

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

**La modalidad virtual como herramienta comunicacional dentro de la  
Parroquia San Cayetano zona 7 Guatemala, como enlace entre Iglesia y feligres.**

Odilia Mercedes Avila Gómez

Guatemala, septiembre de 2021

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

**La modalidad virtual como herramienta comunicacional dentro de la  
Parroquia San Cayetano Zona 7 Guatemala, como enlace entre Iglesia y feligrés.**

Trabajo de grado presentado por:

Odilia Mercedes Avila Gómez

Previo a optar el título de  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

M.A. Hugo Nery Bach

Guatemala, septiembre 2021

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

**Director**

Lic. César Paiz Fernández

**Consejo Directivo:**

M.A. Regina Miranda

Representante Docente

Guillermo Herrera

Iván Porres Bonilla

Representantes Estudiantiles

M.A. Cecilia Andrade

Representante Egresados

M.A. Héctor Salvatierra

Secretario

**Tribunal Examinador:**

M.A. Hugo Nery Bach Alvarado, Asesor

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán, Lector-examinador

Lic. Héctor Alejandro Solares Peláez, Lector-examinador

Guatemala, 27 de octubre de 2021  
Orden de impresión  
Ref. CG-Akmg- No. 035-2021

Licenciada  
Odilia Mercedes Avila Gómez  
Carné: 2660 84222 0101  
Registro académico: 9417137  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimada Licenciada

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título La modalidad virtual como herramienta comunicacional dentro de la Parroquia San Cayetano zona 7 Guatemala, como enlace entre Iglesia y feigrés. Se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados en un plazo no mayor de 30 días calendario

- a) Un (1) ejemplar impreso y un CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado para la Biblioteca Central.
- b) Dos (2) ejemplares impresos para la Biblioteca Flavio Herrera y dos (2) CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado

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,

"Id y enseñad a todos"



PhD. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Grado



Vo.bo. Lic. César Augusto Paiz Fernández  
Director ECC

c.c. archivo  
AKMG/LuciaL

Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Edificio M2, Ciudad Guatemala, C.A.  
[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)  
(502)24188920

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

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|  | <b>PÁGINA</b> |
|--|---------------|
| PRELIMINARES .....                             | 1             |
| 1.1. Título del tema.....                      | 1             |
| 1.2. Introducción.....                         | 1             |
| 1.3. Antecedentes.....                         | 2             |
| 1.4. Justificación .....                       | 3             |
| 1.5. Descripción y delimitación del tema ..... | 4             |
| 1.6. Objetivos .....                           | 5             |
| 1.6.1. Objetivo General .....                  | 5             |
| 1.6.2. Objetivo Especifico .....               | 5             |
| CAPÍTULO 2: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....       | 6             |
| 2.1. La modalidad virtual .....                | 6             |
| 2.2. Revolución tecnológica.....               | 6             |
| 2.3. Internet .....                            | 6             |
| 2.4. Redes sociales.....                       | 7             |
| 2.4.1. Historia de las redes sociales .....    | 7             |
| 2.4.2. Ranking de redes sociales .....         | 9             |
| 2.4.3. Facebook.....                           | 10            |
| 2.4.4. WhatsApp .....                          | 11            |
| 2.4.5. Twitter .....                           | 12            |
| 2.4.6. Instagram .....                         | 13            |
| 2.4.7. Zoom.....                               | 14            |
| 2.5. Plataformas virtuales.....                | 15            |

|         |  |    |
|---------|--|----|
| 2.6.    | Comunicación.....  | 16 |
| 2.6.1.  | Comunicación social .....  | 17 |
| 2.6.2.  | Comunicación virtual .....   | 18 |
| 2.6.3.  | Comunicación sincrónica y asincrónica .....  | 18 |
| 2.6.4.  | Comunicación institucional .....   | 19 |
| 2.7.    | Iglesia Católica y comunicación.....   | 19 |
| 2.7.1.  | Los fieles.....  | 19 |
| 2.7.2.  | Dirigentes.....  | 19 |
| 2.7.3.  | Instituciones similares .....  | 20 |
| 2.7.4.  | Líderes de opinión.....  | 20 |
| 2.7.5.  | Los fieles potenciales .....   | 20 |
| 2.7.6.  | Iglesia Católica y medios de comunicación.....                                       | 20 |
| 2.8.    | Cuentas católicas populares en las redes sociales .....                              | 21 |
| 2.8.1.  | Cuentas del Vaticano en redes sociales.....  | 22 |
| 2.8.2.  | Cuentas populares de evangelización en redes sociales.....                           | 23 |
| 2.8.3.  | Cuentas del Arzobispado de Guatemala en redes sociales.....                          | 24 |
| 2.8.4.  | Cuentas populares de parroquias de la Ciudad de Guatemala en redes<br>sociales ..... | 25 |
| 2.9.    | Estructura de la iglesia católica .....  | 26 |
| 2.10.   | Jurisdicción eclesiástica en Guatemala.....  | 27 |
| 2.10.1. | Iglesias particulares.....   | 27 |
| 2.10.2. | La Diócesis .....  | 27 |
| 2.10.3. | Arquidiócesis .....  | 27 |
| 2.10.4. | Parroquia .....  | 27 |

|  |    |
|--|----|
| CAPITULO 3. METODOLOGÍA .....  | 30 |
| 3.1. Tipo de monografía.....   | 30 |
| 3.2. Técnica.....  | 30 |
| 3.3. Instrumentos .....  | 30 |
| 3.4. Procedimiento.....  | 31 |
| 3.4.1. Procedimiento de la realización de la búsqueda en redes sociales de<br>grupos y pastorales de la Parroquia San Cayetano .....   | 31 |
| 3.4.2. Evaluación del uso de herramientas virtuales adecuadas para la<br>conservación e información en la Parroquia San Cayetano ..... | 31 |
| 3.4.3. Descripción de la experiencia de herramientas virtuales en la<br>Parroquia San Cayetano en contexto de pandemia.....            | 32 |
| CAPITULO 4: APOORTE DE MONOGRAFÍA DE EXPERIENCIA .....   | 33 |
| 4.1. Página en Facebook de la Parroquia San Cayetano Guatemala .....   | 33 |
| 4.2. Cuenta en Instagram de la Parroquia San Cayetano .....  | 36 |
| 4.3. Uso de WhatsApp en la comunidad de la Parroquia San Cayetano .....  | 37 |
| 4.4. El uso de Zoom en la Parroquia San Cayetano .....   | 38 |
| 4.5. Herramientas virtuales utilizadas por fieles de la Parroquia San Cayetano<br>previo y durante la pandemia. ....                   | 39 |
| 4.6. Los grupos y pastorales de la Parroquia San Cayetano en las redes sociales .....  | 44 |
| 4.6.1. Pastoral familiar San Cayetano .....  | 46 |
| 4.6.2. Grupo Aventura .....  | 46 |
| 4.6.3. Grupo proyecto Cristo.....  | 47 |
| 4.6.4. Grupo de acólitos San Cayetano.....   | 48 |
| 4.6.5. Grupo de Oración San Cayetano .....   | 49 |

|   |    |
|---|----|
| 4.6.6. Servicio psicología San Cayetano .....   | 49 |
| 4.7. Herramientas virtuales adecuadas para conservar la comunicación e<br>información en la Parroquia San Cayetano .....              | 51 |
| 4.7.1. WhatsApp .....   | 51 |
| 4.7.2. Facebook .....   | 51 |
| 4.7.3. Zoom .....   | 52 |
| 4.8. Descripción de la experiencia del uso de herramientas virtuales en la<br>Parroquia San Cayetano en el contexto de pandemia. .... | 52 |
| CONCLUSIONES .....  | 55 |
| RECOMENDACIONES .....   | 56 |
| BIBLIOGRAFÍA .....  | 57 |
| EGRAFÍA.....  | 58 |
| ANEXOS.....   | 60 |

**RESUMEN**

- Título:** La modalidad virtual como herramienta comunicacional dentro de la Parroquia San Cayetano zona 7 Guatemala, como enlace entre iglesia y feligrés.
- Año:** 2020
- Autora:** Odilia Mercedes Ávila Gómez
- Universidad:** Universidad de San Carlos de Guatemala
- Unidad Académica:** Escuela de Ciencias de la Comunicación
- Problema Investigado:** ¿Cómo hacer más eficiente el sistema de comunicación e información en la comunidad parroquial dentro de un contexto de distanciamiento social?
- Instrumentos:** Entrevistas semi estructuradas al Párroco y encuesta a los sujetos de la muestra que consta de ocho preguntas tipo cuestionario.
- Procedimiento:** Para la recopilación de la información se realizaron revisiones bibliográficas recurriendo a libros e investigaciones en la Web. Se realizó una búsqueda en redes sociales de cuentas y perfiles de grupos de la Parroquia San Cayetano, para determinar cuántos existen actualmente. Además, se utilizó la herramienta de formularios Google, dirigido a los feligreses, con el objetivo de determinar los tipos de redes sociales y sistema de videoconferencia que utilizaban previo a la pandemia y en la actualidad. Por último, se tabularon los datos recopilados de las encuestas para analizar los resultados y desarrollar las conclusiones de la investigación.

**Resultados obtenidos y conclusiones**

En la búsqueda en redes sociales de los grupos y pastorales de la Parroquia San Cayetano se encontró que, de los 19 grupos, seis cuentan con Facebook, cuatro con Instagram y uno en YouTube. Las herramientas virtuales para conservar la comunicación e información son principalmente Facebook, WhatsApp y Zoom.

**Palabras claves**

Comunicación, virtual, herramientas, iglesia, católica, redes sociales, videoconferencias, pandemia, COVID-19.

## **PRELIMINARES**

### **1.1. Título del tema**

La modalidad virtual como herramienta comunicacional dentro de la Parroquia San Cayetano Zona 7 Guatemala, como enlace entre iglesia y feligrés.

### **1.2. Introducción**

El presente trabajo monográfico de experiencia ha sido desarrollado en un contexto único a nivel mundial, pues las restricciones de distanciamiento social derivadas de la pandemia ocasionada por el COVID-19, mantiene a las personas en Guatemala y en la mayoría de los países a nivel mundial, con restricciones de movilización y distanciamiento social.

Afortunadamente, previo a la época de pandemia, la comunicación a través de medios virtuales ya adquiría un papel importante en la sociedad, útil en los ámbitos de información, educación, comunicación y comercio entre muchos otros.

Este proyecto monográfico de experiencia acompaña el proceso del establecimiento y la utilización de las herramientas virtuales en la Parroquia San Cayetano zona 7, en donde un porcentaje considerable de los feligreses son adultos, migrantes tecnológicos que se han visto forzados a establecerse en esta cultura cibernética y adoptar en su cotidianidad el manejo de herramientas virtuales para conservar el vínculo, que previo a la pandemia se realizaba mayoritariamente de manera presencial.

Es evidente que la Iglesia Católica a través de sus líderes religiosos como cualquier otra organización social, han fortalecido y encontrado nuevas formas para conservar el contacto con su grupo meta y continuar su misión para lograr los objetivos pastorales, aún en la actual época de pandemia.

La información base para la realización de este trabajo, se obtuvo de los grupos y pastorales de la Parroquia San Cayetano mediante la búsqueda directa en cada una de las redes sociales

y comunicación personal con dirigentes de los grupos, pastorales y con el párroco. Al final del documento se presenta una propuesta para una mejor gestión de las herramientas virtuales.

### **1.3. Antecedentes**

Para el efecto de este trabajo monográfico se presenta una serie de documentos que lo anteceden y que presentan estrecha relación con el tema.

1. Según San Juan Pablo II (2002) en su mensaje de la XXXVI Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, manifestó que los avances tecnológicos en cuanto a medios de comunicación prometen grandes y positivos pasos para el desarrollo mundial, sin embargo, también resalta la importancia de conservar el vínculo directo entre las personas de manera que las relaciones que se establezcan virtualmente no tomen el lugar del contacto humano directo. Desde inicios de la cultura cibernética, la iglesia católica ha manifestado su esfuerzo por ocupar su espacio en ella y utilizar esta herramienta para continuar con su tarea evangelizadora de manera efectiva y como una actividad educativa y orientadora que forme receptores entendidos y comunicadores expertos.
2. Según el Padre Ronald Francis Bone (2011) de la Pontificia Universidad Javeriana para optar al título de Magister en Derecho Canónico, realizó un proyecto monográfico titulado “Los medios de comunicación en la iglesia: Una lectura canónica-pastoral de la comunicación actual”. En su contenido comenta que las nuevas tecnologías de información revolucionan los medios de comunicación, sino que dan lugar a nuevos sistemas de comunicación e información social.
3. Según Tello Linares, Renato A. (2014), en su tesis sobre “Uso de tecnologías de Información y comunicación para la evangelización” en el marco de la iglesia católica en Guatemala, determinó el potencial de las Tecnologías de la Información y Comunicación

-TIC- en el ejercicio de la evangelización a nivel pastoral, puesto que permitió conocer, acercar y profundizar en las opciones de Evangelización que ya están usando herramientas tecnológicas, así como el potencial que aún se puede explotar y que puede ser aplicado y replicado a todos los niveles, bien sea a nivel de comunidades, grupos, pastorales, parroquias, diócesis o arquidiócesis. En su documento manifiesta la importancia de que la iglesia envíe evangelizadores a ese “nuevo continente” de la virtualidad.

4. Cabe mencionar que Santos (2018), fundamenta que algunas instituciones como universidades y colegios retornaron a clases de forma virtual en el transcurso de la pandemia a través de aplicaciones como Zoom, Microsoft Teams, Meet, etc. Además, explica que “las clases virtuales son un entorno digital, en el que se lleva a cabo un proceso de intercambio de información y conocimientos que tiene por objetivo proporcionar un aprendizaje entre los usuarios que participan en ellas” así se entiende que, es un espacio de alguna plataforma online en la que docentes y estudiantes comparten información y en la que se atienden dudas, consultas y se puede evaluar a los participantes.

#### **1.4. Justificación**

La pandemia del coronavirus o COVID-19, no solo ha afectado la salud de la población mundial, también ha afectado el sistema educativo, laboral y social que progresivamente se adapta al mundo digital, especialmente para el aprendizaje y la comunicación.

Al inicio de la realización de este trabajo monográfico, en la Parroquia San Cayetano se coincidió con la coyuntura de la pandemia que crea la necesidad de adoptar e implementar las herramientas virtuales para la comunicación; y al mismo tiempo un proceso de cambio en las autoridades dentro de la parroquia, la cual dejaba de pertenecer a la Pía Sociedad San Cayetano y pasando a formar parte de la Arquidiócesis de Guatemala (Los Diocesanos). A ello se atribuye la importancia de apoyar a la comunidad parroquial en el acompañamiento

del establecimiento de la modalidad virtual en los procesos de comunicación, ajustándose a ciertas condiciones.

Es importante mencionar que la parroquia no cuenta con una comisión de comunicación permanente, que oriente sobre canales y mecanismos estratégicos para informar, comunicar y promover la cercanía de los feligreses a las actividades de la iglesia. Generalmente, el proceso de comunicación ha sido espontáneo de acuerdo con las necesidades que van surgiendo.

### **1.5. Descripción y delimitación del tema**

La Parroquia San Cayetano está ubicada en la zona 7 de la Ciudad de Guatemala, pertenecen a ella, la iglesia San Cayetano que es la sede parroquial en la colonia Ciudad de Plata y las iglesias San Esteban en Villa Linda y San Vicente de Paúl en Kaminal Juyú II.

El confinamiento provocado por la pandemia ha impulsado a que esta comunidad cambie sus hábitos al practicar sus ejercicios religiosos, de manera presencial a virtual. Especialmente para el resguardo de los adultos mayores y en general para evitar el contagio del coronavirus.

La presente monografía de experiencia está dirigida a apoyar el establecimiento de las herramientas virtuales para favorecer los procesos de comunicación e información entre los fieles de la Parroquia San Cayetano, especialmente, el uso de las redes sociales: Facebook, Instagram, YouTube y el sistema de videoconferencia Zoom.

