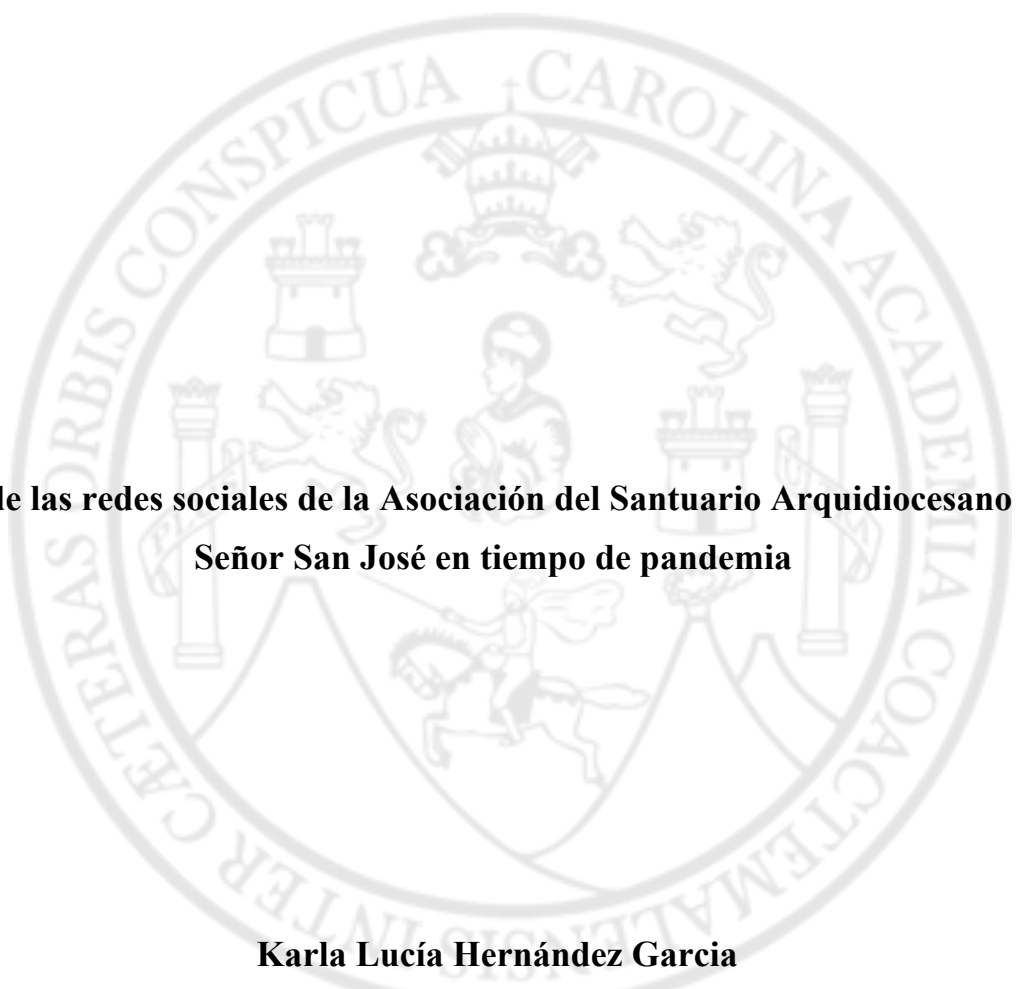


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación



**Uso de las redes sociales de la Asociación del Santuario Arquidiocesano del
Señor San José en tiempo de pandemia**

Karla Lucía Hernández García

Registro Académico 201400390

Carné 2382228020101

Guatemala, septiembre de 2024

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

**Uso de las redes sociales de la Asociación del Santuario Arquidiocesano del
Señor San José en tiempo de pandemia**

Trabajo de Grado presentado por

Karla Lucía Hernández García

Registro Académico 201400390

Carné 2382228020101

Previo a optar al título de

Licenciado (a) en Ciencias de la Comunicación

Asesor de Tesis: M.A. Jorge Ignacio Paz Ramírez

Guatemala, septiembre de 2024

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

CONSEJO DIRECTIVO

Director

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes docentes

Herbert Díaz

Representantes estudiantiles

Elvis Ramírez

Representante de egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario Académico

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

TRIBUNAL EXAMINADOR

Presidente

M.A. Jorge Ignacio Paz Ramírez,

Lector-examinador

M.A. Bryan Josué Torres Alvarado,

Lector-examinador

Lcda. Evelin Marleny Polanco Girón,

Guatemala, 18 de septiembre de 2024
Orden de Impresión
Ref. CG-Akmg- No. 016-2024

Licenciada
Karla Lucía Hernández García
Carné: 2382 22802 0101
Registro académico: 201400390
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimada Licenciada Hernández García

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de trabajo de grado por asesor, con el título Uso de las redes sociales de la Asociación del Santuario Arquidiocesano del Señor San José en tiempo de Pandemia. 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"



Vo. Bo. M.A. Silvia Regina Miranda López
Directora en Funciones



PhD. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Grado

Para efectos legales, únicamente el autor es el responsable del contenido de este trabajo.

Agradecimientos

A Dios:

Por que siempre me dio fuerzas para seguir adelante, brindándome su apoyo por medio de ángeles (mis papas, mi hermano, mis amigos y amigas). Aquí incluyo a Jesús de los Milagros del Santuario Arquidiocesano del Señor San José, que me permitió culminar este reto propio en su iglesia, en su casa.

A mis papas:

Por ser mi apoyo y mis ángeles, cada vez que me sentía frustrada y sin soluciones secaron mis lagrimas y me dieron ese abrazo de reanimó. Además de deberles la vida, les debo la mujer que soy: perseverante y soñadora.

A mi hermano:

Por ser mi apoyo y fuente de información. A pesar de estar ocupado todo el tiempo, estuvo atento en que terminara esta investigación y cumplir mi sueño.

A mi amiga de la infancia:

Elisa María Muñoz Reyna, por ser inspiración para este proyecto. Por ser ese apoyo, seguimiento y guía que necesitaba en cada paso de este trabajo.

A mis amigos:

Quisiera enumerar a todos esos amigos que estuvieron al tanto y animándome a terminar este proyecto. Que cuando ya no me sentía capaz de terminar o estaba demasiado nerviosa por presentarlo fueron ese “tu puedes” que necesitaba.

A mi asesor:

M.A. Jorge Ignacio Paz Ramírez, por su paciencia por el apoyo incondicional y sus sabios consejos. Aquí quiero incluir, M.A. Bryan Josué Torres Alvarado por su sabia guía luego del examen de defensa.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala:

Por la oportunidad que me brindo de ser parte de la mejor alma mater.

Índice

Resumen.....	I
Introducción	III
Marco Conceptual.....	1
1.1 Nombre del Tema	1
1.2. Antecedentes.....	1
1.3. Justificación.....	2
1.4 Descripción del tema.....	3
1.5. Planteamiento del problema.....	3
1.6 Alcances y límites.....	4
1.6.1 Objeto de Estudio	4
1.6.2. Ámbito Geográfico.....	4
1.6.3 Ámbito Institucional.....	5
1.6.4. Ámbito Poblacional.....	5
1.6.5. Ámbito Temporal	5
1.6.6. Límites.....	5
Marco Teórico.....	6
2.1. Funcionalismo.....	6
2.1.1 Fenómenos de la Comunicación Social	6
2.2. Comunicación.....	7
2.2.1. Modelos de Comunicación.....	7
2.2.2. Medios de Comunicación	10
2.2.3. Medios de Comunicación Masiva.....	11
2.3. Era Digital.....	12
2.3.1 Internet.....	13
2.3.2. Redes Sociales.....	14
2.3.3. Tipos de redes Sociales:.....	15
2.3.4. Facebook	16
2.3.5. Instagram	16
2.3.6. Twitter (X).....	17
2.3.7. YouTube.....	18
2.3.8. Spotify.....	19
2.4 Pandemia a Causa del COVID-19.....	20
2.5. Santuario Arquidiocesano del Señor San José	21
Marco Metodológico	23
3.1. Metodología	23
3.2. Tipo de Investigación.....	23
3.3. Objetivos	24
3.3.1. Objetivo general.....	24
3.3.2. Objetivos específicos.....	24
3.4. Técnicas	24
3.5. Instrumentos.....	24

3.6. Población.....	25
3.7. Muestra.....	25
3.8. Procedimiento.....	25
Análisis	27
4.1 Descripción y Análisis de Resultados.....	27
4.1.1.Resultados de las Encuestas	27
4.1.2.Resultados de Observación	36
Conclusiones	56
Recomendaciones	57
Referencias Bibliográficas	58
Anexos.....	62

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Edad.....	27
Gráfico 2: Profesión u Oficio.....	28
Gráfico 3: Lugar de residencia (municipio/ departamento).....	28
Gráfico 4: Tiempo de pertenecer a la asociación	29
Gráfico 5: Cargo.....	29
Gráfico 6: Participación durante la pandemia.....	30
Gráfico 7: Aporte durante la Pandemia.....	31
Gráfico 8: ¿Qué publicaciones pudo ver durante la pandemia?.....	31
Gráfico 9: Respuesta de las Publicaciones.....	32
Gráfico 10: ¿Qué tanta respuesta se obtuvo?.....	33
Gráfico 11: Ventajas y Desventajas.....	33
Gráfico 12: Redes más usadas	35
Gráfico 13: Experiencia.....	35

Índice de Anexos

Figura: Modelo de Aristóteles.....	8
Figura: Modelo de Shannon y Weaver.....	9
Figura: Modelo Dialéctico	9
Guía de Observación: (Facebook) 14 de marzo	38
Guía de Observación: (Facebook) Domingo de Ramos.....	41
Guía de Observación: (X) 14 de marzo.....	50
Guía de Observación: (X) Domingo de Ramos.....	51
Guía de Observación: (Instagram) 14 de marzo.....	51
Guía de Observación: (Instagram) Domingo de Ramos	52
Guía de Observación: (YouTube) 14 de marzo.....	53
Guía de Observación: (YouTube) Domingo de Ramos	53
Guía de Observación: (Spotify) 14 de marzo	54
Guía de Observación: (Spotify) Domingo de Ramos	55
Matriz de Base de Datos (Encuesta Digital)	62
Plantilla Guía de Observación.....	66
Publicación 14 de marzo de 2020	67

Publicación 14 de marzo 2021	67
Publicación 14 de marzo 2022	68
Publicación 14 de abril 2020.....	68
Publicación 14 de abril 2020.....	69
Publicación 28 de marzo 2021	69
Publicación 10 de abril 2022.....	70

Resumen

Título:	Uso de las redes sociales de la Asociación del Santuario Arquidiocesano del Señor San José en tiempo de pandemia
Autor:	Karla Lucía Hernández García
Universidad:	Universidad de San Carlos de Guatemala
Unidad académica	Escuela de Ciencias de la Comunicación
Planteamiento del problema	¿Cómo la Asociación de La Consagrada Imagen de Jesús Nazareno de Los Milagros "Rey del Universo" usó las redes del Santuario Arquidiocesano del Señor San José durante la pandemia?
Instrumentos	Recopilación bibliográfica y de información en páginas web de información, encuesta digital y guía de observación
Procedimiento	<p>Esta investigación se realizó con el fin de determinar de describir cómo la Asociación de La Consagrada Imagen de Jesús Nazareno de Los Milagros "Rey del Universo" utilizó las redes sociales del Santuario Arquidiocesano del Señor San José para llevar a cabo sus actividades durante la pandemia de COVID-19 (2020-2022).</p> <p>Y para respaldarla se utilizó la teoría del funcionalismo, ya que la iglesia cumplía un papel importante dentro de la sociedad. Agregando, en esta investigación se utilizó la metodología mixta como base del desarrollo de la misma. También se utilizaron técnicas de encuesta digital y observación, como también la recopilación de diferentes libros, revistas, páginas web relacionados con el tema.</p> <p>Primeramente, se realizó una investigación teórica sobre las redes sociales y su</p>

distribución. Con el fin de comprender cuáles podrían ser o no redes sociales, o bien que tipos de existen.

Posteriormente, se realizaron investigaciones de campo con una encuesta digital para determinar cuáles fueron los comentarios de los integrantes de la Asociación y una guía de observación para respaldar los comentarios positivos acerca de la respuesta de parte del público en las redes sociales.

Resultados y conclusiones

La examinación de los comentarios de los integrantes de la Asociación y reacciones en las plataformas digitales, concluyeron que su utilización fue más que efectiva. Ya que no solo fueron funcionales para llegar al público durante la pandemia, si no que también quedo como nueva herramienta de distribución de información y mensaje religioso de interés para el emisor que sería el Santuario y el receptor que serían los fieles seguidores. Se tuvieron desventajas como el hecho de no saber con certeza si se estaba capturando la atención necesaria durante las transmisiones en las plataformas digitales o las complicaciones de no saber de qué manera abordar diversos temas en una página con ámbito religioso. Pero esto no perjudicó en los resultados positivos ya mencionados.

Introducción

La pandemia de COVID-19 transformó radicalmente la vida cotidiana a nivel mundial. Esto llevó a la humanidad al confinamiento, tal motivo, obligó a las personas a encontrar nuevas formas de mantener la comunicación sin contacto físico.

En este contexto, las redes sociales digitales se convirtieron en una herramienta crucial para empresas, emprendimientos y organizaciones, permitiéndoles continuar con sus actividades. Las mismas ejercieron un papel esencial para evitar pérdidas significativas en los negocios y actividades durante la crisis.

Entre las entidades que comenzaron la implementación de las ya mencionadas, se encuentran las organizaciones religiosas, ya que al ver las iglesias vacías y las dificultades que enfrentaba la comunidad, recurrieron a las redes sociales para mantener el contacto con los fieles. Esto ocurrió tras la prohibición de aglomeraciones por parte del Gobierno de Guatemala, que incluyó misas, servicios, y procesiones.

El Santuario Arquidiocesano del Señor San José adoptó rápidamente estas herramientas digitales, especialmente durante la Cuaresma y Semana Santa.

Esta investigación se realiza con el motivo de comprender la forma en que el Santuario logró satisfacer la necesidad de continuar con sus actividades sin faltar a las normativas de seguridad impuestas durante la pandemia y como esto beneficio a la comunidad guatemalteca.

Capítulo 1

Marco Conceptual

1.1 Nombre del Tema

Uso de las redes sociales de la Asociación del Santuario Arquidiocesano del Señor San José en tiempo de pandemia.

1.2. Antecedentes

Entre los antecedentes de tesis encontradas y que fueron utilizadas para este estudio se encuentran las siguientes:

En la pandemia causada por el Covid-19 es un hecho social que ha convulsionado el conjunto de redes sociales. Asimismo, el déficit de entendimiento al que la población se estaba enfrentando. Agrega que la enfermedad vino a desarrollar estudios en la salud y como disminuye la interacción social por miedo al contagio. Describe, Olympo Paiz et al. (2020) en su monografía titulada “La USAC frente al Covid-19 Experiencias de Investigación” explican cómo

(Barreda, 2019), en su tesis titulada “La comunicación en las redes sociales Instagram y Facebook de Iglesia de Cristo Ebenezer Central”, Tesis de Licenciatura, Universidad San Carlos de Guatemala. Su objetivo era describir la comunicación de las redes sociales Instagram y Facebook de la Iglesia de Cristo Ebenezer Central utilizando el modelo de David Berlo. En donde se concluye que la iglesia cumple el proceso de comunicación, aunque la base del mismo es diferente, ya que sigue objetivos poco comunes por ser una entidad no lucrativa y religiosa, la cual debe de cumplir cierta responsabilidad social.

(Tello, 2014), “Uso de tecnologías de Información y Comunicación para la Evangelización”, Tesis de Licenciatura, Universidad Rafael Landívar, documenta cómo las herramientas tecnológicas hacen una revolución y globalización de la comunicación y cómo esto ha fortalecido la comunicación religiosa. Su objetivo era determinar el potencial de las Tecnologías de la Información y Comunicación para la Evangelización en el marco de la Iglesia Católica en Guatemala. En donde se concluye que la evangelización se puede hacer por todos

los medios, incluyendo los modernos.

(Juárez, 2013) “Circulación del poder de la Iglesia Católica en el sujeto” Tesis para Maestría, Universidad de San Carlos de Guatemala, indica que el ser humano busca estabilidad en lo espiritual. Guatemala tiene la característica de ser un país con mucha profundidad religiosa popular. Su objetivo era determinar la forma en que operan las relaciones de poder y sus discursos en la constitución de los sujetos religiosos en la comunidad de Santa Eulalia. En donde se concluye que la presencia de la Iglesia Católica en Santa Eulalia ha sido clave para que exista una convivencia pacífica de todos los vecinos. Y el uso de los discursos que han pronunciado los líderes, especialmente los del sacerdote párroco, han sido de utilidad para solucionar los conflictos.

(Aceituno, 2011), “Caracterización de Internet como canal, medio o herramienta de comunicación/información” Tesis de Licenciatura Universidad San Carlos de Guatemala, se enfoca en la docencia y de cómo utilizan el internet como medio, canal o herramienta de comunicación/información. Describe al internet como herramienta importante en la distribución de cada detalle, aunque no habla de una plataforma en específico como las redes sociales; resalta la importancia de cómo este medio ha tenido la convención de facilitar la educación. Su objetivo era comprobar si el internet es un canal, medio o herramienta de comunicación/información. En donde se concluye que en el mundo del internet se constituye como facilitador de información, para docentes y estudiantes en el proceso enseñanza aprendizaje, entretenimiento y un sin fin de posibilidades para los seres humanos alrededor del mundo.

1.3. Justificación

El presente trabajo es importante para la academia porque analiza cómo una institución religiosa tradicional no lucrativa, se adaptó al uso de tecnologías digitales para mantener su labor durante un evento sin precedentes como la pandemia de COVID-19, lo que constituye un fenómeno social y comunicacional digno de estudio.

Así mismo, la sociedad lo toma como un tema relevante porque a pesar del confinamiento, la vida tenía que continuar. Y es cuando la tecnológica se vuelve un canal de mayor importancia, aunque con dificultades para las personas mayores, ya que son temas que no les parecen

relevantes o importantes hasta que fue necesario incluirlo en su diario vivir.

Es importante resaltar, que la comunicación es vital para que la Iglesia Católica ya que su misión evangelizar, mantenga su unidad interna, participe en el diálogo global, y continúe siendo una presencia influyente y positiva en la vida de millones de personas.

Por otro lado, las generaciones más jóvenes ya no utilizan las redes sociales solo para ocio o mercadeo recreativo, sino que también para compartir información en ámbitos más formales. Es donde las entidades religiosas notan que por medio de métodos más modernos se podía seguir cumpliendo su labor de impartir su mensaje.

1.4 Descripción del tema

Durante la pandemia el mundo se detuvo y no había forma de poder continuar con “las costumbres diarias”. Como lo era ir a almorzar a un restaurante, ir al cine con amigos hasta incluso los actos religiosos.

