Plan Parroquial y Plan Diocesano de Pastoral.
- Tener conocimientos básicos de computación:
 - Internet – navegación de páginas, uso de correo y de redes sociales
 - Excel – creación de tablas, gráficos, etc.
 - Word – creación de circulares, etc.
 - Powerpoint – creación de presentaciones para proyección.
- Tener conocimientos del área de la comunicación (De preferencia tener la Licenciatura en Comunicación o ser estudiante de la misma).

Roles y Responsabilidades del coordinador (a) o delegado (a) en la parroquia

1. Participar puntual y activamente en todas las reuniones de la Pastoral de Comunicación y a las que sea asignado.
 - Difundir, en tiempo y forma, entre su comunidad parroquial lo que se le encomiende.
 - Asistir a las invitaciones de participación a eventos: Reuniones, cursos, talleres, conferencias, conciertos, apoyos de recaudación, entre otros.
 - Las solicitudes sobre tareas y datos informativos requeridos.
 - Los avisos diversos.
2. Con el trabajo pastoral dar seguimiento al plan pastoral parroquial y Plan Diocesano.

3. Comunicar en reuniones de Consejo Parroquial, en coordinación con los representantes de cada grupo, los eventos de pastoral que se ofrecen a la comunidad, a fin de optimizar el acercamiento entre los distintos agentes de pastoral de toda la Parroquia.
4. Otros nuevos que puedan surgir

 **Roles y responsabilidades del coordinador (a) o delegado (a) en las actividades a nivel diocesano.**

1. Participar activamente en los eventos diocesanos que requieran de la asistencia de la Pastoral de Comunicación.
2. Asegurar la actualización estandarizada de la información de la parroquia en el espacio designado por la diócesis si existiera una página web.
3. Impulsar un proceso estandarizado de comunicación pastoral a nivel diocesano, con el uso de la página web y el flujo continuo de información en tiempo oportuno, por parte de la pastoral hacia las demás parroquias, en relación a eventos de crecimiento en la formación y en la fe, entre otros.
4. Otros nuevos que puedan surgir.

 **Asesor de la Pastoral de Comunicación**

El asesor será el Párroco u otro sacerdote que sea asignado por Él. Su función será guiar, acompañar, evaluar, planificar y formar espiritualmente a los agentes de la Pastoral de Comunicación, motivando a perseverar y trabajar al servicio de la Iglesia. Así también velar por el fiel cumplimiento de los objetivos del trabajo programado.

 **Subdirector (a):**

Coordinar con el Director todas las actividades de la Pastoral, sustituir al director en sus faltas temporales o definitivas.

 **Secretaría:**

Encargado de la correspondencia o archivos de la Pastoral, coordinar junto con el director la edición de las publicaciones de la Pastoral. Tener

a su cuidado documentos legales, levantar actas si así se requiera. Colaborar con la difusión de las reuniones o actividades de la Parroquia.

Administrador o Tesorero:

Llevar la contabilidad de la Pastoral de Comunicación y manejar los fondos de las donaciones o recaudaciones. Recolectar las cuotas y donativos. Rendir un informe financiero cuando se requiera.

Encargado (a) de equipo técnico:

Será el encargado de tener a su cuidado el equipo, así como el quien asignará y autorizará el uso: Cámaras digitales y de video, grabadoras, trípodes, computadoras, impresora, micrófonos, entre otros.

Encargado (a) de medios digitales:

Es el encargado de velar por la información que se comparte en: Correos electrónicos, cuentas Facebook, Twiter, blog, pagina web, así como estar al tanto de su constate actualización.

Encargado (a) medios de comunicación y Relaciones Públicas:

Será el enlace directo con los distintos medios de comunicación locales, para coordinar actividades. Así mismo será el encargado de actualizar el directorio de profesionistas y grupos dentro y fuera de la Parroquia. Fomentar la comunicación y el intercambio de experiencias entre los agentes y profesionistas de la Comuniación.2.-Fomentar la comunicación y el intercambio de experiencias entre profesionistas. Coadyuvar en el desarrollo de proyectos y actividades. Programar notas informativas, pláticas y mesas redondas para mejorar la comunicación inter e intra-personal de los Agentes de Pastoral

3.3.5 Alcances de la Pastoral de Comunicación.

1. Tiene una función de coordinación, otorgada por el párroco ante el consejo parroquial, para poder solicitarla información pertinente a cada

coordinador de pastoral en la Parroquia, en relación con actividades acordadas en la dimensión de comunicación.

2. Tiene la facultad, otorgada por el párroco, para compartir a los grupos toda aquella información que le es solicitada a la parroquia por la Diócesis de Sololá - Chimaltenango, en el entendido de que su párroco deberá revisar y aprobar el material que se comparta.
3. Puede apoyarse en el presupuesto de la parroquia, con previa autorización del párroco, para la ejecución de las tareas en pro del avance de la comunicación pastoral, en lo que se refiere a papelería, equipamiento estándar para la oficina de comunicación, entre otros.
4. Cuenta con el apoyo de la coordinación de otras pastorales tales como la pastoral Juvenil de la parroquia para la distribución de información por la vía de las redes sociales.

3.3.6 Recursos humanos y materiales

- **Recurso humano:** El recurso humano de la Pastoral de Comunicación de la Parroquia de San Juan Comalapa está conformado por personas que desean compartir sus conocimientos o el deseo de aprender a utilizar los distintos medios de comunicación, brindando así un servicio a la Iglesia.

Estas personas aparte de ser partícipes en la elaboración de la información, la enriquecerán y hacen posible su buen desempeño pastoral en los medios de Comunicación.

- **Recursos Materiales.** No se cuenta en la actualidad con equipo, fue por ello que las personas que conforman la pastoral proporcionaron: cámaras digitales, de video, computadoras, impresoras y otros, para cubrir cada una de las actividades de la Parroquia, con el anhelo de que a mediano plazo con el apoyo de actividades de recaudación, la pastoral pueda tener su propio equipo de trabajo.

3.4 Laidentidad visual como parte de la identidad institucional

Se creó un plan estratégico de Imagen, cada una de las actividades de la Pastoral deben ir acompañadas de un Plan Estratégico de Imagen que busque

posicionar en el ámbito de la población a la Pastoral de Comunicación y que permita la aceptación y aprobación del trabajo pastoral, dando lugar al buen uso de los medios de comunicación como medio de evangelización.