## **1.6. Objetivos**

### **1.6.1. Objetivo General**

Acompañar el proceso de implementación de la modalidad virtual como herramienta comunicacional dentro de la Parroquia San Cayetano zona 7 Guatemala.

### **1.6.2. Objetivo Especifico**

1. Realizar la búsqueda en redes sociales de los grupos y pastorales de la Parroquia San Cayetano.
2. Evaluar las herramientas virtuales adecuadas para conservar la comunicación e información en la Parroquia San Cayetano.
3. Describir la experiencia del uso de herramientas virtuales en la Parroquia San Cayetano en el contexto de la pandemia.

## **CAPÍTULO 2: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

Con el fin de una mayor comprensión al documento en cuanto a los diferentes términos, se ha desarrollado una investigación teórica sobre puntos específicos.

### **2.1. La modalidad virtual**

Este término surge en el ámbito educativo de Europa, específicamente de una propuesta para aumentar la movilidad de estudiantes posgrado a distancia a través de la movilidad virtual de terceros países hacia Europa, especialmente de Latinoamérica debido al elevado número de estudiantes y su interés en obtener títulos profesionales. La modalidad virtual es similar al término e-learning sin embargo éste se refiere al proceso de aprendizaje creado para combinar contenidos digitales con un soporte de aprendizaje y servicios, mientras que modalidad virtual abarca reconocimiento de estudios, aprendizaje en línea, educación sin fronteras, internacionalización, etc. (García, 2007)

### **2.2. Revolución tecnológica**

Se conoce con este nombre al proceso dentro de la historia donde ocurre un cambio importante al introducirse una o varias tecnologías nuevas. Su implementación, es decir, su puesta en marcha, marca una época de progreso, desarrollo e innovación, en una serie de aspectos de la sociedad. A su vez puede generar un impacto negativo en el ambiente o generar lo que se llama paro tecnológico también llamado desempleo tecnológico (García, 2008).

### **2.3. Internet**

Este concepto se refiere a una extensa red mundial de dispositivos conectados a través de diferentes tipos de enlaces que pueden ser por vía satelital, cable, radio, etc. Esta macro red es la que permite distribuir información y cuenta con características muy peculiares, como por ejemplo que puede ser la accesibilidad económica, es pública, fácil de utilizar y puede

ser creada con fines económicos que mejoren el ingreso económico de los usuarios a través de negocios para productos y servicios.

## **2.4. Redes sociales**

### **2.4.1. Historia de las redes sociales**

La historia de la humanidad nos permite observar como el ser humano ha evolucionado en las amplias formas de comunicarse y al mismo tiempo es impensable hacia dónde vamos, si lo que se ha logrado hasta la actualidad parece no tener límites. Hemos visto desde el lenguaje de señas, hasta la comunicación sin fronteras a través de formas virtuales. Recordamos que el telégrafo fue el primero y novedoso medio de comunicación; posteriormente surgieron el teléfono, la radio, la televisión, el sistema de televisión por cable y de manera satelital; y luego llegó el internet que creó la revolución constante de la comunicación a través de la web que nos ha llevado a una total virtualidad utilizando las “redes sociales.”

La Iglesia Católica no deja de ir de la mano de los avances tecnológicos y nuevas formas de comunicarse. Según la Agencia Católica de Informaciones -ACI Prensa- en una entrevista al escritor Scot Landry Growing autor del libro *The Church through New Media: Transforming Parish Communications*” (Haciendo crecer a la Iglesia a través de los nuevos medios de comunicación: transformando las comunicaciones de la parroquia), escribió el libro para animar a las parroquias que no se han involucrado del todo con los medios comunicación y redes sociales, y a quienes simplemente están presente pero no de forma activa a que comiencen a ser más participativos, poniendo en práctica lo que el Papa Francisco nos pide: “ir a las periferias y compartir el amor de Cristo a través de la Iglesia”.

### **A. Cronología de las redes sociales**

En el cuadro 1 se presenta la cronología de la evolución de las redes sociales que evidencia el avance constante y cada vez más completo para integrar más formas de comunicarse, especialmente después del año 2000.

Cuadro 1. Cronología de las redes sociales.

| Año  | Descripción de las redes sociales  |
|------|--|
| 1971 | Envío del primer correo electrónico entre dos computadoras, una al lado de la otra.  |
| 1995 | La web alcanza el millón de sitios y The Globe ofrece a los usuarios la posibilidad de personalizar sus experiencias en línea, mediante la publicación de su propio contenido y conectando con otros individuos de intereses similares. En este mismo año Randy Conrads crea Classmates, una red social para contactar con antiguos compañeros de estudio.   |
| 1997 | Se lanza AOL Instant Messenger. Se inaugura Sixdegrees, red social que permite la creación de perfiles personales y listado de amigos.   |
| 2003 | Nacen MySpace, LinkedIn y Facebook, está última creada por Mark Zuckerberg y la cual se concibe inicialmente para conectar a los estudiantes de la Universidad de Harvard y a partir de ello nacen redes como Hi5 y Netlog entre otras.  |
| 2005 | YouTube comienza como servicio de alojamiento de videos y MySpace se convierte en la red social más importante en Estados Unidos.  |
| 2006 | Se inaugura la red social de microblogging Twitter. Google cuenta con 400 millones de búsquedas por día.   |
| 2009 | Facebook alcanza los 400 millones de miembros y MySpace hasta los 27 millones.   |
| 2010 | Google lanza Google Buzz, su propia red social con Gmail, en su primera semana sus usuarios publicaron nueve millones de entradas. También se inaugura la red social Pinterest. Los usuarios en internet para este año se estiman en 1,97 billones, casi el 30% de la población mundial. Facebook crece a 500 millones de usuarios; Twitter registra diariamente 65 millones de tweets, LinkedIn llega a los 90 millones de usuarios profesionales y YouTube recibe dos billones de vistas diarias.      |
| 2011 | LinkedIn se convierte en la segunda red social más popular en Estados Unidos con 33.9 millones de visitas al mes. En este año se lanza Google+, la nueva propuesta de red de Google. Pinterest alcanza los diez millones de visitantes mensuales. Twitter aumenta los tweets recibidos hasta los 33 billones en un año.  |
| 2012 | Facebook superó, en 2012, la cifra de 1.000 millones de usuarios. Twitter contó con un nuevo miembro de gran importancia: el Papa Benedicto XVI (Madariaga, 2012) y se enviaron 100 mil tweets cada minuto a través de esta red. Instagram alcanzó 100 millones de usuarios. Se publicaron 48 horas de video cada minuto en YouTube (Alfaro, 2012) y llegó a 800 millones de usuarios únicos (Cortés, 2012). 250 millones de usuarios registrados en Google + y 161 millones en LinkedIn (Cortés, 2012). |

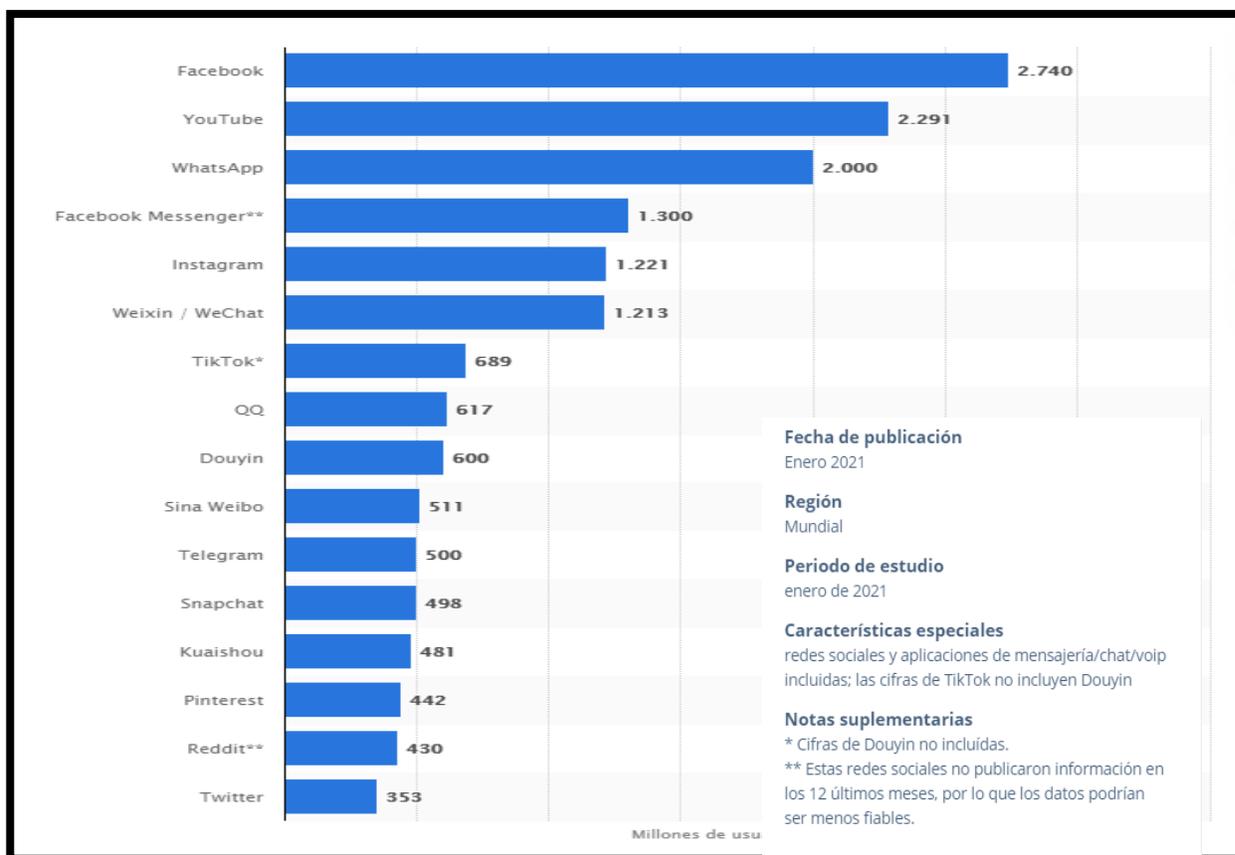
Fuente: Revista Digital Universitaria de la UNAM (2013)

## 2.4.2. Ranking de redes sociales

El ranking de las redes sociales varía constantemente de acuerdo con la evolución, versatilidad y el ajuste a las necesidades que ofrecen a los usuarios. Las actualizaciones se dan constantemente en esta lucha por liderar y atraer a más usuarios a las diferentes redes sociales.

Los resultados estadísticos que se presentan en la figura 1, han sido tomada del sitio web de la organización española Statista con fines de realizar estudios estadísticos. La gráfica referida, evidencia que para enero 2021 la red social con mayor cantidad de usuarios es Facebook, seguido por YouTube, WhatsApp, Facebook Messenger e Instagram.

Redes sociales con mayor número de usuarios activos a nivel mundial en enero de 2021.



Fuente: Statista.com

Figura 1. Ranking de las redes sociales.

### 2.4.3. Facebook

Facebook es una red social gratuita para personas mayores de 13 años, disponible en varios idiomas, donde el usuario puede incluir a sus amigos o bien hacer amigos a través de ella, compartir videos, imágenes como fotografías, publicaciones en un muro, enviar mensajes directos, crear listas de amigos, crear una página de fans y grupos. También incluye la sección Market place, en donde el usuario puede ofrecer o encontrar diversos productos y servicios. Adicionalmente, incluye aplicaciones y juegos. El único requisito que se necesita para ser miembro de esta red es contar con la edad mínima y una cuenta de correo electrónico (Figura 2).



Figura 2. Página de Facebook.

Esta red social surgió en octubre de 2003, fue creada por Mark Zuckerberg quien como estudiante crea una web a manera de diversión con sus amigos de Harvard. Facebook permite mantener contacto con las personas que el usuario incluye como “amigo” en la red, es fácil de instalar, puede ser usada en tablet, teléfono o computadora, tiene disponible la configuración de privacidad personalizada y constantemente puede ser actualizado el perfil del usuario. Esta red social es usada de forma personal pero también por empresas para ofrecer sus productos y servicios.

Cuando inició la Internet, se creía que su objetivo principal sería la búsqueda e intercambio de información; pero en la actualidad se utiliza especialmente para estar en contacto, que para obtener información según indica González (2014). Asimismo, mencionan Reig y Wilchez (2013) que Facebook nos demuestra que la necesidad de ser sociables es muy importante, mientras que la de obtener información pasa a segundo plano.

#### 2.4.4. WhatsApp

Esta red social es por excelencia de las más utilizadas a nivel mundial por su manera fácil, rápida y gratis para comunicarse no importando la ubicación geográfica de los interlocutores. WhatsApp ha acaparado a millones de usuarios. Entre sus principales características destacan: mensajes instantáneos, intercambio de textos, archivos, imágenes, audio y video con rapidez, llamadas y videollamadas, así como la utilización de expresiones a través emojis y Gifs. Es una plataforma utilizada por adultos y jóvenes.



Figura 3. Página de WhatsApp.

De acuerdo con la publicación en el sitio web [historiade.org](http://historiade.org), “El nombre de WhatsApp surge de un juego de palabras con la expresión en inglés “¿What’s up?”, cuya traducción es ¿qué tal?, y la palabra App, que se utiliza para definir al software creado para móviles y tablets.

La empresa detrás de la creación de WhatsApp fue WhatsApp Inc., en 2009, cuyo fundador era Jan Koum. Llegado desde Ucrania a los Estados Unidos, Koum había trabajado como director de operaciones en Yahoo!, experiencia que le sirvió para poner manos a la obra al crear la plataforma WhatsApp.”

Es importante mencionar que esta aplicación evoluciona constantemente, sus últimas actualizaciones incluyen la creación de WhatsApp Web para sincronizar la aplicación del dispositivo a un ordenador con las mismas funciones que cuenta en el dispositivo móvil. Otro cambio significativo es la inclusión del cifrado de extremo a extremo, que ofrece mayor seguridad.

#### **2.4.5. Twitter**

Esta es otra aplicación popular con millones de usuarios, la cual permite conocer acontecimientos en el instante que ocurren. Esta red fue creada por el estadounidense Jack Dorsey y un equipo de colaboradores en 2006, para el envío de mensajes cortos de aproximadamente 140 caracteres, llamados tuits, en donde además se pueden agregar enlaces, imágenes, videos, encuestas e incluso Gifs. Cuenta con más de 300 millones de usuarios alrededor del mundo (figura 4).

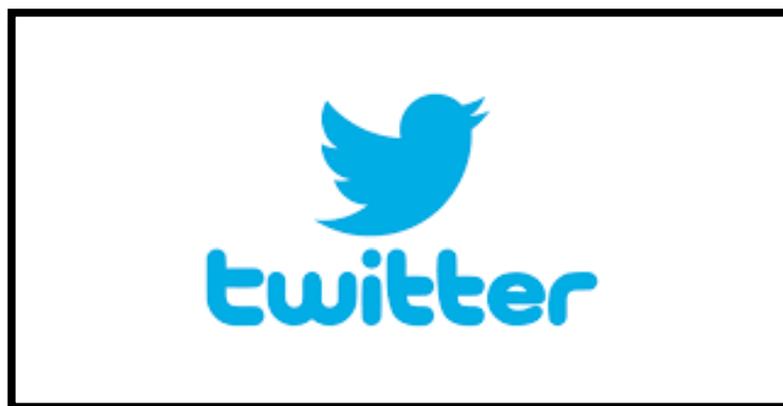


Figura 4. Página de twitter.

Blanco (2014) indica que la mecánica de funcionamiento es muy sencilla: cualquier usuario puede publicar tweets o consultar los de otros usuarios, lo que convierte a Twitter en una poderosísima herramienta de información colaborativa en tiempo real, en la que cualquier persona puede aportar contenido útil e interesante para los demás en todo momento.