Sin embargo, a pesar de que el contacto humano se detuvo, la comunicación nunca dejó de circular aún con la tecnología que se maneja recientemente. En específico las redes sociales; el tema es referente precisamente a cómo la asociación del Santuario Arquidiocesano del Señor San José pudo utilizar sus redes sociales para seguir con la labor de difundir su mensaje y con las actividades religiosas con sus seguidores sin necesidad de la presencia física en la iglesia.

Debido a que el Santuario no es una empresa lucrativa, todos los integrantes de la Asociación son voluntarios. Y lo fundamental de esta investigación es describir el cómo un grupo de personas que pueda o no ser expertos en el tema, logró reunir equipo y conocimientos en comunicación para poder comenzar con una labor dentro de plataformas que a simple vista son de manipulación sencilla, pero al querer controlar o manejarlas con las herramientas correctas y reglas requeridas se sale de las manos inexpertas.

1.5. Planteamiento del problema

La pandemia de COVID-19, que históricamente comenzó en el 13 de marzo del 2020, transformó radicalmente la vida a nivel global, en donde afectó la salud, la economía y las dinámicas sociales. El confinamiento, fue una de las medidas de bioseguridad impuestas para

frenar la propagación del virus alteraron profundamente la rutina diaria y las relaciones humanas. Esta situación causa el uso de la tecnología sea una necesidad básica para todo.

En Guatemala, a pesar de que la pandemia tardó en llegar, el proceso fue relativamente el mismo. Un día, todos los ciudadanos fueron enviados a confinamiento, que fue cuando se implementó el *home office*, las reuniones virtuales, las transmisiones por medio de redes sociales, conocidas como *lives*, etc. Es importante resaltar, que, debido a esta evolución social, las aglomeraciones fueron prohibidas, esto incluye algo tan común, como el asistir a la misa dominical.

(Vatican News, 2020) indica “Todos mantienen una tónica común: ser prudentes, responsables, tomando los recaudos necesarios para salvaguardar la propia vida y el bienestar de los hermanos”. A raíz de este artículo, las iglesias tenían que encontrar una solución para poder continuar con la evangelización que daban dentro del templo en misas y solucionar la problemática de cómo continuar con la unión social que sus actividades fomentaban como por ejemplo las procesiones.

El Santuario Arquidiocesano del Señor San José fue una de las iglesias que se vio en esta problemática, por ser actividades con personas no acostumbradas a la tecnología y dedicadas a la asistencia en la iglesia de manera física. Era necesario encontrar la solución dentro de las herramientas disponibles. Esto los llevó a la utilización de plataformas de reunión como *Google Meet* de Google y *Zoom*, pero sobre todo de las mismas redes sociales. Estas estaban inactivas o bien eran muy poco utilizadas, que ni en la misma Semana Santa se veían publicaciones frecuentes.

Es por eso que esta investigación responderá la pregunta **¿Cómo la Asociación de La Consagrada Imagen de Jesús Nazareno de Los Milagros "Rey del Universo" usó las redes sociales del Santuario Arquidiocesano del Señor San José durante la pandemia?**

1.6 Alcances y límites

1.6.1 Objeto de Estudio

Redes Sociales Digitales del Templo Arquidiocesano del Señor San José

1.6.2. Ámbito Geográfico

Investigación realizada en ciudad de Guatemala, 13 Avenida 4-87 Zona 1, ubicación exacta del

Santuario Arquideocesano del Señor San José.

1.6.3 Ámbito Institucional

Santuario Arquidiocesano del Señor San José

1.6.4. Ámbito Poblacional

Miembros de la Asociación de La Consagrada Imagen de Jesús Nazareno de Los Milagros "Rey del Universo", conformado solo por varones.

1.6.5. Ámbito Temporal

La presente investigación se efectuó en publicaciones hechas en las redes sociales, durante los años 2019 a 2022.

1.6.6. Límites

Se analizaron las redes sociales donde la Asociación tiene cuenta activa que sería *Facebook*, *Instagram*, *Twitter (X)*, *YouTube* y *Spotify*. Sin embargo, dependiendo del resultado el proceso de observación se centrará en la plataforma que la Asociación considera que tiene mayor respuesta de parte de su grupo objetivo.

Capítulo 2

Marco Teórico

2.1. Funcionalismo

En esta investigación, se emplea la teoría del funcionalismo, que postula que cada parte de la sociedad contribuye al funcionamiento del todo, en específico las entidades religiosas tienen funciones específicas como el mantener una estabilidad social y lograron continuar con su labor ya que las redes sociales asumieron una función clave durante el confinamiento, sirviendo como un mecanismo para mantener la comunicación.

Esta teoría es relevante para comprender cómo las redes sociales, son parte del sistema comunicacional, y desempeñaron un rol esencial para mantener la cohesión social y religiosa durante la pandemia.

2.1.1 Fenómenos de la Comunicación Social

Los fenómenos de la comunicación estudiados por la teoría del funcionalismo hacen reflexionar cómo la sociedad ha ido evolucionando por la necesidad de una interacción, transmisión o el traslado de información a las masas, así mismo el cómo se recibe y procesa la información; y cómo esta comunicación influye en la cultura, política, economía y relaciones sociales.

Un buen ejemplo que respalda lo descrito con anterioridad, el movimiento funcionalista en Estados Unidos da su aporte en el periodo de 1920 y 1960, (Giraldo, 2018, pág. 31), estos manifestaban el enfoque que tenían hacia el medio y no al mensaje. No obstante, conforme la sociedad iba avanzando con las diferentes épocas como la industrial, el cambio en la comunicación comenzó a hacerse más evidente, específicamente siendo más racional en qué mensaje se quería transmitir. Ya que al movimiento político y social le interesaba la reacción de las masas para seguir con su progreso.

Esto reitera el punto inicial indicando cuán importante es la comunicación en términos generales para poder fomentar una idea y que la vida siga caminando y progresando.

2.2. Comunicación

La comunicación es el proceso por medio del cual se intercambian ideas o información, siendo este el mensaje transmitido por un emisor, recibido e interpretado por un receptor. Es conocido como un proceso dinámico estático, esto debido a que hay una interacción recíproca o ruido en la que ambos participantes están influenciadas o bien siguen normas para obtener una efectividad en la comunicación.

Una comprensión más profunda de la comunicación surge cuando se analiza desde la dimensión bio-social del ser humano. Esto implica que la memoria neurológica y psicológica juegan un papel fundamental en este proceso. Así, la comunicación no es solo una necesidad emocional, si no que también biológica.

Hay autores que resaltan:

Las necesidades comunicativas de cada época las determina el propio desarrollo de la sociedad, las formas en que los hombres se agrupan para la producción de bienes materiales y también, el desarrollo tecnológico y científico, que es quien creó las bases materiales para el desarrollo y perfeccionamiento de los canales de comunicación. (Batista, 2018, pág. 19)

Durante la historia, el desarrollo de la comunicación ha permitido emitir información de maneras masiva, así como también organizar trabajos conjuntos, mantener una política estructurada en la sociedad y mantener los intereses de clases como dice Manuel Batista, (2018).

2.2.1. Modelos de Comunicación

Para darle seguimiento al proceso de comunicación, se han incorporado los modelos científicos, con diversidad de puntos de vista y enfoques. Estos ayudan a describir ideas y mejorar su entendimiento de una manera sencilla y eficiente.

Sus principales características las siguientes:

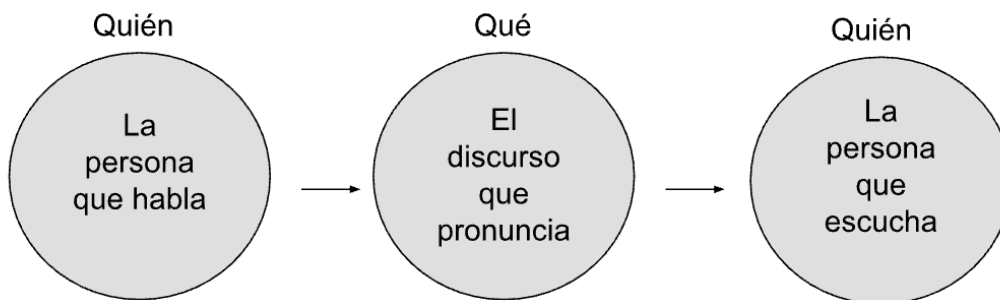
1. Proveer entradas para un desarrollo del sistema comunicacional estandarizado.
2. La efectividad es asegurada en la comunicación
3. Simplifican y explican los procesos de comunicación
4. Evolucionan conforme el avance en sus estudios.

Los modelos de comunicación están divididos en tres tipos. (Batista, 2018, pág. 22) explicó que estos están distribuidos según sus aspectos fundamentales como la que concibe la comunicación como transmisión de información, intercambio de información y “hacer común” es decir compartir experiencias.

Para comprender mejor cada uno de ellos, a continuación, se enumeran los más importantes y relevantes dentro de esta investigación:

- Modelo de Aristóteles: Este fue el primer intento de un modelo de comunicación que puede dársele crédito a Aristóteles, ya que es considerado un modelo con perspectiva teórica que concibe la comunicación como transmisión de información, en este los elementos están divididos como se muestra en la siguiente figura:

Figura: Modelo de Aristóteles

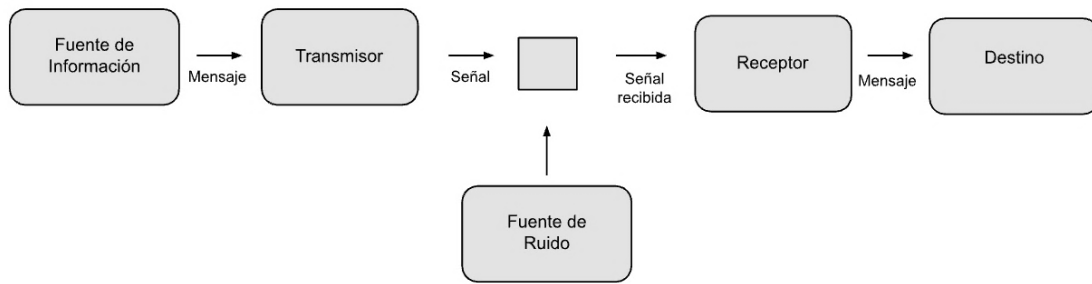


Batista, M (2018) Modelo de Aristóteles, JPG. Libro Comunicación y Medios Masivos (P. 22)

Es donde ya se inicia la utilización de emisor, mensaje y receptor, que es el modelo más común y simple que explica el proceso general de la comunicación. Este es considerado como un modelo de transmisión de información por el hecho de que el receptor no interactúa con el emisor más solo recibe e interpreta el mensaje.

- Modelo de Shannon y Weaver: Viajando en el tiempo, a los años donde la tecnología comenzaba a integrarse a la sociedad como la época de la radio, la televisión y otros sistemas de transmisión de datos y se da la propuesta matemática de Claude Shannon y Warren Weaver. Un modelo también considerado como de transmisión de información exclusivamente.

Figura: Modelo de Shannon y Weaver

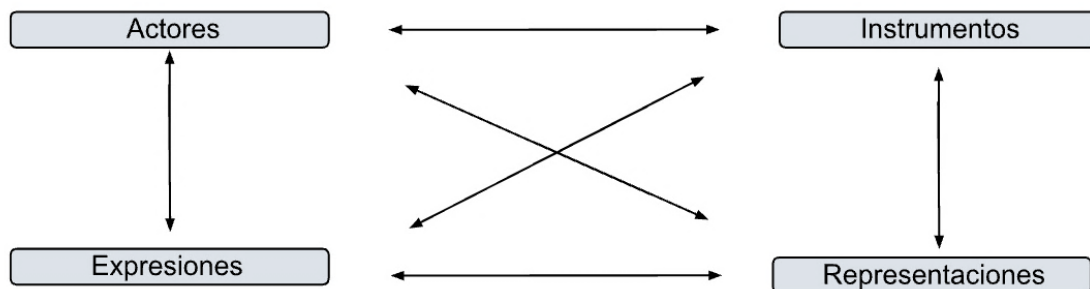


Batista, M (2018) Modelo de Shannon y Weaver JPG. Libro Comunicación y Medios Masivos (P. 23)

(Batista, 2018, pág. 23) también dice que dentro de este modelo ya se incluye los ruidos en la transmisión del mensaje, se considera un modelo inspirado en la evolución tecnológica. Las críticas de estos modelos se concentraban más en lo lineal y rígido, que algunos especialistas buscaban la forma de humanizarlo.

- Modelo Dialéctico: Este modelo tenía una perspectiva más de interacción a comparación de los otros dos. Es impuesto por Manuel Martín Serrano, dirigiendo la comunicación humana como un sistema. Se relaciona con los medios físicos materiales que ayudan a efectuar la comunicación y/o interacción.

Figura: Modelo Dialéctico



Batista, M (2018) Modelo Dialéctico JPG. Libro Comunicación y Medios Masivos (P. 24)

- Modelos de un “hacer común”, compartir experiencias: Dentro de estos modelos existen varios que fueron impulsados en los años setenta, tomando en cuenta diferentes puntos de vista teóricos. En estos modelos la comunicación está ligada a la asociación de compartir, participar y tener creencias y valores compartidos.

Los modelos que se rigen bajo estos pensamientos son:

- Semióticos
- Acción Participativa
- Paradigma Cultural latinoamericano

Se recopiló la siguiente información según un autor:

La comunicación es concebida como los procesos a través de los que se crea, modifica y transforma una cultura compartida. Su propósito es expresivo y el énfasis radica en la satisfacción intrínseca del emisor, más que en algún propósito instrumental.” Es decir que en estos modelos se le da más auge a lo que el emisor quiere transmitir no importando como lo tome o interprete el receptor. (Batista, 2018, pág. 25)

2.2.2. Medios de Comunicación

Como parte del tema de la comunicación y mencionado anteriormente, este tiene canales por los cuales se puede efectuar el proceso ya conocido. Pero en esta parte vamos a identificar los dos grandes grupos en los que están integrados:

- Comunicación Interpersonal
- Comunicación masiva

Estos temas son de gran importancia dentro de la sociedad ya que conforme la tecnología avanza, se han ido creando una gran diversidad de opciones para poder efectuar la comunicación sin ningún impedimento.

- Comunicación Interpersonal: (Cebrián, 2019) indica que este es el tipo de comunicación donde los seres humanos intercambian mensajes con información y sentimientos verbales y no verbales. Este proceso es parte de las relaciones humanas.

Como ejemplos claros de una comunicación interpersonal se puede mencionar una llamada telefónica, una conversación en el medio que sea. Es una práctica que se hace a diario ya que es algo ineludible.

En la actualidad, gran parte de de la comunicación no es verbal debido a que la tecnología está influyendo para que la interacción se emita por otros medios como las plataformas sociales o

mejor conocidas como redes sociales.

- Comunicación masiva: (Batista, 2018, pág. 31) indica que este es un proceso menos personal, es decir la comunicación masiva se caracteriza por la distribución del mensaje ya que utiliza medios que abarca a las masas. Por su funcionamiento con las mismas, se encuentran en el centro de la vida de la mayoría de las personas.

Para empezar a enumerar las funciones de este tipo de comunicación se puede comenzar por la principal que es la informativa. Esta se sustenta por la difusión de datos o detalles sobre lo que ocurre en el entorno y en el mundo entero. Puede ser o no útil pero siempre llega a un público, siempre hay que se toma en cuenta que tan real es este tipo de detalles.

Como siguiente función importante está la formativa. Este cumple con contribuir a la educación en conjunto. A comparación de la recreativa, que influye en la recreación y/o entretenimiento.

Para finalizar se encuentra la cibernética, esta regula y controla la sociedad, siendo alimentada por la opinión pública y movilizada en favor de objetos sociales.

2.2.3. Medios de Comunicación Masiva

Habiendo definido la comunicación masiva, ahora explicaremos más detalladamente los medios de comunicación masiva que juegan un rol esencial en la transmisión de mensajes a gran escala.

Se presentarán de forma cronológica con respecto a su creación según (Batista, 2018 pág. 35) en su libro Comunicación y Medios Masivos:

- Medios Impresos: Existen medios de comunicación impresos masivos, como el periódico (que a pesar de ser funcional ya está desapareciendo), las revistas, libros, *comics*, etc. Los orígenes primarios de estos medios fueron precisamente la prensa o el periódico que en su tiempo tuvo mucho éxito. Tuvo mucho desarrollo cuando se impulsó la aparición de la imprenta de Johann Gutenberg. Inicialmente los periódicos eran desarrollados en una hoja que conforme el tiempo se volvió en como la conocemos hoy.

El periódico cumplía una función informativa, conforme se fue progresando en la tecnología se pudo incluir las fotografías en las impresiones y la noticia era más al instante.

Luego del periódico, llegan las revistas que tuvieron auge en el siglo XX, alineándose a la publicidad de la época. A comparación del periódico la revista tiene aún un sustento superior por el tema de moda e interés actual.

Luego se encuentran los libros, que por más que se esté perdiendo la costumbre de la lectura, no dejan de ser funcionales y de uso en la vida actual.

- Cine: La fotografía tuvo el precedente creando o bien desarrollando un siguiente nivel, el cine. Nació en 1895, que con el tiempo fue posicionándose como un medio de comunicación masivo fijo gracias a maestros como Chaplin, Griffith, Eisenstein y más.

- Radio: Un medio que nació en 1900 gracias al descubrimiento de las ondas electromagnéticas. Se convirtió en un instrumento de difusión de noticias y un muy buen difusor comercial.

- Televisión: En 1923 empezó la implementación de este medio que en la actualidad más que una comodidad se ha vuelto un electrodoméstico necesario. Las primeras transmisiones iniciaron en Estados Unidos y Europa en los años veinte y treinta, pero luego de la Segunda Guerra Mundial comenzó a desarrollarse lo que permitió su difusión mundial. Aparte de ser un instrumento de noticias, comenzó a ser un medio de entretenimiento accesible.

- *Internet* como Medio Masivo: Se desarrolla en el siglo XX, viene a integrar la sociedad creando una comunidad de difusión de información de maneras por todo el mundo. Llegó a acompañar la innovación tecnológica y convirtiéndose en el más grande medio masivo de la historia.

2.3. Era Digital

Con el internet, se da inicio a la era digital, debido a que la transferencia o movimiento de información es más rápido que el movimiento natural físico. El desarrollo de las tecnologías y plataformas digitales de comunicación e información ya tenía un ritmo altamente considerado como para reconocerlo como una era. Es por esto que a toda esta evolución es conocida como la “era de la información” o era digital.

Los cambios eran ya notorios cuando el sector económico e industrial utilizaban tecnología para poder generar bienes materiales. Así mismo, dentro de las oficinas una reunión con personas del extranjero era posible por medio de plataformas digitales.

La era digital ya estaba en su proceso de posicionamiento en la sociedad con toda la evolución ya mencionada, no obstante, existía mucho temor en la utilización de la red mundial por todo lo negativo que ha llegado a surgir de la misma o bien por ser desconocida de cómo manejarla. Esto era más mencionado en las comunidades religiosas, ya que para ellos no existía una necesidad característica el de tener que utilizar la tecnología o bien las redes sociales, ya que sus reuniones eran en la iglesia; sus actividades eran físicas más que todo. Sin embargo, todo lo negativo que surge a lo desconocido colapsó por un virus reconocido en el 2020.

