# AD2E2A0C-6D77-4CB1-A070-7A6B3F8D1439@Home

# COMISIÓN DIOCESANA PARA LA PASTORAL DE LA COMUNICACIÓNDimensión de cultura digital

Diócesis de Ciudad Juárez

Chihuahua, México

Sacerdote encargado:

Pbro. Luis A. Maldonado Hernández

# Objetivo general

Anunciar el Evangelio a través de la Pastoral de la Comunicación, para que, en espíritu de comunicación y misericordia, contribuyamos en la construcción de un México justo, reconciliado y en paz.

# 1. Modelo de situación

Análisis de la realidad. El equipo de trabajo junto con el sacerdote encargado, analizan la situación actual donde se encuentra la Dimensión. Para hacer una descripción más objetiva de la realidad, esta se describe en sus cuatro aspectos fundamentales (FODA):

1. Fortalezas: la cosas positivas y favorables con las que se cuenta y las que se hacen bien,
2. Oportunidades: las cosas, circunstancias o herramientas que se pueden aprovechar, ampliar, o mejorar para que la Dimensión se acerque a su objetivo.
3. Debilidades: las cosas que hace falta, los aspectos negativos, o las fallas que se tienen dentro del contexto de la Dimensión que impiden el avance hacia el objetivo de la Dimensión.
4. Amenazas: Las circunstancias o eventos negativos que están fuera del control de la Dimensión, pero que son o pueden ser un obstáculo para que se logre el objetivo.

### 1.1 Fortalezas

* Somos investigadores
* Abiertos al cambio
* Personal capacitado
* Creatividad
* Estructura
* Experiencia
* Disposición de servir
* Diversidad
* Accesibilidad
* Compromiso
* Cercanía con los grupos
* Talento en el manejo de las herramientas
* Permite el intercambio y la propagación de la información
* Unir personas en comunidades virtuales
* Motivación

### 1.2 Oportunidades

* Inversión
* Aprovechar medios
* Crear espacios para evangelizar
* Aprovechar las parroquias
* Mejorar continuamente
* Público infantil
* Transmitir el conocimiento
* Capacitación técnica
* Trabajo en equipo
* Formación doctrinal
* Formación en el recto uso de las nuevas tecnologías
* La transversalidad
* Centro de medios diocesanos

### 1.3. Debilidades

* No conocer la población
* No delegar
* Falta Instalaciones físicas
* No contenido infantil
* Perder el objetivo
* No saber comunicar adecuadamente el mensaje
* Centralización de las cuentas de las redes sociales
* Falta de consolidación en los grupos
* Resistencia al cambio
* Falta de recurso humano
* Pocos recursos económicos
* Falta de apoyo de la comunidad
* Poco material de trabajo

### 1.4. Amenazas

* Contenido hueco o vacío
* Abandono del trabajo
* No tener fuentes confiables
* Influencia de no católicos
* Hackeos caídos de paginas
* Información errónea
* Reusarse al uso de la tecnología
* Riesgo de seguridad en imágenes publicadas de personas, hackeos caídos de paginas
* Ignorancia o desinformación
* Riesgo de perder la esencia como iglesia
* La reacción negativa de la gente
* Crear una iglesia perezosa
* Apatía, monotonía y superficialidad
* Pandemia
* Perdida de la importancia de lo sagrado

## 2. Modelo ideal

Comprender lo que pide y espera la Iglesia, es decir encontrar la Fundamentación Teológica de cada dimensión basados en la Sagrada Escritura y los Documentos del Magisterio. Esto nos debe iluminar para saber cuál es el modelo ideal que debemos buscar para la Dimensión.

A partir de la Fundamentación Teológica identificaremos los Objetivos concretos que se buscara lograr con el trabajo de la Dimensión.

### 2.1. Fundamentación Teológica:

#### **FUNDAMENTACIÓN TEOLÓGICA**

#### **DIMENSIÓN DE CULTURA DIGITAL**

#### «Lo que hemos visto y oído, os lo anunciamos, para que también vosotros estéis en comunión con nosotros. Y nosotros estamos en comunión con el Padre y con su Hijo Jesucristo» (1Jn 1,3)

#### “Y Les dijo: Vayan por todo el mundo y anuncien las buenas nuevas a toda criatura”. (Mc 16,15)

#### ” Y les dijo: Id por todo el mundo y predicad el evangelio a toda criatura”. (Marcos 16,15)

#### ESCUCHAR LA VOZ DE LA IGLESIA

#### “El ser humano es para la comunicación y para la comunión”, dice el Documento de Aparecida (Nº 130).

#### El Concilio Vaticano II declaró: “Para el recto empleo de estos medios es totalmente necesario que todos los que los usan conozcan y lleven a la práctica fielmente en este campo las normas del orden moral” (Inter mirifica, 4).