#### 2.4.6. Instagram

Es una red social y aplicación móvil al mismo tiempo, pertenece a Facebook y permite a sus usuarios subir imágenes y vídeos con múltiples efectos fotográficos como filtros, marcos, colores retro, etc., para posteriormente compartir esas imágenes en la misma plataforma o en otras redes sociales. Su logotipo está inspirado en una cámara Polaroid por lo que esta red social está llamada a atraer visualmente a los usuarios logrando mejor armonía en su paleta de colores y la calidad de las imágenes que se publican. Esta aplicación o red, es actualmente una de las que mayor crecimiento a nivel mundial.



Figura 5. Página de Instagram

Alonso (2015) da a conocer la breve, pero trascendental historia de Instagram; nace el 6 de octubre de 2010 en San Francisco, aplicación para móvil que cambiaría para siempre la vida de millones de personas y la forma de entender la fotografía.

Esta red social permite según (Brassart, Francesco y Pulvirent 2014: p. 27) “Compartir tus fotos en otras redes sociales. Uno de los fuertes de la red social Instagram, es la posibilidad de publicar los contenidos en otros servicios online. Facebook, Twitter, Tumblr, Foursquare, Flickr: para vincular todas estas cuentas a tu perfil de Instagram, dirígete a la opción Preferencias Parámetros de compartición”.

#### **2.4.7. Zoom**

Zoom es un sistema de videoconferencias creada por el empresario chino radicado en Estados Unidos Eric Yuan, emprendedor que forma parte de los 200 miembros del club Forbes 2020 que reúne a las personas más ricas del mundo. De acuerdo con la publicación en medio argentino El Clarin del 22 de mayo de 2020, en plena expansión del COVID-19, este proyecto de videollamadas permitió desde que los estudiantes continuaran sus estudios has que los médicos atendieran a sus pacientes. El mismo medio indica que, en apenas cuatro meses este sistema pasó de 10 millones de usuarios a 300 millones en mayo de 2020, un récord difícil de igualar en la industria tecnológica.



Figura 6. Página de Zoom.

Solamente en Argentina, las videollamadas con Zoom durante la cuarentena de marzo 2020 tuvieron un ascenso del 430 %, según la empresa Telecom. Lo que equivale a un crecimiento del 1.840 %. Sus competidores más cercanos, Webx de Cisco y Skype de Microsoft, registraron un alza de un 120 % y un 100 %.

El mismo medio hace notar que las características que lo convierten en un software distinto es el de organizar videoconferencias en calidad HD de hasta 100 participantes durante 40 minutos y brinda la posibilidad de ser grabadas. Cuenta también con una versión pagada para más participantes y tiempo ilimitado en cada sesión.

## **2.5. Plataformas virtuales**

Las plataformas virtuales son accesos restringidos, según Cruz y Galindo González, (2013) sostienen que “En los entornos restringidos o cerrados hallamos contenidos e informaciones a los que el acceso está limitado por contraseñas y privilegios, con la finalidad de atender a las necesidades formativas de un colectivo determinado, las cuales son más o menos homogéneas”. Fueron creadas en la década de los años 90 y desde el auge del internet, los espacios virtuales se incorporan en habilidades de enseñanza y aprendizaje, además de brindar módulos de información didácticos. Las plataformas virtuales pueden dividirse en grandes grupos que son las -LMS- (Learning Management System o Manejos de Sistemas de Aprendizaje) bajo licencia y las que son como un recurso educativo abierto.

Cuando la entidad educativa universitaria elige una plataforma virtual es necesario tener varios factores en cuenta que son la evaluación de funcionalidad e intención, la infraestructura, contenidos de actividades, configuración de ejercicios, interfaz, interacción, compatibilidad y mantenimiento, y sobre todo los costos para inversión.

La plataforma virtual, presenta un software sencillo de utilizar, sin embargo, es necesaria la participación de diversos actores por ejemplo en temas de educación es necesaria la comunicación y la participación de diferentes figuras como el estudiante, el docente, el administrador, entre otros. El administrador es un actor importante en el funcionamiento de este espacio, puede modificar cualquier parte del espacio según las diferentes necesidades que vayan surgiendo. Un segundo actor es el creador del curso son los docentes o tutores,

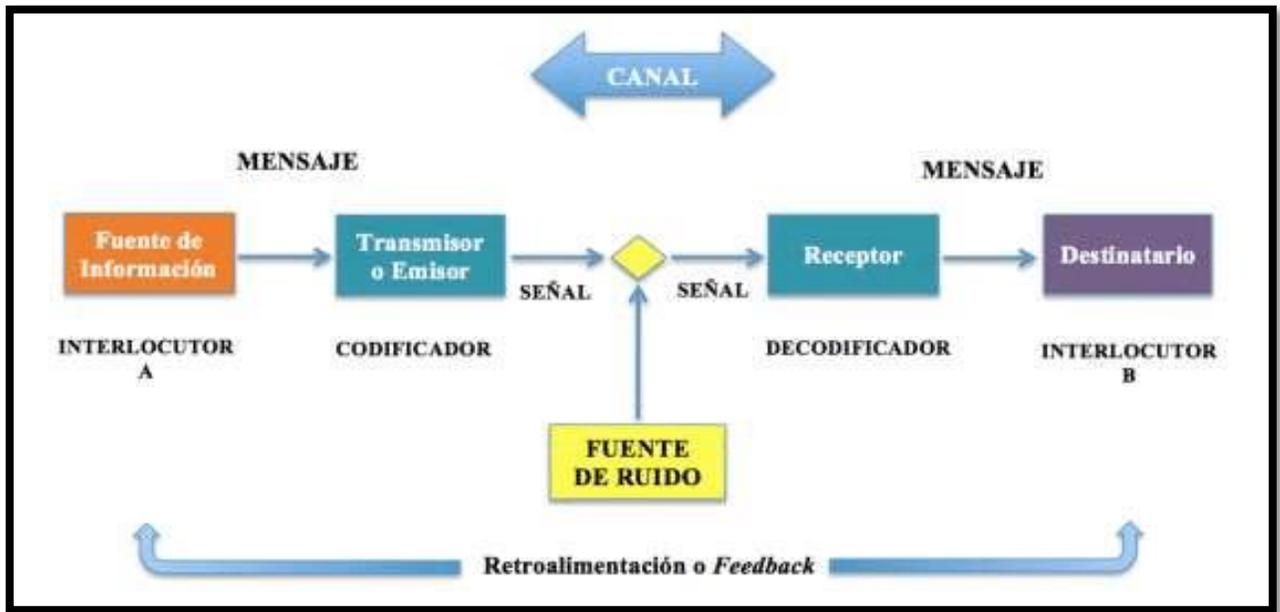
quienes realizan cualquier acción dentro del mismo, incluyendo programación, diferentes actividades y evaluaciones

## **2.6. Comunicación**

La comunicación ha sido y continúa siendo objeto de estudio en muchos ámbitos sociales, en este caso iniciamos con la etimología de la palabra, la cual de acuerdo con el sitio <http://etimologías.dechile.net> el verbo comunicar surge del latín *communicare* (compartir información, impartir, difundir) y éste de *communis* (común y comunión). El Diccionario de la Real Academia Española refiere a varias definiciones entre ellas: Acción y efecto de comunicar o comunicarse, trato, correspondencia entre dos o más personas; y transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. En un principio comunicación se asociaba con compartir, participar en común. Actualmente se describe como transmisión de un mensaje de un lugar a otro, lo cual predomina a partir del siglo XIX cuando aparece la prensa y en el siglo XX con el nacimiento de los medios de comunicación masiva.

La teoría matemática de la comunicación de Shannon es la teoría que, aunque se realizó en el contexto técnico, ha sido aplicada en distintas ramas sociales y se ha considerado por mucho tiempo como el modelo de comunicación (Figura 7) (Romina, 2015).

La imagen que se presenta a continuación, evidencia que una sociedad no puede subsistir sin comunicación, es base de su diario vivir para transmitir información entre unos y otros. Incluso desde la formación de nuestro cuerpo es a base de comunicación, pues en nuestro organismo las células accionan de manera que alteran el patrón de probabilidad de conducta de otra.



Fuente: Romina, 2015

Figura 7. Esquema de comunicación de Shannon.

### 2.6.1. Comunicación social

La comunicación es el proceso y el resultado de comunicar, informar, dar a conocer, transmitir señales o tratar, a través con palabras escrito u oral. Social por su parte es aquella vinculada a la sociedad (una comunidad de individuos que comparten tradiciones y costumbres y que tiene ciertos objetivos en común) (Pérez, 2016).

Según Freidson (1953) “Una comunicación social puede ser distinguida de otras clases de comunicación por el hecho de que es dirigida a un amplio grupo de población de todos los estratos, más bien que sólo a uno o más individuos o a una parte especial de la población. Ello hace que asuma implícitamente algún medio técnico para transmitir la comunicación a fin de que ésta llegue, al mismo tiempo, a todas las personas que componen los estratos de la población”

### **2.6.2. Comunicación virtual**

Este tipo de comunicación se da a raíz de los avances tecnológicos que surgieron a finales del siglo XX. Se lleva a cabo utilizando herramientas digitales que sirven como canal para el envío y retroalimentación de un mensaje. El término “virtual” se refiere a la ausencia de un medio material para el envío de un mensaje como lo es por ejemplo una carta. También puede referirse a la falta de proximidad física entre emisor y receptor (Ruffino, 2020).

Según hace referencia el Manual de introducción a las Comunidades Virtuales (2008), el término se refiere a un sitio en la web donde confluye un grupo de personas que comparten los mismos intereses, necesidades e incluso objetivos, surgiendo de ellos una interacción activa a la que pueden ir uniéndose más personas.

Este manual también define algunas características de la mayoría de las comunidades virtuales entre las que destacan:

- a. Los miembros encuentran sentido de pertenencia a una totalidad social amplia.
- b. Existe una corriente de intercambio de contenidos valorados por sus miembros.
- c. Comparten experiencias y establecen relaciones sociales o comerciales.
- d. Facilitan la comunicación: adquisición e intercambio de conocimientos en temas determinados; establecimiento de relaciones personales con personas de intereses afines; reconocimiento del trabajo intelectual por un grupo social.

### **2.6.3. Comunicación sincrónica y asincrónica**

La comunicación se da de múltiples maneras, sin embargo, cuando hablamos de la comunicación sincrónica y asincrónica entra a jugar un papel importante el rol de Internet y lo relacionado a la virtualidad. Pues se describe como comunicación sincrónica aquella en la que el cruce de información tiene como mediador a un dispositivo conectado a la web, pero además los interlocutores coinciden en tiempo y se comunican a través de audio, video o bien a través de textos.

La comunicación asincrónica se establece entre dos o más personas cuando no hay coincidencia temporal. El usuario deja un mensaje, pero la respuesta no es inmediata, por ejemplo, la comunicación a través de un correo electrónico, los foros de discusión o bien las listas de distribución (Universidad Alicante, 2015).

#### **2.6.4. Comunicación institucional**

“El conjunto de relaciones que se extiende a todos los ámbitos de interacción organizacional y que se desarrolla como expresión oficial e intencional de la institución, en calidad de actor reconocible de los procesos de comunicación, a través de la integración de todos los medios a su alcance para facilitar su propio funcionamiento interno y favorecer la creación de una determinada imagen pública que resulte de la difusión de una personalidad definida en congruencia con su propia realidad, sus expectativas y objetivos, con las percepciones de sus miembros y las demandas del entorno” (Losada, 1998).

### **2.7. Iglesia Católica y comunicación**

#### **2.7.1. Los fieles**

Son los seguidores de la institución, individuos que se adhieren a ella, a la identidad de esta. Asimismo, comprometen las acciones que realizan en su vida a los preceptos de la entidad en la que se encuentran inmersos. Se trata de un público fundamental para la institución (Laporte, 2004).

#### **2.7.2. Dirigentes**

Se refiere a los dirigentes y las distintas autoridades de las instituciones religiosas. En definitiva, este grupo engloba a los cargos institucionales que promueven y aplican la legislación en el ámbito religioso (Laporte, 2004).

### **2.7.3. Instituciones similares**

Se trata de entidades que tienen características comunes a la propia organización. En el ámbito de la Iglesia, es decir de las congregaciones, movimientos, carismas realidades eclesiales que se encuentran inmersas en la institución eclesial.

### **2.7.4. Líderes de opinión**

Los líderes de opinión son otro de los públicos fundamentales para la organización religiosa. Son de gran importancia porque el hecho de que un personaje reconocido socialmente muestre su parecer sobre un determinado tema moral relacionado con los valores que defiende una religión, puede desencadenar una serie de actitudes del resto de personas frente a los mismos que sean conformes con lo que el personaje socialmente reconocido haya expresado. Por esto, es fundamental que la Iglesia establezca unas buenas relaciones entre esta institución y los líderes de opinión para ahondar en los valores que éstos defienden ante la sociedad (Del Río, 2007).

### **2.7.5. Los fieles potenciales**

Los fieles potenciales son el conjunto de personas que están cerca de comprometerse con la institución religiosa pero que aún no se identifican totalmente con los valores de esta, por lo cual necesitan una importante atención por parte de la institución (Del Río, 2007).

### **2.7.6. Iglesia Católica y medios de comunicación**

La iglesia católica ha caminado de la mano con los medios de comunicación, pues es claro que les utiliza como herramienta clave para el cumplimiento de sus objetivos. Esto se evidencia al encontrar canales de televisión, cuentas en redes sociales, prensa, noticieros y en todas las formas de comunicación a través de medios masivos.

Según Catholic.net, el primer Pontífice en valerse del invento de la televisión para enviar un saludo al orbe católico en 1927 fue Pío XI, el mismo que en 1936, regaló al episcopado estadounidense, y con él al mundo entero, la hermosa Carta Encíclica *Vigilanti Cura* dedicada a la importancia, poder, popularidad e impacto del cine. Pío XII escribió en 1955 una Exhortación Apostólica a los representantes del mundo cinematográfico en un bellísimo texto que desborda en conocimiento y recuerda, nuevamente, la importancia e ideales a los que debe tender todo filme. Pero no fue el único documento del Papa Pío XII. El 8 de septiembre de 1957 se dedicaba otra Encíclica, la *Miranda Prorsus*, al cine, la radio y la televisión. Al año siguiente, el 21 de agosto, el mismo Pontífice declaraba patrona de la televisión a Santa Clara.

La iglesia ha emitido una cantidad considerable de documentos sobre los medios de comunicación abordando el contexto cultural, político, social y económico, también sobre las tareas de comunicación, los nuevos retos que esto conlleva, las prioridades pastorales y medios de respuesta. Entre los documentos que sobresalen podemos mencionar: *Ética en la publicidad* (del 22 de febrero de 1997), *Ética en las comunicaciones sociales* (2 de junio de 2000), *Ética en Internet* (28 de febrero de 2002), *La Iglesia en Internet* (28 de febrero de 2002) y la *Carta Apostólica de Juan Pablo II: El rápido desarrollo de los medios de comunicación social* del 24 de enero de 2005.

La frase “comunicar para la Iglesia no es una opción, es una misión” parece ser el impulso para que la iglesia se encamine y sumerja en el amplio mundo de la comunicación social y los medios de comunicación para el cumplimiento de sus objetivos.

## **2.8. Cuentas católicas populares en las redes sociales**

La iglesia católica en todos sus niveles de estructura se ha esforzado en abrir espacios en las redes sociales, pues son muchas los perfiles y páginas que pueden encontrarse. En este documento mostramos solamente algunos ejemplos.

### 2.8.1. Cuentas del Vaticano en redes sociales

El papa Francisco, líder actual de la iglesia católica en el mundo, utiliza las redes sociales para ampliar la audiencia de su mensaje, especialmente acercándose a los más jóvenes y asumiendo nuevos códigos comunicativos que se implementan en las redes sociales. En la actualidad, existen varias cuentas atribuidas a la figura papal. La institución del Vaticano, representa también un ejemplo del esfuerzo de la iglesia por involucrarse en la virtualidad para garantizar la cercanía con su público y transmitir a través de sus redes toda aquella información que considere pertinente que los católicos a nivel mundial conozcan. Sus cuentas en redes sociales evidencia millones de seguidores. (Figura 3).

