ANÁLISIS Y PROPUESTA DE USO RESPECTO A LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN USADAS EN LA IGLESIA LA ALIANZA SEDE LEÓN XIII POR EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES

JOSÉ MANUEL LOAIZA RIVAS

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
SANTIAGO DE CALI
2017

ANÁLISIS Y PROPUESTA DE USO RESPECTO A LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN USADAS EN LA IGLESIA LA ALIANZA SEDE LEÓN XIII POR EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES

JOSÉ MANUEL LOAIZA RIVAS

Proyecto de Grado para optar al título de
Comunicador Social-Periodista

Asesor
Andrea Catalina Buenaventura

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS

COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

SANTIAGO DE CALI

2017

Tabla de contenido.

RESUMEN 4
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 7
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. 8
1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN 10
1.3 SISTEMATIZACIÓN 10
2. JUSTIFICACIÓN 11
3. OBJETIVOS 15
3.1 OBJETIVO GENERAL 15
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS 15
4. MARCOS DE REFERENCIA 15
4.1 MARCO CONTEXTUAL 16
4.2 MARCO DE ANTECEDENTES 21
4.2 MARCO TEÓRICO 24
5. Diseño metodológico 27
5.1 Cronograma 29
6. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN 31
6.1 DIAGNOSTICO DEL USO DE LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÒN QUE EXISTEN EN LA IGLESIA LA ALIANZA SEDE LEÒN XIII 31
6.2 IMPLEMENTACIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÒN ..... **¡Error! Marcador no definido.**
6.3 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PROPUESTA 42
6.3.1 Departamento de comunicaciones 43
6.3.1.2 Áreas y deberes 43
6.3.2 PROYECCIONES DE TRABAJO 45
6.3.3 Plan de básico de intervención y herramientas audiovisuales requeridas. 46
6.3.4 Impactos esperados y proyección a futuro 48
7. CONCLUSIONES Y HALLAZGOS 49
8. BIBLIOGRAFÌA 52

RESUMEN

El Departamento de Comunicaciones de la Iglesia La Alianza Sede león XIII ubicada en la comuna 11 de la ciudad de Cali, tiene la tarea de ser el puente de comunicación entre el propósito de la iglesia por medio del pastor a los feligreses.

La investigación se centra en el desarrollo de una estrategia de comunicación y de esa forma, identificar los comportamientos habituales con base a la percepción organizacional sobre el manejo de comunicaciones dentro de la iglesia, teniendo un grupo selecto con necesidades específicas donde el mensaje debe de llegar de la misma manera.

El frente metodológico para abordar cada agrupación, lleva a que por medio de la comunicación asertiva y la estrategia de comunicación abarque a la comunidad infante de la iglesia, al grupo de adolescentes, grupo de jóvenes, adultos, adultos mayores y personas con discapacidad visual, auditiva y de movilidad; utilizar alternativas de comunicación para abordar cada caso específico requiere de claridad al conocer cada rango de población.

Llegar a cada caso dependiendo la población es un discurso comunicativo y una pieza distinta, cada publicación se hace pensando en público específico para que la comunicación sea más asertiva.

La intervención del departamento de comunicaciones es de hasta cuatro días a la semana, el proyecto plantea una estructura clara para las intervenciones y con los equipos conformados que arroja la investigación, se hace factible una correcta intervención audiovisual y de contenido protocolario que permita la eficiencia de los servicios que La Alianza realiza.

El mejoramiento del Departamento de Comunicaciones y la sincronía con las herramientas de comunicación que la iglesia La Alianza Sede León XIII cuenta, son una estrategia clave que busca potencializar su uso para mayor calidad en su contenido y por último sugerir herramientas para la pronta adquisición.

INTRODUCCIÓN

Quien oriente el departamento de comunicaciones, tiene el dominio de formular planeaciones para el mejoramiento de las actividades y mantener un rol activo para lograr potenciar al grupo de trabajo mediante actividades que requieran intervención del departamento para llevar una puesta en escena y mecanismos de comunicación que aborde al público específico, es por ello que la estructura del departamento debe salir de un comunicador social que entienda sobre estrategias de comunicación, comunicación interna en empresas, análisis de contenido y propuesta de mejora para las falencias encontradas en el proceso ya empezado

La iglesia siente la necesidad de establecer una comunicación más estructurada hacia la congregación; con el crecimiento que la iglesia presenta mes a mes, es vital captar la atención para que puedan tener una información concreta de lo que sucedió, sucede y sucederá, con el fin de promover la participación a las actividades a realizar y de dar un mayor impacto al transmitir un mensaje desde el altar, la comunicación es de forma descendente puesto que "Permite mantener informados a los miembros de una organización de todos aquellos aspectos necesarios para el correcto desarrollo de sus tareas" (Bernués – Comunicación vertical en la empresa - S.F) donde el canal del mensaje va desde un emisor hacia un receptor.