2.3.1 *Internet*

Anteriormente se abordó este tema de manera muy general y específicamente como un medio de comunicación masiva. Pero en sí que es el internet, aparte de ser un medio de comunicación masiva, este es una red informática amplia que ofrece varios servicios a sus usuarios, llevados a cabo por varios ordenadores que continúan encendidos sin interrupción y conectados, permitiendo a los usuarios su utilización en cualquier momento deseado.

El *internet* surgió luego de la II Guerra Mundial, pero la razón por la que se “descubrió”, fue para reconocer cuando eran lanzados los misiles de la guerra fría. Para los soldados de la época, les resultó muy fácil conectar los ordenadores para poder intercomunicarse y defenderse. Pero luego de su descubrimiento, se estableció la primera red de nodos centrales llamada ARPANET gracias a universidades estadounidenses.

Luego de un camino extenso en sus mejoras durante los años y diversos trabajos en la conexión de red. En los años noventa comenzó una masificación significativa, pero aún no abierta al público como tal. Se veía aún como un medio exclusivo para la formalidad de empresas y se tenía el impedimento de no poder comunicarse entre servidores, pero si era más factible que una empresa privada tuviera su propio acceso al ordenador deseado.

Es así hasta 1995, que las páginas web y los nuevos servicios toman presencia. Y esto llegó a ser aún más increíble cuando en 1998 nace *Google* convirtiéndose el más grande buscador de la era; seguido en los 2000 empezamos con lo que ya conocemos hoy en día, empezamos con

Wikipedia y la creación de diferentes plataformas como Safari, *MySpace*, *LinkedIn*, Facebook y la última en nacer YouTube.

2.3.2. Redes Sociales

También conocidas como plataformas sociales, que son un medio de comunicación formado por comunidades que comparten intereses o información. Dan la opción de publicar cualquier tipo de material, de manera individual, grupal o bien empresarial, así mismo permite interactuar con un listado de contactos de manera pública o privada.

Es importante mencionar, que se puede llegar a confundir con “*Social Media*” que es un término utilizado para nombrar al conjunto de las redes sociales y a las páginas de *microblogging*. Estas herramientas han llegado a revolucionar la comunicación digital ya que los usuarios pueden enterarse de todo tipo de información, así como también compartirla con el resto del mundo, como videos, archivos, música, etc.

La funcionalidad de las redes sociales ha sido eficiente en los últimos años, pero hay que tomar en cuenta que es una creación que remonta a 1971 cuando se envía el primer *e-mail*. Como ya se habló anteriormente, el uso de las mismas fue creciendo conforme el *internet* iba incorporándose a la sociedad. En los noventas se continuó su difusión con *GeoCities* para luego en el 2002 iniciar la era de los perfiles para los amantes de los videojuegos en *Friendster*. Que aún no era lo suficientemente conocido en la generación joven de la época.

Hasta que en 2004 empezó el fenómeno increíblemente estable en la actualidad, Facebook. Atrás venía YouTube en 2005, queriendo facilitar la opción del envío de vídeos a otros usuarios, seguido por Twitter en 2006. Luego se habla de las líderes en la actualidad lanzada solo para Apple en 2010, Instagram.

Como se observa luego de años de vida de las redes sociales hasta la actualidad, es notoria la gran importancia que han tomado dentro de los medios de comunicación. En 2022, fue publicado un estudio en *We are social* que explicaba que ese mismo año hubo un aumento significativo de usuarios en redes sociales y continúa en aumento. Para el día de la publicación, 26 de enero de 2022, se contaban cuatro mil seiscientos veinte millones en todo el mundo, lo que presentó un crecimiento de un diez por ciento.

Los números siguen en aumento y esto solo indica que entre más se trabaje en las redes sociales más seguidores, interacciones, etc. se obtendrá y beneficiaria a la entidad que utilice este medio como medio para darse a conocer.

2.3.3. Tipos de redes Sociales:

Sin embargo, debido a la diversidad de redes sociales existentes se han hecho muchas divisiones para reconocerlas, pero hubo una distribución por el contenido de las mismas hecha por Braun Marketing (2018):

-Redes sociales Verticales: En estas redes, los usuarios se relacionan por tipo de intereses. Es decir, aquí se pueden encontrar todas esas plataformas que se manejan por algún contenido en específico como la música, el arte, los videojuegos, etc.

Debido a que estas son especializadas por su contenido, se les subclasifica en los siguientes tipos Braun Marketing (2018):

- Por temática: En el primer grupo, que es por temática se refiere a temas en específico como los viajes, profesionales, aficiones, etc. Las más conocidas de esta división son *LinkedIn* y *Xing*.
- Por actividad: En el siguiente grupo tenemos por actividad, se refiere más a una interactividad como juegos, compartir escritos, pensamientos o mejor llamado el *microblogging*. Las más conocidas son *Twitter* y *Warcraft*.
- Por contenido compartido: Este último grupo se refiere a el contenido que en la plataforma se imparte como música, fotografías, videos, etc. Las más conocidas son *Spotify*, *YouTube*, *Instagram* y *Pinterest*.

-Redes sociales horizontales: Conocidas también como generalistas, ya que en estas redes sociales se recopilan perfiles de todo tipo, dejando un poco de lado el tema de los intereses. Es decir, como usuario se puede crear una comunidad de intereses en común, pero ya es algo propio del usuario y no definido por la plataforma a comparación de las verticales. Las mas conocidas tenemos: *Facebook*, *YouTube* y *Twitter*.

Es importante destacar que hay plataformas que pueden estar en ambas divisiones por su tipo de contenido como ya se mencionó, y puede cumplir ambas características. Sin embargo, todas cumplen un mismo fin, que es el de comunicar y cumplir un proceso de transferencia de información con importancia relevante para el usuario.

2.3.4. Facebook

Conocida como la más importante de las redes sociales, es además una red social gratuita que permite mantener comunicación con contactos y/o conocidos alrededor del mundo.

Guik, e-mkt & Digital Media, (s.f.) Tu Manual de *Facebook* dice que existen tres tipos de usuarios:

- Persona: Opción que utilizan la mayoría de los usuarios ya que es de creación y manejo personal.
- Grupos: Creados por usuarios con perfil personal, pero con una finalidad de crear comunidades o reunir personas con algún interés en particular. Tiene acceso a añadir fotos, vídeos, mensajes, compartir enlaces, etc.
- Página Oficial: Estas son creadas con fines determinados, a diferencia de los grupos no se permite ingresar contenido ya que está dedicada a marketing de marcas, personalidades y/o entidades.

Facebook se caracteriza por ser dinámica, más que las otras plataformas, ya que suele dar mayor detalle de intereses que se haya ingresado en el algoritmo. Es por eso que es considerada como una buena opción para crear una página para las empresas o bien entidades como las iglesias.

Anteriormente se explicó que era una página oficial, pero ¿qué tan funcional es? se consideraría lo suficientemente útil, como para que una mujer de sesenta años busqué algún dato en específico de su interés y sepa utilizarlo, es una plataforma tan amigable que hasta entidades arcaicas han decidido darle un uso significativo.

2.3.5. Instagram

Plataforma conocida por ser horizontal, ya que su temática es el de compartir fotografías y videos, sin embargo, con su evolución ha llegado a considerarse vertical o bien mixta por las funciones similares a *Facebook*.

Como dato histórico, (Soto Juan, 2020) dice que a pesar de la limitación que tuvo en sus inicios de no poder actualizar el perfil en un ordenador, solo en un teléfono móvil, se popularizó entre jóvenes ya que sus funciones eran atractivas para ellos. Aparte de las fotografías, ofrece más

opciones como el de crear videos e historias, incluso tener conversaciones por “Mensaje Directo” y video llamadas.

La popularidad ya mencionada dio oportunidad a las empresas y entidades de crear sus perfiles para continuar con su marketing digital en esta plataforma. Esta finalidad ha sido muy bien aprovechada, ya que también, para los jóvenes es un buscador de cualquier tipo de necesidad desde un *chalet* en la playa o la compra de una blusa.

Las empresas y entidades no lucrativas utilizan esta plataforma como una manera de darse a conocer y ganar audiencia conectando con un público masivo. Instagram cuenta con una plataforma de contabilidad de interacciones que sirve de apoyo para poder

Es por eso que ambas redes son esenciales para crear contenido para perfiles individuales o bien de empresas y/o entidades.

2.3.6. *Twitter* (X)

Twitter, ahora conocida como X, es una plataforma de *microblogging* que permite la difusión rápida de mensajes breves, utilizando hashtags para agrupar conversaciones sobre temas específicos.

Por otra parte, mucho tiempo después de su nacimiento, se reconocen los *hashtags* como idea para agrupar todas las ideas bajo un mismo grupo. Siendo una idea muy utilizada en la actualidad en las diferentes publicaciones de todas las plataformas ya no solo en *twitter* o mejor conocida a la fecha como X.

En 2009, luego de varios años de turbulencia empresarial saliendo de su administración algunos de sus creadores y reincorporándose uno de los mismos, con la idea de generar ganancias se integra la publicidad a la plataforma. Esto marca un cambio del antes y después de la misma ya que con anterioridad, esta se mantenía a flote con empresas de capital.

Más adelante, en 2015 ya era una de las redes sociales más reconocidas como *Facebook* e *Instagram*, que para el 2022 fue reconocida en el séptimo lugar de las preferidas por los usuarios. Su popularidad se la ganó por ser una de las redes donde los usuarios comentan y comparten desde todos lados del mundo eventos en tiempo real.

Pero su evolución más significativa fue cuando Elon Musk obtiene la propiedad de la plataforma, ya que él quería eliminar el tema de la censura. Tema que empezó a marcarse luego de que se le clausurará la cuenta a Donald Trump por sus publicaciones violentas contra la democracia americana. En 2023 es cuando se hace el cambio total de la plataforma a X.

Como se puede observar, la plataforma es muy funcional para la publicidad y la comunicación en muchos ámbitos sociales.

2.3.7. YouTube

Plataforma nacida en 2005, conocida por ser la encargada de propulsar el mundo del vídeo. Su idea fundamental era el de que los usuarios pudieran compartir videos sin problemas por el peso de los mismos. Sin embargo, con el pasar del tiempo esta plataforma se ha convertido en uno de los buscadores más utilizados de la historia, siendo su única competencia *Google*.

El mundo de la publicidad le dio la bienvenida con *Nike*, siendo el protagonista, el futbolista más reconocido en el momento, Ronaldinho. Teniendo más de un millón de visualizaciones. Esto logró que la plataforma obtuviera más usuarios, forzando al equipo a obtener más recursos humanos e industriales. Luego de su pico de éxito y ser adquirido por *Google*, empezaron a verse los problemas por no cobrar o no tener ingresos económicos. Es cuando varias compañías comienzan a hacer tratos para poder publicar sus videos con derechos de autor. Esto solo marcó la pauta para que muchos cambios dentro de la plataforma se dejarán ver.

A pesar de superar su primera crisis, para el 2015 se rumoraba que iba a desaparecer ya que el público estaba limitado en jóvenes de veinte años (Seara, 2023). A Partir de este punto, YouTube se diversó en varios segmentos como *Gaming* y *Kids*, hasta llegar a su versión *Premium*.

Cumpliendo la finalidad de ser una red social donde hasta los *influencers* tuvieron cabida subiendo contenido que, a comparación de las otras redes, tiene mayor tiempo de vida en línea y hasta puede ser funcional como desde una receta hasta como utilizar las velocidades en un carro.

En el caso del Santuario Arquidiocesano, YouTube se utilizó para transmitir en vivo las misas y otros eventos religiosos durante la pandemia, facilitando la participación de los fieles desde sus hogares.

2.3.8. Spotify

Una plataforma que nació en Suecia, en medio de la guerra de descargas gratuitas y la compra y respeto de derechos de autor. Ya que al momento en que su creador Daniel Ek y su socio Martin Lorentzon obtuvieron rotundos “no” de parte de las discográficas al ver como pérdida monetaria dar música gratuita y claro al no entender que la nueva era no iba a pagar grandes cantidades de dinero por un disco compacto.

Con el pasar del tiempo y una lucha de creencias, *Spotify* salió para ser utilizado en web y era algo tan exclusivo que solo se podía entrar con invitación o ya pagando suscripción. Sucesivamente la plataforma siguió luchando con limitantes que poco a poco fueron eliminadas. Pero la más significativa fue para el 2014, al ingresar la publicidad a la plataforma se eliminarán las 20 horas de límite por mes a la versión gratuita de la aplicación.

Ahora bien, es entendido que *Spotify* es conocida como la plataforma de *streaming* más grande de música. Pero entra la incógnita si es una plataforma de *streaming* y no puede ser una red social. Y es aquí donde entra la discusión acerca de sus diferencias, pero si vemos las características de esta aplicación, cumplen cada una de ellas como lo que es la distribución de información pública, no hay interacción con comentarios como en *Facebook* u opción de compartir historias como en Instagram. Pero hay *likes* al agregar las canciones favoritas a las *playlist* y hay historias compartidas por medio de los *podcasts*.

En 2016 la plataforma se alió con *Facebook* y sus compañeras redes sociales para poder compartir música en los perfiles. Pero lo más social que pudo obtener la plataforma fue para 2019, justo antes de la pandemia y fue la apertura de la opción de podcast dirigida por las empresas Gimlet Media y Anchor. Oficialmente se abrió al público la plataforma propia de *Spotify* en el 2020, siendo introducida en Estados Unidos en el 2021.

Como se puede observar y ya se mencionó que la plataforma a pesar de que su punto inicial era el poder escuchar música sin limitantes y sin costos altos, se ha convertido en parte del

mundo digital y social al querer alcanzar diferentes públicos conforme sus intereses y cumpliendo el cometido de interacción sin contacto físico. Esta red es conocida dentro del grupo vertical por sus características, el Santuario la utilizó para compartir su podcast con detalles importantes reproducidos por personas interesadas en el mismo.

2.4 Pandemia a Causa del COVID-19

(Gutiérrez, G., Herrera S., Kemner, J., 2021), explica que en el 2019 se reconoció una enfermedad contagiosa que causa fiebre, tos y la insuficiencia respiratoria, por mencionar algunos síntomas que causaba en sus inicios. Esta se propago por todo el mundo hasta que en marzo del 2020 ingresó el primer caso a Guatemala.

Esto obligó al país a adaptarse a una situación difícil ya que aparte del inicio de la pandemia, se iniciaba un nuevo gobierno que para entonces causaba altas expectativas en cuestión al manejo de esta emergencia.

Cada quien vivió de diferente manera el inicio, el recorrido y el “final” de la pandemia. Era tal el pánico de la humanidad a causa de esta enfermedad que se implementó el uso de la mascarilla, el lavado de manos constante y la desinfección de todo aquello que provenía de la calle.

Guatemala, entró en emergencia sanitaria, tomando como primera medida el cierre total de entrada, salida y circulación en todo el territorio nacional. Este suceso se cuenta como una historia de pánico y de desconocimiento ya que era muy poca la información que los gobiernos compartían, llegando al límite de tomar cloro para desinfección interna.

Las empresas privadas y públicas dudaban cómo manejar la asistencia de sus colaboradores. En algunos escenarios, antes de la implementación del toque de queda, se les hacía asistir con mascarilla, desinfectarse a sí mismos y sus espacios de trabajo. Sin embargo, el ministerio de salud comenzó a hacer rondas para verificar que las empresas cumplieran sus solicitudes para seguirles permitiendo trabajar en los edificios.

Sin embargo, a pesar de las reglas impartidas si hubo empresas que fueron multadas. Por lo tanto, una cantidad significativa optó por iniciar el “*home office*”.

A partir de esta iniciativa, entidades comenzaron con la utilización de las plataformas de

comunicación digital como *Google Meet* y *Zoom*.

- Comunicación en la Pandemia: El país al iniciar la nueva vida en cuarentena, existían muchas limitaciones de libre locomoción, causando muy poca afluencia en las calles. Esto llevó a que los negocios pequeños se empezaran a ver afectados, no siendo los únicos, pero si los primeros.

Las empresas grandes entendieron que al no haber circulación cualquier plan de comunicación tenía que incluir medios que lleguen a los hogares directamente como la televisión y la radio. Aunque aún no era suficiente la utilización de estos medios masivos, ya que al no poder tener interacción entre personas había que encontrar algo que no necesitará involucrar ni afectará a las personas.

Es en ese momento donde las redes sociales entran en juego y más para esas empresas que no tenían conocimiento o bien actividad en sus perfiles.

Por otro lado, existían otras entidades que no ofrecían servicios como tal, sino que eran parte del repertorio cultural. Se puede mencionar a las iglesias, no importando la religión, el hecho que el país estuviera en cuarentena y no se les permitiría hacer reuniones si afectaba su finalidad.

Justamente al inicio de la pandemia se acercaban actividades significativas para la iglesia católica que fueron canceladas desde ese mismo año. Entonces, al ya tener todo preparado pero detenido los obligó a buscar opciones. Esto los llevó a unirse al mundo de las redes sociales de lleno. Comenzando a hacer transmisiones en vivo, convocatorias a reuniones en línea y transmitir información por medio de sus páginas oficiales que tenían en el abandono. Siendo el Santuario una de las iglesias incluidas en este proceso.

2.5. Santuario Arquidiocesano del Señor San José

Luego de hablar cómo las iglesias fueron afectadas en general por la emergencia sanitaria mundial, es preciso investigar cómo fue su proceso y vivencias durante la pandemia. Pero para ello, se investiga su historia como parte del repertorio del centro histórico. Municipalidad de Guatemala (s.f.)

En el siglo XVIII en Santiago de Guatemala se inauguró un templo dedicado a San José, en 1762. Dentro de la iglesia se encontraba la imagen de veneración por la que se le dio el nombre.

Al confirmar el cambio de valle, la nueva estructura fue instalada en la traza oficial de la urbe en 1780 a 1783 que fue destruída por los terremotos de 1917 y 1918.

Años más adelante se trató de recuperar la fachada y la estructura, pero fue en vano por los sismos venideros. Sin embargo, en 1978 se edificó nuevamente para que en 1994 fuera elevada al rango de Santuario Arquidiocesano y en 1997 consagrado.

La Municipalidad de Guatemala (s.f) explica que, dentro del Santuario, se resguarda una de las imágenes más significativas para los fieles católicos. Un nazareno, llamado Jesús de Los Milagros. Escultura realizada originalmente para la ermita de la Cruz del Milagro en la ciudad de Santiago de Guatemala. Indican que es una imagen de talla única y poseedora de rasgos anatómicamente perfectos. Por esta y otras razones el Santuario es una de las iglesias más visitadas y con más fieles del país.

Sin embargo, a pesar de ser una entidad fuerte mantiene perfil bajo dentro de las redes sociales y cualquier actividad o información importante era compartida de boca en boca. Hay que mencionar que, si hay rastros de publicaciones antes de la pandemia, sin embargo, a comparación de la actualidad su actividad ha incrementado de manera significativa. Y es por tal motivo, que la investigación se centra en esa parte significativa para la comunidad o bien los fieles al santuario en como ellos deseaban seguir conociendo del mismo.