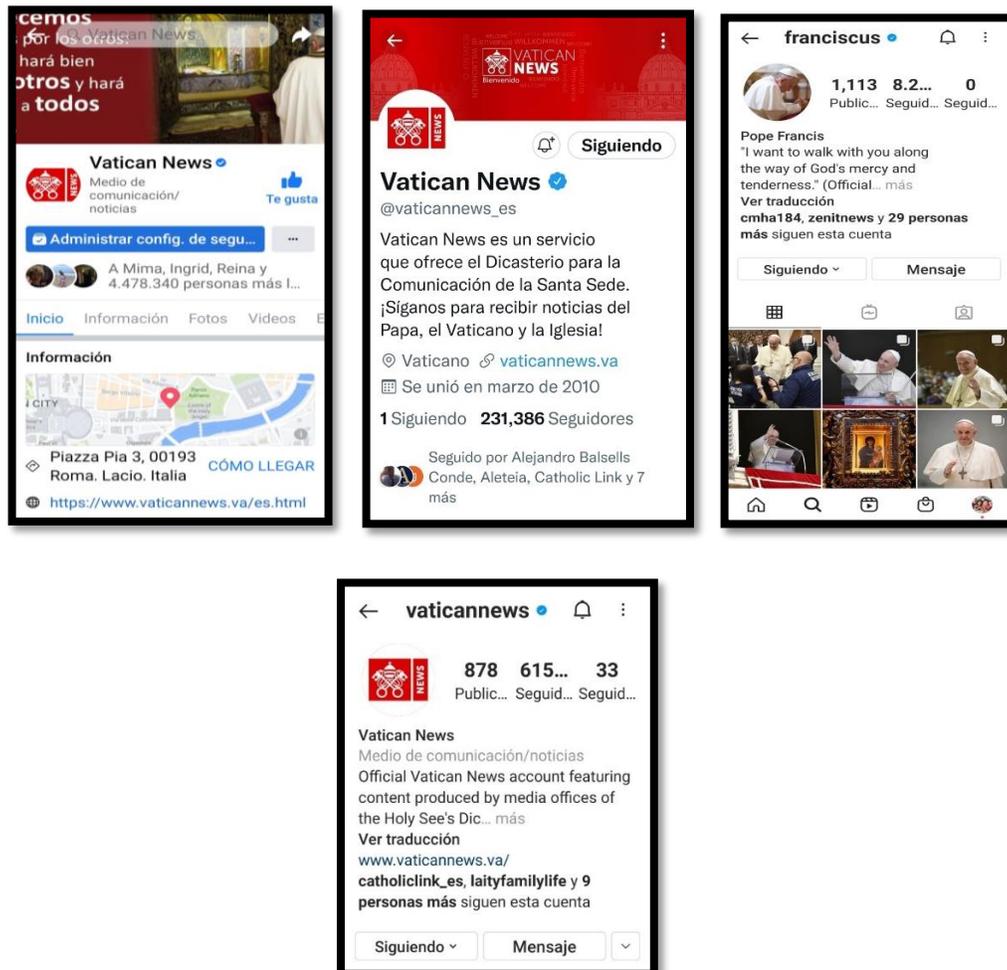


Figura 8. Imágenes de la página del vaticano del Facebook, Instagram, Twitter.

## **2.8.2. Cuentas populares de evangelización en redes sociales**

### **A. Catholic-Link**

Es un portal católico lleno de recursos para la nueva Evangelización, en ella participan jóvenes profesionales de todas partes del mundo que prestan un voluntariado aportando sus dones al servicio de la iglesia.

### **B. Catholic.net**

Es una plataforma con contenido para la formación en temas relacionado a la fe católica.

### **C. EWTN**

Es una cadena mundial de radio, televisión, internet, noticias que provee programación constante y única sobre la fe católica haciendo cobertura de los principales eventos del Papa y de la iglesia en general.

### **D. Aletia**

Es una plataforma que incluye blogs, vídeos, artículos de muchos autores católicos.

### **E. Vatican.va**

Es la página oficial del Vaticano. Este es la fuente de información católica en ella se encuentra todos los documentos publicados por el vaticano a través de los diferentes Papa que han liderado la iglesia: discursos, homilías y documentos relacionados al magisterio de la Iglesia católica. La página puede ser consultada en nueve idiomas y todo lo que se encuentra en este sitio puede ser descargado o bien compartido con facilidad.

## F. Radio María

Es una radio católica en vivo, presente en radio y redes sociales. Subsiste de donaciones y el formato es el mismo en todos los países donde se encuentra.

## G. Jovenes Católicos

Creado por jóvenes católicos españoles, se inició con una cuenta en Twitter. Proporciona material como videos, documentos, noticias y diversos artículos con fines de evangelizar.

### 2.8.3. Cuentas del Arzobispado de Guatemala en redes sociales

El Arzobispado es la sede de la Iglesia católica en el país, a esto se debe que la página abarque una gran cantidad de seguidores en sus cuentas, pues es fuente de información para los fieles católicos y es a través de esta cuenta donde el líder de la iglesia católica en Guatemala transmite su mensaje sobre diversos temas (Figura 9).



Figura 9 Imágenes de las cuentas del Arzobispado de Guatemala en páginas de Facebook, Instagram y Twitter

#### 2.8.4. Cuentas populares de parroquias de la Ciudad de Guatemala en redes sociales

A partir de la época de pandemia es común que las parroquias de la ciudad de Guatemala cuenten con al menos una red social para emitir sus mensajes. En la figura 10 se presentan los perfiles de dos parroquias de la ciudad de Guatemala con un importante alcance de fieles: Parroquia La Merced y Parroquia Santo Domingo, ambas ubicadas en el centro de la ciudad.

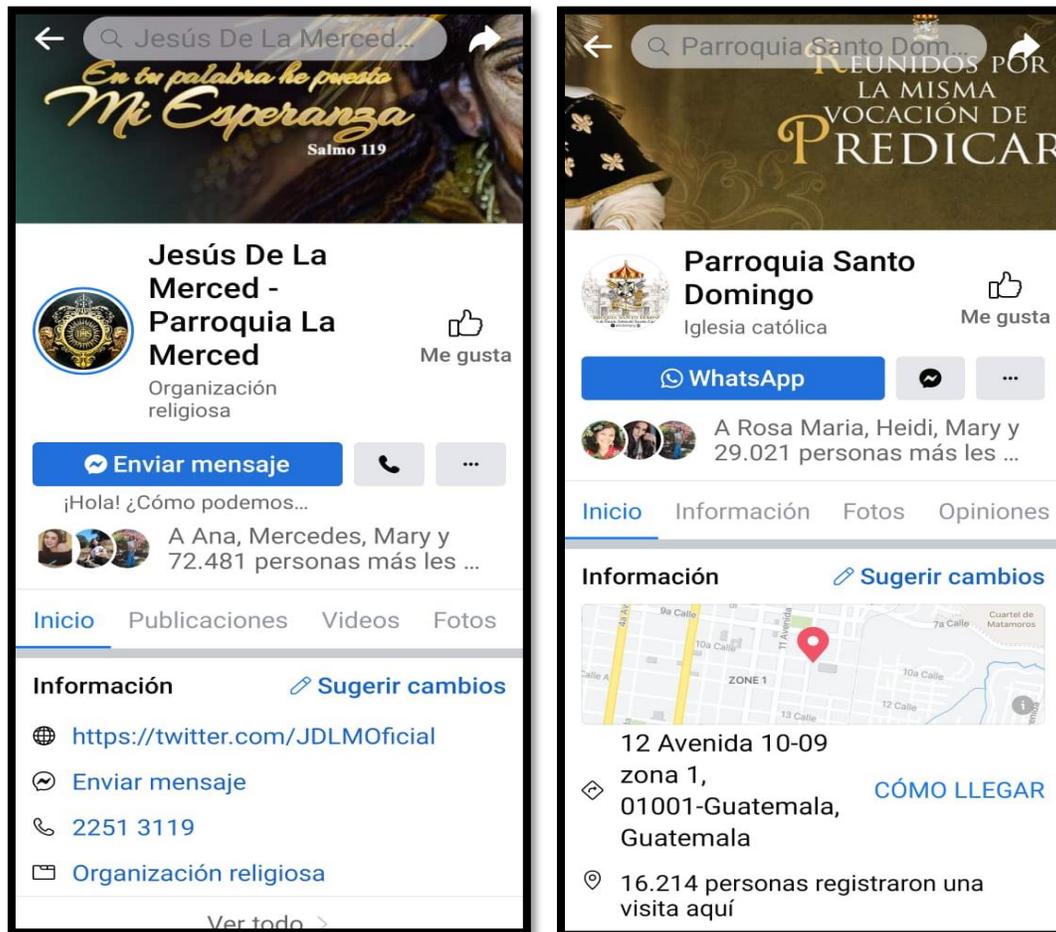


Figura 5. Imágenes de las páginas de Facebook de la Parroquia la Merced y la Parroquia Santo Domingo.

## 2.9. Estructura de la iglesia católica

Es muy común creer que la estructura de la iglesia católica sea piramidal, sin embargo, de acuerdo con documentos eclesiásticos la iglesia católica se basa en una estructura contraria a ello.

Lo indica claramente en la Constitución Dogmática sobre la Iglesia, Lumen Gentium (1967) clarificando que la santa Iglesia está organizada y se gobierna sobre la base de una admirable variedad. Haciendo además referencia a la cita bíblica de la carta del apóstol San Pablo a los Romanos «Pues a la manera que en un solo cuerpo tenemos muchos miembros, y todos los miembros no tienen la misma función, así nosotros, siendo muchos, somos un solo cuerpo en Cristo, pero cada miembro está al servicio de los otros miembros» La cabeza de este cuerpo es Cristo, Él es la cabeza del cuerpo que es la iglesia. También lo indica el Catecismo de la Iglesia Católica

El siguiente esquema representa una visión general de este cuerpo formado por la iglesia católica en la que la cabeza es Cristo.



Fuente: Catecismo de la iglesia católica.

Figura 10. Estructura de la iglesia católica.

## **2.10. Jurisdicción eclesiástica en Guatemala**

### **2.10.1. Iglesias particulares**

Son específicamente las Diócesis, formadas por una comunidad de fieles cristianos que comparte la fe y los sacramentos con su obispo. Catecismo de la Iglesia Católica (2011)

### **2.10.2. La Diócesis**

Se entiende por Diócesis a una porción del pueblo de Dios cuyo cuidado está a cargo del obispo con la colaboración de los presbíteros.

### **2.10.3. Arquidiócesis**

Está formada por un conjunto de diócesis. En Guatemala se cuenta con dos Arquidiócesis: La de Santiago de Guatemala y la de Los Altos.

### **2.10.4. Parroquia**

De acuerdo con el Código de Derecho Canónico en su Título VI: De las parroquias, de los párrocos y de los vicarios parroquiales, parroquia es una comunidad de fieles constituida de modo estable en la iglesia particular y bajo la autoridad del Obispo diocesano, se encomienda a un párroco como pastor propio. Establece además como regla general, que la parroquia ha de ser territorial, comprendida por todos los fieles de un territorio determinado. Es el lugar de encuentro de los feligreses y consagrados.

### A. Parroquia San Cayetano

Está ubicada en la colonia Ciudad de Plata zona 7 de Ciudad de Guatemala y pertenece a ella también la Iglesia San Esteban ubicada en Colonia Villa Linda II y la iglesia San Vicente ubicada en la colonia Kaminal Juyú II. Figuras 11, 12 y 13.



Figura 11. Mapa territorial Iglesia San Cayetano zona 7 de la ciudad Capital.

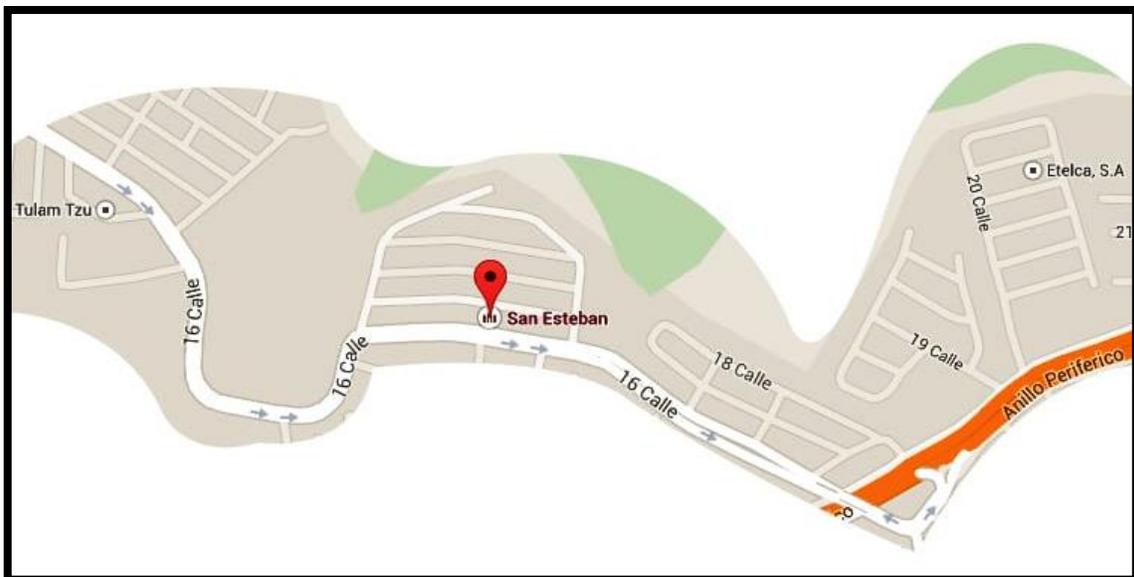


Figura 12. Mapa territorial de Iglesia San Esteban

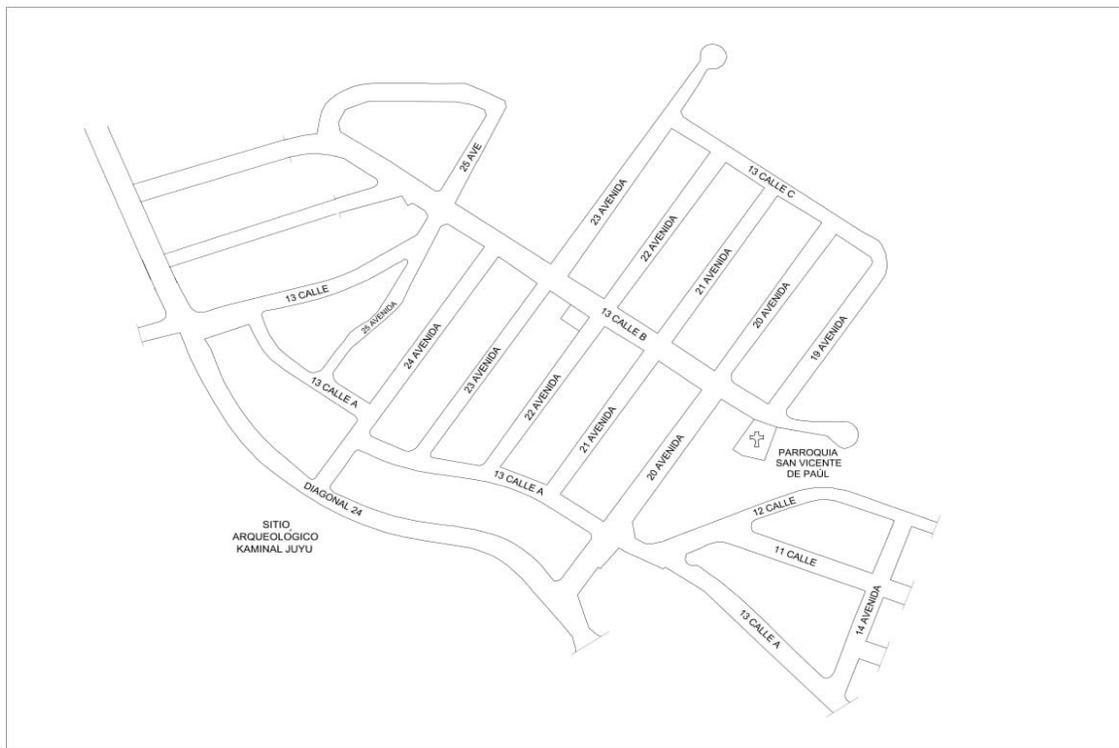


Figura 13. Mapa territorial de Iglesia de San Vicente.