El Departamento de Comunicaciones, bajo la directriz planteada se encargaría de ser un área que afecte directamente la intervención de cada ministerio que cuenta la iglesia. Así como el pulgar de la mano permite tener un contacto directo con cada dedo de la mano, lo mismo es el Departamento de Comunicaciones para la iglesia, su funcionamiento es trasversal al mecanismo monárquico que donde los ministerios son los pilares de las funciones activas de la iglesia y comunicaciones es quien suministre material y diseñe canales de comunicación para cada área en específico.

Desde la comunicación social, estructurar el departamento de comunicaciones es un incentivo para apreciar la palabra de Dios desde diversos puntos de vista, donde se evidencie de forma notoria las temáticas planteadas por la dirección de la iglesia, en este caso la planeación de la pastora general, y con ello encontrar mecanismos de comunicación que permitan a La Alianza hablar un mismo lenguaje.

Por medio de las herramientas de comunicaciones, el departamento ejerce su labor a servicio de la iglesia, el diagnóstico que se realiza a las herramientas utilizadas dan un balance mínimo de lo que verdaderamente podría ser un gran alcance en el contexto audiovisual y por medio de los medios de comunicación existentes en la iglesia, facilitar rutas de información con el fin de lograr una comunicación horizontal, donde el dialogo es permanente y la interacción entre el medio, lideres ministeriales e integrantes lleven a que todos hablemos un mismo lenguaje.

El diagnóstico realizado a las herramientas de comunicación utilizadas por el Departamento de Comunicaciones, muestran la necesidad que requiere un equipo que realice contenido audiovisual con el que busca informar actividades y hechos pertinentes de la iglesia hacia la congregación.

Conocer la población a la cual se le presentará la información de las actividades o de hechos relevantes, es de vital importancia, porque llevar un mismo mensaje por diferentes canales de comunicación sin que su mensaje se distorsione hace parte de una planeación previa y un trabajo de sincronía que encierra saberes multimediales y un trabajo de investigación previo para analizar cómo sería la distribución del contenido.

La razón por el cual el Departamento de Comunicaciones funciona es para encargarse de brindar acompañamiento en cada actividad, para suministrar apoyo en logística e intervención audiovisual, para entablar una comunicación más directa con la iglesia y los participantes, para desarrollar canales de comunicación a los diferentes frentes, como lo son, niños, adolescentes, jóvenes, adultos, adultos mayores, población con diferentes capacidades y esto se logra gracias al grupo

que conforma el Departamento de Comunicaciones y herramientas de comunicación que la iglesia pueda brindar.

Si bien, el departamento tiene un grupo de doce personas y diversas herramientas de comunicación, en ocasiones no son aprovechadas de la mejor forma.

La investigación es de método cualitativo, con metodologías de Etnografía, “la investigación etnográfica hace referencia al estudio directo de personas y grupos durante un cierto periodo, utilizando la observación participante o las entrevistas para conocer su comportamiento social” (Giddens (1994)), de esta forma se comprende costumbres sociales dentro de la iglesia, la observación participante que va inmersa de la etnografía proporciona insumos para el contenido del trabajo, por medio de la recolección de datos y la técnica de grupos focales permite escuchar inquietudes y analizar puntos de vista.