Para ello se estableció un conjunto de normas que regularan el uso y aplicación de la identidad en el plano de diseño del logo. A continuación se definen los aspectos que se tomaron en cuenta por la Pastoral de Comunicación para crear y mostrar su propia imagen y los usos que se deban tener.

3.4.1 Manual Corporativo.

3.4.2 Nombre (Imagen Institucional): El grupo será identificado y reconocido con el nombre “Pastoral de Comunicación, Parroquia de San Juan Comalapa”. Así mismo su logo será elaborado con este nombre.

3.4.3 Identidad Institucional:

La pastoral de Comunicación es la encargada de llevar a cabo la evangelización por medio de los medios de comunicación. Se utilizará el logo en todas las actividades o acciones realizadas promoviendo la eficiencia, responsabilidad, respeto solidaridad e identificador de la fe, que permita posicionar de manera positiva en la percepción de la parroquia.

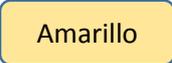
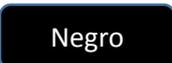
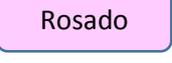
3.4.4 Creación de Logo

Uno de los primeros trabajos como pastoral, fue la creación del logo que nos identificaría como grupo, así mismo para ello en una reunión de trabajo se fueron creando las propuestas, tomando en cuenta lo que a través del logo se quiere comunicar.

Lance Talent(<https://www.lancetalent.com>) dice: “El diseño de un logo parece una tarea simple, pero hay muchas más cosas detrás de la elaboración de la identidad visual de una marca, que solamente unas letras bonitas y unas figuras geométricas. Los diseñadores de logos tienen una gran demanda, y es por una buena razón: un logotipo es a menudo la primera impresión que causa una empresa, que puede afectar a la percepción de marca de un cliente, a sus decisiones de compra y en general a su actitud hacia un producto”.

Los aspectos que se tomaron en cuenta son:

- Que sea único.
- Que transmita el mensaje, la pastoral de Comunicación está al servicio de la evangelización. El logo debe llegar al público específico y se tomó en cuenta a la hora de diseñar.
- El color fue clave, se pensó en todos los aspectos de la imagen, se analizó que los colores brillantes y audaces pueden captar la atención del público, pero también podría parecer temerario; los tonos apagados exudan sofisticación, pero podrían ser pasados por alto. Cada color tiene una implicación diferente y puede aportar matices al mensaje, se tomó en cuenta lo que significa cada color para asegurar que no se transmita un mensaje equivocado. Los siguientes colores fueron analizados:

 Rojo	: Enérgico, audaz
 Naranja	: Creativo, amable, joven
 Amarillo	: Soleado, optimista
 Verde	: Único, crecimiento
 Azul	: Profesional, tranquilo, digno de confianza
 Púrpura	: Espiritual, sabio, evocador
 Negro	: Creíble y potente
 Blanco	: Simple, limpio, puro
 Rosado	: Divertida y coqueta
 Café	: Rural, histórico y constante

- Se consideró que un logo consta de dos elementos: Un nombre y un símbolo. En el momento de considerar el tipo de letra para el texto se debe asegurar evitar el uso de fuentes ilegibles. Por ejemplo las marcas Coca-Cola, IBM, Ray. Ban se reconoce fácilmente por su fuente personalizada.



Fuente: www.lancetalent.com

- Que sea fácil y flexible: Es importante contar con una combinación equilibrada, sencilla y peculiar, quieres que tu logo sea interesante, pero no que alguien tenga que sentarse y analizar el logotipo para saber de qué se trata. Un buen ejemplo es el logo de FedEx, un logotipo sencillo con un toque diferente. La imagen utiliza el espacio negativo para crear una flecha que connota la velocidad, la precisión y la dirección. Además, la compañía cambia el color de “Ex” para clasificar el tipo de envío. Amazon también utiliza sólo su nombre, y utiliza una flecha de la “a” a la “z” para referirse a su amplio inventario.

Después de lo anterior y dos sesiones que se llevaron a cabo, se analizó cada una de las propuestas y se concretizó en la idea final, quedando de la siguiente manera:

- Sencillez: El logo busca la simplicidad, la esencia de la imagen.
- Personalidad: El diseño es único, relevante y de buen impacto visual.
- Identificación: Imagen estable y fácil de recordar.

- **Reproducibilidad:** El logo poseer las características necesarias para su aplicación en diferentes elementos o superficies: gráfica, web o vídeo, de tal manera que nunca pierda su esencia primaria.



Imagen: Logo Pastoral de Comunicación

Tipografía Corporativa:

- **Texto y Color:**

Se tomaron en cuenta los aspectos antes descritos, el nuevo logo lleva el nombre de la Pastoral de Comunicación y Parroquia de San Juan Comalapa, identificando claramente al equipo pastoral, con letras legibles y de color azul, significando dignidad, confianza y profesionalismo. El color rojo porque en cada actividad que se realice se busque hacerlo con amor, mismo que emana de Dios.

- **Imagen:**

En cuanto a la imagen, se observan las flechas un símbolo universal quizás el glifo más antiguo de la humanidad, actualmente un símbolo imprescindible en los códigos de comunicación visual. En el centro el crucifijo con la imagen de Jesucristo, el acto más claro y puro de amor que Dios tiene a la humanidad. "Porque de tal manera Dios amo al mundo que entregó a su hijo unigénito para que todo el que cree en Él no se pierda, sino que tenga vida eterna." (Juan 3:16). A su alrededor se encuentran el símbolo de frecuencia, dando a entender que el objetivo primordial de la Pastoral de comunicación es comunicar el infinito amor

de Dios. Así mismo se eligió el Crucifijo debido al sisma que se vive en la parroquia, siendo positivos y deseando en un futuro se logre la unidad entre los fieles de ambas Iglesias.

3.4.5 Sello

El sello se utilizará como elemento indicador de la dirección jerárquica, será una marca de autenticidad para darle valor de documento oficial a una información escrita que será dirigida a un ente receptor. Para el sello se utilizará únicamente tinta color negro.

3.4.6 Colores institucionales

En cuanto los colores que se utilizarán para la promoción en papelería, señalización, publicaciones, uniformes u otro tipo de material, serán los 3 colores que distinguen el logo color purpura, rojo y negro. Estos colores son los únicos permitidos por la Pastoral de Comunicación para ser utilizados en cualquier elemento de promoción: papelería, señalización, publicaciones, uniformes u otros materiales en los que sean requeridos.