## **CAPITULO 3. METODOLOGÍA**

### **3.1. Tipo de monografía**

La presente monografía de experiencia se realizó en la Parroquia San Cayetano zona 7 de Guatemala.

### **3.2. Técnica**

El método utilizado fue revisiones de tesis, artículos, libros y consultas en internet, para conocer sobre la modalidad virtual y la comunicación entre los feligreses y líderes de la iglesia San Cayetano. Por lo que se establecerá una metodología para la obtención de una lista de los grupos y pastorales de la Iglesia San Cayetano en redes sociales y de las herramientas virtuales que utilizan con la intención de evaluar las que sean adecuadas para establecerse en la modalidad virtual.

### **3.3. Instrumentos**

Para el desarrollo de la presente monografía, se utilizaron las técnicas de encuesta y entrevista. Los instrumentos utilizados son las fichas bibliográficas, la entrevista con el párroco y la encuesta a los miembros de los grupos y pastorales de la iglesia San Cayetano de la zona 7 de Ciudad de Plata, las cuales son realizarán seis preguntas semi abiertas. Como herramienta se utilizó el método de encuesta dirigida a treinta y tres personas de los diferentes grupos y pastorales.

### **3.4. Procedimiento**

#### **3.4.1. Procedimiento de la realización de la búsqueda en redes sociales de grupos y pastorales de la Parroquia San Cayetano**

- Se realizó una visita a la parroquia con el objetivo de obtener la aprobación del párroco en solicitar el listado de los grupos y pastorales, así como los datos de contacto de las personas que los coordinan.
- Con la autorización del párroco, se solicitó a la secretaria el listado de grupos y pastorales que la conforman y el número de teléfono de quien coordina.
- Se contactó a cada coordinador y se preguntó si su grupo dispone de red social del grupo o pastoral. De los que dijeron sí, la mayoría tienen activa un perfil en Facebook y únicamente los grupos que pertenecen a la pastoral juvenil tienen Facebook y además Instagram.
- Se confirmó la información realizando una búsqueda de los grupos en las diferentes redes sociales y se realizó un listado.

#### **3.4.2. Evaluación del uso de herramientas virtuales adecuadas para la conservación e información en la Parroquia San Cayetano**

Previo a la pandemia los grupos y pastorales además de comunicarse telefónica y presencialmente, también lo hacían a través de mensajes directos y de grupos en WhatsApp los cuales se conservan y aún son activos. Aunque también ya contaban con una cuenta en Facebook, la página de la parroquia no era tan visitada por sus fieles.

Durante la etapa de confinamiento los grupos de WhatsApp no fueron suficientes para ejercer la comunicación, por lo que la utilización de la plataforma Zoom fue bien aceptada, aunque

al inicio con barreras de utilización debido a que para una cantidad considerable de personas era una herramienta nueva.

### **3.4.3. Descripción de la experiencia de herramientas virtuales en la Parroquia San Cayetano en contexto de pandemia**

Con base a la experiencia del acompañamiento durante esta etapa, se describirá detalladamente el uso de herramientas virtuales que lo feligreses utilizan actualmente para estar comunicados e informados de las actividades en la Parroquia San Cayetano.

## CAPITULO 4: APORTE DE MONOGRAFÍA DE EXPERIENCIA

### 4.1. Página en Facebook de la Parroquia San Cayetano Guatemala

La Parroquia San Cayetano cuenta con su página de Facebook desde el 7 de junio de 2017. Para efectos de este trabajo monográfico se hace referencia a su actividad desde el mes de marzo 2020, cuando el país debe someterse al confinamiento debido a la pandemia generada por la propagación del COVID-19. Este evento cambió la forma de relacionarse en muchos ámbitos de la sociedad, en el caso de la Parroquia San Cayetano, tuvo que enfrentar el reto de practicar la relación comunitaria a través de herramientas virtuales, informando, comunicando y ejerciendo su tarea de evangelización especialmente a través de las redes sociales y los sistemas de teleconferencia más accesibles.

Previo a la pandemia la cuenta en Facebook de la parroquia contaba con aproximadamente 1,000 seguidores, este número ha ido en aumento teniendo hasta la fecha de este trabajo monográfico 3,169 personas que siguen su cuenta. (figura 14).



Figura 14. Página en Facebook de la Parroquia San Cayetano Guatemala.

En marzo de 2020, cuando surge la etapa de confinamiento la parroquia aún formaba parte de la Pía Sociedad San Cayetano, los sacerdotes a cargo de la iglesia eran personas mayores y solicitaron apoyo para la utilización de la red social Facebook con el fin de estar comunicados con su amplio grupo objetivo que eran, no solamente los integrantes de grupos y pastorales sino además, aquellos que asistían asiduamente al templo sin formar parte activa de la comunidad parroquial. Fue así como la página de acuerdo con las circunstancias empezó a tener más movimiento y más interacción con el público a través de esta red social.

El aumento de seguidores en la página de Facebook de marzo 2020 a agosto 2021 denota el interés por parte de los feligreses por mantenerse informados de las actividades parroquiales y al mismo tiempo se manifiesta el establecimiento de esta red social como herramienta comunicacional dentro de la Parroquia San Cayetano.

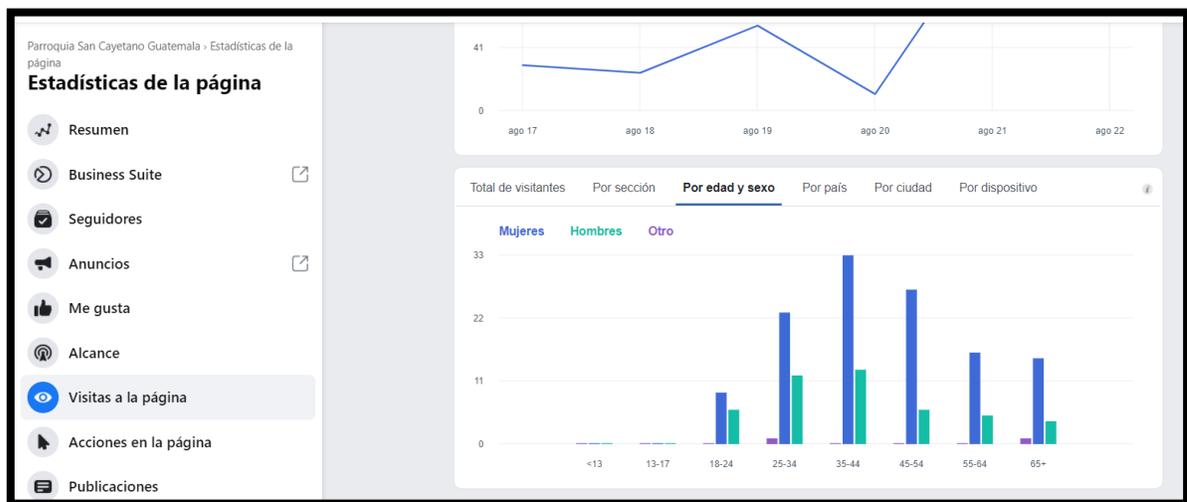


Figura 15. Estadística de la página de Facebook de Parroquia San Cayetano.

En figura 15, se observa que los seguidores de la página son hombres y mujeres de entre 18 y 65 años, teniendo mayor presencia el género femenino específicamente en las edades comprendidas entre 25 y 54 años, también cuenta con seguidores de personas de sexo indefinido siendo ellos la minoría del grupo.

A través de esta cuenta, la Parroquia transmite información a sus fieles sobre las actividades parroquiales, pero también es un medio de información específica de los distintos grupos y pastorales pues los mismos grupos solicitan que la información de su página sea compartida en la página de la parroquia.

El contenido es mayoritariamente con fines de evangelización con transmisiones en vivo en horarios claramente establecidos, lo cual es un aspecto positivo pues los feligreses esperan estas transmisiones para mantenerse unida a su comunidad. Estas publicaciones se realizan los días domingo para la transmisión de la misa, los miércoles se transmite la reflexión del evangelio dominical, los jueves transmite la misa y hora Santa.

Otra parte del contenido corresponde a informaciones de horarios de servicios parroquiales, invitación a actividades en fechas especiales, comunicados oficiales de la Arquidiócesis, post de evangelización y temas motivacionales.

Actualmente la cuenta es administrada por un equipo de voluntarios feligreses cada uno con un rol específico: dos personas se encargan de apoyar la parte técnica en cuanto a sonido e imagen de las transmisiones, otra persona que se encarga de las transmisiones de los miércoles y jueves; y una persona se encarga de crear el contenido cuya fuente es el párroco y los coordinadores de los distintos grupos y pastorales.

El sistema de mensajería Messenger que incluye esta red social, es también de importancia, pues a través de ella los feligreses realizan diferentes consultas sobre temas específicos de actividades, pero principalmente administrativos.

Indudablemente la cuenta de Facebook de la Parroquia San Cayetano es una de las herramientas virtuales que mayor aporte proporciona para conservar la unidad de la comunidad, pues resulta un medio clave para conservar la comunicación y emitir la información con un alcance significativo.

## 4.2. Cuenta en Instagram de la Parroquia San Cayetano

Con el fin de mantener la comunicación e interacción principalmente con los jóvenes, la Parroquia San Cayetano habilitó una cuenta en Instagram desde el mes de noviembre 2020. La cuenta tiene a la fecha de este estudio 99 publicaciones y 149 seguidores comprendidos entre las edades de 13 a 64 años predominando las edades de 25 a 34 años. Así mismo las estadísticas de la cuenta evidencian que el 58.3 % de sus seguidores son mujeres y el 41.7 % son hombres (figura 16).

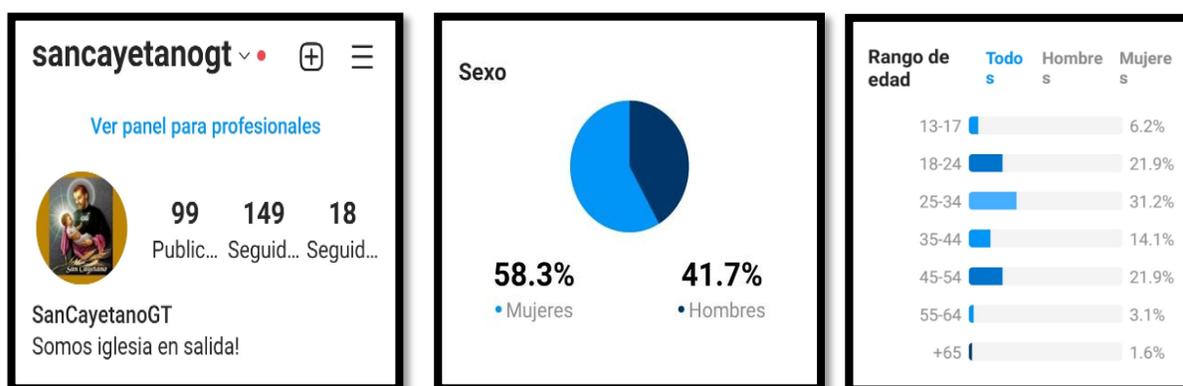


Figura 16. Cuenta de Instagram de la Parroquia San Cayetano.

El contenido que publica es, en su mayoría con fines de evangelización, así mismo se observan algunas publicaciones relacionadas con avisos de actividades específicas de la Parroquia. La cuenta es administrada por dos personas quienes se encargan de obtener el contenido que también se publica en Facebook bien crear un contenido diferente.

La página es seguida por personas que tienen algún vínculo con la parroquia por ejemplo si pertenecen a algún grupo, si han pertenecido a alguno anteriormente o si son vecinos que forman parte del territorio de la parroquia. También le siguen otros sacerdotes, cuentas de otras iglesias católicas o grupos religiosos.

Con su cuenta en Instagram, la Parroquia logra conservar la cercanía con los jóvenes especialmente aquellos que forman parte de algún grupo o pastoral juvenil de la Parroquia San Cayetano.

### 4.3. Uso de WhatsApp en la comunidad de la Parroquia San Cayetano

WhatsApp es la red social más utilizada por los fieles, pero también por los grupos y pastorales de la Parroquia, pues cada uno congrega a los suyos en un “grupo de WhatsApp” a donde llega la información de las actividades y es también una red que les permite mantener la cercanía para saludarse y sentirse cercanos (Figura 17).



Figura 17. Página de WhatsApp de la comunidad de la Parroquia San Cayetano

Es también a través de esta red social por medio de la cual el Consejo Pastoral, que es el grupo al que pertenece al menos un miembro de cada grupo o pastoral incluyendo al sacerdote, genera información que inmediatamente es replicado a los demás integrantes de la comunidad con la finalidad de que los mensajes sean multiplicados y logren un mayor alcance.

Es evidente que esta red social es herramienta clave para continuar con la integración de la comunidad, a través de ella se comparten programaciones, convocatorias, imágenes, videos, información de actividades, etc.

#### 4.4. El uso de Zoom en la Parroquia San Cayetano

Este sistema es utilizado todos los días por los fieles de la Parroquia pues es por este medio que por más de un año la comunidad se congrega todos los días a las seis de la tarde para rezar el Rosario, también es esta herramienta la que se utiliza para hacer charlas de formación específicamente en Zoom o bien haciendo enlace para transmitir en Facebook.

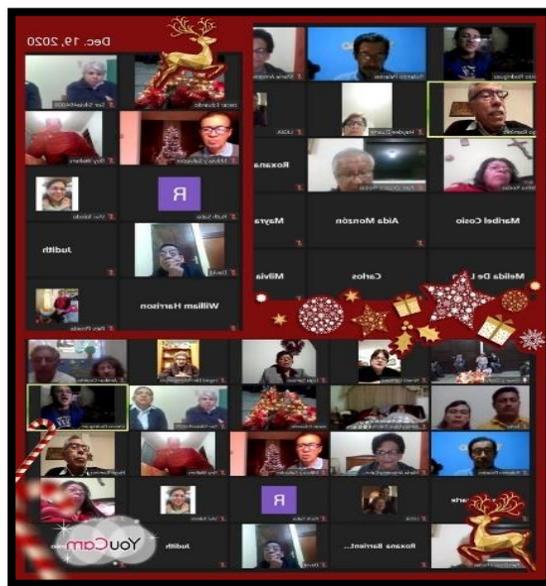


Figura 18. Página de Zoom en la Parroquia San Cayetano.

A pesar de que la cuenta de Zoom requiere un sistema de pago para realizar reuniones por más de cuarenta minutos, la iglesia obtiene este servicio de manera voluntaria de los fieles pues aquellos que poseen una cuenta pagada la ponen al servicio para que pueda ser utilizada algunas veces al mes y con ello se cubre el espacio que se requiere para todos los días y en ocasiones especiales. Cada grupo también utiliza este sistema para llevar a cabo sus reuniones de planificación y la realización de sus reuniones de evangelización.

Actualmente la mayoría de los integrantes de los diferentes grupos y pastorales conocen la herramienta y pueden utilizarla con facilidad, esto también se ha logrado con el apoyo de los

jóvenes de, Grupo Aventura que han ofrecido un curso para los adultos mayores que estuviesen interesados en fortalecer sus habilidades para el uso de esta herramienta.