#### En Aetatis Novae: “La Iglesia ve los medios de Comunicación Social como dones de Dios…Recomendamos particularmente que las Diócesis procuren que la problemática de los medios de comunicación social sea abordada en todos sus planes pastorales…conviene que se redacten planes pastorales dirigidos especialmente a los medios de comunicación social, o que se examinen y actualicen los planes ya existentes, para que se mantenga un proceso permanente de revisión y puesta al día”. (AN 21)

Puebla Los Obispos de América Latina, por su parte, expresaban ya en el Documento de Puebla que urge que la Jerarquía y los agentes pastorales en general conozcamos, comprendamos y experimentemos más profundamente el fenómeno de la Comunicación Social, a fin de que se adapten las respuestas pastorales a esta nueva realidad e integremos la comunicación en la Pastoral de Conjunto. (Cfr. Doc. Puebla 1083).

#### JORNADA MUNDIAL DE LAS COMUNICACIONES 42

#### “Los nuevos medios, en particular la telefonía e Internet, están modificando el rostro mismo de la comunicación y tal vez ésta es una maravillosa ocasión para rediseñarlo y hacer más visibles, como decía mi venerado predecesor Juan Pablo II, las líneas esenciales e irrenunciables de la verdad sobre la persona humana” (Benedicto XVI, 42° MJMCS).

#### ACTUAR: conversión pastoral.

#### NUEVOS PARADIGMAS

#### 1) La comunicación es esencial en el ser humano, no es una capacidad exclusiva del hombre, pero el lenguaje nos diferencia de los animales y nos coloca en el mundo como seres superiores.

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

#### La Trinidad es comunicación y comunión eterna. El Hijo, enviado por el Padre es la Palabra, el Mensaje, la decodificación

#### fundamental de la existencia humana. La Iglesia, identificada con su fundador, tiene como identidad y misión el hecho comunicativo para la comunión no sólo al interno de la misma sino para promoverla entre todos los hombres. El proceso vivo de comunicación y comunión se garantiza con la acción del Espíritu Santo, Él mismo fruto y signo fundamental del amor de Dios.

#### Jesucristo es el Comunicador y Perceptor perfecto. Él constituye, en su vida humana, además del signo auténtico, el modelo coherente del perfecto comunicador por sus palabras y actuaciones.

#### 2) México es un país donde la penetración de las nuevas tecnologías alcanza casi el 50% de la población, éstas también han penetrado sensiblemente en la vida de la Iglesia, donde todas las diócesis están comunicadas por internet. No negamos el rezago en algunas regiones rurales de México pero el gobierno está haciendo un esfuerzo por hacer llegar al menos a las cabeceras municipales Internet gratuito que en su mayoría es usado por jóvenes, quienes, aún sin contar con cobertura de telefonía, tienen ya un teléfono inteligente. Según las estadísticas el 60% de la población joven (a partir de los 6 años) ya tiene un Smartphone.

#### La gran mayoría de diócesis tienen su página de internet y redes sociales. Además de que muchas ofrecen el servicio de radio por internet. Algunas pocas tienen aplicaciones para dispositivos móviles donde dan a conocer el trabajo de sus diócesis. Y también la aplicación «Appostolica» que ha puesto al servicio la Conferencia del Episcopado Mexicano.

#### 3) En nuestra Diócesis debemos impulsar una verdadera pastoral de la comunicación. No hemos aprovechado todos los medios de comunicación que al menos por hoy tenemos a nuestro alcance. Hace falta motivar y concientizar al presbiterio, religiosas y laicos que quieran trabajar y anunciar el Evangelio de Cristo de esta área de la comunicación. Hace falta acudir a los nuevos areópagos y proclamar ahí como Pablo, el Evangelio. En nuestro presbiterio hace falta el gusto por escribir un tema, un artículo; hace falta querer y tener el valor de organizar, estructurar un programa en la radio, a veces se ofrecen espacios pero no se aprovechan, muchas veces por falta de tiempo.

#### DESAFÍOS

#### 1) Motivar y capacitar a los agentes de pastoral en el correcto uso de los diferentes medios y las nuevas tecnologías al servicio de la Nueva Evangelización.

#### 2) Tener en cuenta la Identidad de nuestra fe: Comunión a través de la comunicación, anuncio para la misión.

#### 3) Elaborar medios adecuados para la comunidad a la que pertenecemos, para comunicar adecuadamente y de calidad el mensaje de Jesús.

#### 4) El uso de las nuevas tecnologías nos provoca usarlas para bien, para comunicar el mensaje y para que en la Iglesia haya mayor fluidez comunicacional.