3.4.7 La línea gráfica impresa o papelería

Se elaborará material promocional para dar a conocer a la Pastoral de Comunicación en flyers, calendarios, sobres, tarjetas de presentación, uniformes como chaleco periodista para las gentes de pastoral. Todos estos recursos deben contar con un diseño único en el que se incluirá el logotipo de la Pastoral de Comunicación. Para esto, el diseño del logo debe ser adaptado a diferentes tamaños y formatos.

3.5 FODA

Después de conformar la identidad institucional, visual y la organización de la pastoral de comunicación fue necesario elaborar un plan de comunicación con el fin de contribuir a la consecución de los objetivos estratégicos de la Pastoral. Este plan se estará actualizando conforme a las necesidades de la Parroquia.

Para ello se elaboró como primer paso un FODA para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Se realizó un análisis del entorno (Lugar), todos los aspectos que se necesitan saber y conocer sobre el lugar donde se ejecutaría el plan, de esta manera se transmitiría de manera eficaz el trabajo de la pastoral. Así también se analizó el entorno interno para saber con qué se cuenta para el trabajo de la Pastoral de Comunicación.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Un pueblo con mucha tradición y una ferviente fe católica. • .Trabajo en equipo. • Responsabilidad. • .La buena voluntad. • Determinación. • Solidaridad. • Agentes de Pastoral proactivos y con vocación de servicio. • Agentes con experiencia en medios de comunicación. • Coordinador diocesano en la Parroquia de San Juan Comalapa. • La oración en grupo. • El apoyo incondicional del Párroco. • Contar con la dirección de la Diócesis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad del uso de los medios de comunicación. • Utilizar los medios de comunicación como herramienta de evangelización. • Fomentar el buen uso de los medios de comunicación. • Aprovechar que la feligresía específicamente los niños y jóvenes utilizan los medios de comunicación con más frecuencia, así poder llegar a más personas con nuestro trabajo pastoral. • Aprovechar las actividades de la Parroquia, grupos, pastorales y comunidades, Aniversario y feria patronal, para cumplir con los objetivos que se proponga la Pastoral de Comunicación.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. No se cuenta con el equipo adecuado para trabajar, Cámara fotográfica y de video Profesional. 2. La feligresía no conoce aún la función de la Pastoral de Comunicación. 3. No contar con un plan específico para la Pastoral de Comunicación dentro de la Diócesis y de la Parroquia. 4. Falta de tiempo y más personal que apoye al trabajo pastoral. 5. Falta de recursos económicos para proyectos específicos de la pastoral. 6. Aún no se cuenta con un espacio específico en la web para dar a conocer el trabajo pastoral. 	<ul style="list-style-type: none"> • Por cuestión laboral de los agentes de pastoral, en ocasiones se cruzan los horarios con las distintas actividades de la Parroquia, que a veces no se logrará cubrir. • Falta de redacción de acta para concretizar la creación de la Pastoral de Comunicación. • Se carece de un Plan de trabajo específico dentro del Plan Diocesano de Pastoral y Plan Parroquial que guíe el trabajo de la Pastoral de Comunicación. • Que la Iglesia haga buen uso de los medios de comunicación social, ya que estos medios pueden ser un arma de dos filos. • Que la diócesis no dé marcha atrás para seguir impulsando el trabajo de la pastoral de comunicación en cada parroquia.

3.6 Desafíos

Posicionamiento:

Lograr que la Parroquia se identifique con el trabajo de la Pastoral de Comunicación, tomándolos en cuenta no como un instrumento de segundo

plano, sino como una herramienta primordial para el acompañamiento evangelizador.

- **Desconocimiento de la pastoral de la comunicación social:**

Por ser una pastoral nueva, no se conoce las funciones que tendrá dentro de la Parroquia, por ello se debe trabajar de la mejor manera divulgando la presencia de la misma.

- **Interés:**

Despertar el interés tanto en la Parroquia como en la diócesis, tomando en cuenta a los agentes de comunicación en las reuniones ordinarias de trabajo.

- **Motivar y capacitar:**

La falta de motivación personal es uno de los factores que no debemos descuidar, tratando de crear un ambiente de trabajo agradable. Así mismo lograr el buen desempeño pastoral por medio de los mensajes que el Santo Padre brinda en cada una de las Jornadas mundiales de las Comunicaciones Sociales, a todas las pastorales del mundo que será una herramienta fundamental. Otro de los factores que van de la mano con la motivación es la capacitación que permita a los agentes de pastoral adquirir nuevos conocimientos que enriquezcan la labor a desempeñar en el área de comunicación.

- **Mayor Interés:**

Despertar el interés de cada una de las comunidades y grupos religiosos de la parroquia para tomar en cuenta el trabajo de Pastoral de Comunicación como parte fundamental para lograr los objetivos de la evangelización y Plan Parroquial de Pastoral 2016-2020.

- **Solidaridad:**

Debido a que no se cuenta con los recursos económicos, materiales y equipo para desempeñar el trabajo pastoral, la solidaridad es fundamental para cubrir cada una de las necesidades de cobertura de las actividades de la parroquia,

utilizando cada quien su propio equipo, siendo ello: Computadoras, celulares, cámaras digitales y de video. Así también el compartir los conocimientos entre los agentes de la pastoral, para enriquecer el trabajo.

- **Necesidad de personal y recursos materiales:**

Es necesario la integración de más agentes que se motiven por medio de lo que la Pastoral de Comunicación proyecta en su trabajo, ya que la Parroquia de Comalapa es una de las que cuenta con una cantidad grande de grupos y comunidades con mucho trabajo y se requiere cubrir todas las necesidades de comunicación.