#### 4.5. Herramientas virtuales utilizadas por fieles de la Parroquia San Cayetano previo y durante la pandemia.

Con el fin de evaluar el conocimiento y uso de las herramientas virtuales previo y durante la pandemia por personas que pertenecen activos en la parroquia, se realizó una encuesta a 33 integrantes de diferentes grupos y pastorales de la parroquia, tomando en cuenta a las filiales. La encuesta se realizó a través de los formularios de Google y los resultados se detalla a continuación:

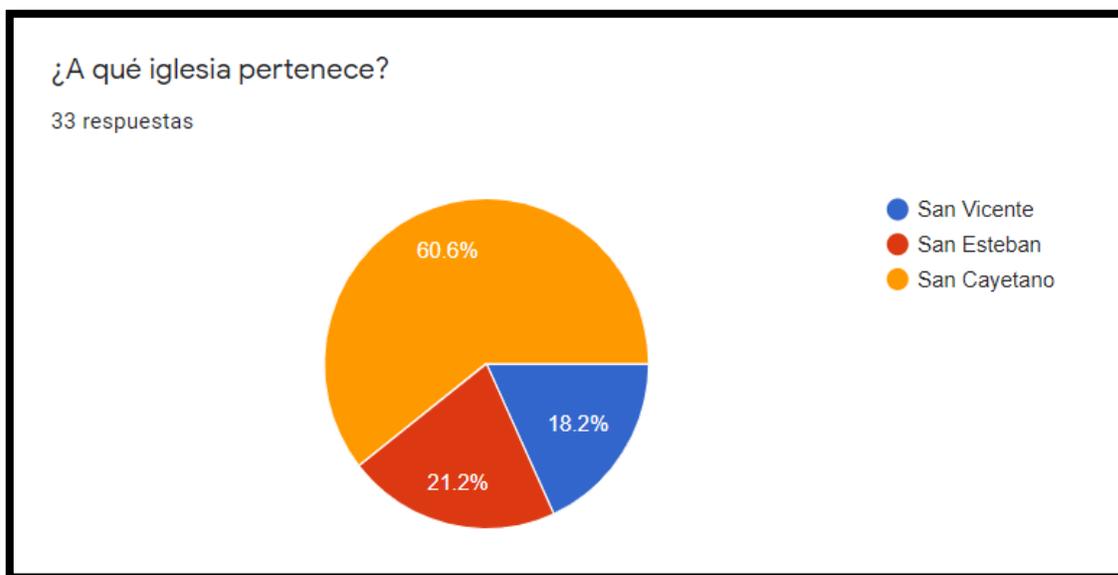


Figura 19. Resultado de la participación a las iglesias.

La figura 19 representa a las 33 personas encuestadas donde 60.6 % pertenecen a la iglesia San Cayetano, el 18.2 % a la iglesia San Vicente y el 21.2 5 a San Esteban.

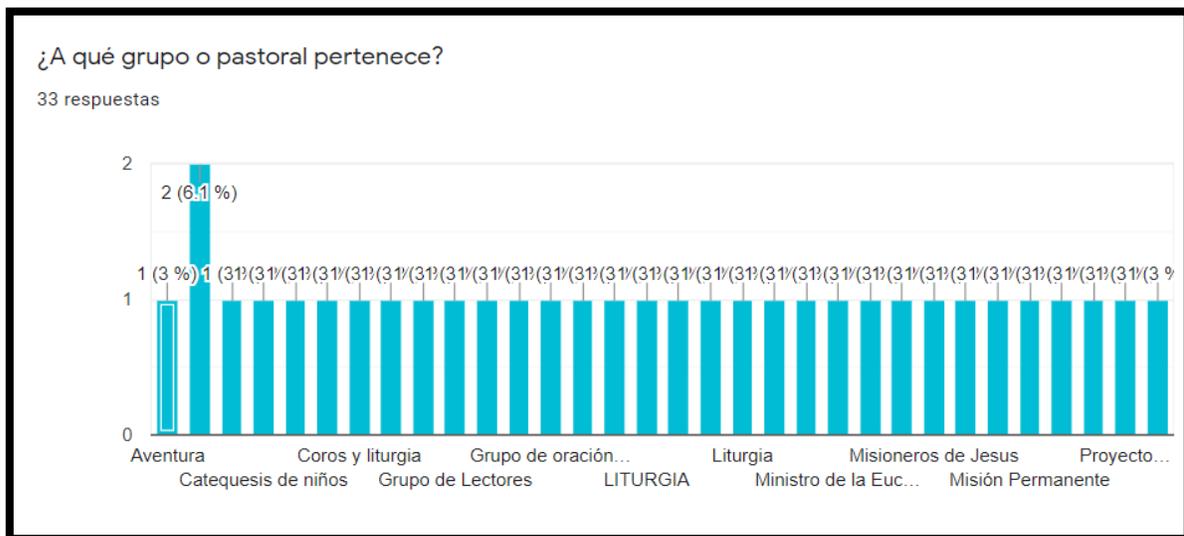


Figura 20. Pertenencia a grupo o pastoral.

En la figura 20 se observa a qué grupo o pastoral pertenece cada uno de los encuestados, se buscó la mayor participación de grupos.

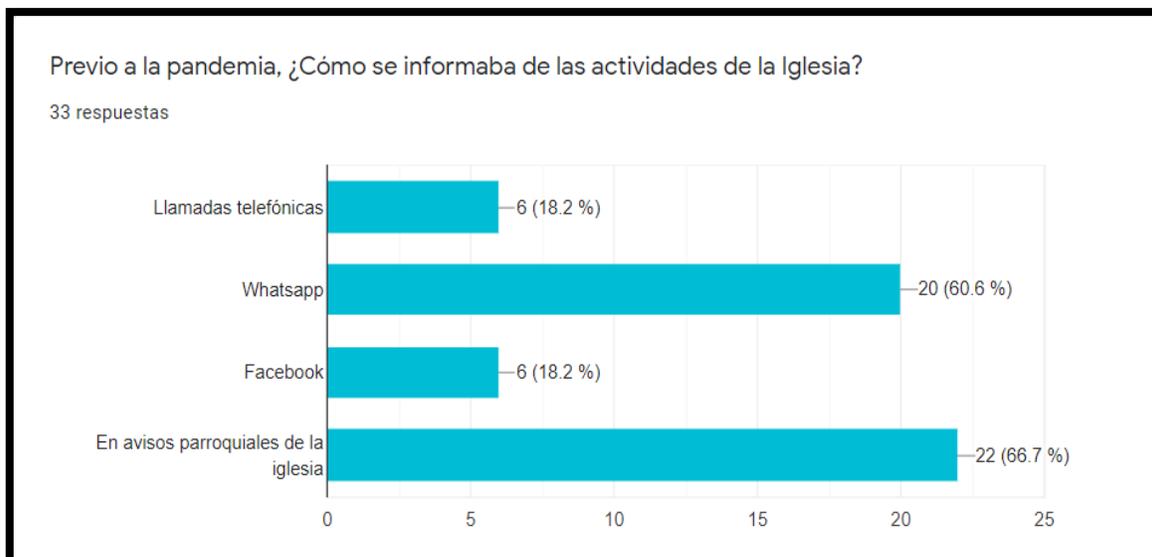


Figura 21. Resultados de la información de las actividades de la iglesia.

La figura 21, indica a través de qué medio los feligreses se informaban de las actividades de la iglesia, evidenciando que la mayoría se enteraba por avisos parroquiales en la iglesia con

un 66.7%, seguido por un 60.6% que lo hacía a través de WhatsApp, el 18.2 % a través de llamadas telefónicas y el 18.2% por Facebook.

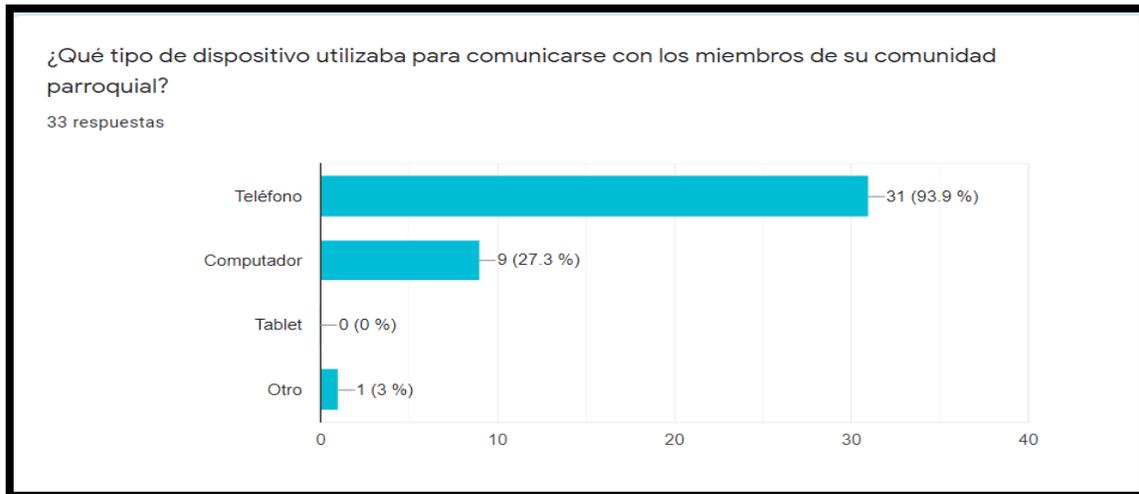


Figura 22. Resultados del uso de dispositivo de los miembros de la iglesia.

En la figura 22 se presenta los resultados que evidencia el tipo de dispositivo que utilizaban los encuestados para comunicarse con su comunidad religiosa. El resultado indica que el 93.9% se comunicaba por teléfono, el 27.3% lo hacía utilizando la computadora y el 1% utilizaba otros medios.

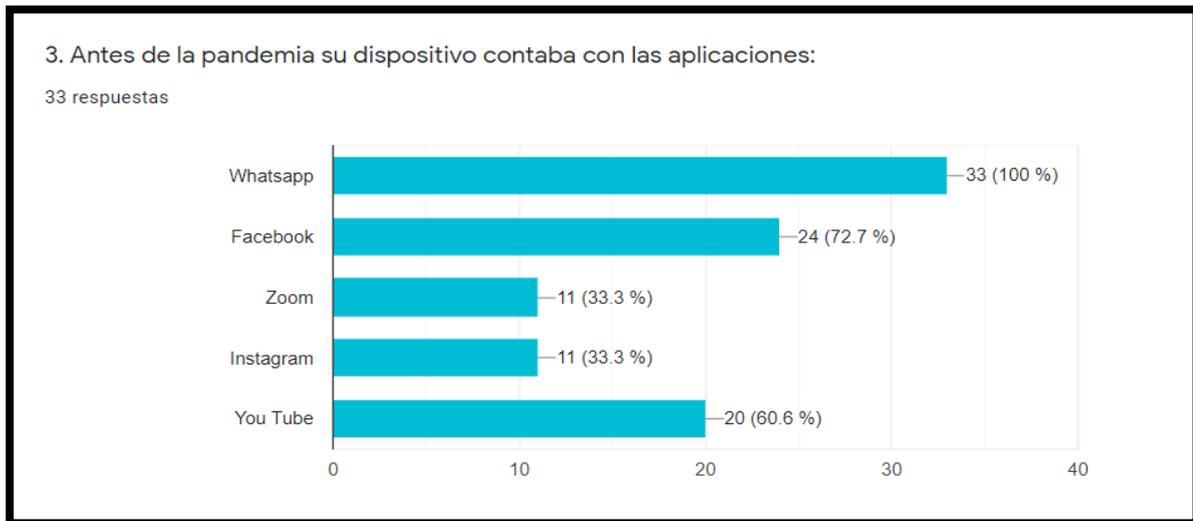


Figura 23. Resultados del uso de dispositivo de los feligreses.

La figura 23 indica con qué aplicaciones contaban los encuestados previo a la pandemia, predominando WhatsApp con 100%, seguido por Facebook con 72.7 %, YouTube con 60.6% y por último el Instagram y Zoom con 33.3 %.

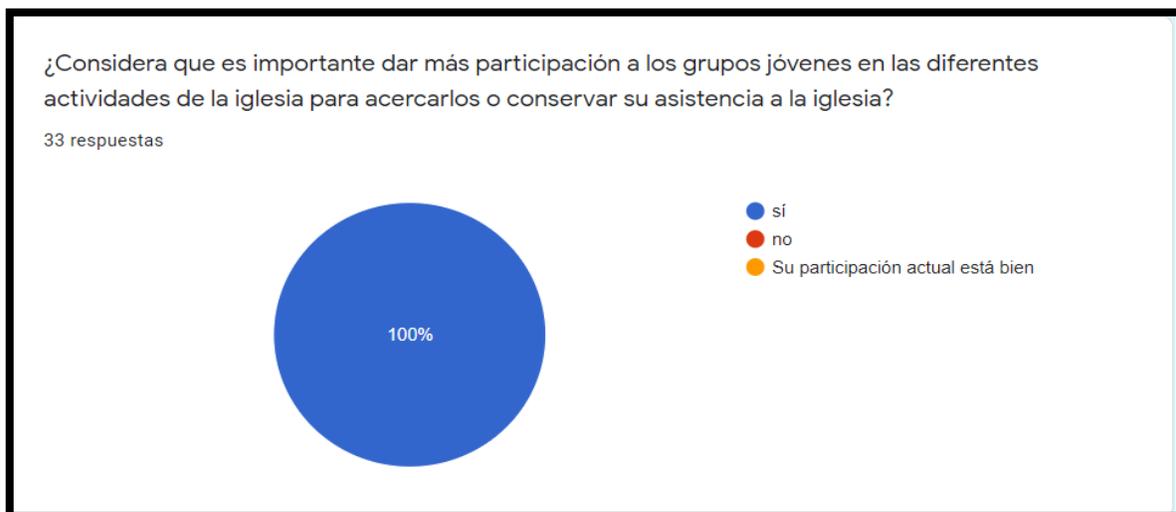


Figura 24. Resultado de la participación de los grupos juveniles en la iglesia.

La figura 24, muestra el interés de los feligreses en que los jóvenes se integren más a las actividades de la parroquia a lo que el 100% respondieron afirmativamente.

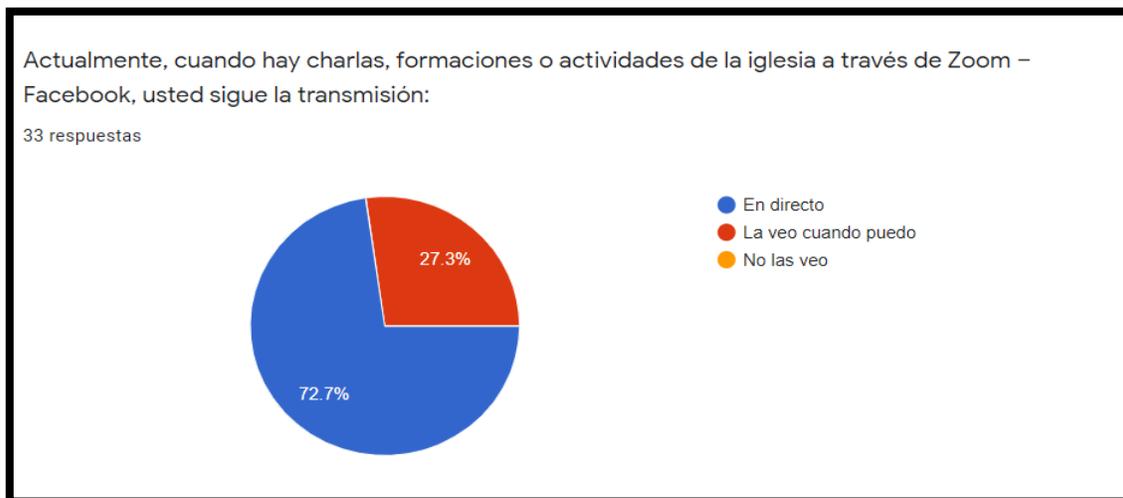


Figura 25. Resultados de las actividades dentro de la iglesia.