Capítulo 3

Marco Metodológico

3.1. Metodología

El método que se utilizó en esta investigación es el inductivo porque se busca analizar por medio de la observación, es decir partir de información concreta para luego hacer un análisis y sacar conclusiones de como Asociación de La Consagrada Imagen de Jesús Nazareno de Los Milagros "Rey del Universo" utilizó las redes sociales del Santuario Arquideocesano del Señor San José para continuar en comunicación con los fieles seguidores de la iglesia. como lo explica (Maya, 2014, p. 17) “Se parte del análisis de ejemplos concretos que se descomponen en partes para posteriormente llegar a una conclusión”.

Con esto, se podrán generar conclusiones de su plan de comunicación desde cero y comprender la incógnita de cómo lograron su mantenimiento con la misma o mayor cantidad de fieles.

3.2. Tipo de Investigación

El tipo de investigación a utilizar será el mixto. Esto es debido a que se hace un análisis entre la cantidad de reacciones o bien interacciones dentro de las redes sociales del Santuario y en la opinión de la Asociación durante la pandemia. Es decir, existe una parte cuantitativa que se refiere a la cantidad de reacciones y, según la asociación, mide cuánta respuesta se obtuvo por parte del público. La parte cualitativa se centra en la recopilación de los comentarios positivos y negativos sobre el uso de las plataformas.

Un autor explica:

Los métodos mixtos o híbridos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada. (Hernandez, 2018, pág. 10)

Con esta información, se puede reforzar lo ya mencionado con anterioridad. Luego de integrar la información recopilada se podrá llegar a la conclusión de si el uso de las redes sociales del santuario fue de beneficio para ambos usuarios es decir el emisor que son los integrantes de la asociación y los fieles cumpliendo su papel como receptor.

3.3. Objetivos

3.3.1. Objetivo general

Describir cómo la Asociación de La Consagrada Imagen de Jesús Nazareno de Los Milagros "Rey del Universo" utilizó las redes sociales del Santuario Arquideocesano del Señor San José para llevar a cabo sus actividades durante la pandemia de COVID-19 (2020-2022).

3.3.2. Objetivos específicos

- Determinar las percepciones de los miembros de la asociación sobre la efectividad del uso de redes sociales digitales por el Santuario.
- Identificar las dificultades y ventajas que se encontraron en la utilización de redes sociales durante la pandemia.
- Analizar el alcance y la efectividad de las redes sociales digitales como un mecanismo de comunicación dentro de la asociación.

3.4. Técnicas

Durante la investigación se utilizó la técnica de encuesta digital y la observación. Cada una tenía un objetivo específico por resolver.

En el análisis de la encuesta digital, se recopilaron los comentarios de las ventajas y desventajas durante la pandemia en la activación de las redes sociales de parte de los miembros de la asociación. Asimismo, la percepción que tuvieron sobre la efectividad de las mismas para el Santuario.

Por otro lado, el análisis de los datos observacionales permitió evaluar el impacto de las publicaciones y la interacción con los usuarios, lo que brindó insights sobre la eficacia de la estrategia de comunicación del Santuario.

3.5. Instrumentos

- Referencias bibliográficas: Se utilizaron varias fuentes con información importante y explícita a cerca de el tema investigado.
- Encuesta digital: Se utilizó para recopilar comentarios de los integrantes de la Asociación de La Consagrada Imagen de Jesús Nazareno de Los Milagros "Rey del Universo" y poder analizar lo positivo y negativo de la utilización de las redes sociales del Santuario, así mismo comprobar la efectividad de las mismas. Y resaltar cuáles

fueron las plataformas donde ellos consideraron que se tuvo una respuesta positiva de parte de los fieles seguidores. Tal instrumento constaba de preguntas directas y de opción múltiple.

- Guía de Observación: Se empleó una guía de observación para analizar el contenido y la interacción en las redes sociales del Santuario, dando un respaldo a los resultados obtenidos en las encuestas.

3.6. Población

La población se concentra en los miembros de la Asociación de La Consagrada Imagen de Jesús Nazareno de Los Milagros "Rey del Universo" que consta solo de varones. Dentro de la Asociación existen los miembros activos que son aquellos que suelen asistir a las actividades semanales del Santuario y los inactivos que son los que tienen muy poco porcentaje de asistencia o bien nula.

Según la información recopilada, existen 287 miembros activos. De los cuales se encuentran en conjunto en un grupo de WhatsApp. Se tomó este dato ya que la misma Asociación no maneja un listado oficial de con cuántos miembros activos cuentan.

3.7. Muestra

Para la recopilación de la muestra, se tomo como base el tipo de muestra de conveniencia. Esto debido a que, por motivos ajenos a la investigación, la iglesia no permitió el continuar una investigación más profunda haciendo la encuesta de manera mas directa a los integrantes de la Asociación el completar la encuesta digital. Es entonces donde se le solicitó un permiso especial a uno de los integrantes de la directiva para poder enviar la encuesta por medio del grupo de WhatsApp, donde se obtuvo un resultado limitado. Es por tal motivo que, de los 287 integrantes, solo 18 contestaron la encuesta.

Inicialmente se recopilaría por medio de cuotas, es decir reunir una cantidad adecuada de personas que aportaron o colaboraron durante la pandemia versus los que no colaboraron.

3.8. Procedimiento

Esta investigación se inicio investigando desde referencias bibliográficas que explican términos he historia a cerca de que se estaba analizando. Seguido, se planteó como objetivo general el describir cómo la Asociación de La Consagrada Imagen de Jesús Nazareno de Los

Milagros "Rey del Universo" utilizó las redes sociales del Santuario Arquideocesano del Señor San José para llevar a cabo sus actividades durante la pandemia de COVID-19 (2020-2022), fue utilizada la metodología mixta como base del desarrollo de la misma. Para poder obtener resultados, se desarrollo el uso de las técnicas de encuesta digital y observación, datos que fueron extraídos en graficas y cuadros para su análisis.

Los instrumentos utilizados fueron la encuesta digital y la guía de observación. Las cuales fueron distribuidas de la siguiente manera.

La encuesta digital se envió a la Asociación por medio de un grupo de WhatsApp al que ellos pertenecen, con el fin de recopilar sus comentarios positivos y negativos del uso de las redes para el Santuario, así mismo conocer cuál era su opinión de la efectividad de las mismas. Sin dejar de lado el resaltar cuál de las redes sociales, en la que ellos tienen cuenta, fue la que tuvo mayor respuesta según su punto de vista. Con fines de investigación, también se les preguntó cuánto tiempo llevaban dentro de la Asociación y cuáles fueron sus aportes. Con estas respuestas se podría comprender a profundidad las respuestas del resto del cuestionario.

Se analizaron fechas importantes para el Santuario del año 2019, 2020, 2021 y 2022 con el fin de cuantificar publicaciones e interacciones con las mismas:

- 14 de marzo: Esta fecha se considera importante, debido a que es el día en que se publica el comunicado de la cancelación de las procesiones del año 2020.
- Domingo de Ramos: Cada año tiene diferente fecha, pero es un día importante para el Santuario, debido que es el día en que sale su procesión.

No obstante, a pesar de este resultado se observaron las publicaciones de las siguientes redes sociales:

- *Instagram*
- *Twitter*
- *YouTube*
- *Spotify*

Capítulo 4

Análisis

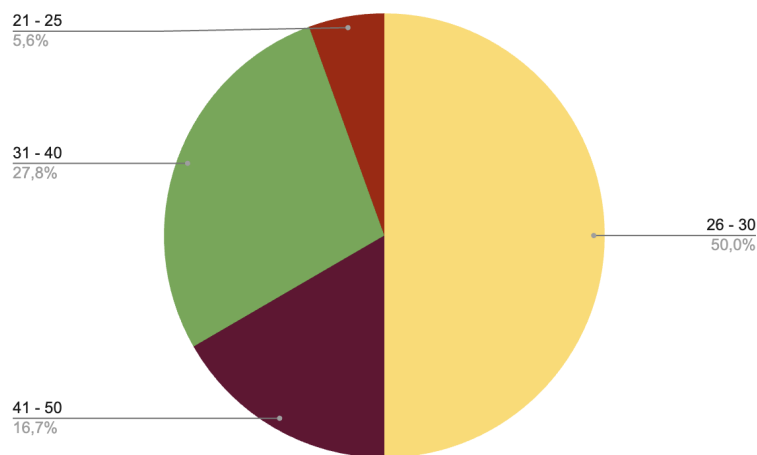
4.1 Descripción y Análisis de Resultados

En esta investigación se resaltó el tema del uso de las redes sociales y cómo a través del tiempo y las circunstancias se aceleró su implementación y utilidad dentro de la humanidad. Ahora bien, a continuación, se verá reflejado en específico como la Asociación utilizó las redes sociales del Santuario Arquideocesano. Resultados obtenidos con la técnica de la encuesta digital y la observación.

4.1.1. Resultados de las Encuestas

A continuación, se presenta la recopilación de los resultados de la encuesta digital que constaba de catorce preguntas directas y de opción múltiple, dentro de las cuales no se tomó en cuenta preguntar el sexo, ya que la Asociación está integrada solo por personas del género masculino. Con este instrumento se recopilaron los comentarios y puntos de vista de los integrantes de la asociación acerca de la utilización de las redes sociales del Santuario para continuar con su misión de distribuir el mensaje de la iglesia durante la emergencia sanitaria.

Gráfico 1: Edad



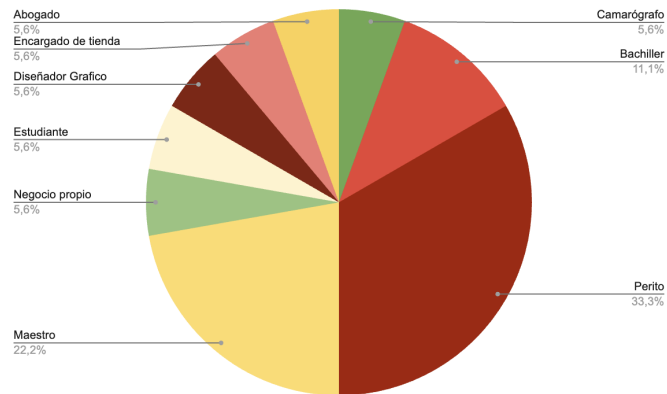
Fuente: elaboración propia

1. Edad:

Se recopiló la edad de los encuestados para saber con exactitud a que generaciones se encuestó. Asimismo, con base a este dato se pudo comprobar que la mayoría eran entre edades de 26 a

30 años. Caballeros que no eran de índice alto de mortalidad si se contagiaban del virus de Covid-19, así mismo son personas que tienen familiarización con el uso de las redes sociales.

Gráfico 2: Profesión u Oficio

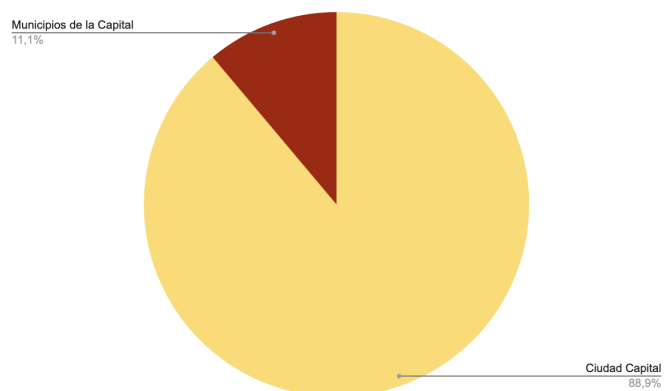


Fuente: elaboración propia

2. Profesión u Oficio:

En su mayoría los encuestados ejercen como Perito Contador, profesión que no tiene como especialidad el uso de las redes sociales. Sin embargo, se tienen profesionales que se dedican a la cámara y al diseño gráfico. Ocupaciones que pudieron ser de gran utilidad por el manejo de la cámara o bien la toma de fotografías para que el diseñador trabajará en los artes que se podrían estar publicando en las redes del Santuario. Por otro lado, con este resultado también se comprueba la idea de que no se contaba con especialistas en el uso de las redes sociales.

Gráfico 3: Lugar de residencia (municipio/ departamento)



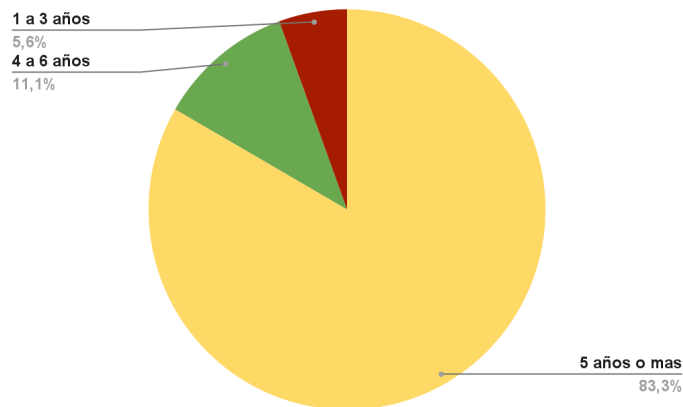
Fuente: elaboración propia

3. Lugar de residencia (municipio/ departamento):

Un ochenta y ocho punto noventa por ciento de los encuestados residen en la ciudad capital.

Este resultado indica que los integrantes de la Asociación pueden residir en los alrededores del Santuario, siendo así, existía una facilidad de traslado a la iglesia durante la etapa donde se tenía un toque de queda o bien era necesario residir dentro de la iglesia para continuar con sus labores al servicio del Santuario.

Gráfico 4: Tiempo de pertenecer a la asociación

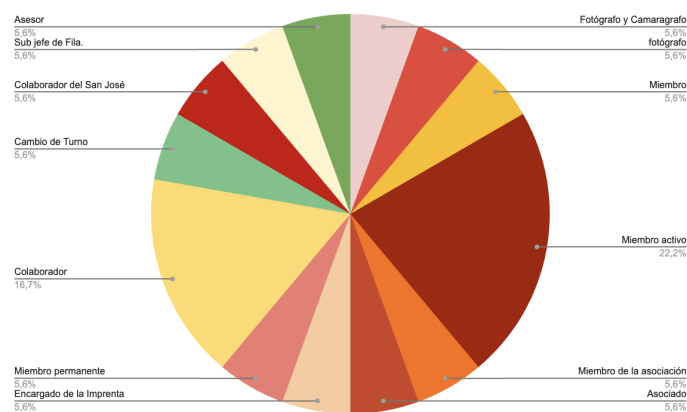


Fuente: elaboración propia

4. Tiempo de pertenecer a la asociación :

Se encuestó a cerca de cuánto tiempo los integrantes de la Asociación llevaban activos dentro de la misma, de los cuales el ochenta y tres punto tres por ciento indicó que han estado de 5 años en adelante. Esto sirvió de guía para comprender sus respuestas de las siguientes preguntas y cuales serían funcionales para la investigación ya que esto indica que estuvieron antes y durante la pandemia.

Gráfico 5: Cargo



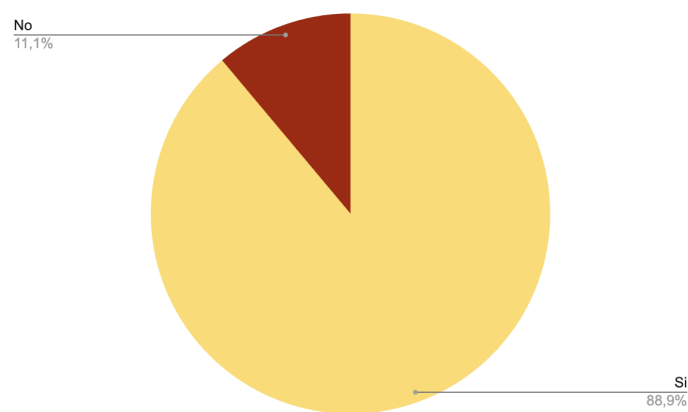
Fuente: elaboración propia

5. Cargo :

Dentro del cuestionario se incluyó la pregunta de cuál era el cargo que tenían asignado dentro

de la Asociación. La razón de esta pregunta iba más ligada a tener conocimiento de que tipos de cargos existen o si se manejan cargos como por ejemplo “el creador de contenido” o “el estratega de medios”, con esta información se tenía la estipulado el identificar qué tanto conocimiento se manejaba para poder asignar las diferentes tareas durante la implementación de las redes sociales. Sin embargo, los resultados obtenidos no fueron de utilidad ya que existieron varias respuestas de las cuales se pueden mencionar miembro de la asociación, miembro activo o colaborador. Se pueden ver otros títulos como encargado de imprenta o cambio de turno, de los cuales tampoco fueron un indicadores concluyentes para este trabajo de grado.

Gráfico 6: Participación durante la pandemia

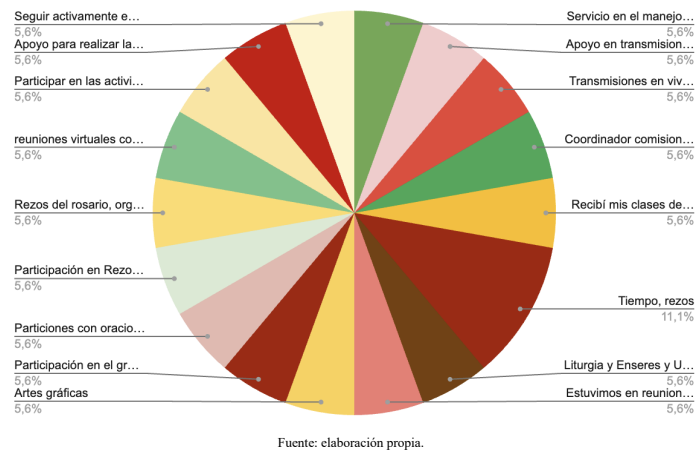


Fuente: elaboración propia.

6. Participación durante la pandemia :

La siguiente pregunta era más puntual acerca de su participación durante la pandemia, de los cuales el ochenta y ocho punto nueve por ciento confirmó que estuvo presente en la época de emergencia. Con esto, se podrá respaldar que en la mayoría de los siguientes resultados estarán conectados con exactitud acerca de los comentarios y punto de vista de los integrantes de la Asociación.

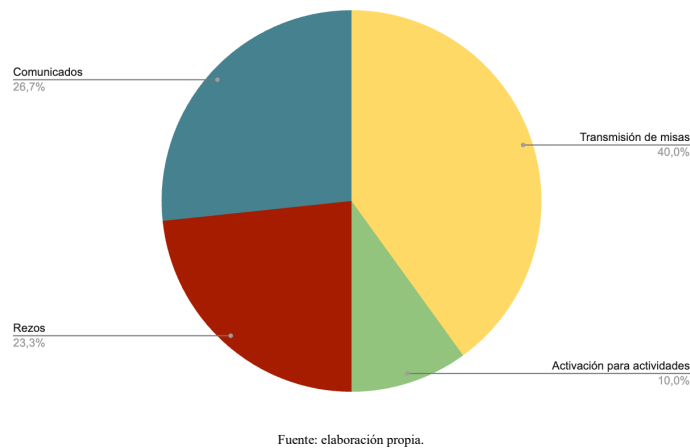
Gráfico 7: Aporte durante la Pandemia



7. Aporte durante la Pandemia :

Esta pregunta tenía como finalidad enlistar de qué forma los integrantes de la asociación colaboraron durante la pandemia. Para la investigación esto tiene relevancia para poder obtener un mejor panorama de qué deberes existían durante la pandemia además de las comunes como ser lector en las misas. Como se demuestra en la gráfica, se obtuvieron una gran variedad de respuestas, de las cuales se pueden destacar aportes como el manejo de la cámara durante los en vivo, colaboración en la eucaristía durante la transmisión, guía de rezos y artes gráficas. Aportes significativos para la implementación de las redes sociales.