- **Uso adecuado de las nuevas tecnologías:**

Implementar el buen uso de la tecnología es un reto para la Pastoral de Comunicación. La Iglesia está consiente que el uso de la tecnología es de suma importancia y ayuda valiosa para la humanidad, así también está consciente de su mal uso y hace énfasis en el Concilio Vaticano II (1963.p 410) “Contribuyen mucho al descanso y cultivo de los espíritus y a la propagación y consolidación del reino de Dios; sabe también que los hombres pueden utilizar tales medios contra el propósito del Creador y emplearlos en su propio daño; más aún siente materna angustia dolorida por los daños que de su mal uso han surgido con demasiada frecuencia para la sociedad humana”

- **Participación de la Iglesia:**

Siempre basándonos en el Concilio Vaticano II (1963.p 411) sobre la participación de la Iglesia dice “La iglesia católica, que fue fundada por Nuestro Señor Jesucristo para llevar la salvación a todos los hombres y por ello se siente movida por la necesidad de evangelizar, considera que es parte de su misión servirse de los medios de comunicación social para predicar a los hombres el mensaje de salvación y enseñarles el recto uso de estos medios”

- **Comunicar el mensaje:**

Transmitir correctamente el mensaje que se desea transmitir es vital. “Consideren pues el contenido de las realidades que se difunden, según la peculiar naturaleza de cada medio; tengan a la vez en cuenta las circunstancias o condiciones todas, es decir, el fin, las personas, el lugar, el tiempo y demás elementos con que se lleva a cabo la comunicación, y que pueden cambiar o modificar totalmente su honestidad; entre las cuales se cuenta el modo de obrar propio de cada clase de medios, es decir, eficacia, la cual puede ser tan grande que los hombres, sobre todo si no están formados, difícilmente sea capaces de advertirla, de denominarla y, si llega el caso, de rechazarla”. (CV II. P.411)

- **Falta de Recursos Económicos:**

Este es uno de los desafíos más grande, ya que no se cuenta con recursos ni equipo propio para desempeñar ampliamente el trabajo pastoral. Por lo que poco a poco con la ayuda de la Parroquia y la gestión de los agentes de pastoral, se pueda en un futuro contar con el equipo necesario.

3.7 Estrategia de comunicación Interna

3.7.1 Justificación

En la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango es necesario visibilizar el trabajo de la Pastoral de Comunicación, haciendo uso de los distintos medios de comunicación. En este apartado se elabora la manera en que los agentes de pastoral realizarán internamente para alcanzar los objetivos propuestos como equipo de trabajo. Se diseña la estrategia teniendo claro la manera en la que se llevará acabo.

3.7.2 Objetivos:

Implicar positivamente a los agentes de pastoral en cada una de las actividades, realizándolas con armonía y actitud de innovación positiva para la evangelización dentro de la Parroquia.

3.7.3 Público Objetivo

Agentes de Pastoral de Comunicación y Asesor.

3.7.4 El Mensaje

Existen muchas herramientas disponibles para ponerla en práctica, se puede optar por las que se adapten mejor a sus posibilidades u objetivos de los agentes. Para construir el mensaje se tomó en cuenta las siguientes preguntas:

-¿Qué necesita el agente de pastoral saber para desempeñarse dentro de Pastoral de Comunicación?

-¿Conoce el agente de pastoral algo sobre la Pastoral de Comunicación?

-¿Qué es lo que se quiere transmitir?

-¿Qué beneficios aportará la Pastoral de Comunicación?

-¿Cómo se podrá saber más detalles sobre el trabajo de la Pastoral de Comunicación?

3.7.5 Líneas de acción:

- Creación de un buzón de sugerencias.
- Reunión semanal para trabajar y analizar inquietudes
- Organizar actividades de recreación o interactiva al aire libre a cada dos meses, para que permanezca la armonía y la amistad entre los integrantes de la Pastoral.
- Constante capacitación en temas de comunicación y otros
- Formación espiritual y motivación
- **Asignación de actividad:** Designar a los agentes que estarían acudiendo a las reuniones de Consejo Parroquial, la cual está conformada por todos los grupos y comunidades de la Parroquia, se lleva a cabo todos los días lunes, para brindar información de las diversas actividades de la Parroquia.

3.7.6 Cronograma o calendario

- Se realizó un cronograma de actividades que recoge a nivel temporal cada una de las acciones que se pongan en marcha.
- Se planificó en el tiempo de cada una de las acciones.

PASTORAL DE COMUNICACIÓN / PARROQUIA DE COMALAPA, CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

FECHA	ACTIVIDADES	LUGAR	HORA	ENCARGADO (A)	OBSERVACIONES
Martes 12 de abril	Confesiones	Iglesia	Todo el día	Mario Bal	
11, 13 y 18 de Abril	Conferencia Triduo Pascual	Iglesia	6:30 pm	Elena Perén	
Jueves 14 de Abril	Velación	Iglesia CojolJuyú	7:00 pm	Todos	
Sábado 16 de Abril	Misa Nueva Evangelización	Iglesia	6:00 pm	Amilkar	
Domingo de Ramos	Procesión de Ramos	Salida - Centro de Salud	5:00 am	Mario Bal	
Domingo de Ramos	Jornada de la Juventud	Santa Apolónia	Todo el día	Amilkar, Nora , Ana y Elena	
Martes Santo	Procesión Infantil	Iglesia	3:00 pm	Nora Otzoy, Mario Bal	
Miércoles Santo	Actividad Juvenil	Aldeas	8:00 am	AmilkarPichiyá	
Miércoles Santol	Misa Crismal	Sololá	10:00 am	Silvia Chex	
Miércoles Santo	Procesión Infantil (Hermandad)	Iglesia	3:00 pm	Nora, Mario, Elena	
Jueves Santo	Misa	Iglesia	4:00 pm	Todos	
Jueves Santo	Misa	Colegio Medalla	4:00 pm	Elena Perén	
Jueves Santo	Velación	Iglesia	9:00 pm	Todos	
Viernes Santo	Viacrucis	Iglesia	6:00 am	Todos	
Viernes Santo	Crucifixión,	Iglesia	12:00 pm	Todos	
Sábado Gloria	Acto de Sepultura	Iglesia	13:00 h	Todos	
Sábado de Gloria	Oración y descendimiento de la Cruz	Iglesia	10:00 am	Todos	
Sábado de Gloria	Vigilia Pascual	Iglesia	19 hrs	Todos	
Domingo de Resurrección	Procesión	Iglesia	9:30 hrs	AmilkarPichiyá	

Fuente: Elaboración propia

3.8 Estrategia de Comunicación externa

Visibilizar el trabajo externo de la Pastoral de Comunicación, haciendo uso de los distintos medios de comunicación para la evangelización

3.8.1 Justificación

La pastoral de la comunicación social es una de las más recientes que se han creado dentro de la Parroquia de San Juan Comalapa. El crecimiento constante de los medios de comunicación hizo necesaria la aparición de esta pastoral, que incluye no solamente los diarios, la radio y la TV, sino también todas las expresiones artísticas, culturales y/o musicales que se difunden a través de los medios nombrados; además el abanico de posibilidades es amplia ya que va desde las antiguas formas de comunicación humana como los carteles hasta las nuevas tecnologías como Internet.