En la figura 25 se refiere a la sintonía de los fieles con las transmisiones de charlas, misa, formaciones, que se transmiten a través de Facebook Live. El resultado indica que el 72.7 % ven la misa en directo y el 27.3 lo ven cuando pueden. Esta gráfica muestra la ventaja de la red social Facebook pues quedando grabado el vídeo, las personas pueden ver o volver a ver los videos de su interés en el momento que tengan la disponibilidad.

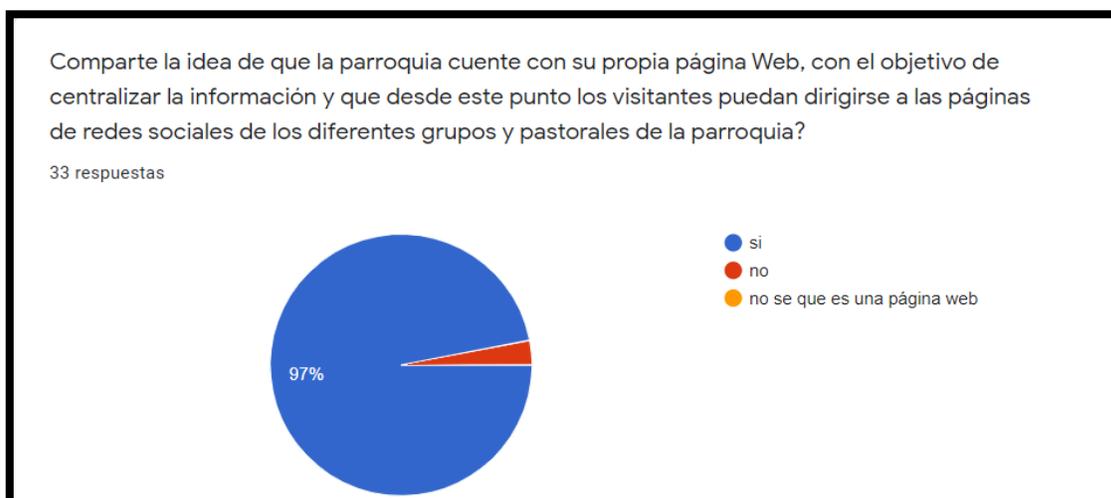


Figura 26. Resultados de página web de la iglesia.

La figura 26 muestra que el 97 % de los encuestados están de acuerdo en que la parroquia adquiriera un sitio web para centralizar la información.

Los resultados de la encuesta evidencian que previo a la pandemia la mayoría de los fieles asistían personalmente a la iglesia en donde se informaban de las actividades a través de los avisos parroquiales, pero también se puede notar la capacidad de la comunidad para adaptarse a los cambios que los han sumergido en la comunicación virtual.

#### **4.6. Los grupos y pastorales de la Parroquia San Cayetano en las redes sociales**

Con el fin de comprender la actividad en el ámbito virtual de los grupos y pastorales que pertenecen a la Parroquia San Cayetano Guatemala, se realizó la búsqueda de sus cuentas en las redes sociales Facebook, Instagram y YouTube. El resultado de la búsqueda se detalla en la siguiente Cuadro 2:

Cuadro 2. Grupos o pastorales de la Parroquia San Cayetano que poseen cuentas en redes sociales:

| <b>Pastoral</b> | <b>Grupo</b>                                | <b>Facebook</b> | <b>Instagram</b> | <b>You Tube</b> |
|-----------------|---|-----------------|------------------|-----------------|
| Familiar        | Pastoral Familiar San Cayetano              | X               |                  |                 |
|                 | Amigos del Padre Otorrino                   |                 |                  |                 |
|                 | Parejas de Amor y vida                      |                 |                  |                 |
|                 | Catequesis para novios                      |                 |                  |                 |
| Juvenil         | Aventura                                    | X               | X                |                 |
|                 | Proyecto Cristo                             | X               | X                | X               |
| Liturgia        | Acólitos                                    | X               |                  |                 |
|                 | Cantores                                    |                 |                  |                 |
|                 | Lectores                                    |                 |                  |                 |
|                 | Monitores                                   |                 |                  |                 |
|                 | Ministros extraordinarios de la comunión    |                 |                  |                 |
| Evangelización  | Santa misión popular                        |                 |                  |                 |
|                 | Grupos de Jesús                             |                 |                  |                 |
|                 | Catequesis comunión                         |                 |                  |                 |
|                 | Catequesis confirmación                     |                 |                  |                 |
|                 | Catequesis bautismo                         |                 |                  |                 |
|                 | El señor es mi pastor                       |                 |                  |                 |
|                 | Grupo de Oración San Cayetano Rcc Guatemala | X               | X                |                 |
| Social          | Cáritas parroquial                          |                 |                  |                 |
|                 | Alcohólicos Anónimos -AA-                   |                 |                  |                 |
|                 | Servicio psicológico                        | X               | X                |                 |

Este resultado evidencia que, de los diecinueve grupos, seis cuentan con página en Facebook y de ellas, cuatro mantienen con actividad constante su cuenta, de igual forma cuatro de los diecinueve grupos poseen cuenta en Instagram, todas actualizadas con frecuencia y solamente uno de todos los grupos posee canal de YouTube.

Durante la búsqueda de las páginas se ha logrado determinar que las diferentes cuentas no

#### 4.6.1. Pastoral familiar San Cayetano

El grupo de la Pastoral Familiar es un grupo con pocos integrantes. Su cuenta en Facebook tiene 119 “amigos” lo cual indica que ha sido creada con un perfil personal no como una fan page. Las últimas dos publicaciones son del 31 de julio 2021 y del 24 de noviembre de 2019 por lo que ha permanecido inactiva por casi dos años, pues la última publicación ha sido para anunciar una actividad parroquial.



Figura 27. Pastoral Familiar

#### 4.6.2. Grupo Aventura

El grupo Aventura posee una cuenta en Facebook y otra en Instagram. La cuenta de Facebook ha sido creada como “grupo público” a la que se han unido 846 miembros que en su mayoría son personas que en algún momento han formado o forman parte del grupo en la iglesia y se mantienen unidos por medio de esta red social. La cuenta que han habilitado en Instagram es seguida por 342 jóvenes que en su mayoría son jóvenes que actualmente participan en las actividades del grupo (Figura 28).



Figura 28. Grupo aventura San Cayetano.

#### 4.6.3. Grupo Proyecto Cristo

Este grupo posee cuenta en Facebook, Instagram y también un canal en YouTube. Su público son mayoritariamente jóvenes adultos y el contenido de sus publicaciones son para evangelizar y visibilizar el servicio que prestan los integrantes de la comunidad dentro de la iglesia (Figura 29).



Figura 29. Imagen de cuentas en redes sociales de Proyecto Cristo

#### 4.6.4. Grupo de acólitos San Cayetano

En la búsqueda se encontró la cuenta de Grupo de Acólitos San Cayetano Guatemala Oficial, que pertenece al grupo de monaguillos de la iglesia. Cuenta con 31 miembros y las últimas publicaciones muestran contenido de la parroquia más no de las actividades de los acólitos en sí (Figura 30).



Figura 30. Acólitos San Cayetano

#### 4.6.5. Grupo de Oración San Cayetano

Con una cuenta en Facebook con 307 seguidores y una cuenta en Instagram con 64 seguidores es como el grupo conserva la comunicación con sus seguidores. El contenido que el grupo publica para mantenerse comunicado con sus seguidores es en relación con las actividades del grupo (Figura 31).

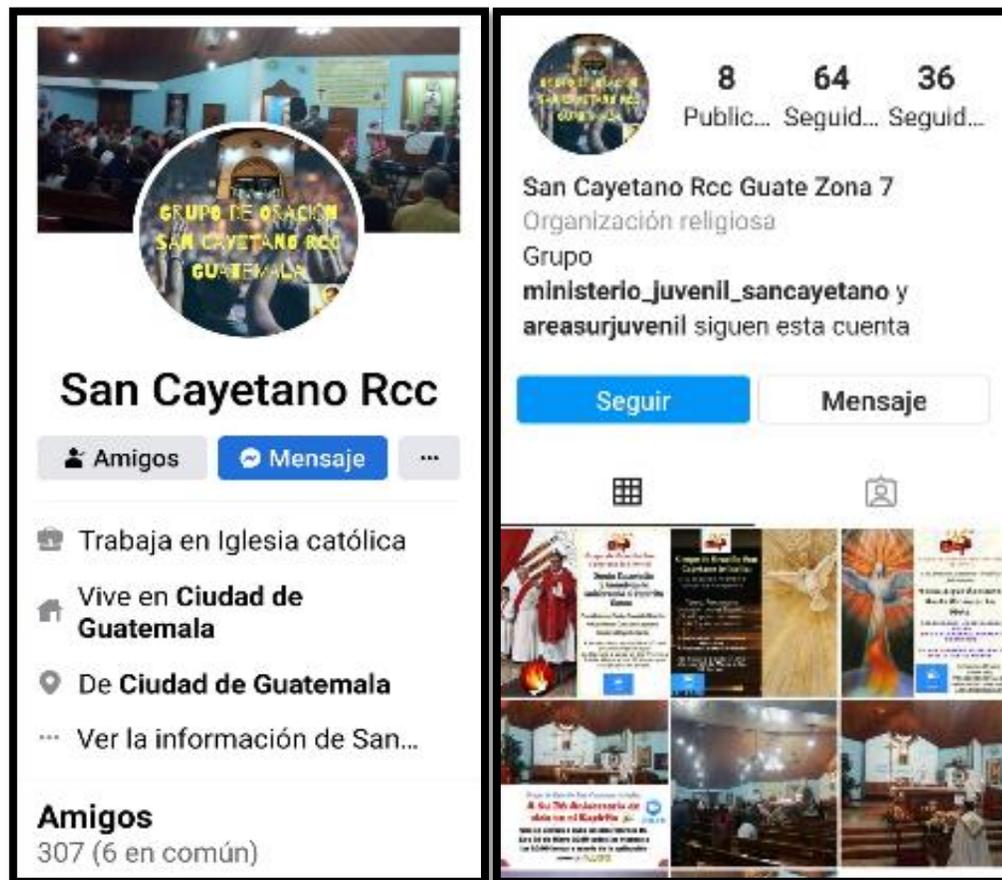


Figura 31. Grupo de oración San Cayetano

#### 4.6.6. Servicio psicología San Cayetano

Este grupo tiene habilitada una cuenta en Facebook con 886 personas y una en Instagram con 91 seguidores. Su contenido es totalmente de apoyo psicológico, conserva dinamismo en

cuanto a la periodicidad de sus publicaciones. Esta página no hace relación temas relacionados con la iglesia tiene un formato distante a ella (Figura 32).



Figura 32. Grupo de psicología San Cayetano.

Luego de la búsqueda y la navegación en cada una de las páginas encontradas en las redes sociales y que tienen vínculo con la Parroquia San Cayetano, se puede observar varios aspectos. Es importante mencionar que los grupos que mantienen esta actividad en las redes son grupos liderados por jóvenes, por ejemplo, el grupo Aventura y grupo Proyecto Cristo pertenecen a la Pastoral Juvenil. Los integrantes de grupo de Oración San Cayetano y el Grupo de Psicología USAC – San Cayetano son liderados por jóvenes adultos. La cuenta de Grupo Aventura es un grupo público que a la fecha cuenta con 846 miembros y la página de Proyecto Cristo es una fan page con 1,569 seguidores

#### **4.7. Herramientas virtuales adecuadas para conservar la comunicación e información en la Parroquia San Cayetano**

Previo a la pandemia ya existía una gama de herramientas para conservar o estrechar lazos comunicacionales, de hecho, muchas de ellas ya eran utilizadas aun sin tener las necesidades que se generaron durante la pandemia. En espacios anteriores de este estudio, se ha comprobado que los feligreses de la parroquia ya eran usuarios de redes sociales y de algunos sistemas de teleconferencia como lo es Zoom. El uso de estas herramientas virtuales se intensificó debido al confinamiento y restricciones de distanciamiento social impuestas para prevenir la propagación del COVID-19.

De acuerdo a los resultados que se observan en la utilización de las distintas herramientas virtuales en la parroquia San Cayetano con el fin de conservar la comunicación se puede determinar que las herramientas adecuadas para este fin son:

##### **4.7.1. WhatsApp**

Esta aplicación es la más conocida y utilizada por los miembros de la parroquia San Cayetano, previo a la pandemia WhatsApp ya formaba parte de la vida virtual de los fieles, para uso personal, familiar, de trabajo, religioso y otros. Esta red, es una constante clave para que cada grupo pueda comunicar de manera instantánea todo lo que refiere a su relación con miembros de la iglesia: reuniones, avisos, mensajes de afectividad, evangelización y distribución de cualquier contenido que les congrega.

##### **4.7.2. Facebook**

Es una red social que mantiene cautivo a los fieles de la parroquia, pero es evidente que el alcance es un público más amplio incluso más allá del territorio nacional. Es clave para informar las acciones de la de la iglesia, pero también para que los líderes puedan continuar

con su labor pastoral pues a través de ella se transmiten las misas, charlas y mensajes de los distintos líderes religiosos. Es una herramienta que se utiliza constantemente en la comunidad de esta parroquia.

#### **4.7.3. Zoom**

Es una herramienta importante para realizar reuniones grupales y congregar a los líderes de los diferentes grupos especialmente en las reuniones de Consejo Parroquial en donde se deciden a través de una planificación las líneas de acción para un tiempo determinado. Estos mismos líderes utilizan Zoom para generar espacios de formación y evangelización.

Para los fieles también resulta de mucha importancia, pues es utilizando esta herramienta que todos los días a las 18:00 horas se congregan por este medio para compartir un momento de oración y que además les ayuda a estrechar la relación de comunidad.

#### **4.8. Descripción de la experiencia del uso de herramientas virtuales en la Parroquia San Cayetano en el contexto de pandemia.**

La experiencia adquirida y aportada durante el acompañamiento y establecimiento de las herramientas virtuales en la Parroquia San Cayetano Guatemala, representa una etapa valiosa de adaptación en un momento crucial no solo para la parroquia misma sino a nivel global en el contexto de la pandemia.

Como se ha podido leer en lo que antecede a estos párrafos, los fieles de la parroquia ya contaban con algunas herramientas virtuales que utilizaban especialmente para motivos personales y en menor escala para temas relacionadas con la iglesia. Sin embargo, a partir de la etapa de confinamiento decretada para evitar la propagación del COVID-19, la virtualidad se instaló definitivamente como herramienta clave para conservar la comunicación e información entre fieles y pastores religiosos.

En cuanto a la institución parroquial San Cayetano Guatemala, durante el período de este trabajo monográfico se ha observado que si bien, algunos grupos cuentan con páginas y perfiles en redes sociales, no reflejan necesariamente la unidad con el núcleo de la comunidad. Un claro ejemplo lo representa el grupo juvenil Aventura que en las distintas cuentas encontradas se identifica como grupo sin hacer referencia a su pertenencia a la parroquia y grupos que han sido creados por personas que ya no están activos y los perfiles se han quedado abandonados. Para crear esta unidad, se ha sugerido que cada grupo con perfil en redes agregue el logotipo de la parroquia para darle un sentido de pertenencia a la comunidad. Al mismo tiempo se avanza en un proceso de la creación de un sitio web de la parroquia de donde se dirigirá a los espacios oficiales en redes sociales de cada uno de los grupos. Esto dará un sentido más formal y ordenado de los contenidos que se publican en cada cuenta.

Se ha reconocido que las personas mayores que constantemente asistían a la iglesia para atender las actividades, a raíz del encierro empezaron a sentirse deprimidas por el distanciamiento de familia, amigos y miembros de la comunidad. Conociendo la actividad previa de la mayoría de estas personas dentro de la iglesia, por la iniciativa de una persona miembro del Grupo de Monitores motivó a realizar el rezo del Rosario diario a través de Zoom, a partir de ello se fue adquiriendo la práctica para hacer transmisiones en Facebook Live, incluso para hacer enlaces desde Zoom hacia Facebook Live y el grupo en general se fue adaptándose a esta nueva forma de congregarse.