El fin de la investigación es analizar el impacto que tuvo el Departamento de Comunicaciones y con base a ello generar una estrategia de comunicación que permita reestructurar al departamento, dejando establecido las funciones de cada área, responsables y acciones directas que se deben cumplir para que el proceso interno dentro de La Alianza no se detenga y de esa forma cumplir con intervenciones de más peso que pueden implicar la planeación de un evento masivo utilizando diversas herramientas de comunicación que aportarían a la actividad, como puede ser una intervención para una actividad que no requiera de tanto protocolo , teniendo en cuenta que el mensaje siga siendo el mismo, hablar un mismo lenguaje

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**. ´

Las intervenciones del Departamento de Comunicaciones para la iglesia La Alianza Sede León XIII son intervenciones que limitan la creación y generación de nuevos contenidos para abordar las actividades puntuales de forma adecuada, no se logra definir intervenciones para el público responsable de las actividades. Cada intervención por parte del departamento es siempre el mismo, no varía en las alternativas de comunicación con las que podría generar mayor dinamismo, mayor asistencia de los participantes, mayor percepción del contenido audiovisual que se hará público hacia la congregación.

Las actividades y las intervenciones no son las únicas formas de actuar dentro del departamento, las publicaciones que se realizan para la difusión, pasa por un proceso de diseño y es publicada por las pantallas de la iglesia, publicada en la red social Instagram y como canal de difusión, la transmisión por redes sociales.

La iglesia está por una transición que implica trabajar de la mano de las comunicaciones, para que, por medio de esa área, cada servicio, cada actividad, cada publicación, cada estrategia de evangelización, cada canal de comunicación sea un mecanismo por el cual pueda transmitir la palabra de Dios con un mensaje claro.

Las falencias de comunicación dentro de la iglesia, radica en el poco acompañamiento que se le hace a cada ministerio y a cada área de trabajo, no hay una estrategia general que permita la sincronía de cada grupo de trabajo, cada grupo trabaja por separado, el departamento reconoce esa falencia, pero de ningún modo actúan para abordar los problemas de comunicaciones internos que se presentan.

Las características del departamento se basan en permanecer con las intervenciones y el plan de acción que se vienen realizando, innovar no es una opción por las falencias que se presentan.

se presenta la necesidad de generar no sólo contenido audiovisual, sino de elaborar una estrategia de comunicación que pueda apoyar el mover de cada ministerio, que la iglesia entienda que las comunicaciones dentro de la iglesia es proyectar los versículos bíblicos y letras de canciones, por el contrario, potenciar el evangelio, potenciar la imagen de la iglesia, el sentido de pertenencia por la iglesia, conocer procesos internos que se manejan y generar un nuevo ambiente de adoración.

Todo ello nace gracias al uso adecuado de una estrategia de medios, por generar contenido que impacte a la membresía de la iglesia y entablar un orden dentro del servicio para evitar silencios, cada participante debe sentir que desde el momento que entre a la iglesia se respire una atmosfera completamente diferente a lo que podría encontrar en cualquier organización.

Una estrategia de comunicación que sea eficiente permite que la comunicación tome nuevas alternativas, desde las trasmisiones, pasando por la difusión de contenidos y culminando en percepciones que sirvan como agentes de evaluativos del proceso.

Para ello, la intervención de un comunicador social en reforzar el Departamento de Comunicaciones, ayuda a cumplir objetivos, identificar roles para el personal que involucra el departamento, mantener un estándar de calidad en el contenido que se presenta y la forma de publicación.

1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo a través de un proceso interno y diseño de comunicación, el Departamento de Comunicaciones aporta a la iglesia La Alianza Sede León XIII mecanismos de comunicaciones para afrontar el público al cual se dirige, teniendo en cuenta los grupos de edad, discapacidades físicas y necesidades de comunicación por mejorar?

1.3 SISTEMATIZACIÓN

¿Es relevante que las iglesias tengan un departamento de comunicaciones?

¿Qué herramientas de comunicación aportan al mejoramiento de la comunicación dentro de la iglesia?

¿Qué impacto aporta la estrategia de medios para la congregación?

¿Hay buenas percepciones gracias a los contenidos elaborados?

2. JUSTIFICACIÓN

La importancia de conocer el uso correcto y estratégico de un departamento de comunicaciones facilita conocer la respuesta a las necesidades de la comunicación en la congregación, las diferentes herramientas permiten comunicar, pero no solo se debe quedar en ese punto de información, “La comunicación es un arte y el recurso que usemos (radio, televisión, impresos, web, redes sociales) para que el mensaje llegue a las personas es vital, como vital es el profesionalismo con el que se da tratamiento a dichos recursos” (Pirela, La era de los medios, Noviembre /13 /2014) tratar este tema con profundidad para lograr la compaginación entre quien pasa a ser el emisor y el receptor del mensaje.