La pastoral de comunicación de San Juan Comalapa, Chimaltenango no cuenta con un plan o manual específico de comunicación por lo que es necesario elaborar uno propio que se adecue a las diversas necesidades de la Parroquia en el área de comunicación.

Este manual de operaciones y plan estratégico es una guía que orienta el adecuado y correcto funcionamiento de la Pastoral de Comunicación, estableciendo orden, disciplina y dinamismo para dar a conocer con puntualidad la información que genera la Parroquia de San Juan Comalapa; sin embargo se puede establecer que uno de los límites que se tiene es de carácter presupuestario, ya que esto no es un trabajo de lucro sino que está al servicio de la Iglesia, por lo que se recomienda a los Sacerdotes, consejo pastoral y laicos apoyar actividades que la Pastoral esté realizando para la recaudación de fondos a fines de ésta pastoral

La Pastoral de Comunicación debe estar vinculada al quehacer diario de la Iglesia y mantener informada a la comunidad sobre las actividades, no solamente en aras de generar una buena imagen sino fundamentalmente dar vigencia al trabajo pastoral

El siguiente plan de operaciones, perfectible sobre la marcha de la Parroquia de San Juan Comalapa, guía las actividades de la Pastoral de Comunicación para cumplir sus funciones elementales de difusión y relaciones públicas.

Esta Pastoral mantiene comunicación con los diferentes grupos, pastorales, comunidades, con quienes a media de lo posible se pacta el trabajo de difusión y espacios que apoyarán a encaminar los objetivos del plan pastoral.

3.8.2 Objetivo

Generar conocimiento e importancia de la Pastoral de Comunicación, posicionando la imagen de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa.

Optimizar el proceso de comunicación con los grupos, pastorales y comunidades de la Parroquia, haciendo uso de los distintos medios de comunicación, e internet a través de las redes sociales y pagina web.

3.8.3 Público objetivo

- Es imprescindible determinar a quién se va a dirigir la Pastoral de comunicación. Definir cuál o cuáles son los destinatarios o grupos de destinatarios en los que se centrarán los esfuerzos comunicativos. Conocer al público al que se dirige la Pastoral de Comunicación y los medios que utilizará para informarse, de acuerdo a ellos dependerá el éxito del trabajo.

En este caso vamos a enfocarnos a toda la comunidad de San Juan Comalapa niños, jóvenes y adultos, católicos y no católicos, ya que nuestro trabajo es anunciar el mensaje de Cristo a todas las personas. No obstante también habrá actividades en las que será para un grupo objetivo. Es importante conocer bien al público al que se va a dirigir y los medios de comunicación que se utilizarán. Por ejemplo si lo que se va a comunicar es para jóvenes, debemos utilizar las redes sociales que son más frecuentadas por ellos. Si es para mayores de 60 años podemos considerar la radio, ya que es un medio oportuno para hacer

llegar el mensaje. La capacidad de entendimiento con el público es la base del éxito de un Plan de Comunicación.

En esta sección, se describió de forma detallada los principales grupos objetivos a los que nos dirigimos tanto externos como internos, en la identificación de grupos se estableció 4 con los que se va interactuar en la Parroquia de Comalapa. El desarrollo de la estrategia va dirigida a aquel público que podrá estar interesado en que hacer de la Pastoral o actividades que desarrolla. Comprender esto hace más fácil priorizar el trabajo de comunicación.

Público Objetivo
Público Objetivo A (Niños)
Público Objetivo B (jóvenes)
Público objetivo C (Adultos)
Público Objetivo D (Toda la Parroquia)
Público Objetivo E (Agentes de Pastoral)

3.8.4 El Mensaje

Es lo que se quiere comunicar eligiendo las características a comunicar, el estilo o tono de comunicación que se utilizará. Debe ser claro, conciso y directo, ya que un mensaje no es universal esto significa que no tiene el mismo sentido para todos, por lo que hay que adaptarlo al público objetivo y acomodarlo según el medio en el que se va a difundir, radio, tv, redes sociales

Para construir el mensaje se tomó en cuenta las siguientes preguntas:

-¿Qué necesita el público saber de la Pastoral de Comunicación?

-¿Conoce el público algo sobre la Pastoral de Comunicación?

-¿Qué es lo que se quiere transmitir?

-¿Qué beneficios aportará la Pastoral de Comunicación?

-¿Cómo se podrá saber más detalles sobre el trabajo de la Pastoral de Comunicación?

Una vez que haya identificado el público, la siguiente tarea es descomponer los objetivos en mensajes relevantes para cada una de esos públicos objetivos. Comenzaremos con la de más alta prioridad. Los mensajes deben ser relevantes y apropiados para cada público.

Ejemplo: Objetivos

A. Conseguir mayor notoriedad y valoración de la Pastoral de Comunicación en la Parroquia de San Juan Comalapa.

Mensaje: Conocer el trabajo de la Pastoral de Comunicación y las ventajas del buen uso de los medios de comunicación.

B. Posicionar el logo de la pastoral de comunicación

Mensaje: Identificar el logo de la Pastoral de Comunicación en cualquier condición o lugar.

C. Conseguir mayor visibilidad del trabajo que realiza la Pastoral de Comunicación, haciendo uso de los distintos medios de comunicación, actualizando información en las redes sociales y pagina web

Mensaje: Por medio de los sitios de internet, conozcan el trabajo de la pastoral de comunicación y conozcan más sobre el mensaje de Jesucristo.

D. Fomentar la interacción con los seguidores de las redes sociales.

Mensaje: Atender las necesidades de comunicación de los fieles y se sientan acompañados por medio de la evangelización en línea.

Público Objetivo	Qué necesitan saber	Mensajes clave
Público Objetivo A	Objetivo A Objetivo B Objetivo D	Mensaje A Mensaje B Mensaje C
Público Objetivo B	Objetivo A, B, C y D	Mensaje A Mensaje B Mensaje C Mensaje D

3.8.5 Líneas de acción

Se debe elegir las herramientas apropiadas para que el Plan de Comunicación sea exitoso. Las líneas de acción de la Pastoral de Comunicación son las siguientes:

- Conocer agenda del Párroco y vicarios, actividades del Consejo Parroquial, grupos y comunidades, por medio de la Secretaría Parroquial.
- Definir las actividades de agenda del sacerdote para darles cobertura.
- Cubrir las actividades Parroquiales con fotografía, video y grabación de audio.
- Abrir una cuenta de correo oficial pccomalapa@gmail.com.
- Abrir una cuenta en Facebook: Parroquia de Comalapa.
- Abrir una cuenta en Twitter: @pcomunicacioncomalapa.