Dentro de sus actividades, el grupo Aventura realiza misiones de apoyo a la comunidad, en este sentido se ha iniciado la motivación a los jóvenes de realizar actividades que permitan acercar a los adultos a los espacios virtuales disponibles. En este sentido, durante el mes de julio 2021, los jóvenes realizaron un curso virtual para este grupo de personas sobre el manejo del sistema de videoconferencia Zoom en donde se inscribieron alrededor de treinta adultos mayores para fortalecer las habilidades en el manejo básico de esta herramienta.

El grupo Proyecto Cristo también ha realizado grandes aportes para esta virtualización, a través de las publicaciones en redes sociales con post, videos cortos y programas en su canal

de YouTube, han acercado a las cámaras, micrófonos y redes sociales a todos los integrantes de la comunidad indistintamente de la edad.

El establecimiento de la virtualidad se da en total acuerdo y constante comunicación con el párroco de la iglesia, un sacerdote joven abierto a adoptar las herramientas que le permiten continuar con su labor pastoral y enriquecer los procesos a través de la experiencia.

## CONCLUSIONES

1. El acompañamiento en el proceso de la implementación de la modalidad virtual como una herramienta comunicación dentro de la Parroquia San Cayetano, hace concluir que la virtualidad es clave para dar continuidad a los procesos de comunicación e información dentro de la parroquia.
2. El hallazgo durante la búsqueda de los grupos de la iglesia en las redes evidencia la existencia de opciones para dar continuidad a procesos de comunicación e información virtual, incluso a un público más allá del territorio parroquial de San Cayetano. Por ello se concluye que la mayoría de los grupos y pastorales utilizan primordialmente la aplicación de WhatsApp, seguido de Facebook, Zoom, Instagram y YouTube.
3. Se concluye que las herramientas apropiadas para la iglesia San Cayetano son principalmente Facebook, WhatsApp y Zoom, debido a que a través de ellas se puede publicar, transmitir e informar a los feligreses.
4. En conclusión, de la experiencia del uso de herramientas virtuales en la Parroquia San Cayetano es importante que se conserve el uso WhatsApp, Zoom y Facebook, pero esta última de manera más ordenada unificando creando aspectos gráficos, para favorecer la pertenencia del grupo a la comunidad parroquial.

## RECOMENDACIONES

1. Debido a que las restricciones a causa de la pandemia continúan por tiempo indefinido, se recomienda continuar con el fortalecimiento en el uso de las herramientas virtuales para garantizar los procesos de comunicación dentro de la organización de la Parroquia y la utilización de nuevas plataformas de manera alternativa.
2. Se recomienda que cada una de las páginas en redes sociales incluya el logotipo de la parroquia, con el fin de que se identifiquen como parte de esa comunidad. Que las cuentas no estén ligadas a perfiles personales, por el contrario, estén enlazadas a una cuenta institucional en la que el acceso pueda ser compartido y transferible a quien esté activo en el grupo y a cargo de este voluntariado.
3. Tomando en cuenta que la información que se genera en las diferentes redes sociales de los grupos y pastorales de la iglesia deben surgir de la fuente de información de la parroquia misma, se recomienda la creación de un sitio web en el que se unifique la información y al mismo tiempo se direcciona desde este punto, hacia las páginas de redes sociales de los diferentes grupos y pastorales, así como las páginas de las iglesias filiales, generando también desde esta página una base de datos de la parroquia.
4. En base a la experiencia, se han identificado y establecido las herramientas virtuales que garantizan la comunicación interna y externa de la parroquia, por lo que se recomienda continuar con el uso de Facebook, WhatsApp y Zoom especialmente y descubrir nuevas posibilidades para aumentar la eficiencia comunicacional.
5. Que la parroquia considere la contratación de un community manager para la creación y mantenimiento de contenido; y línea gráfica de todos los productos virtuales.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Alonso Reig, Marta. 2015. We Instagram. El nuevo espacio de cultura creativa. España: Editorial Grupo Planeta. 146 p.
2. Brassart, Baptiste y Francesco, Pier. 2014. Instagram: la guía completa. Editorial VP Julien Palier. 39 p.
3. Costa, Joan (2004): DirCom on-line. Grupo Editorial Design, La Paz (Bolivia).
4. Del Río Martín, Juan (2007): Declaraciones como presidente de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social.
5. Francis Bone, Ronald, Los medios de comunicación en la iglesia, Pontificia Universidad Javeriana (2011).
6. Freidson, Eliot, Communications Research and the Concept of the Mass American Sociological Review, Vol. 18, No. 3 (Jun. 1953), pp. 313-317 Publicado por: American Sociological Association
7. García Aretio, L (2008). NetACTIVE bases y propuestas para las buenas prácticas en movilidad virtual (un enfoque intercontinental). España: Universidad Nacional de Educación a Distancia. UNED
8. Joyanes, Luis. Cibersociedad, los retos sociales ante un nuevo mundo digital. McGraw Hill, 1998.
9. Juan Pablo II (2002) Mensaje del Santo Padre Juan Pablo II, para la XXXVI Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. *Internet, un nuevo foro para la proclamación del Evangelio.*
10. Laporte, José María (2004): Organizaciones Religiosas: Comunicar lo invisible. Ariel, Murcia.
11. Losada Vázquez, Ángel (1998): La Comunicación Institucional en la gestión del cambio. UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA, Salamanca.
12. Pérez Porto, Julián, 2016. Definición de comunicación social.
13. Tello Linares, Renato Andrés (2014) *Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación para la Evangelización.* Tesis Licenciatura en Teología. Guatemala. Universidad Rafael Landívar Facultad de Teología

## EGRAFÍA

1. Agencia Católica de Información – ACI Prensa-. Publicación: 16 de octubre de 2014, [www.aciprensa.com/noticias/catolicos-en-las-redes-sociales-son-fundamentales-en-la-evangelizacion-asegura-experto-22899](http://www.aciprensa.com/noticias/catolicos-en-las-redes-sociales-son-fundamentales-en-la-evangelizacion-asegura-experto-22899) Fecha de consulta: 16 de junio 22:00
2. Bellucci, Marcelo El Clarín. ¿Quién es Eric Yuan? La historia de Zoom: vida y obra del magnate que logró con una aplicación que el mundo siguiera en marcha. Publicación del 22 de mayo de 2020. [https://www.clarin.com/sociedad/historia-zoom-vida-obra-magnate-logro-aplicacion-mundo-siguiera-marcha\\_0\\_PhGodH\\_4s.html](https://www.clarin.com/sociedad/historia-zoom-vida-obra-magnate-logro-aplicacion-mundo-siguiera-marcha_0_PhGodH_4s.html) Fecha de consulta 27 de agosto 2021 8:00
3. Biblioteca Universidad de Alicante, España, material formativo Comunicación Virtual, publicado en 2015 [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/54704/4/ci2\\_basico\\_2015-16\\_Comunicacion\\_virtual.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/54704/4/ci2_basico_2015-16_Comunicacion_virtual.pdf) fecha y hora de consulta: 16 de septiembre de 2020 00:44
4. Conferencia Episcopal de Guatemala, Guatemala, 2020, <http://www.iglesiacatolica.org.gt/destpri.htm> Fecha y hora de consulta: 17 de septiembre, 02:05
5. Diccionario Etimológico Castellano en línea <http://etimologias.dechile.net/> Fecha de consulta: 10 de septiembre 2020. Historiade.com <https://historiade.org/whatsapp/> Fecha de consulta: 30 de agosto 2020
5. Monerri, Antonio. “Estrategia de comunicación”. Artículo publicado el 15 de noviembre 2006, en <http://conceptos-estrategicosclave.blogspot.com/2006/11/estrategia-de-comunicacin.html>. Fecha de consulta: 01 de julio 2013. Hora: 22:50 p.m.
6. MOSAIC. Manual de introducción a la Comunidades Virtuales. Mosaic, abril 2008, No.64, <https://doi.org/> Fecha y hora de consulta: 16 de septiembre 2020, 00.01
7. San Juan Pablo II, Mensaje en la XXXVI Jornada Mundial de las comunicaciones sociales (2002) [https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications/documents/hf\\_jp-ii\\_mes\\_20020122\\_world-communications-day.html](https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20020122_world-communications-day.html) fecha de consulta 16 de julio 2020
8. Santos, B. (2018). blog.hotmart. Obtenido de <https://blog.hotmart.com/es/clasesvirtuales/> Fecha de consulta: 15 de agosto 2020

9. Statista.com  
<https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundial-de-redes-sociales-por-numero-de-usuarios/> Fecha de consulta: 20 de julio 2020
10. Real Academia Española, España, 2019, <https://dle.rae.es/feligr%C3%A9s> Fecha y hora de consulta: 16 de septiembre 2020, 16:00
11. Ruffino, María Estela "Comunicación Virtual", 2020, Argentina.  
<https://concepto.de/comunicacion-virtual/>. Fecha y hora de consulta 16 de septiembre de 2020, 16:52
12. Silvio, José «Universidades virtuales móviles y aprendizaje permanente». 2002,  
<http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:1156/n02silvio02.pdf>. Fecha de consulta 16 de junio 2021 20:00.
13. Valenzuela, Rebeca. Las redes sociales y su aplicación en la educación. Revista Digital Universitaria de la UNAM [Las redes sociales y su aplicación en la educación \(unam.mx\)](http://www.unam.mx) Fecha de consulta: 26 de agosto 2021.

ANEXOS

The figure consists of three documents related to the Parroquia San Cayetano. The first document on the left is the 'ESTATUTO, ORGANIGRAMA Y PASTORALES' for the year 2019, featuring a large cross graphic and the text '¿Estoy en mi lugar?'. The middle document is the 'ORGANIGRAMA', a hierarchical chart showing the structure of the parish, including the 'CONSEJO PASTORAL PARROQUIAL' and 'CONSEJO PASTORAL DE ASUNTOS ECONOMICOS'. The right document is the 'PASTORES DE LA PARROQUIA SAN CAYETANO', detailing the roles and responsibilities of various pastoral groups like 'PASTORAL DE EVANGELIZACION' and 'PASTORAL SOCIAL'.

Figura 33. Estatuto, organigrama y pastores de la Parroquia San Cayetano.

The figure shows two screenshots of a survey form. The first screenshot displays the title 'Conociendo tu participación en redes de la parroquia durante la pandemia' and the first question: '¿A qué iglesia pertenece?' with radio button options for San Vicente, San Esteban, and San Cayetano. The second screenshot shows the second question: '¿A qué grupo o pastoral pertenece?' with a text input field, and the third question: 'Previo a la pandemia, ¿Cómo se informaba de las actividades de la Iglesia?' with checkboxes for 'Llamadas telefónicas', 'Whatsapp', 'Facebook', and 'En avisos parroquiales de la Iglesia'. The fourth question asks '¿Qué tipo de dispositivo utilizaba para comunicarse con los miembros de su comunidad parroquial?' with checkboxes for 'Teléfono', 'Computador', 'Tablet', and 'Otro'. The fifth question asks '¿Considera que es importante dar más participación a los grupos jóvenes en las diferentes actividades de la Iglesia para acercarlos o conservar su asistencia a la Iglesia?' with radio button options for 'sí', 'no', and 'Su participación actual está bien'. The sixth question asks 'Actualmente, cuando hay charlas, formaciones o actividades de la Iglesia a través de Zoom - Facebook, usted sigue la transmisión:' with radio button options for 'En directo', 'La veo cuando puedo', and 'No las veo'. The seventh question asks 'Comparte la idea de que la parroquia cuente con su propia página Web, con el objetivo de centralizar la información y que desde este punto los visitantes puedan dirigirse a las páginas de redes sociales de los diferentes grupos y pastorales de la parroquia?' with radio button options for 'sí', 'no', and 'no sé que es una página web'.

Figura 34. Formulación de encuesta al feligrés

En la figura 35 se presenta al Monseño Erwin García Arandi, representante de la Arquidiócesis de Guatemala, P. Severino Bettega, representante de la Pía Sociedad San Cayetano, P. Omar Carrera Campos quien recibe la Iglesia como nuevo Párroco y P. Pedro Martinello, sacerdote de la Pía Sociedad San Cayetano que hace entrega de la Parroquia.



Figura 35. Reunión de la Pía Sociedad San Cayetano hace entrega de la Parroquia San Cayetano a la Arquidiócesis de Guatemala.

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   | <b>página</b> |
|---|---------------|
| Figura 1. Ranking de las redes sociales. ....   | 9             |
| Figura 2. Página de Facebook.....   | 10            |
| Figura 3. Página de WhatsApp.....   | 11            |
| Figura 4. Página de twitter. ....   | 12            |
| Figura 5. Página de Instagram.....  | 13            |
| Figura 6. Página de Zoom. ....  | 14            |
| Figura 7. Esquema de comunicación de Shannon. ....  | 17            |
| Figura 8. Imágenes de la página del vaticano del Facebook, Instagram, Twitter. ....                               | 22            |
| Figura 9 Imágenes de las cuentas del Arzobispado de Guatemala de página de<br>Facebook, Instagram y Twitter ..... | 24            |
| Figura 10. Estructura de la iglesia católica.....   | 26            |
| Figura 11. Mapa territorial Iglesia San Cayetano zona 7 de la ciudad Capital. ....                                | 28            |
| Figura 12. Mapa territorial de Iglesia San Esteban.....   | 28            |
| Figura 13. Mapa territorial de Iglesia de San Vicente. ....   | 29            |
| Figura 14. Página en Facebook de la Parroquia San Cayetano Guatemala.....   | 33            |
| Figura 15. Estadística de la página de Facebook de Parroquia San Cayetano. ....                                   | 34            |
| Figura 16. Cuenta de Instagram de la Parroquia San Cayetano. ....   | 36            |
| Figura 17. Página de WhatsApp de la comunidad de la Parroquia San Cayetano .....                                  | 37            |
| Figura 18. Página de Zoom en la Parroquia San Cayetano. ....  | 38            |
| Figura 19. Resultado de la participación a las iglesias. ....   | 39            |
| Figura 20. Pertenencia a grupo o pastoral. ....   | 40            |
| Figura 21. Resultados de la información de las actividades de la iglesia. ....                                    | 40            |
| Figura 22. Resultados del uso de dispositivo de los miembros de la iglesia.....                                   | 41            |
| Figura 23. Resultados del uso de dispositivo de los feligreses.....   | 42            |
| Figura 24. Resultado de la participación de los grupos juveniles en la iglesia. ....                              | 42            |
| Figura 25. Resultados de las actividades dentro de la iglesia. ....   | 43            |
| Figura 26. Resultados de página web de la iglesia. ....   | 43            |

|   |    |
|---|----|
| Figura 27. Pastoral Familiar .....  | 46 |
| Figura 28. Grupo aventura San Cayetano. ....  | 47 |
| Figura 29. Imagen de cuentas en redes sociales de Proyecto Cristo.....  | 48 |
| Figura 30. Acólitos San Cayetano .....  | 48 |
| Figura 31. Grupo de oración San Cayetano .....  | 49 |
| Figura 32. Grupo de psicología San Cayetano. ....   | 50 |
| Figura 33. Estatuto, organigrama y pastores de la Parroquia San Cayetano.....   | 60 |
| Figura 34. Formulación de encuesta al feligrés .....  | 60 |
| Figura 35. Reunión de la Pía Sociedad San Cayetano hace entrega de la<br>Parroquia San Cayetano a la Arquidiócesis de Guatemala. .... | 61 |

## ÍNDICE DE CUADROS

|  | <b>Página</b> |
|--|---------------|
| Cuadro 1. Cronología de las redes sociales.....  | 8             |
| Cuadro 2. Grupos o pastorales de la Parroquia San Cayetano que poseen cuentas en redes<br>sociales:..... | 45            |