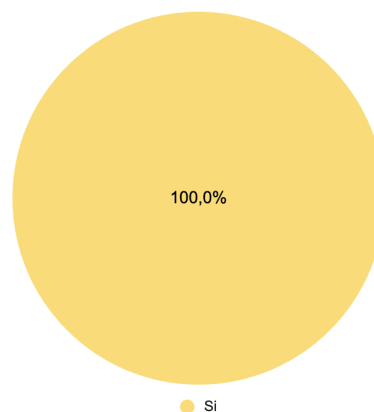
Gráfico 8: ¿Qué publicaciones pudo ver durante la pandemia en las redes sociales de la Asociación?



8. ¿Qué publicaciones pudo ver durante la pandemia? :

A pesar de que se encuestaron a personas que dirigieron las publicaciones y transmisiones dentro de las redes sociales. Es importante destacar desde un su punto de vista cuáles fueron las publicaciones que tuvieron mayor alcance, así mismo dar ese espacio a los integrantes que respondieron que no eran parte de la Asociación en ese entonces o bien no fueron partícipes de la misma durante la emergencia sanitaria. Es importante este resultado, ya que es necesario respaldar lo que se obtenga en la observación de las interacciones en las redes sociales. Como resultado se obtuvo que las Transmisiones de Misas fueron las que tuvieron mayor alcance, seguido de los comunicados, que eran posteados como fotografías en los perfiles de la asociación.

Gráfico 9: Respuesta de las Publicaciones

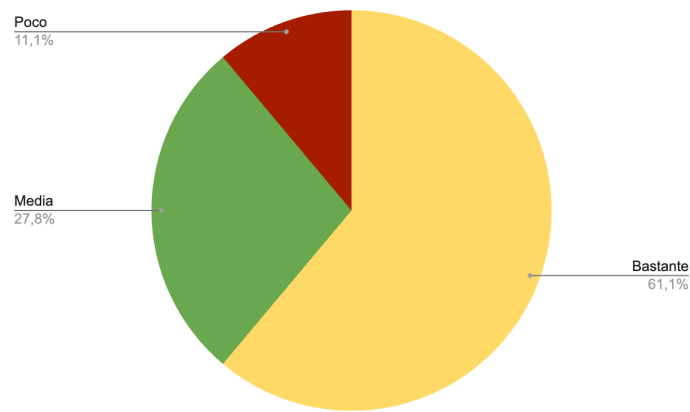


Fuente: elaboración propia.

9. Respuesta de las Publicaciones :

Se necesitaba recopilar desde un punto de vista interno si se obtuvo respuesta de parte del público. El cien por ciento de los encuestados afirmaron que la tuvieron. Este dato es importante para determinar si fue funcional o no el uso de las redes sociales, a pesar de que el alcance es una métrica que indica que, si se llegó al público, las conversiones en reacciones que se revisará con la guía de observación respaldaron este resultado.

Gráfico 10: ¿Qué tanta respuesta se obtuvo?

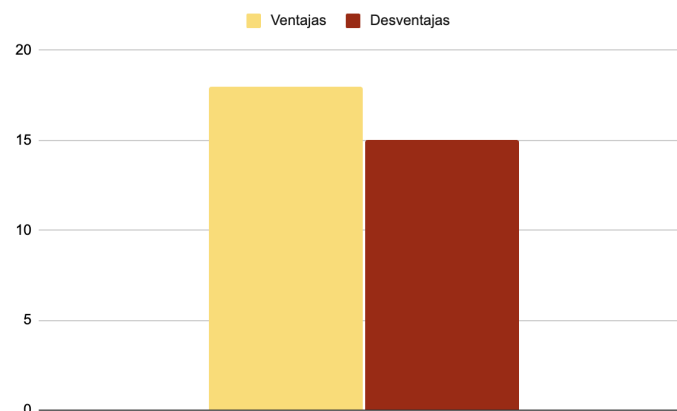


Fuente: elaboración propia.

10. Respuesta de las Publicaciones :

Para obtener mejor exactitud en el análisis de esta investigación, se les solicitó a los integrantes de la Asociación, de acuerdo a su punto de vista, calificar del 1 al 10, (siendo uno poco y diez bastante) que tanta respuesta obtuvieron de parte del público. Como se identifica en la gráfica, el sesenta y uno punto uno por ciento indicó que bastante. Esto indica que la conversión a interacciones en las publicaciones sería de manera positiva, dándole a la investigación un respaldo positivo del uso de las redes sociales para el Santuario.

Gráfico 11: Ventajas y Desventajas



Fuente: elaboración propia.

11. Ventajas y Desventajas :

Se solicitó el enumerar ventajas y desventajas del uso de las redes sociales. Con esta pregunta, se buscaba establecer lo positivo y negativo de su implementación, para el Santuario. Sin embargo, de los dieciocho encuestados, se obtuvieron tres respuestas que indicaron que no tenían ninguna desventaja su manejo para la iglesia. Como se observa en la gráfica, las ventajas predominan desde el punto de vista de los encuestados.

Por otra parte, aún se obtuvieron comentarios negativos acerca de uso durante la pandemia, de los cuales se pueden enumerar los siguientes:

1. Pérdida de atención.
2. Falta de respuesta en mensajes directos.
3. No se podía compartir cualquier tipo de información.
4. No todos tenían el medio para conectarse.

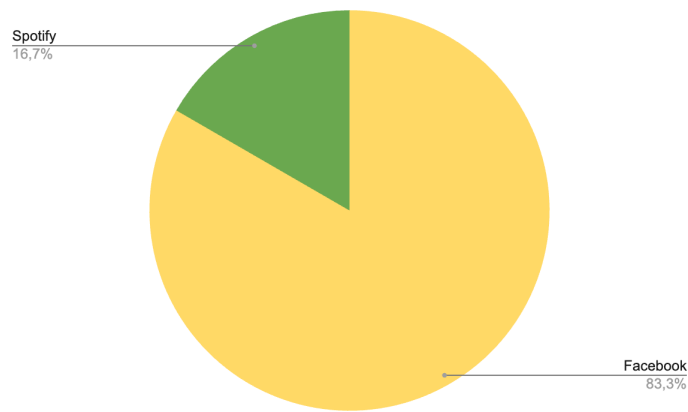
Con esta información se pudo concluir, que no hay conocimiento en estrategia de comunicación, es decir que no se manejaba a detalle el cómo no perder el foco de atención del público o bien saber con exactitud cómo dirigirse a ellos por medio de un *copy* o arte adecuado en ese momento. La Asociación no contaba con un seguimiento apropiado a los comentarios y/o mensajes que recibían.

Las ventajas a pesar del confinamiento, según los encuestados, se pueden enumerar las siguientes:

1. Ver como la iglesia se acercó más al público.
2. Llegar a la gente que en su momento se encontraba confinada y darles esperanza.
3. Transmitir información de la iglesia
4. Poder participar de manera virtual en las actividades de la iglesia
5. No había riesgo de contagio

Se pudo concluir que el mensaje no dejó de compartirse a los fieles, es decir que el grupo objetivo pudo continuar informándose de todo lo que la iglesia quería impartir de manera informativa o bien espiritual.

Gráfico 12: Redes más usadas



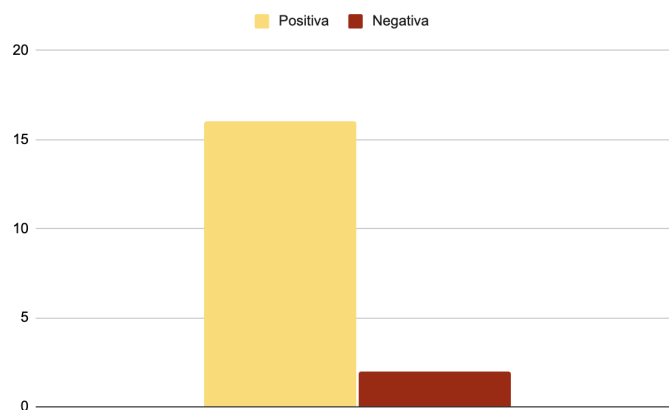
Fuente: elaboración propia.

12. Respuesta de las Publicaciones :

Dentro de la encuesta, también se incluyó el identificar qué plataforma fue el mejor medio de comunicación. Con este resultado, se buscaba reconocer de todas las redes sociales en las que el Santuario tiene cuenta activa, cuál fue la que mayor respuesta obtuvo. En la gráfica se puede observar ver que sobresalieron solamente dos, de las cuales *Facebook* obtuvo el ochenta y tres punto tres por ciento y *Spotify* tuvo el dieciséis punto siete por ciento.

Es interesante mencionar que *Spotify*, a pesar de que no se transmitieron misas, si existían comunicados por parte de la asociación en su podcast. Con el instrumento de observación se analizó el contenido de la misma para poder aclarar el porqué para la Asociación esta fue una de las mejores como medio.

Gráfico 13: Experiencia



Fuente: elaboración propia.

13. Experiencia:

Para concluir el cuestionario, se les solicitó a los integrantes de la Asociación de compartir su experiencia al colaborar en la emergencia sanitaria para el Santuario. Con esta interrogante, se pudo conocer lo enriquecedor que fue para los encuestados el ver que se estaba logrando llegar al público algo tan sencillo como una transmisión en línea de una misa, en algo que se usa comúnmente para compartir memes o cualquier otro tipo de contenido informal.

Tras analizar el cuestionario, se observa que, en términos generales, los dieciocho encuestados de la Asociación consideran que el uso de las redes sociales del Santuario ha sido un camino que les ha permitido obtener resultados positivos para la iglesia. Ya que los mensajes si llegaron al público.

A continuación, se presenta cuál fue el formato de la encuesta compartida:

The screenshot shows a digital survey form with the following sections:

- Header:** "Redes Sociales en El Santuario Arquidiocesano del Señor San José". Includes a disclaimer: "La información proporcionada en la presente encuesta digital forma parte de una tesis de grado con el objetivo de analizar como el Santuario Arquidiocesano del Señor San José utilizó sus redes sociales en la pandemia. Toda la información que usted proporcione será confidencial y se utilizará para fines de investigación por lo que se le pide responder a cada una de las interrogantes que se le presentan a continuación."
- Demographics:**
 - Edad *
 - 18 - 20
 - 21 - 25
 - 26 - 30
 - 31 - 40
 - 41 - 50
 - 50+
 - Profesión *
 - Bachiller
 - Perito
 - Maestro
 - Otro: _____
 - Lugar de residencia (municipio/ departamento) *
 - Ciudad Capital
 - Municipios de la Capital
 - Departamentos
- Association Membership:**
 - Tiempo de pertenecer a la asociación
 - 6 meses
 - 1 a 3 años
 - 4 a 6 años
 - 5 años o mas
 - Cargo
 - Tu respuesta: _____
 - ¿Participó activamente durante la pandemia con la asociación?
 - Yes
 - No
 - ¿Qué aportó a la asociación durante este tiempo?
 - Tu respuesta: _____
 - ¿Qué publicaciones pudo ver durante la pandemia?
 - Tu respuesta: _____
 - ¿Tuvieron respuesta de parte de los seguidores?
 - Si
 - No
- Response Scale:** "Del 1 al 10 (1 nada y 10 bastante) que tanta respuesta tuvieron". A scale with 10 radio buttons from 1 to 10.
- Advantages/Disadvantages:**
 - ¿Qué ventajas vio al utilizar las redes sociales como medio de comunicación para la iglesia?
 - Tu respuesta: _____
 - ¿Qué desventajas vio al utilizar las redes sociales como medio de comunicación para la iglesia?
 - Tu respuesta: _____

Fuente: elaboración propia.

4.1.2. Resultados de Observación

Como parte de los objetivos, se tenía el de analizar el alcance y la efectividad de las redes sociales digitales como un mecanismo de comunicación dentro de la asociación, es decir

recopilar la conversión de alcance a interacción de parte del público. Es por eso que con la guía de observación se escogieron dos fechas importantes para el Santuario, entre estas tenemos el 14 de marzo de 2020, que fue el día que se dio el comunicado de la cancelación de las procesiones y el Domingo de Ramos, día de mayor importancia para la iglesia, debido a que es cuando sale su procesión.

Es necesario mencionar, que luego de observar las siguientes redes sociales:

- *Facebook*
- *Instagram*
- *Twitter*
- *YouTube*
- *Spotify*

Solamente se pudo profundizar con *Facebook*, a causa de diferentes impedimentos y desventajas que se describirán a continuación. No obstante, con esta técnica se pudo concluir el porqué los integrantes de la Asociación indicaron que FB era la plataforma que tenía mejor resultado a comparación del resto. Conclusión explicada a continuación.

- *Facebook*

Para iniciar la observación, se tomaron las publicaciones del 14 de marzo, que es considerada de gran importancia, porque fue cuando se cancelaron las actividades de más de cien personas o bien las aglomeraciones, por parte del presidente Alejandro Giammattei.

A continuación, encontrarán la guía donde se enumeran todas las publicaciones de los años 2019, 2020, 2021 y 2022:

Guía de Observación: (Facebook) 14 de marzo (2019-2022)

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

El propósito de la presente guía es observar de forma detallada el “El uso de redes sociales digitales del Santuario Arquideocesano del Señor San José ubicado en el Centro Histórico de Guatemala, durante la pandemia covid 19 (2020-2022)”, este instrumento servirá para crear un análisis detallado del uso que se le dio a las plataformas y la cantidad de interacciones en las publicaciones en fechas importantes durante la pandemia. La finalidad es académica y todo lo analizado será para crear un informe final sobre la investigación.

Guía de observación

Nombre de la Organización: Santuario Arquideocesano del Señor San José
Plataforma a Evaluar: Facebook
Fecha de realización: 10 de julio de 2024
Fecha de analizada: 14 de marzo

Año	Nombre de Publicación	Link	Cantidad de Interacciones
2019	Solemnidad del Patriarca Señor San José.	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2560270563989788&set=a.416593395024193	248
2019	Procesión Penitencial de Primer Jueves de Cuaresma (Parte V). Jueves 07 de marzo 2019. Colaboración: Jorge Ordóñez.	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2560933660590145&set=ms.c.eJxF0NkNAyAMA9CNqtzH~%3BotVxcX8PjkmwbJk3askVzTyY39IQBEaEBfaD~%3BgQ0tc8ah~_0ZY3YhdE9LJ04nRYE9CR7FhBQh8gwT3WTkLvSAhAHmCEq4egVJWwGDHCAJyA84UdOucWbhq6gPsfYXjW4gsvWEfc.bps.a.2560933617256816	186
2019	Procesión Penitencial de Primer Jueves de Cuaresma (Parte VI). Jueves 07 de marzo 2019. Colaboración: Víctor Santizo y Giovanni Minera.	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2561262473890597&set=ms.c.eJxFkcGNRTEIAztagR0I9N~%3BY6sGHXEdmcAjMFY5zGSmW9w8FNEzMLuEL8gLMiB9A~_gcidlE0GAdMPgdc1xEt5SaipJoD3KvHnS2a3UO3R94GZ0bEvHnc2Q7bIB2AptAF8utDqs_ehm16uum~_5d5KiAxxG0~%3Bb5IKi19E14JV6P0yN314YW4EqjtkTKSuvq4XMPQmyLO~_FBFeNsofaIvZGW2kpR36AxDvKUVdfBupjXlWHDfBASWn~%3Bywt0hA~_~.bps.a.2561261790557332	149
2019	Acércate a Jesús.	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2561852923831552&set=a.1023777124305814	438
Total, de Interacciones			1,021
2020	Bendita Se Tu Pureza...	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3302251819791655&set=a.1023777124305814	616
2020	6to. Aniversario de Consagración	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3302251819791655&set=a.1023777124305814	484

		bid=3302272333122937&set=a.1023777124305814	
2020	El Consejo Directivo y la Asociación de la C. I. de Jesús Nazareno de los Milagros Hacen Saber:	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3302994333050737&set=a.1023777124305814	2400
Total, de Interacciones			3,500
2021	Novena Preparatoria al Glorioso Patriarca Señor San José	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4334391189911041&set=pcb.4334393269910833	197
2021	Domingo del Nazareno Redentor del Mundo Hay un solo pan, del cual todos participamos Parroquia Santísima Trinidad	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4334478206569006&set=a.416593395024193	644
2021	Jesús Nazareno de la Misericordia, Bendícenos Hay un solo pan, del cual todos participamos Nazareno De La Misericordia de la Guardia de Honor	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4334491616567665&set=a.416593395024193	288
2021	Hacemos todo en tu memoria Señor Hay un solo pan, del cual todos participamos Hermandad De Santa Ana, Antigua Guatemala	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4334496723233821&set=a.416593395024193	855
2021	Manténganse firmes en la fe Hay un solo pan, del cual todos participamos Rectoría San Miguel de Capuchinas	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4334503763233117&set=a.416593395024193	508
2021	Celebración del 7mo. Aniversario de Consagración de nuestra Santísima Virgen de Dolores	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4334551169895043&set=a.416593395024193	510
2021	Santa Misa Dominical 14-03.2021	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/3997108107018153	191
Total, de Interacciones			3,193
2022	8vo. Aniversario de Consagración Santísima Virgen de Dolores	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5511721598844655&set=a.1023777124305814	910
Total, de Interacciones			910

Fuente: Facebook, elaboración propia.

Se puede observar, que, en 2019, tuvieron cuatro publicaciones de las cuales cuentan con un total de mil veintiún interacciones.

En 2020, realizaron tres publicaciones con las que cuentan con tres mil quinientos interacciones. Se obtuvo un incremento de dos mil cuatrocientos setenta y nueve interacciones, a comparación del año anterior. Dentro de las mismas estaba el comunicado de la cancelación de la Semana Santa. (Ver Anexo #3).

Para 2021, como resultado se obtuvieron siete publicaciones de las cuales en total reúne tres mil ciento noventa y tres interacciones y dos mil novecientos espectadores ya que entre las mismas se incluye la transmisión de la Santa Eucaristía Dominical, haciendo un total de seis mil noventa y tres. Es preciso mencionar que las transmisiones, ya se hacían desde antes de la pandemia, pero se hicieron más frecuentes, en especial los domingos a partir del inicio de la emergencia sanitaria. (Ver Anexo #4)

En 2022, existe solo una publicación, con novecientos diez interacciones (Ver anexo #5). A pesar de ser solo una publicación, aún se ve un incremento de interacción a comparación del 2019.