- Integrar un banco de fotos, audios y videos, para facilitar el flujo e identificación de la información.
- Diseñar un formato de cobertura propio que permita informar a la población: Cartelera, Boletín mensual u otros.
- Vigilar y actualizar constante y permanentemente las cuentas de correo, Blog o página web y actualizar de manera paralela las cuentas de Facebook y Twitter.
- Estar pendiente de la recepción de acciones y/o información sobre avisos, informes, agendas de los diversos grupos de la Parroquia.
- Establecer un monitoreo de medios impresos, electrónicos, radiales y televisivos, católicos que permitan tener informados sobre el acontecer diocesano o de la Iglesia Católica en el mundo. Así como también cuando se requiera del apoyo de los medios de comunicación, el monitoreo sirva para confirmar la publicación y/o transmisión de la información que estamos generando.
- Cuando se realice una actividad específica de la Pastoral de Comunicación se debe monitorear la transmisión de la información en los medios (noticieros de radio y/o televisión así como impresos al día siguiente) con el objetivo de cerciorarnos de su oportuna difusión.
- Trabajar en la recepción, análisis y guía de trabajo de los documentos importantes del Magisterio de la Iglesia tales como: Plan Parroquial de Pastoral, Plan Diocesano, Mensaje del Papa en las Jornadas Mundiales de la Comunicación social, Concilio Vaticano II, Documento de Aparecida, entre otros que sirvan para motivar y enriquecer el trabajo de la Pastoral.
- Auxiliar en el área de Comunicación a los distintos grupos en la logística de las actividades que se lleven a cabo dentro o fuera de la parroquia, por ejemplo en la elaboración de banners, boletines, afiches, entre otros.

3.9 Medios de Comunicación Virtual

3.9.1 Internet

Con la ayuda del Párroco Efraín Guantá, se logra comprar y crear un espacio en la Web, con el nombre: www.parroquiadecomalapa.com, la cual se creó con espacios sobre: Actividades de la Parroquia, Radio en línea, Chat, imágenes, Evangelio del día, entre otros segmentos. Después de dos años trabajando la página, lamentablemente por falta de recursos económicos, no se pudo pagar el espacio que se tenía en la web. Por lo que actualmente solo se cuenta con el servicio de las redes sociales y para ello se requiere:

3.9.2 Red social Facebook

Se aprovecha la red social de Facebook como herramienta primordial para dar a conocer con fotografías y publicaciones de información de las diversas actividades de la Parroquia y de la Diócesis.

Cuenta de Facebook con el nombre: Parroquia de Comalapa (Santuario Sagrado Corazón de Jesús)



Fuente: Pantalla de Facebook <https://www.facebook.com/parroquia.comalapa>

3.9.3 Crear espacios en la web

Se crea una imagen institucional por medio de la web, utilizando las redes sociales Facebook, Blog, Página web para potenciar la información. Estas herramientas no permiten llegar a todas las personas principalmente a los jóvenes quienes son un perfil adecuado para evangelizar por medio de estas herramientas.

3.9.4 Realizar página Web

Es importante hacer el relanzamiento de la página web “www.parroquiadecomalapa.com” ya que sería el rostro y ventana informativa de consulta para la parroquia, diócesis de Sololá Chimaltenango y todo aquel que se encuentre dentro o fuera del país, teniendo que estar bajo una actualización permanente y constante.



Imagen: <http://es.catholic.net>

3.10 Relaciones públicas

- **Promoción de agenda de trabajo:**

Motivar a los diferentes grupos y comunidades de la Parroquia a desplegar su agenda de trabajo, que permita hacer notar a la población el ministerio que realizan para del bien común, siguiendo las líneas del Plan Parroquial 2016 –

2020 y en cumplimiento a lo que el Santo Padre pide, ser una iglesia que se dé al servicio de los demás.

- **Crear una base de Datos:**

Crear una base de datos de los distintos medios de comunicación del municipio para iniciar un acercamiento y brindarles la atención cuando se requiera.

- **Promoción del uso de los medios de Comunicación:**

Diseñar una ruta mediante la cual se dé a conocer la importancia del buen uso de los medios de comunicación como instrumento de evangelización, por ejemplo creando espacios en las redes sociales que permitan compartir temas de reflexión, de oración y meditación, compartir el evangelio del día, crear enlaces hacia otras páginas digitales tales como las de otras parroquias y las del vaticano. Todo esto con el objetivo de ser una herramienta de apoyo para todos los grupos de la Parroquia.

- **Campaña en medios:**

Diseñar y reproducir de manera constante Spots de radio, sobre mensajes o reflexiones. Así como buscar espacios en las emisoras o canales de cable local para tener un programa, semanal o mensual que permita dar espacios, entrevistas con los integrantes de todos los grupos de la Parroquia y así dar a conocer su trabajo pastoral.

- **Promociones en medios impresos:**

Diseñar y producir un impreso mensual que contenga información gráfica sobre las actividades Parroquiales.

- **Avisos:**

Diseñar y publicar avisos, convocatorias, esquelas, felicitaciones, cápsulas informativas, entre otros.

- **Ir al encuentro con los medios:**

Promover por lo menos 2 veces al año, una capacitación sobre los medios de comunicación dirigida a representantes de todos los grupos de la Parroquia generando una integración y comunicación con cada grupo.

- **Herramientas de publicidad:**

Se hará banners, se enviará mensajes a teléfonos móviles, radio, televisión, algún medio escrito, correo electrónico, redes sociales, revistas, entre otros, para dar a conocer la Pastoral de Comunicación.

- **Herramientas para la gestión con los medios de comunicación:**

Notas de prensa, rueda de prensa, entrevistas a los medios, sala de prensa virtual.