El Departamento de Comunicaciones tiene la función de garantizar el flujo interno y externo de la comunicación entre directivos hacia feligreses, los recursos implementados son limitados, y aunque su alcance a la hora de masificar la información es notorio, las falencias en la estructura y contenido que se presenta no siempre es el más practico a la hora de definir si es una campaña o evento particular.

Las herramientas de comunicación utilizadas en la iglesia son pocas, y las que usan deberían tener un mejor uso de la misma; se cuenta con tres pantallas de video, dos computadores que controlan la imagen de la iglesia, eso incluye presentar prédicas escritas, letra de canciones, afiches informativos y publicidades; se cuenta con un computador para controlar la grabación del audio, una cámara de fotografía profesional, redes sociales como lo son Instagram y Facebook, y un stand de información.

El aporte de este departamento que hace parte en el área administrativa de la iglesia es vital para el desarrollo de los servicios y actividades propuestas, éste cumple con necesidades básicas y fundamentales como lo es la amplificación del audio por medio de consola y equipo de sonidos con su respectiva logística de audio, el manejo y reproducción de contenido audiovisual para facilitar ayudas a la

congregación por medio de dos proyectores de videos y un cubrimiento fotográfico que logra captar cada aspecto relevante y específico de la actividad realizada.

Dentro del departamento de comunicaciones están el área de Dirección y protocolo, Diseño, Periodismo, Audio y Decoración, en las cuales se vendrían a ejecutar unas tareas específicas utilizando las herramientas ya mencionadas

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE PARA LA COMUNICACIÓN ESTE TRABAJO?

Para toda organización es de vital importancia la comunicación, y en la iglesia, que es el lugar donde entregas un servicio para un beneficio en común y glorificar el nombre de Dios es de vital importancia realizar un servicio de calidad, para ello, no solo se debe tener disposición y ganas de emprender en la obra que Dios ha puesto en el corazón del hombre que sirve en este departamento de comunicaciones , sino también dotar el área de servicio con herramientas que permitan dar mayor calidad a la hora de ser utilizadas para el beneficio de la iglesia.

Sócrates pensaba que se debía restaurar el valor del lenguaje como vehículo de significaciones objetivas, y hoy en día el uso del lenguaje trasciende no solo de forma oral, sino a través de todo lo que comunique y pueda dar algún mensaje y contenido. En esta ocasión, son por medio de herramientas de comunicación que permiten por medio de piezas audiovisuales transmitir contenido práctico.

Los lazos de comunicación entre la cabeza de la organización y sus participantes no pueden ser vista de forma jerárquica, donde la información está en lo más alto de la cúspide, sino más bien, debe ser vista de forma horizontal, debe ser vista como una conversación directa entre tú y una persona, “la conformación de una estructura horizontal en la que cada nodo adquiere relevancia. Muchos sujetos pasan de ser pasivos a activos. Como es obvio, todavía perdura una escala en el tamaño de los nodos y hay, por otra parte, una brecha digital que impide a muchas personas

conectarse, pero la estructura radial permite una posibilidad de comunicación expansiva que antes estaba reservada a pequeños grupos de poder. Para estos, hoy, es más complicado condicionar, coartar o impedir la información." (Alberdi Javier, La comunicación horizontal se impone a las estructuras verticales de poder 29.06.2017)

No se trata de solo informar o de visualizar una actividad pertinente; estas herramientas se encargan de transmitir el mensaje de manera directa y funcional.

Las redes sociales, los computadores, el proyector de video, la pantalla de proyección, la cámara fotográfica, los boletines mensuales, las publicaciones semanales, las cadenas por Whats Aap y demás herramientas, son claves para hablarle al receptor, y más que eso, es dejar una enseñanza y participación funcional.

¿Cuál es la importancia de este trabajo?

Las iglesias ubicadas en las ciudades principales de cada país, tienden a utilizar las herramientas de comunicación y a conformar un departamento de comunicaciones que las opere, para cumplan diferentes funciones comunicativas que llevan a comunicar un mensaje, a entregarlo con claridad y buscar participación y aceptación dentro de los feligreses.

Es necesario que las iglesias opten esta postura para extender su mensaje a más personas y brindar una calidad en la atención. Pero ¿Qué pasa con las iglesias que no saben cómo implementar esta nueva forma de operar en la iglesia utilizando herramientas de comunicación?