Hay que resaltar que la cantidad de publicaciones en promedio no es un dato diario, es decir que luego de revisar otros días del mes se pudo determinar que no eran muy frecuentes las publicaciones. Sin embargo, a pesar de esa poca actividad las publicaciones no bajaban de trescientos a quinientos interacciones en promedio, independientemente sean de información, invitación o bien una fotografía de las imágenes de devoción.

La siguiente fecha a analizar es el Domingo de Ramos, de los años 2019, 2020, 2021 y 2022. A continuación, se adjunta la guía de observación:

Guía de Observación: (Facebook) Domingo de Ramos (2019-2022)

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

El propósito de la presente guía es observar de forma detallada el “El uso de redes sociales digitales del Santuario Arquideocesano del Señor San José ubicado en el Centro Histórico de Guatemala, durante la pandemia covid 19 (2020-2022)”, este instrumento servirá para crear un análisis detallado del uso que se le dio a las plataformas y la cantidad de interacciones en las publicaciones en fechas importantes durante la pandemia. La finalidad es académica y todo lo analizado será para crear un informe final sobre la investigación.

Guía de observación

Nombre de la Organización: Santuario Arquideocesano del Señor San José
Plataforma a Evaluar: Facebook
Fecha de realización: 10 de julio de 2024
Fecha de analizada: Domingo de Ramos

Año	Nombre de Publicación	Link	Cantidad de Interacciones
2019	Ha llegado el Gran Día Domingo de Ramos 2019 Acompañemos al "Rey del Universo y a la "Reina del Domingo de Ramos"	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2609658499050994&set=pcb.2609659529050891	1000
2019	Programa de Transmisiones en Vivo San José TV	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2609743505709160&set=a.416593395024193	133
2019	Salida Solemne Cortejo Procesional de la C.I. de Jesús Nazareno de Los Milagros y Santísima Virgen de Dolores.	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/666080787167826	805
2019	Salida Solemne Cortejo Procesional	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2610167569000087&set=pcb.2610169155666595	855
2019	Paso Procesional Av. de Los Árboles y 5ta. Calle	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/1000112546858048	298
2019	Paso Procesional 11 av. Y 4ta. Calle	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/1065828123602909	472
2019	Cortejo Procesional de Domingo de Ramos	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2610390095644501&set=pcb.2610392108977633	641
2019	Punto de abastecimiento 11 av. y 1a Calle	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/653919748412249	159
2019	Paso Procesional por S.I. Catedral Metropolitana	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/2609735152416115	245
2019	Paso Procesional por S.I. Catedral Metropolitana	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/407693389963702	186

2019	Paso Procesional por Av. Centroamérica	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/2314460198834997	233
2019	El Cortejo procesional hace su llegada a la 6ta. Calle y 3ra. Avenida	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/310288619638671	100
2019	Paso Procesional Conservatorio Nacional de Música	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/319565575407798	258
2019	Cortejo Procesional de Domingo de Ramos	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2611188425564668&set=pcb.2611189165564594	476
2019	Cortejo Procesional de Domingo de Ramos	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2611215592228618&set=pcb.2611215972228580	360
2019	Visita del Señor alcalde de la Ciudad Capital	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2611253652224812&set=pcb.261125402224775	699
Total, de Interacciones			6,920
2020	Domingo de Ramos 2020 Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra.	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354366274580209&set=a.416593395024193	1800
2020	Actualizó su foto de portada	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354411127909057&set=a.401455113204688	573
2020	Actualizó su foto del perfil.	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354411917908978&set=a.392545157429017	1800
2020	"Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra."	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354876047862565&set=a.1023777124305814	913
2020	Domingo de Ramos 2020 Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra.	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354368494579987&set=a.416593395024193	567
2020	Salida Solemne Cortejo Procesional Domingo de Ramos 2019	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/255992458765380	975
2020	Atendiendo a las disposiciones gubernamentales, exhortamos a la celebración de este Domingo de Ramos desde casa. #Quédateencasa	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354387814578055&set=a.416593395024193	460
2020	Santa Eucaristía Domingo de Ramos	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/220658405665630	1100
2020	En Breve Transmisión de la Santa Misa de Domingo de Ramos	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3355144984502338&set=a.1023777124305814	206
2020	Santa Misa Domingo de Ramos	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3355263927823777&set=pcb.3355266514490185	1500
2020	Santa Eucaristía Domingo de Ramos	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/3060117480699230	1000
2020	Domingo de Ramos 2020	https://www.facebook.com/photo/?fbid=335	1500

	Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra	4369747913195&set=a.416593395024193	
2020	¡Juntos, una sola iglesia! Gracias, Cristo del Amor OP	Publicación creada por otra página y compartida por el Santuario	549
2020	En Vivo Santo Viacrucis	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/204637167493690	571
2020	Confío en el Señor, mi alma confía en su palabra. ¡Juntos, una sola iglesia! Gracias. Un fraternal abrazo en este gran día. Rectoría San Miguel de Capuchinas	Publicación creada por otra página y compartida por el Santuario	523
2020	Domingo de ramos 2020 Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354375547912615&set=a.416593395024193	376
2020	En Vivo Santo Viacrucis desde el Templo de San José	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/226772018685715	248
2020	Domingo de Ramos 2020 Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354370874579749&set=a.416593395024193	657
2020	Paso del Cortejo Procesional por Parque Isabel la Católica	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/1884793681657403	381
2020	Paso por Parque Isabel la Católica	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/223809288970422	205
2020	Salida de Jesús Nazareno de los Milagros	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/524860791559570	645
2020	Domingo de ramos 2020 Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354381977911972&set=a.416593395024193	343
2020	En Vivo Santo Viacrucis desde el Templo de San José	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/572479660028612	68
2020	"Juntos Como Hermanos, Miembros de la Iglesia... " #QuedateEnCasa	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3355896141093889&set=a.1023777124305814	1200
2020	Domingo de Ramos 2020 Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354372451246258&set=a.416593395024193	612
2020	Salida del Domingo de Ramos Santísima Virgen de Dolores	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/687661415336394	434
2020	¡Juntos somos una sola iglesia! #JuntosSaldremosAdelante Que el Señor les bendiga y proteja, hermanos. Paz y bien, Hermandad C.I. Jesús	Publicación creada por otra página y compartida por el Santuario	525

	Nazareno del Consuelo y Asoc. Cruzados Sto. Sepulcro		
2020	Domingo de Ramos 2020 Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra Devotos comparten los altares que con mucha devoción hicieron para vivir la Cuaresma desde sus hogares. #QuedateEnCasa #JuntosSaldremosAdelante #UnidosContraElCoronavirus	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3356075791075924&set=pcb.3356076924409144	356
2020	Domingo de Ramos 2020 Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354374287912741&set=a.416593395024193	645
2020	Acercamos al altar estas ofrendas, pidiendo la gracia de seguir el ejemplo de Jesús de estar dispuestos a ser fieles a Dios, aún en medio de dificultades. Domingo de Ramos 2020.	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3356136111069892&set=pcb.3356136557736514	1200
2020	Paso de Jesús Nazareno de los Milagros por Catedral 2019	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/2572797776318453	840
2020	Domingo de Ramos 2020 Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra Devotos comparten los altares que con mucha devoción hicieron para vivir la Cuaresma desde sus hogares.	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3356267764390060&set=pcb.3356271507723019	333
2020	Paso por Empresa Eléctrica	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/2683600555073575	288
2020	Avenida Centro América	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/1571200643046600	440
2020	Un Domingo de Ramos en Casa	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/557490441555489	285
2020	Domingo de ramos 2020 Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354376604579176&set=a.416593395024193	369
2020	¡Juntos somos una sola iglesia! Un fraternal abrazo para todos los devotos del Nazareno Mercedario. Confiamos en Dios el próximo año hacer de este día aún más grande. Que Dios les bendiga, Hermandad de La Merced Antigua Guatemala #SoyCucuruchoMercedario	Publicación creada por otra página y compartida por el Santuario	721
2020	Domingo de ramos 2020 Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354377791245724&set=a.416593395024193	1300

2020	¡Juntos somos una sola iglesia! Gracias, hermanos, Cofradía del Santo Rosario	Publicación creada por otra página y compartida por el Santuario	233
2020	Una Santa, Católica y Apostólica...	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3356455891037914&set=a.416593395024193	1000
2020	"Hijo único de Dios..."	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3356502551033248&set=a.416593395024193	742
2020	¡Jesús de los Milagros quiere darte las gracias!	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/215845943023349	1100
2020	Domingo de Ramos 2019	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/250560032765508	444
2020	Domingo de ramos 2020 Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354380847912085&set=a.416593395024193	489
2020	A Cristo por María	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3356622377687932&set=a.1023777124305814	543
2020	Acompáñanos en un pequeño recorrido musical mientras aguardamos la retransmisión del ingreso del cortejo procesional del 2019	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/881805108930252	1000
2020	Sin nombre	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354406047909565&set=a.416593395024193	301
2020	Domingo de Ramos 2020 Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra Devotos comparten los altares que con mucha devoción hicieron para vivir la Cuaresma desde sus hogares.	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3356721964344640&set=pcb.3356722471011256	124
2020	Domingo de ramos 2020 Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354384984578338&set=a.416593395024193	273
2020	Domingo de ramos 2020 Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354401231243380&set=a.416593395024193	367
2020	Domingo de ramos 2020 Confío en el Señor, mi alma espera y confía en su palabra	https://www.facebook.com/photo/?fbid=3354386574578179&set=a.416593395024193	586
Total, de Interacciones			33,710
2021	actualizó su foto del perfil	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4377499662266860&set=a.392545157429017	1000
2021	Domingo de Ramos 2021 "... Tengan paz en mí. En el mundo tendrán tribulaciones; pero tengan ánimo, porque yo he vencido al	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4377501498933343&set=a.416593395024193	2100

	mundo” (JN. 16,33)		
2021	Actualizó su foto de portada	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4377502275599932&set=a.401455113204688	1000
2021	Domingo de Ramos 2021 “... Tengan paz en mí. En el mundo tendrán tribulaciones; pero tengan ánimo, porque yo he vencido al mundo” (JN. 16,33)	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4377432562273570&set=a.416593395024193	6300
2021	Santa Misa Templo de San José 28-02-2021	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/477990413402962	167
2021	Jesús de los Milagros Misa de Domingo de Ramos Templo de San José 2021	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/273992371008728	3300
2021	Para el ingreso al Santuario estamos siguiendo los protocolos de seguridad y aforo según acuerdos Gubernativos por la pandemia de Covid 19	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/263296482070414	695
2021	Turno conmemorativo 2021 Disponibles hoy, al realizar tu visita a Jesús de los Milagros, podrás adquirir una cartulina de este año.	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4378866998796793&set=a.1023777124305814	756
2021	Jesús de La Merced Hay un solo pan, del cual todos participamos Hermandad de La Merced Antigua Guatemala	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4378933735456786&set=a.1023777124305814	832
2021	Jesús de las Palmas Hay un solo pan, del cual todos participamos Rectoría San Miguel de Capuchinas	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4378957442121082&set=a.1023777124305814	846
2021	Todas nuestras oraciones y peticiones están hoy a los pies de Jesús de los Milagros y la Virgen María, formando el pergamino que contiene el mensaje de este Domingo de Ramos.	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4379113615438798&set=a.1023777124305814	590
2021	Puedes descargar fondos de la pantalla para tu celular en el siguiente enlace: https://we.tl/t-5Pp0cT2CC8	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4379273798756113&set=a.1023777124305814	630
2021	Domingo de Ramos en el Santuario Arquidiocesano del Señor San José.	https://www.facebook.com/photo/?fbid=4379669828716510&set=pcb.4379670555383104	1100
2021	Agradecemos el saludo fraternal de nuestros hermanos de la Parroquia de Nuestra Señora de Candelaria. Que Dios les bendiga.	Publicación creada por otra página y compartida por el Santuario	379

2021	Agradecemos el saludo fraternal del padre Edwin Roldan y de la Hermandad de Dolores del Templo de la Recolección. Que Dios les bendiga.	Publicación creada por otra página y compartida por el Santuario	854
2021	Agradecemos el saludo fraternal de Monseñor Erwin García Arandi y de la Hermandad del Cristo Yacente de las Ánimas y de la Consagrada Imagen de Nuestra Señora de los Dolores del Manchén de la Parroquia San Sebastián. Que Dios les bendiga.	Publicación creada por otra página y compartida por el Santuario	567
2021	Jesús de los Milagros Misa de Domingo de Ramos Templo de San José 2021	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/277587457186480	152
2021	Jesús de los Milagros Misa de Domingo de Ramos Templo de San José 2021	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/300498411477280	609
2021	En Vivo Concierto de Marchas Fúnebres dedicado a Jesús de los Milagros	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/283754043195673	1200
2021	Agradecemos enormemente a todos los devotos que vinieron a buscar a Jesús Nazareno de los Milagros en su santuario. Mil gracias y mil bendiciones.	Publicación sin fotografía	1700
2021	Agradecemos el saludo fraternal de la Rectoría Santa Teresa y la Comunidad de Devotos de la C.I. de Jesús Nazareno del Rescate y Santísima Virgen de Dolores. Que Dios les bendiga.	Publicación creada por otra página y compartida por el Santuario	407
Total, de Interacciones			25184
2022	Domingo de Ramos, 10 de abril 2022.	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5584375588245922&set=a.1023777124305814	3000
2022	El tiempo de Dios es perfecto 2019 2022	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5584615504888597&set=pcb.5584617084888439	1300
2022	Salida #EnVivo Jesús de los Milagros Templo de San José	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/352678083472013	2300
2022	Domingo de Ramos 2022	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5584661701550644&set=pcb.5584663088217172	955
2022	Domingo de Ramos 2022	https://www.facebook.com/photo/?fbid=558	1800

		4772901539524&set=pcb.5584773994872748	
2022	Domingo de Ramos 2022	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5584820714868076&set=pcb.5584821314868016	1400
2022	Este Domingo de Ramos nos acompaña Jesús de las Palmas @RectoriadeSanMigueldeCapuchinas Gt	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5584909458192535&set=a.1023777124305814	1900
2022	Domingo de Ramos 2022	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5584925124857635&set=pcb.5584925784857569	1000
2022	Transmitió en vivo	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/3134753576799863	611
2022	En breves momentos llevará en hombros a Jesús de los Milagros el turno 14	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5585044241512390&set=a.1023777124305814	411
2022	Domingo de Ramos 2022	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5585163224833825&set=pcb.5585163724833775	820
2022	Turno 20 11 avenida y 7ma. Calle	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5585171468166334&set=a.1023777124305814	274
2022	Domingo de Ramos 2022	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5585222211494593&set=pcb.5585222524827895	481
2022	Turno 21 Santísima Virgen 11 avenida y 4ta. Calle	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5585234678160013&set=a.1023777124305814	181
2022	Turno 30 3ra. Calle y 12 avenida zona 2	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5585332351483579&set=a.1023777124305814	281
2022	Transmisión desde el Barrio Moderno, zona 2.	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/1409803396146624	1001
2022	Turno 43 2da. Calle y 7ma. Avenida	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5585550364795111&set=a.1023777124305814	317
2022	Domingo de Ramos 2022	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5585626631454151&set=pcb.5585627088120772	110
2022	En Vivo Jesús de los Milagros - Catedral Metropolitana	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/974274326625475	529
2022	Turno 53 Santísima Virgen de Dolores 9na. Calle y 7ma. Avenida	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5585758101441004&set=a.1023777124305814	211
2022	Domingo de Ramos 2022	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5585788854771262&set=pcb.5585789354771212	1400
2022	Transmisión desde el Paraninfo Universitario, zona 1.	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/944006366282458	740
2022	Turno 73 15 calle A y avenida Centro	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5586022364747911&set=a.1023777124305814	364

	América		
2022	Domingo de Ramos 2022	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5586027594747388&set=pcb.5586028028080678	808
2022	En Vivo paso por Hospital General Jesús de los Milagros	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/391574092817086	993
2022	Turno 95 2da. Calle y 2da. Avenida	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5586316278051853&set=a.1023777124305814	382
2022	Jesús de los Milagros por su paso por la Parroquia Santísimo Nombre De Jesús, Templo De La Recolectión	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5586324298051051&set=pcb.5586326651384149	700
2022	Turno 91 Santísima Virgen de Dolores 3ra. Calle y 3ra. Avenida	https://www.facebook.com/photo/?fbid=5586362931380521&set=a.1023777124305814	214
2022	Transmisión paso procesional de Jesús Nazareno de los Milagros por la quinta calle, zona 1.	https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/316615793931420	653
Total, de Interacciones			25136

Fuente: Facebook, elaboración propia.

Ahora bien, se realizó el análisis de otra fecha importante para el Santuario en la época de Cuaresma y Semana Santa, en específico el Domingo de Ramos. Un día donde sale el cortejo procesional de esta iglesia. (Ver Anexo #6).

En el año 2019 el 14 de abril (Domingo de Ramos) estuvieron activos en la fan page compartiendo fotografías del recorrido procesional, en transmisiones del paso por diferentes puntos del centro histórico, etc. Un total de dieciséis publicaciones para ser exactos con seis mil novecientos diecisiete interacciones.

En el 2020, el 4 de abril (Domingo de Ramos), tuvieron 51 publicaciones con el total de treinta y tres mil setecientos diez interacciones. (ver anexo #7). Por ser la primera vez en muchos años que no se realizaron las procesiones, la interacción estuvo muy activa en tan solo un día. Hay que tomar en cuenta que, dentro de las publicaciones, también se visualizaron cambio de foto de portada, de perfil y publicaciones realizadas por otras páginas, etiquetando al Santuario.

En 2021, el 28 de marzo (Domingo de Ramos), aún seguían las procesiones suspendidas, pero se tuvo interacción con la imagen de devoción dentro de la iglesia, incluso se hicieron diversas actividades, es decir que ya se permitía hacer más de participación fuera del confinamiento. A

pesar de esto, llegaron a tener veintiún publicaciones con veinticinco mil ciento ochenta y cuatro interacciones. Es donde se observa con notoriedad que, aunque tuvieron muchas publicaciones, las interacciones sobrepasan el doble del 2020, aún más el 2019. (Ver anexo #8).

En el 10 de abril del 2022, se hicieron veintinueve publicaciones con el total de veinticinco mil ciento treinta y seis interacciones. A partir de este año se comenzó la modalidad de reportar el “turno a tiempo” en la fan page, esto aumentó la finalidad del uso de la red social Facebook como medio de comunicación entre el público de la Asociación. (Ver anexo #9)

- Otras Redes Sociales:

También se investigaron los resultados de otras redes sociales como *Spotify*, *Instagram*, *X* y *YouTube* donde se pudo confirmar que sí hubo interacción de parte del público, pero no a los niveles de la red social Facebook.