3.11 Eventos

Se ha brindado acompañamiento a los distintos grupos en las diversas actividades programadas por la Parroquia y Diócesis de Sololá Chimaltenango, para ello se elaboró un cronograma de actividades, la cual se distribuyó las responsabilidades entre todos los agentes de pastoral para tomar fotografías o video de los eventos dentro y fuera de la Iglesia. Aquí se detallan algunas de las actividades que la Pastoral de Comunicación dio cobertura por radio y TV en línea, a través de su página web y redes sociales.

a) **Cobertura Actividades de Semana Santa:**

- Se integró el STAF de apoyo de las emisoras diocesanas Radio Sololá, Radio Actica y Radio Renacer, para la Jornada diocesana de la Juventud, celebrada en San José Paqui, el domingo de Ramos.
- Se brindó el apoyo a la Hermandad del Señor Sepultado, dando por primera vez cobertura a la transmisión de la Misa del Jueves Santo, ritos de Crucifixión y procesión del Santo Entierro del Viernes Santo, a través de la página www.parroquiadecomalapa.com

- Se cubrió todas las actividades con fotografías que fueron subidas al Facebook.

Transmisión de las actividades Parroquiales por radio y tv Online

www.parroquiadecomalapa.com



Fotos: Archivo Pastoral de Comunicación

Procesión Infantil Martes Santo



Procesión del Viernes de Dolor, Aldea Cojol Juyú



Velación Jueves Santo



Viacrucis Viernes Santo



Imagen: <https://www.facebook.com/parroquia.comalapa>

Descendimiento de la Cruz



Imagen: <https://www.facebook.com/parroquia.comalapa>

Envalsamiento de la Imagen de Jesús por el Párroco Efraín Guantá



Imagen: <https://www.facebook.com/parroquia.comalapa>

Traslado de la Imagen hacia el anda de la Procesión por miembros de la Hermandad del Señor Sepultado



Imagen: <https://www.facebook.com/parroquia.comalapa>

Procesión del Santo Entierro / Salida del Santuario



Procesión Santo Entierro, recorriendo las principales calles de la población



Imagen: <https://www.facebook.com/parroquia.comalapa>

Calles alfombradas de San Juan Comalapa



b) Celebración del día del Niño / Pastoral Infantil



Imagen: <https://www.facebook.com/parroquia.comalapa>

a) Recibimiento de la Cruz de la Jornada Diocesana de la Juventud / Pastoral Juvenil



Imagen: <https://www.facebook.com/parroquia.comalapa>

a) Organización del Concierto Internacional Diocesano de Pascua con Sara Torres y Espíritu de Alabanza

Entre las experiencias más destacadas de la Pastoral de Comunicación, se encuentra la organización del concierto Diocesano de Pascua 2011, con la cantautora y conferencista Internacional “Sara Torres”, presentando su más reciente producción Punto y Aparte. Así como también al grupo “Espíritu de Alabanza” alternando con el grupo Espíritu de Alabanza, la cual la Pastoral de Comunicación fue la organizadora de la logística y ejecución de la misma.

Para ello se organizó un cronograma de actividades para la recaudación de fondos para el evento, la cual tuvo lugar en el Instituto Andrés Curruchiche, en dicho concierto se contó con presencia de niños, jóvenes y adultos de todas las parroquias Departamento de Chimaltenango, así como visitantes de la Ciudad Capital y Sacatepéquez.

Se trabajó una completa estrategia de comunicación y relaciones públicas para llevar a cabo el concierto, así mismo se creó spot radial, publicidad digital y escrita, así como se buscó espacios en medios de comunicación para dar entrevistas e invitar a todas las personas a participar. Así mismo se realizó una gira en 12 municipios de Chimaltenango para la promoción del evento con spot, afiches y volantes.

Concierto de Sara Torres.



Fuente

[:https://www.facebook.com/SaraLuisaTorres/videos/t.691021030/10150243337751031/?type=2&theater](https://www.facebook.com/SaraLuisaTorres/videos/t.691021030/10150243337751031/?type=2&theater)

Entrevista con Sara Torres / Radio Activa



Foto: Archivo/ Pastoral de Comunicación.

El Evangelista / Previo a concierto Espíritu de Alabanza



Foto: Archivo/ Pastoral de Comunicación.

Sara Torres



Foto: Archivo/ Pastoral de Comunicación.



Foto: Archivo/ Pastoral de Comunicación.

Hora Santa



Foto: Archivo/ Pastoral de Comunicación.

Hora Santa



Foto: Archivo/ Pastoral de Comunicación.

Hora Santa



Grupo Espiritu de Alabanza, miembros de la Pastoral de Comunicación y Grupo Juvenil Filipenses



Foto: Archivo/ Pastoral de Comunicación

3.12 Recursos

- **Humanos:** Todos los integrantes agentes de pastoral, Aseso y colaboradores.
- **Materiales:** Para cumplir de una mejor manera los objetivos de la pastoral, se necesita contar con el equipo propio y adecuado las cuales se detallan a continuación:
 - Cámara de fotografía (al menos dos)
 - Cámara de video (al menos una)
 - Grabadora de audio (al menos una)
 - Computadoras (al menos 3)
 - Contar con transporte (para las actividades en las aldeas o fuera del municipio)
 - Impresora
 - Gafetes
 - Papel

3.13 Presupuesto

Se contó con el apoyo económico adquirido por la parroquia, el cual se destinó a la puesta en marcha del plan estratégico de la Pastoral, por medio de la creación de la página web y las diferentes actividades realizadas.

Para el desarrollo del Plan de Comunicación se debe contemplar un presupuesto para abordar todas las acciones de comunicación. Para afrontar la financiación de algunos insumos o equipo se debe recurrir a llevar a cabo actividades como rifas, elaboración de material promocional elaborada por los agentes de pastoral, u otras actividades que permitan generar un recurso económico, de igual manera se puede recurrir a entidades que pueden apoyar estas causas.

3.14 Documento de Iluminación Doctrinal para la Pastoral de Comunicación

En el Plan Diocesano de Pastoral 2016 – 2020 aún no contempla el trabajo específico para la Pastoral de Comunicación, sin embargo en el Plan Parroquial de Pastoral 2016- 2020, presentado recientemente por el P. Regino Majtzul Teleguario, actualmente Párroco del Santuario Sagrado Corazón de Jesús, presenta puntos claves como meta y líneas de acción en el marco doctrinal sobre los medios de comunicación

a) Meta: Promover una real Pastoral de Comunicación Social

b) Líneas de Acción:

- Optimizar el uso de los medios de comunicación con contenido católico, para que sean más eficaces.
- Comunicar contenidos de fe, en los medios de comunicación, que permitan multiplicar el mensaje.
- Promover medios de comunicación como espacio para dialogo entre la Iglesia y la sociedad.
- Educar la formación crítica en el uso de los medios de comunicación desde la primera edad.
- Animar las iniciativas de comunicación existentes con un espíritu de comunión.