### 2.2. Objetivos Concretos

### 1.Posicionar la Dimensión para captar más interés del Obispo, el Presbiterio y La Diócesis

* Posicionamiento de la Dimensión con el Obispo, el presbiterio y en las Diócesis. Mayor interés y presencia del Obispo en las reuniones ordinarias de trabajo a nivel diócesis.
* Motivar y capacitar al Obispo y presbiterio en el correcto uso de los diferentes medios y las nuevas tecnologías al servicio de la Nueva Evangelización.
* Suscitar un mayor interés y responsabilidad por parte del obispo para que, en la diócesis exista la Dimensión de Cultura Digital.
* Tener en cuenta la Identidad de nuestra fe: Comunión a través de la comunicación, anuncio para la misión.
* Mayor solidaridad a nivel diocesano, provincial y nacional para compartir lo que se hace.

### 2. Capacitar y acompañar a las comunidades parroquiales en materia de comunicación y nuevas tecnologías

* Capacitación y acompañamiento en las diferentes áreas de nuestra Dimensión de Cultura Digital.
* Coadyuvar a comprender la urgencia y la importancia de la comunicación para la Nueva Evangelización.
* Privilegiar el protagonismo de la Cultura Digital en todas las comunidades parroquiales.
* Buscando soluciones a la escasez de personal y de recursos materiales, estructurales y organizacionales.
* Educación en materia de comunicación y nuevas tecnologías, presentándolas como componentes esenciales de la formación de todos los que se han comprometido en la actividad de la Iglesia: seminaristas, sacerdotes, religiosos y religiosas o animadores laicos.
* El uso correcto de las nuevas tecnologías nos provoca usarlas para bien, para comunicar el mensaje y para que en la Iglesia haya mayor fluidez comunicacional.

### 3. Usar correctamente las nuevas tecnologías para comunicar el mensaje (Evangelio) y para que haya mejor comunicación dentro de la Iglesia

* Establecer nuestra dimensión a nivel diocesano: teniendo en cuenta las relaciones entre el lenguaje de la fe y el uso de los nuevos lenguajes en el campo digital; promoviendo la participación de grupos y movimientos y toda la comunidad eclesial; aportando un gran empuje de creatividad, que permita emprender con valentía los nuevos recorridos de la cultura y de la comunicación.
* La tecnología no es algo neutro, tiene implicaciones axiológicas (valores de las personas), en estos nuevos tiempos hay que aprender los nuevos lenguajes.

## 3. Modelo Diagnostico

Reconocer la realidad particular de donde partimos para alcanzar cada uno de los objetivos que se tienen definidos para la Dimensión; Que Fortalezas y Oportunidades nos pueden ayudar a lograr el objetivo y que Debilidades y Amenazas debemos atender y mitigar para que no detengan el avance hacia el objetivo. Las Fortalezas y Oportunidades, nos pueden ayudar a mitigar las Debilidades y Amenazas en favor del logro de cada uno de los objetivos.

### 3.1 Posicionar la Dimensión para captar más interés del Obispo, el Presbiterio y La Diócesis

1. Posicionamiento de la Dimensión con el Obispo, el presbiterio y en las Diócesis. Mayor interés y presencia del Obispo en las reuniones ordinarias de trabajo a nivel diócesis.
2. Motivar y capacitar al Obispo y presbiterio en el correcto uso de los diferentes medios y las nuevas tecnologías al servicio de la Nueva Evangelización.
3. Suscitar un mayor interés y responsabilidad por parte del obispo para que, en la diócesis exista la Dimensión de Cultura Digital.
4. Tener en cuenta la Identidad de nuestra fe: Comunión a través de la comunicación, anuncio para la misión.
5. Mayor solidaridad a nivel diocesano, provincial y nacional para compartir lo que se hace.

*Fortalezas*

* Personal capacitado
* Creatividad
* Experiencia
* Disposición de servir
* Compromiso
* Talento en el manejo de las herramientas
* Motivación.

*Oportunidades*

* Transmitir el conocimiento
* Trabajo en equipo
* Capacitación técnica
* Formación doctrinal
* Formación en el recto uso de las nuevas tecnologías
* Centro de medios diocesanos

*Debiliades*

* No saber comunicar adecuadamente el mensaje
* Falta de consolidación en los grupos 6
* Resistencia al cambio
* Falta de apoyo de la comunidad
* Poco material de trabajo

*Amenazas*

* Abandono del trabajo
* Ignorancia o desinformación
* Crear una iglesia perezosa
* Pandemia
* Influencia de no católicos

### 3.2 Capacitar y acompañar a las comunidades parroquiales en materia de comunicación y nuevas tecnologías

1. Capacitación y acompañamiento en las diferentes áreas de nuestra Dimensión de Cultura Digital.
2. Coadyuvar a comprender la urgencia y la importancia de la comunicación para la Nueva Evangelización.
3. Privilegiar el protagonismo de la Cultura Digital en todas las comunidades parroquiales.
4. Buscando soluciones a la escasez de personal y de recursos materiales, estructurales y organizacionales.
5. Educación en materia de comunicación y nuevas tecnologías, presentándolas como componentes esenciales de la formación de todos los que se han comprometido en la actividad de la Iglesia: seminaristas, sacerdotes, religiosos y religiosas o animadores laicos.
6. El uso correcto de las nuevas tecnologías nos provoca usarlas para bien, para comunicar el mensaje y para que en la Iglesia haya mayor fluidez comunicacional.