A continuación, se enumeran las guías de observación por cada red social:

Guía de Observación: (X) 14 de marzo (2019-2022)

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación**

El propósito de la presente guía es observar de forma detallada el “El uso de redes sociales digitales del Santuario Arquideocesano del Señor San José ubicado en el Centro Histórico de Guatemala, durante la pandemia covid 19 (2020-2022)”, este instrumento servirá para crear un análisis detallado del uso que se le dio a las plataformas y la cantidad de interacciones en las publicaciones en fechas importantes durante la pandemia. La finalidad es académica y todo lo analizado será para crear un informe final sobre la investigación.

Guía de observación

Nombre de la Organización: Santuario Arquideocesano del Señor San José
Plataforma a Evaluar: Twitter
Fecha de realización: 10 de julio de 2024
Fecha de analizada: 14 de marzo

Año	Nombre de Publicación	Link	Cantidad de Interacciones
No existen publicaciones realizadas en la fecha establecida.			

Fuente: X, elaboración propia.

Guía de Observación: (X) Domingo de Ramos (2019-2022)

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Escuela de Ciencias de la Comunicación

El propósito de la presente guía es observar de forma detallada el “El uso de redes sociales digitales del Santuario Arquideocesano del Señor San José ubicado en el Centro Histórico de Guatemala, durante la pandemia covid 19 (2020-2022)”, este instrumento servirá para crear un análisis detallado del uso que se le dio a las plataformas y la cantidad de interacciones en las publicaciones en fechas importantes durante la pandemia. La finalidad es académica y todo lo analizado será para crear un informe final sobre la investigación.

Guía de observación

Nombre de la Organización: Santuario Arquideocesano del Señor San José
Plataforma a Evaluar: X
Fecha de realización: 10 de julio de 2024
Fecha de analizada: Domingo de Ramos

Año	Nombre de Publicación	Link	Cantidad de Interacciones
No existen publicaciones realizadas en la fecha establecida.			

Fuente: X, elaboración propia.

En X no hay publicaciones para comparar, o al menos la plataforma no permite especificar ver publicaciones de las fechas mencionadas. La Asociación tiene publicaciones muy esporádicas en esta plataforma.

Guía de Observación: (Instagram) 14 de marzo (2019-2022)

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Escuela de Ciencias de la Comunicación

El propósito de la presente guía es observar de forma detallada el “El uso de redes sociales digitales del Santuario Arquideocesano del Señor San José ubicado en el Centro Histórico de Guatemala, durante la pandemia covid 19 (2020-2022)”, este instrumento servirá para crear un análisis detallado del uso que se le dio a las plataformas y la cantidad de interacciones en las publicaciones en fechas importantes durante la pandemia. La finalidad es académica y todo lo analizado será para crear un informe final sobre la investigación.

Guía de observación

Nombre de la Organización: Santuario Arquideocesano del Señor San José

Plataforma a Evaluar: Instagram
Fecha de realización: 10 de julio de 2024
Fecha de analizada: 14 de marzo

Año	Nombre de Publicación	Link	Cantidad de Interacciones
Es complicado desplazarse en la plataforma para poder llegar a las publicaciones de las fecha en análisis.			

Fuente: Instagram, elaboración propia.

Guía de Observación: (Instagram) Domingo de Ramos (2019-2022)

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Escuela de Ciencias de la Comunicación

El propósito de la presente guía es observar de forma detallada el “El uso de redes sociales digitales del Santuario Arquideocesano del Señor San José ubicado en el Centro Histórico de Guatemala, durante la pandemia covid 19 (2020-2022)”, este instrumento servirá para crear un análisis detallado del uso que se le dio a las plataformas y la cantidad de interacciones en las publicaciones en fechas importantes durante la pandemia. La finalidad es académica y todo lo analizado será para crear un informe final sobre la investigación.

Guía de observación

Nombre de la Organización: Santuario Arquideocesano del Señor San José
Plataforma a Evaluar: Instagram
Fecha de realización: 10 de julio de 2024
Fecha de analizada: Domingo de Ramos

Año	Nombre de Publicación	Link	Cantidad de Interacciones
Es complicado desplazarse en la plataforma para poder llegar a las publicaciones de las fecha en análisis.			

Fuente: Instagram, elaboración propia.

En Instagram, la Asociación tenía una gran cantidad de publicaciones anuales, pero por el público objetivo de la asociación, a pesar de que existe una gran cantidad de jóvenes, muchos preferían utilizar la red social Facebook. Es importante mencionar, que la plataforma no tiene el atajo como FB para poder filtrar por fechas y esto causó impedimentos en poder desplazarse entre años y fechas.

Guía de Observación: (YouTube) 14 de marzo (2019-2022)

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Escuela de Ciencias de la Comunicación

El propósito de la presente guía es observar de forma detallada el “El uso de redes sociales digitales del Santuario Arquideocesano del Señor San José ubicado en el Centro Histórico de Guatemala, durante la pandemia covid 19 (2020-2022)”, este instrumento servirá para crear un análisis detallado del uso que se le dio a las plataformas y la cantidad de interacciones en las publicaciones en fechas importantes durante la pandemia. La finalidad es académica y todo lo analizado será para crear un informe final sobre la investigación.

Guía de observación

Nombre de la Organización: Santuario Arquideocesano del Señor San José
Plataforma a Evaluar: YouTube
Fecha de realización: 10 de julio de 2024
Fecha de analizada: 14 de marzo

Año	Nombre de Publicación	Link	Cantidad de Interacciones
No existen evidencias registradas de transmisiones realizadas en esta fecha.			

Fuente: Youtube, elaboración propia.

Guía de Observación: (YouTube) Domingo de Ramos (2019-2022)

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Escuela de Ciencias de la Comunicación

El propósito de la presente guía es observar de forma detallada el “El uso de redes sociales digitales del Santuario Arquideocesano del Señor San José ubicado en el Centro Histórico de Guatemala, durante la pandemia covid 19 (2020-2022)”, este instrumento servirá para crear un análisis detallado del uso que se le dio a las plataformas y la cantidad de interacciones en las publicaciones en fechas importantes durante la pandemia. La finalidad es académica y todo lo analizado será para crear un informe final sobre la investigación.

Guía de observación

Nombre de la Organización: Santuario Arquideocesano del Señor San José
Plataforma a Evaluar: YouTube
Fecha de realización: 10 de julio de 2024
Fecha de analizada: Domingo de Ramos

Año	Nombre de Publicación	Link	Cantidad de Interacciones
No existen evidencias registradas de transmisiones realizadas en esta fecha.			

Fuente: Youtube, elaboración propia.

En YouTube, no es posible compartir comunicados o fotografías como en Facebook, aquí se podían compartir transmisiones, de las cuales fueron las actividades que en la encuesta tuvieron mejor respuesta. Sin embargo, recalcando el resultado de Instagram, el público siempre se dirige a la red social Facebook.

Guía de Observación: (Spotify) 14 de marzo (2019-2022)

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Escuela de Ciencias de la Comunicación

El propósito de la presente guía es observar de forma detallada el “El uso de redes sociales digitales del Santuario Arquideocesano del Señor San José ubicado en el Centro Histórico de Guatemala, durante la pandemia covid 19 (2020-2022)”, este instrumento servirá para crear un análisis detallado del uso que se le dio a las plataformas y la cantidad de interacciones en las publicaciones en fechas importantes durante la pandemia. La finalidad es académica y todo lo analizado será para crear un informe final sobre la investigación.

Guía de observación

Nombre de la Organización: Santuario Arquideocesano del Señor San José
Plataforma a Evaluar: Spotify
Fecha de realización: 10 de julio de 2024
Fecha de analizada: 14 de marzo

Año	Nombre de Publicación	Link	Cantidad de Interacciones
No se pudo hacer el ejercicio de comparación, debido a que los programas empezaron a ser publicados a partir del 2021. Y para fines de la investigación no se pudo comparar si realmente durante el confinamiento la red de música fue funcional o no.			

Fuente: Spotify, elaboración propia.

Guía de Observación: (Spotify) Domingo de Ramos (2019-2022)

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Escuela de Ciencias de la Comunicación

El propósito de la presente guía es observar de forma detallada el “El uso de redes sociales digitales del Santuario Arquideocesano del Señor San José ubicado en el Centro Histórico de Guatemala, durante la pandemia covid 19 (2020-2022)”, este instrumento servirá para crear un análisis detallado del uso que se le dio a las plataformas y la cantidad de interacciones en las publicaciones en fechas importantes durante la pandemia. La finalidad es académica y todo lo analizado será para crear un informe final sobre la investigación.

Guía de observación

Nombre de la Organización: Santuario Arquideocesano del Señor San José
Plataforma a Evaluar: Spotify
Fecha de realización: 10 de julio de 2024
Fecha de analizada: Domingo de Ramos

Año	Nombre de Publicación	Link	Cantidad de Interacciones
No se pudo hacer el ejercicio de comparación, debido a que los programas empezaron a ser publicados a partir del 2021. Y para fines de la investigación no se pudo comparar si realmente durante el confinamiento la red de música fue funcional o no.			

Fuente: Spotify, elaboración propia.

Spotify, conocida como una red social vertical debido a su contenido. No se pudo realizar el ejercicio de conversión de alcance a interacción debido a que el podcast se inició el 2021.

En general se pudo comprobar lo que los encuestados indicaron, se hizo una comparación entre las publicaciones hechas durante las fechas mencionadas. De parte del público guatemalteco se pudo ver el beneficio del trabajo realizado durante la pandemia por la Asociación. En Facebook, las interacciones y la sintonía de los seguidores fue más que evidente por la cantidad de actividad y visitantes a las transmisiones registradas por la plataforma.

Lo que se puede concluir a nivel general con los resultados de ambas herramientas es que las redes sociales pueden llegar a ser muy útiles para las entidades no lucrativas. A pesar de las dificultades que existieron durante el periodo de la pandemia la iglesia pudo mantenerse activa ante la población. En la actualidad la entidad utiliza aún con más énfasis sus redes sociales para mantenerse activa.

Conclusiones

1. Luego de que se describiera cómo la Asociación de La Consagrada Imagen de Jesús Nazareno de Los Milagros "Rey del Universo" utilizó las redes sociales del Santuario Arquideocesano del Señor San José para llevar a cabo sus actividades durante la pandemia de COVID-19 (2020-2022), se concluyó que dicha Asociación ya hacía uso de las redes sociales mucho antes de la pandemia, ya que todas sus cuentas en las plataformas fueron creadas alrededor de 2011 y 2012. Sin embargo, no fue hasta 2020 que las plataformas comenzaron a ser usadas de manera notoria, observándose más comunicados, invitaciones y publicaciones de imágenes históricas. Al ser una entidad no lucrativa, no es necesario el pago de pautas en redes sociales, por lo que utilizan únicamente publicaciones orgánicas, lo cual no supone una desventaja como lo sería para un negocio que necesita darse a conocer. Tras esta observación, se determinó que, para los integrantes de la Asociación, las redes sociales han cumplido con la efectividad necesaria para continuar con su uso, incluso después de la emergencia sanitaria.
2. Las percepciones de los miembros de la asociación sobre la efectividad del uso de las redes sociales digitales por parte del Santuario fueron positivas, ya que comentaron que en Facebook fue donde la interacción resultó más notoria. Asimismo, a pesar de desventajas como la distracción o la falta de acceso a internet, el mensaje logró llegar a los fieles de cualquier forma, superando esos impedimentos.
3. Las dificultades y ventajas encontradas en la utilización de redes sociales durante la pandemia fueron identificadas por la Asociación, comenzando por varios puntos en contra, como la falta de atención a lo que se transmitía y la desinformación. Sin embargo, a pesar de estos inconvenientes, las ventajas fueron más significativas, ya que el mensaje logró llegar a los fieles y se pudo continuar con la misión de la iglesia sin la necesidad de vivir la palabra de manera presencial.
4. Con la guía de observación se pudo analizar el alcance y la efectividad de las redes sociales digitales como mecanismo de comunicación dentro de la Asociación. Se identificó que Facebook fue la plataforma con mayor respuesta, como ya se mencionó en el análisis, debido al grupo objetivo de la entidad. Entre todas las redes sociales, se destacó que Facebook es muy amigable y la más utilizada por personas de todas las edades, incluidas aquellas de la tercera edad. Esta información fue verificada al investigar las reacciones y los perfiles que interactuaron con las publicaciones.

Recomendaciones

Conforme al análisis y conclusiones realizadas se extienden las siguientes recomendaciones:

1. Para la Asociación de La Consagrada Imagen de Jesús Nazareno de Los Milagros "Rey del Universo" se le recomienda que a pesar de que ya se utilizaban las redes sociales y se optimizaron las mismas, es importante saber cómo ejecutarlas de manera correcta. Es decir que a pesar de que sabían utilizarlas no se supieron integrar a una estrategia de comunicación que podría haber impulsado aún más el mensaje que se quiso transmitir. Con esto me refiero, a no solo usar FB, también usar el resto de las redes sociales.
2. A la Asociación de La Consagrada Imagen de Jesús Nazareno de Los Milagros "Rey del Universo", se le recomienda tomar en cuenta que es de gran importancia el tomar en cuenta un punto que influye en la percepción positiva que tuvieron durante la pandemia de la implementación de las redes sociales; y es que para continuar con esa interactividad de parte del público hay que darle seguimiento a todos los mensajes y comentarios realizadas en sus redes ya que al no tener una reciprocidad en respuestas, se pierde la confianza y el interés del GO.
3. Para la Asociación de La Consagrada Imagen de Jesús Nazareno de Los Milagros "Rey del Universo", es de recomendación que a pesar de que existieron muchos puntos positivos como el que sí se logró transmitir el mensaje, también se tuvieron los negativos. Entonces para poderlos abordar, sería importante el tener un orden de importancia dentro de sus redes sociales. Es decir, al no tener internet en ese momento, nada impide que en otro momento el espectador pueda obtener la forma de revisar sus redes sociales. Entonces, es importante el utilizar más otras redes sociales como Spotify, X o bien optimizar Instagram. Para que se tenga aún mayor posibilidad de tener más alcance dentro del público.
4. A toda la comunidad religiosa, se le recomienda que como pudimos observar para la Asociación fue de gran apoyo la utilización de las redes sociales durante la pandemia. Es por eso que se recomienda el optimizar las de cada parroquia, ya que no solo es una herramienta de ocio, es una forma actual de poder compartir mensajes de mayor importancia.

Referencias Bibliográficas

Aceituno, G. (2011), Caracterización de Internet como canal, medio o herramienta de comunicación/información (Trabajo de Grado) Universidad San Carlos de Guatemala, Guatemala.

AG Noticias, 20 de abril de 2022, La Iglesia en la era digital: Ciberteología, Video. Recuperado de Facebook. <https://www.facebook.com/AG.NoticiasAltaGracia/videos/1073616833501694>

Bahillo, L. (17 de marzo, 2023) Historia de Internet: como nació y cuál fue su evolución, Recuperado de <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-internet>

Ballina, Guillermo, (2008), La Evolución de Internet como Medio de Comunicación Masivo, (Trabajo de Grado), Universidad San Carlos de Guatemala, Guatemala

Barrancos Balleste, M. (2020) Transformación digital: antes y después de la COVID-19. Recuperado de <https://gow.tech/blog/transformacion-digital/transformacion-digital-antes-despues-covid-19/>

Barreda, L. (2019), La comunicación en las redes sociales Instagram y Facebook de Iglesia de Cristo Ebenezer Central (Trabajo de Grado) Universidad San Carlos de Guatemala, Guatemala

Bastero, Maria (17 de abril, 2024), Historia de Spotify: nacimiento y evolución del líder de la música en streaming, Recuperado de <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-spotify-del-lider-de-la-musica-en-streaming/>

Batista, M. (2018), Comunicación y Medios Masivos, México, Editoriales Once Ríos

Braun Marketing and Consulting, (8 de mayo de 2018), Redes sociales verticales y horizontales. Recuperado de <https://braunmarketingandconsulting.es/redes-sociales-verticales-y-horizontales/>

Carbellido, C. (2023), Redes Sociales: Para qué sirven y cuáles son sus principales beneficios, Recuperado de <https://uncommunitymanager.es/que-es-una-red-social/>

Cebrian, Crstina (2019) Las claves de la comunicación interpersonal, Recuperado de <https://www.unir.net/salud/revista/las-claves-de-la-comunicacion-interpersonal>

Código Visual. (2022) ¿Qué es Facebook? Usos principales, Recuperado de <https://www.codigovisual.com/que-es-facebook/>

Council of Europe Portal, (2024) Medios de comunicación, Recuperado de <https://www.coe.int/es/web/compass/media>

De la Vega, N., (2018), Análisis de la Red Social Instagram como una Herramienta de Publicidad y Comunicación Digital en Jóvenes Emprendedores, (Trabajo de Grado), Universidad Rafael Landívar, Guatemala

Fabiana Seara, (2023), La plataforma que propulsó el reino del vídeo: así es la historia de YouTube. Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/imprescindibles/historia-marcas/historia-youtube>

Giraldo, Cesar, et al. (2018), Teorías de la Comunicación, Bogotá, Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano

Guardia, Nisla (2009), Lenguaje y Comunicación, San José Costa Rica, Editorama, S.A.