Este trabajo permitirá crear contenido sustentable y una guía para que iglesias que deseen estructurar un departamento y hacer uso de sus cualidades puedan aplicarlo. Dentro de la iglesia La Alianza Sede León XIII se busca crear más

contenido práctico para lograr mayor impacto en la comunidad que asiste a la congregación, brindar una estrategia y bases teóricas para la implementación de nuevas herramientas que permitan ser más prácticos a la hora de los eventos semana tras semana, y esto con el fin de brindar calidad técnica y profesional a la hora del servicio

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia de comunicación que permita al Departamento de Comunicaciones brindar apoyo a las necesidades de comunicación que presenta la iglesia La Alianza Sede León XIII por medio de estrategias de medios.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diagnosticar el uso de las herramientas de comunicación que existen en la iglesia “La alianza” Sede León XIII
- Implementar estrategias de medios para el mejoramiento de la comunicación y lograr estrategias prácticas para el desarrollo de las actividades.
- Mejorar los procesos y la estructura del departamento de comunicaciones para tener mejor funcionamiento interno con respecto al uso adecuado de las herramientas de comunicaciones

4. MARCOS DE REFERENCIA

4.1 MARCO CONTEXTUAL

Las herramientas de comunicación usadas correctamente, son de vital impacto para la realización de contenidos que brindan dar un mensaje claro.

Los equipos audiovisuales no se manejan por sí solos, un equipo debe equiparse para empezar a obrar en ellos. en el lugar donde se realiza esta investigación se evidencia la unión colectiva de un grupo que genera contenido audiovisual.

Ésta es una iglesia que da sus primeros pasos en poder llevar el evangelio, un mensaje y un resultado que evidencie el trabajo elaborado en pre-producción, producción y pos-producción. Si bien hay otras sedes de esta denominación, no todas cuentan con un departamento fijo para operar dentro de la iglesia.

En sus inicios, la iglesia contaba con una planta de sonido que funcionaba para la amplificación de la voz y de los instrumentos musicales; en su momento no era considerado como parte esencial que cabría dentro del departamento de comunicaciones, después, la implementación del video Beam con su telón para proyectar. El fin era mostrar la prédica con citas bíblicas y que sirvan como ayuda para las personas que no llevan una biblia consigo.

Al computador con el cual proyectaban, se le descarga un programa que hoy sigue siendo funcional y es EasyWorchip**.** Esta aplicación es práctica para su manejo dentro de la iglesia y su función es limitada.

Hasta hace dos años, esas eran las condiciones con la que se trabajaba, aunque no tenía por nombre “Departamento de comunicaciones”, para las personas, quién se encargaba de dicho trabajo es “El que proyecta”.

Si bien, la mayoría de iglesias ubicadas dentro de un área metrópolis, ciudades, y algunos pueblos; estas cuentan con funcionamiento dentro del mundo audiovisual,

para hacer de las prédicas algo que pueda generar apoyo, información, participación y generar ambientes agradables para estar dentro de la presencia de Dios.

Planetshakers es una iglesia que expande sus fronteras en tres de los cinco continentes, y su sede principal se encuentra en Melourbune (Australia), cuenta con más de 10.000 asistentes en su sede principal, y a través de sus herramientas de comunicación, el equipo de producción realiza un trabajo de ambientación. Ahí se cubren áreas de manejo en sonido, iluminación, fotografía, transmisión en vivo etc.

"En Planetshakers, siempre estamos buscando nuevas formas de expresar creativamente la grandeza de nuestro Padre Dios. Creemos que las cosas más bellas e inspiradoras nacen por el Espíritu Santo y se expresan de tal manera que inspiran a otros a adorar a Dios."

" Recuerda – las personas que pueden ajustar los monitores de video, establecer niveles y ejecutar programas de computadora son relativamente abundantes – pero las personas que entienden cómo usar efectivamente los medios de comunicación como vehículo para alcanzar el mundo con el Evangelio son pocas y distantes entre sí" (Cooke, febrero 16- 2017, Cómo ayudar a tu pastor o líder a tener una visión para los medios de comunicación)

Y si bien, en muchos escenarios y congregaciones, hay quejas por la falta de presupuesto a la hora de adquirir alguna herramienta de comunicación. En un gran porcentaje, se debe a que el pastor no siente la necesidad de implementar las comunicaciones dentro de la iglesia, así que para departamentos que recién están empezando, se les recomienda paciencia y en caso tal de tener algún que otro recurso, es saber cómo aprovecharlo de la mejor forma.