#### Fortalezas

* Personal capacitado
* Disposición de servir
* Experiencia
* Cercanía con los grupos
* Talento en el manejo de las herramientas
* Creatividad

#### Oportunidades

* La transversalidad
* Aprovechar las parroquias
* Transmitir el conocimiento
* Formación doctrinal
* Aprovechar medios

#### Debilidades

* Falta Instalaciones físicas
* No contenido infantil
* No conocer la población
* Falta de apoyo de la comunidad
* Falta de consolidación en los grupos

#### Amenazas

* Abandono del trabajo
* Pandemia
* Apatía, monotonía y superficialidad
* Contenido hueco o vacío

### 3.3 Usar correctamente las nuevas **tecnologías** para comunicar el mensaje (Evangelio) y para que haya mejor comunicación dentro de la Iglesia

1. Establecer nuestra dimensión a nivel diocesano: teniendo en cuenta las relaciones entre el lenguaje de la fe y el uso de los nuevos lenguajes en el campo digital; promoviendo la participación de grupos y movimientos y toda la comunidad eclesial; aportando un gran empuje de creatividad, que permita emprender con valentía los nuevos recorridos de la cultura y de la comunicación.
2. La tecnología no es algo neutro, tiene implicaciones axiológicas (valores de las personas), en estos nuevos tiempos hay que aprender los nuevos lenguajes.

#### Fortalezas

* Talento en el manejo de las herramientas
* Unir personas en comunidades virtuales
* Creatividad
* Somos investigadores

#### Oportunidades

* Aprovechar medios
* Crear espacios para evangelizar
* Formación en el recto uso de las nuevas tecnologías

#### Debilidades

* Falta Instalaciones físicas 4
* Perder el objetivo
* No saber comunicar adecuadamente el mensaje
* Falta de consolidación en los grupos 6
* Falta de recurso humano
* Pocos recursos económicos
* Poco material de trabajo

#### Amenazas

* No tener fuentes confiables
* Reusarse al uso de la tecnología
* Hackeos caídos de paginas
* Ignorancia o desinformación
* Perdida de la importancia de lo sagrado

## 4. Modelo Operativo

Una vez identificados los objetivos que se derivan de la Fundamentación Teológica (Modelo Ideal) y la realidad donde se encuentra el trabajo de la Dimensión respecto a cada objetivo (Modelo de Situación y Modelo Diagnostico), definiremos que vamos a hacer para movernos de la realidad a lo ideal mediante la identificación de proyectos o planes estratégicos (Modelo Operativo) que llevaremos a cabo en un lapso de tiempo definido y con una persona identificada que coordinara el trabajo de todos los involucrados en cada proyecto y rendirá cuentas del avance al Sacerdote encargado, al Sr. Obispo, al Presbiterio, y a toda la Diócesis.

En el Modelo Operativo se describen de manera general los proyectos, los cuales se llevarán a cabo en la etapa de implementación a nivel diocesano, que sigue al terminar los trabajos del Método Prospectivo.

### Proyectos Estratégicos para alcanzar los objetivos:

### 4.1 Crear un centro de datos Diocesano para compartir información relevante

Un centro de información para la Diócesis en general y otro centro de información para el presbiterio

Coordinador: Sofia Albarrán

Fecha de inicio: mayo de 2022

Fecha de implementación: diciembre de 2022

### 4.2 Capacitación en uso de redes sociales y diseño grafico

Talleres para el Presbiterio

Coordinador: Gabriela Rodríguez

Fecha de inicio: mayo de 2022

Fecha de implementación: diciembre de 2022

### 4.3 Capacitación para la Evangelización Digital

Coordinador: Vicente López

Fecha de inicio: mayo de 2022

Fecha de implementación: diciembre de 2022

### 4.4 Campaña dirigida al presbiterio y servidores parroquiales sobre la importancia de la Dimensión

1. Campaña de Marketing
2. Posicionar la identidad de la Dimensión
3. Imagen institucional

Coordinador: Pedro Solorzano

Fecha de inicio: mayo de 2022

Fecha de implementación: diciembre de 2022