Guik, e-mkt & Digital Media, (s.f.) Tu Manual de Facebook, <https://www.aeped.es/sites/default/files/manual-facebook.pdf>

Gutiérrez, G., Herrera S., Kemner, J. (2021), Pandemia y crisis: El covid-19 en América Latina, Recuperado de http://www.calas.lat/sites/default/files/pandemia_y_crisis_ebook.pdf

Hernández-Sampieri, R. (2018) “Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta”, México, McGraw-Hill Interamericana, SA

Indeed, (30 de septiembre de 2022), Los 7 elementos de la comunicación: ejemplos y evolución, Recuperado de <https://www.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/elementos-comunicacion-ejemplos-evolucion>

Juárez, E. (2013) Circulación del poder de la Iglesia Católica en el sujeto (Tesis de Maestría) Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala, Quetzaltenango

Municipalidad de Guatemala, (s.f.) San José, Recuperado http://bch.muniguate.com/ar02san_jose.php

Naciones Unidas Guatemala, (13 de julio de 2021), Historias Sobre el Impacto de la Pandemia COVID-19. Recuperado de <https://guatemala.un.org/es/135832-historias-sobre-el-impacto-de-la-pandemia-covid-19>

Paiz, M; Valladares, C; Aguilar F; Cabrera, Liba; Valencia H. Cal, J; Pérez, M; Cotom, C y Higueros, Dará. (2020) en su monografía titulada “La USAC frente al Covid-19 Experiencias de Investigación”, Guatemala, e-digi. <https://digi.usac.edu.gt/edigi/pdf/P-2020-03.pdf>

Planas C. (25 de julio de 2023) Twitter se convierte en X: Así pasarán a llamarse los tuits. El Periódico.
<https://www.elperiodico.com/es/tecnologia/20230725/twitter-x-elon-musk-tweets-red-social-tuitear-90307229>

Redacción 21 (21 de octubre de 2020) La Gran Evolución de Internet desde su Creación, Marketing Directo,
Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/actualidad/infografias/la-gran-evolucion-de-internet-desde-su-creacion-en-1969>

Rose, Margaret (6 de mayo de 2024) Spotify, Techopedia, Recuperado de
<https://www.techopedia.com/es/definicion/spotify>

Santander Universidades, (10 de mayo de 2023). ¿Qué tipos de redes sociales existen? Recuperado
<https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/tipos-de-redes-sociales.html>

Seara, Fabiana (2023). Esta es la historia de Twitter, la app que revolucionó la comunicación en 140 caracteres.
Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/imprescindibles/historia-marcas/historia-twitter>

Sorensen, Per-Olav (Director). (2022) *The Playlist* [Mini Serie], Netflix

Soto, Juan. (2020) ¿Qué es Instagram y para qué sirve?, Recuperado de
<https://www.geeknetic.es/Instagram/que-es-y-para-que-sirve>

Palacios Macedo, A. , (24 de octubre de 2016). La Era de la Información. Tecnología Educativa.
<https://tecnologiaintegrada.com.mx/2016/10/24/la-era-la-informacion/>

Tello, R. (2014), Uso de tecnologías de Información y Comunicación para la Evangelización (Trabajo de Grado)
Universidad Rafael Landívar, Guatemala, Guatemala

Todo Sobre Comunicación (30 de agosto de 2020), Modelos de Comunicación, Recuperado de
<https://todosobrecomunicacion.com/modelos-de-comunicacion/>

Trivo, V. (2004) Historia y Evolución de Internet, Autores Científico-Técnicos y Académicos No.033
Recuperado de https://www.acta.es/medios/articulos/comunicacion_e_informacion/033021.pdf

Unicef Guatemala. (s.f.) Coronavirus (COVID-19): lo que los padres deben saber, Recuperado de
<https://www.unicef.org/guatemala/coronavirus-covid-19-lo-que-los-padres-deben-saber>

Urueña, A. Ferrari, A. Blanco, D. Valdecasa, E. (2011) Las Redes Sociales en Internet, Recuperado de
https://www.ontsi.red.es/sites/ontsi/files/redes_sociales-documento_0.pdf

Vatican News. (27 de marzo de 2020). La Iglesia en América Latina y el COVID-19: líneas guía. Vatican News. Recuperado de <https://www.vaticannews.va/es/iglesia/news/2020-03/la-iglesia-en-america-latina-y-el-covid-19-lineas-guia.html>

We are Social, (2022), El Informe Sobre Las Tendencias Digitales, Redes Sociales y Mobile. Recuperado de <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-report-2022-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>

Zetina, J. , (2014), Hábitos en el uso de las redes sociales de los estudiantes adolescentes del nivel secundario del Liceo Javier, (Trabajo de Grado), Universidad San Carlos de Guatemala, Guatemala

Anexos

Matriz de Base de Datos (Encuesta Digital)

Como primer anexo, se presenta la matriz de todos los datos recopilados con la encuesta digital. Los resultados descritos en esta investigación donde se menciona la utilización de la misma, se obtuvieron del siguiente anexo. (La matriz es distribuida por grupo de preguntas en cada tabla).

No.	Edad	Profesión u Oficio	Lugar de residencia (municipio/ departamento)	Tiempo de pertenecer a la asociación
1.	26 - 30	Camarógrafo	Ciudad Capital	5 años o más
2.	26 - 30	Bachiller	Municipios de la Capital	5 años o más
3.	41 - 50	Perito	Ciudad Capital	5 años o más
4.	41 - 50	Maestro	Ciudad Capital	5 años o más
5.	26 - 30	Bachiller	Ciudad Capital	4 a 6 años
6.	31 - 40	Perito	Ciudad Capital	5 años o más
7.	26 - 30	Maestro	Ciudad Capital	5 años o más
8.	26 - 30	Perito	Ciudad Capital	5 años o más
9.	26 - 30	Negocio propio	Ciudad Capital	5 años o más
10.	26 - 30	Maestro	Ciudad Capital	5 años o más
11.	41 - 50	Perito	Ciudad Capital	5 años o más
12.	21 - 25	Estudiante	Ciudad Capital	1 a 3 años
13.	31 - 40	Diseñador Gráfico	Ciudad Capital	5 años o más
14.	31 - 40	Perito	Ciudad Capital	5 años o más
15.	31 - 40	Encargado de tienda	Ciudad Capital	5 años o más
16.	31 - 40	Abogado	Ciudad Capital	5 años o más
17.	26 - 30	Maestro	Ciudad Capital	5 años o más
18.	26 - 30	Perito	Municipios de la Capital	4 a 6 años

No.	Cargo	¿Participó activamente durante la pandemia con la asociación?	¿Qué aportó a la asociación durante este tiempo?	¿Qué publicaciones pudo ver durante la pandemia?
1.	Fotógrafo y Camarógrafo	Si	Servicio en el manejo de las redes sociales del santuario, grabación de misas y generar contenido	Transmisión de misas y actividades propias de la asociación. Así como galerías fotográficas
2.	fotógrafo	Si	Apoyo en transmisiones de Eucaristías.	Transmisiones de misas (Lives)
3.	Miembro	Si	Transmisiones en vivo de todas las actividades y misas devocionales y dominicales a través de las plataformas digitales, Semana Santa en Línea y Canal de Gobierno	Afiches, oraciones, fotos y transmisiones en vivo
4.	Miembro activo	Si	Coordinador comisión servicio social	Varios
5.	Miembro activo	Si	Recibí mis clases de noviciado	Evangelio y oraciones
6.	Miembro activo	Si	Tiempo, rezos	Misas pregrabadas y en vivo
7.	Miembro de la asociación	Si	Liturgia y Enseres y Utilería	Santa Misa, Lectio Divina
8.	Asociado	Si	Estuvimos en reuniones por aspirantado	De que no se iba a sacar ningún cortejo procesional
9.	Encargado de la Imprenta	Si	Artes gráficas	Publicaciones en Facebook
10.	Miembro permanente	Si	Participación en el grupo de Liturgia	La promoción de la Eucaristía en las redes sociales
11.	Colaborador	Si	Tiempo, rezos	Turnos digitales, oraciones
12.	Colaborador	No	Particiones con oraciones en zoom	Varias publicaciones de unidos en oración y transmisiones
13.	Cambio de Turno	No	Participación en Rezo del Santo Rosario virtual	Transmisión de la Santa Eucaristía. Información sobre velaciones. Fotos de Jesús de los Milagros y Santísima Virgen de Dolores.
14.	Colaborador del San José	Si	Rezos del rosario, organización con los grupos de cada mes y reuniones virtuales con las encargadas.	Suspensión de los cortejos procesionales y las misas virtuales.
15.	Miembro activo	Si	reuniones virtuales con los encargados.	Las misas, reuniones virtuales
16.	Sub jefe de Fila.	Si	Participar en las actividades en línea	Hermanamiento entre hermandades o asociaciones con ayuda social.
17.	Asesor	Si	Apoyo para realizar las actividades, que eran transmitidas en redes sociales.	Todas las actividades que se realizaban internamente.
18.	Colaborador	Si	Seguir activamente en las actividades virtuales	Las transmisiones de las misas

No.	¿Tuvieron respuesta de parte de los seguidores?	Del 1 al 10 (1 nada y 10 bastante) que tanta respuesta tuvieron	¿Qué ventajas vio al utilizar las redes sociales como medio de comunicación para la iglesia?
1.	Si	10	Ver como la iglesia esta necesitada de un mejor uso de esta herramienta
2.	Si	10	El acercamiento de las personas a la palabra de Dios.
3.	Si	10	Llegar a la gente que en ese momento se encontraba confinada y necesitaba de alguna manera estar cerca de la iglesia
4.	Si	6	Estar siempre informado de las actividades
5.	Si	8	Acerca bastante la información de la iglesia
6.	Si	8	El acercamiento con la feligresía
7.	Si	10	Gran apoyo
8.	Si	7	Buena
9.	Si	10	Seguridad al no salir
10.	Si	10	Que los fieles no dejaron de sintonizar la eucaristía y las actividades propias del Santuario
11.	Si	10	La comunicación que se transmite a través de los canales que ofrece la tecnología.
12.	Si	9	Excelente, acercó más
13.	Si	9	Poder participar de manera virtual en la Santa Eucaristía y estar informada acerca de velaciones y posibles procesos de inscripción.
14.	Si	8	Para las personas de la tercera edad, personas que están en hospitales o enfermas, personas que están fuera del país me parece que sí fue beneficioso para ellos. Ya que no se pueden presentar físicamente por lo antes mencionado.
15.	Si	10	Es un buen método alternativo ya que las emergencias siempre se presentan, pero ser un medio alternativo
16.	Si	7	Brindó una alternativa más a las personas que no podían asistir a misa
17.	Si	9	"-Que llegaban las actividades que se realizaban en los Templos hasta nuestros hogares, sin arriesgarse a tener posibles contagios de la enfermedad. -Se mantuvo uno informado de todo lo que acontece en la Iglesia, sin perderse detalles. "
18.	Si	9	Personas que no podían salir aún con mascarilla poder ver las misas

No.	¿Qué desventajas vio al utilizar las redes sociales como medio de comunicación para la iglesia?	¿Qué plataforma piensa que es mejor como medio de comunicación?	Me podría contar cómo fue su experiencia como apoyo en redes sociales en la iglesia durante esta época de pandemia
1.	El mal uso de la redes y le des importancia que le dan a las mismas	Facebook	Una de las mejores experiencias de la vida, ya que logre que Jesús de los milagros llegará a los Hogares de todos sus devotos. Y por supuesto por los momentos vividos con mi Jesús.
2.	El acercamiento de las personas a la palabra de Dios.	Facebook	Una experiencia satisfactoria al ver que el trabajo que se estaba haciendo, era de apoyo emocional a los seguidores del Santuario en esos difíciles momentos de incertidumbre.
3.	Probablemente es más fácil perder la atención que estando presencialmente	Facebook	Totalmente satisfactoria, el hecho de contribuir a llevar a Dios a la gente por cualquier medio siempre será una bendición y más en una situación tan complicada a nivel mundial.
4.	Ninguna	Facebook	Nos mantenía informados de las Pocas actividades que había en la iglesia
5.	Que, así como acerca a la población también aleja a un sector como el joven	Spotify	más que todo compartiendo las publicaciones que se realizaban
6.	La zona de confort que se creó por parte de los seguidores	Facebook	Colaborando como lector en las misas
7.	Ninguna	Facebook	Muy satisfactoria
8.	No todos tienen los medios para comunicarse	Facebook	Enriquecedora
9.	Falta de respuesta en mensajes directos	Facebook	Muy buena
10.	Quizá el problema para algunas personas de no tener los medios tecnológicos para estar al día con las actividades promovidas en el Santuario	Facebook	Compartir la información del Santuario por medio de Facebook
11.	No todas las personas tienen acceso a red social	Facebook	Me permitió estar informado sobre las actividades virtuales, velaciones e información para procesos de inscripción futuros o post pandemia. De una manera más sentimental, al no poder participar físicamente debido a las restricciones y el aforo, me hizo sentir cerca del Santuario, sus actividades y, por lo tanto, las imágenes que allí se veneran.
12.	Ninguna	Facebook	Grata experiencia
13.	Debido a la emergencia sanitaria que se atravesaba, muchos temas a tratar podían ser controversiales. Por lo que, al ser las redes sociales el foco de atención para todos, el contenido a compartirse debía ser sumamente cuidadoso para no generar "desinformación".	Facebook	Me permitió estar informado velaciones e información post pandemia
14.	Desunión familiar, ya que en casa no todos participan.	Facebook	En su momento fue eficiente, por los mismos problemas que se dieron de la pandemia.
15.	El alejarse físicamente de ella nada es como estar frente a Jesús	Facebook	Muy satisfactoria
16.	El fanatismo a las imágenes de pasión	Spotify	.
17.	En algunos casos, tal vez la señal no era la más apropiada.	Spotify	A pesar que no era lo que uno está acostumbrado a vivir, se sentía mas espiritualidad y mucha cercanía x el hecho que había poca afluencia de fieles.
18.	Ni una	Facebook	.

Publicación 14 de marzo de 2020

Fotografía representativa de las publicaciones realizadas por la Asociación en las redes sociales del Santuario Arquidiocesano del Señor San José, el 14 de marzo del año 2020.



Santuario Arquidiocesano del Señor San José, (14 de marzo de 2020) *El Consejo Directivo y la Asociación de la C. I. de Jesús Nazareno de los Milagros Hacen Saber:* [Imagen adjunta] Facebook, <https://www.facebook.com/photo?fbid=3302994333050737&set=a.1023777124305814>

Publicación 14 de marzo 2021

Fotografía representativa de las publicaciones realizadas por la Asociación en las redes sociales del Santuario Arquidiocesano del Señor San José, el 14 de marzo del año 2021.



Santuario Arquidiocesano del Señor San José, (14 de marzo de 2021) *Santa Misa Dominical 14-03.2021* [Imagen adjunta] Facebook, <https://www.facebook.com/SantuariodelSeñorSanJose/videos/3997108107018153>

Publicación 14 de marzo 2022

Fotografía representativa de las publicaciones realizadas por la Asociación en las redes sociales del Santuario Arquideocesano del Señor San José, el 14 de marzo del año 2022.



Santuario Arquideocesano del Señor San José, (14 de marzo de 2022) *8vo. Aniversario de Consagración Santísima Virgen de Dolores* [Imagen adjunta] Facebook, <https://www.facebook.com/photo?fbid=5511721598844655&set=a.1023777124305814>

Publicación 14 de abril 2020

Fotografía representativa de las publicaciones realizadas por la Asociación en las redes sociales del Santuario Arquideocesano del Señor San José, del Domingo de Ramos, 14 de abril del año 2020.



Santuario Arquideocesano del Señor San José, (14 de abril de 2019) *Paso Procesional 11av. Y 4ta. Calle* [Imagen adjunta] Facebook, <https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/1065828123602909>

Publicación 14 de abril 2020

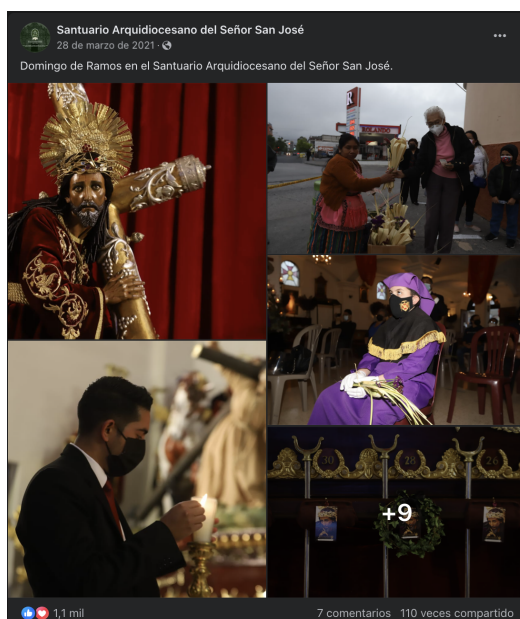
Fotografía representativa de las publicaciones realizadas por la Asociación en las redes sociales del Santuario Arquidiocesano del Señor San José, del Domingo de Ramos, 4 de abril del año 2020.



Santuario Arquidiocesano del Señor San José, (4 de abril de 2020) *Recordamos el momento en que hace su llegada Jesús de los Milagros a Catedral* [Imagen adjunta] Facebook, <https://www.facebook.com/SantuariodeSanJose/videos/2434249806905686>

Publicación 28 de marzo 2021

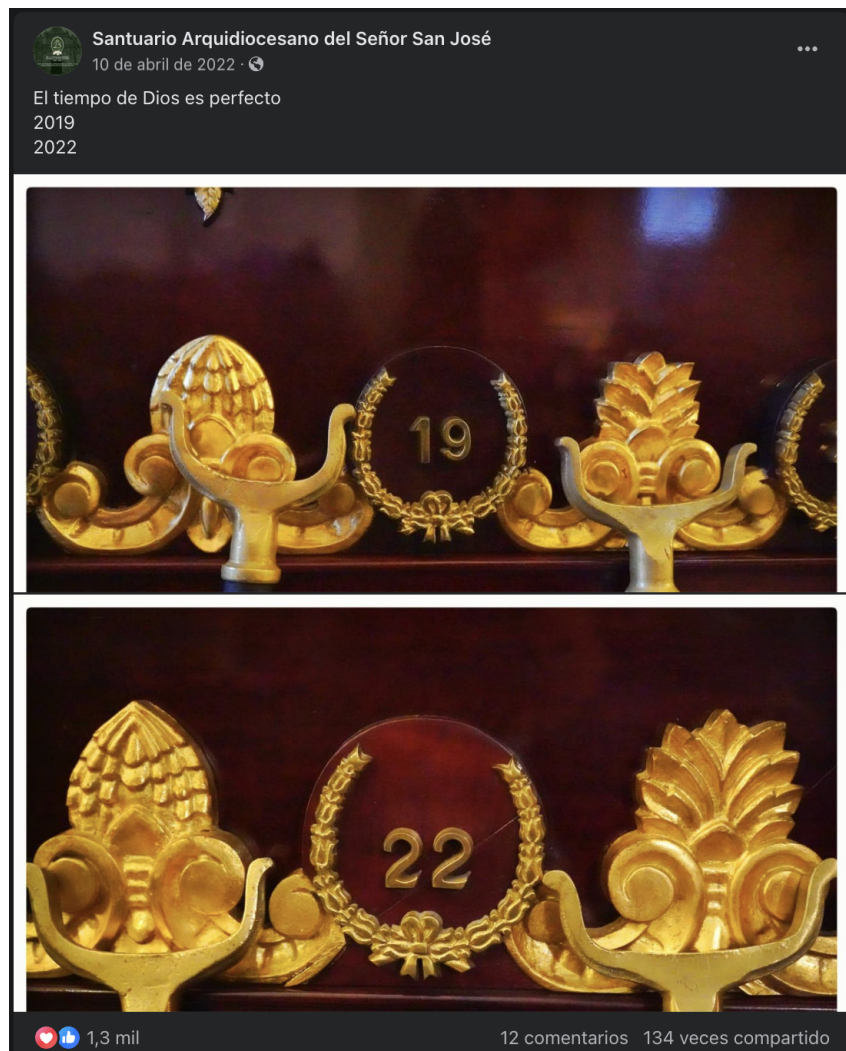
Fotografía representativa de las publicaciones realizadas por la Asociación en las redes sociales del Santuario Arquidiocesano del Señor San José, del Domingo de Ramos, 28 de marzo del año 2021.



Santuario Arquidiocesano del Señor San José, (28 de marzo de 2021) *Domingo de Ramos en el Santuario Arquidiocesano del Señor San José.* [Imagen adjunta] Facebook, <https://www.facebook.com/photo/?fbid=4379669828716510&set=pcb.4379670555383104>

Publicación 10 de abril 2022

Fotografía representativa de las publicaciones realizadas por la Asociación en las redes sociales del Santuario Arquidiocesano del Señor San José, del Domingo de Ramos, 10 de abril del año 2022.



Santuario Arquidiocesano del Señor San José, (10 de abril de 2022) *El tiempo de Dios es perfecto* 2019, 2022 [Imagen adjunta] Facebook, <https://www.facebook.com/photo/?fbid=5584615504888597&set=pcb.5584617084888439>