Conclusiones

1. La Pastoral de Comunicación de la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango, desempeña un papel sumamente importante en la evangelización de la comunidad, al relatar la experiencia de creación puede ser una herramienta de apoyo para las parroquias que deseen formar esta pastoral, pues propone una estructura organizativa, donde sus funciones se basan en los Documentos del Concilio Vaticano II y el Documento de Aparecida.

2. Al tener detallado en un Plan de trabajo específico para la Pastoral de Comunicación permite cumplir con claridad los objetivos principales acordes a su debido funcionamiento dentro de la Iglesia Católica, el cual no solo propone hacer buen uso de las distintas herramientas de comunicación sino crear una comunicación para la nueva evangelización, brindando protagonismo del trabajo de las distintas pastorales o grupos de la Parroquia, utilizando los medios adecuados para la divulgación, según los recursos humanos y físicos con los que se cuentan.

3. La falta de recursos humanos, físicos y económicos no han sido impedimento para llevar a cabo el trabajo de la Pastoral de Comunicación dentro de la Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango.

Recomendaciones

A los agentes de Pastoral

1. Conocer los diferentes medios de comunicación para comprender su visión y responder al desafío de la evangelización.
2. Promover los procesos de comunicación dentro y fuera de la Iglesia para llevar a cabo un trabajo pastoral y de la informática a ejemplo de Cristo perfecto comunicador.

A la Parroquia de San Juan Comalapa

1. Que cada Párroco de la Iglesia acompañe, apoye y guíe espiritualmente el trabajo de la Pastoral de Comunicación, aprovechando los recursos humanos y medios de comunicación con los que ya se cuenta.
2. Que todos los grupos y feligresía reconozcan la importancia de aprovechar estos medios de comunicación a través del trabajo de la Pastoral de Comunicación.

A la Diócesis de Sololá Chimaltenango

1. Tener una reflexión desde la Diócesis de Sololá – Chimaltenango a retomar nuevamente la Creación de Pastoral de Comunicación diocesana como ente importante para la Evangelización.
2. Concientizar a todos los Sacerdotes para que den marcha a la creación de la Pastoral de Comunicación en su parroquia.
3. Tomar conciencia de la trascendencia, acatando la verdadera dimensión y el valor que tienen los medios de comunicación para el trabajo de la Pastoral de Comunicación.
4. Que todos los Sacerdotes, religiosos y religiosas reconozcan la importancia y la necesidad de promover más el trabajo de la Pastoral de Comunicación desde la dimensión evangelizadora.

Referencias bibliográficas

1. Aparecida, Brasil, Mayo 2007. Documento Conclusivo Aparecida. 214 p
2. Carta Apostólica Nuevo Milenio Ineunte. Juan Pablo II, 2000 75 p
3. Chaves, Novertó.1990. La imagen corporativa: Teoría y metodología de la identificación institucional 2a ed. Barcelona: España: Gustavo Gill.
4. Cebrián, Herreros M. 1981. Diccionario de Radio y Televisión. México, Alhambra. 375 p
5. Documentos completos del Vaticano II.1963 México. 544 P
6. Documento de Aparecida, Extracto Proyecto Operativo. 2007. México 112p
7. Diócesis de Sololá, Guatemala. 1989 .Plan Pastoral 89-90
8. Diócesis de Sololá- Chimaltenango,2013 Plan Diocesano de Pastoral 2013 – 2020 128 p
9. Escuela de Formación Pastoral “Santo Hermano Pedro de Betancur” 2011. 36 p
10. Fernández Collado, Carlos. 1991. La comunicación en las organizaciones. México: Trillas.
11. Mérida González, Aracelly Krisanda.2011. Manual de búsqueda, descripción bibliográfica, citas dentro del texto y criterios para evaluar la calidad de las fuentes de información. Guatemala: Editorial Luna 66 p
12. Muchuch Cúmez Rigoberto, 2015. Estudio de opinión acerca de la creación de un periódico en idiomas castellano y kaqchikel para el casco urbano de San Juan Comalapa. Tesis Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 75 p
13. Muchuch Cúmez, Alan Milktsedek, 2009. Interferencia del espectro radioelectrónico en el área urbana de San Juan Comalapa.Chimaltenango. Tesis Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.73 p
14. Plan Parroquial de Pastora 2016-2020. Parroquia de San Juan Comalapa, Chimaltenango.

15. Sagrada Biblia, Católica. sde
16. Oxlaj Cúmez, Miguel Ángel 2012. Estudio semiótico del mural de la pared frontal del cementerio de San Juan Comalapa. Tesis Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
17. Ruiz Cervantes Mirna Vanessa, 2009 “La comunicación corporativa y su relación con la cultura, la identidad y la imagen empresarial. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
18. Van Riel, Cees. 2001. Comunicación corporativa. Tres formas importantes de comunicación corporativa. Madrid, España: Prentice Hall. 235 p.

E-Grafías

1. Bravo, Jorge. 2016. <http://www.angelfire.com> . Consulta. 3 de febrero 11:00 am
2. Formanchuk, Alejandro. 2001. Temas de recursos humanos, comunicación interna, externa e imagen. <http://www.sht.com.ar/archivo/temas/comunicapa.html>. Consultada el 29 de enero de 2016 a las 8:00 am
3. González Beltrán, Rafael. 2008. Vida Pastoral. <http://www.vidapastoral> Consulta, 1 de febrero 9:00 am
4. La comunicación en el documento de aparecida”, Octubre 2004, <http://iglesiaycomunicacion.blogspot> Consultada el 29 de enero de 2016 a las 8:00 am
5. La Iglesia y los medios de comunicación social. <http://www.es.catholic.net/>. Consultada el 29 de enero de 2016 a las 10:00
6. Lance Talent (<https://www.lancetalent.com>) Diseño de un logo. Consultado 16 de marzo 8:00 am
7. Manual de Identidad Visual Corporativa. Universidad Simón Bolívar (<http://www.usb.ve>) Consultada 16 de marzo 8:00 am
8. Parroquia Comalapa <https://www.facebook.com/parroquia.comalapa>. Consultado 16 de marzo 10:00 am