La alianza es una organización conformada por ciento de sedes a nivel mundial, y a nivel nacional cuenta con más de 320 sedes ubicadas en distintos lugares del país, cada sede tiene su necesidad, misión, visión y un mismo credo.

Como en toda organización, existe una jerarquía conformada por el reverendo (pastor y director nacional), pastores regionales que conforman el equipo a nivel nacional y pastores locales. La necesidad de comunicarse y transmitir un mismo mensaje es prioritaria y de gran importancia es por eso que nace el departamento de comunicaciones (a nivel nacional) y debido a la gran cantidad de sedes no es fácil abarcarlas todas, por esa razón nacen los departamentos de comunicaciones a nivel local (en cada sede) donde sus labores varían dependiendo el lugar y responsabilidades que sean asignadas.

Ahora bien, el departamento de comunicaciones Local está sujeta a esta directriz, si bien las tareas son muchas, hay un equipo establecido en cada área.

Se cuenta con un director estratégico; éste tiene vínculos de comunicación con la coordinación pastoral, es decir que ya tiene un cronograma de activadas y de esa forma hacer la estrategia de cubrimiento.

Hay un equipo encargado de proveer amplificación de sonido; y más que solo conectar una consola de audio para la iglesia, es utilizar esa amplificación para ser una herramienta que aporte a la comunicación de forma auditiva, y para ello se debe contar con buenas ecualizaciones, un equipo de sonido de calidad para que el mensaje sea más claro y directo. Pero si bien, esta área procura ambientar en cada escenario y evitar que existan los vacíos o silencios que en su mayoría se torna “incómodo” o “molesto” por la distracción de las personas. Es por eso que se trata captar su atención con un mensaje amplificado.

Dentro de la producción audiovisual se cuenta con una cámara fotográfica profesional (Cannon T5), y aunque deberían ser más, con la que hay se realizan cubrimientos fotográficos y videoclips para un próximo anuncio. Su tarea no es solo

tomar fotos, sino ser empático con las personas para que esta no sea reacia ante la cámara.

La producción audiovisual es vital para mantener la iglesia enterada de actividades resientes, pasadas y venideras; es por eso que cumple una función vital para la comunicación de la iglesia.

Los de diseño si bien dan su cuota para los anuncios gráficos que se manejan en redes sociales, volantes, afiches, boletines, proyectores (Video beam), esto se debe al contenido que “producción” realiza dentro de sus cubrimientos y es entregado a esta área para que sean transformadas en piezas gráficas listas para ser publicadas. Pero ¿qué pasa cuando no hay una imagen brindada por producción audiovisual? -si bien, cada imagen es importante, pero cuando el fotógrafo no pueda o no tenga una imagen para la ocasión, Diseño se encarga de elaborar una imagen con la información del evento, utilizando programas como Photoshop, After Effects, Sony Vega, Ligthroom, entre otros y de esta forma, suplir una necesidad momentánea.

Directrices:

El departamento de comunicaciones está sujeto a una maya y estructura a nivel nacional.

Este departamento de comunicaciones en la sede león XIII, es una extensión administrativa dentro de la iglesia, es la mano derecha del equipo pastoral y sus responsabilidades son esenciales para lograr transmitir información puntual y lograr una participación activa dentro de los feligreses.

Ubicación:

El departamento de comunicaciones se encuentra alojado dentro de la iglesia la Alianza Sede León XIII en la carrera 32 #34-17 en la ciudad de Cali. La iglesia posee

un cuarto específicamente para el departamento, donde se desarrollan las funciones puntuales dentro de los servicios.

Recursos Materiales

El departamento de comunicaciones cuenta con una consola de audio, cables que lo acompañan y equipo de micrófonos que lo acompañan, dos computadores (uno portátil y otro de mesa), una cámara profesional, dos proyectores de videos con sus respectivos telones.

Servicio Voluntario

El departamento de comunicaciones cuenta con once personas y cada uno hace parte de un equipo de trabajo.

Cuadro de Servicio Voluntario

Nombre	Funciones	Equipo
Alejandro Obando	Director	Director
Jeison Toloza	Manejo de software	Tecnología
Emerson Toloza	Sonidista	Audio
José Manuel Loaiza	Periodista - Fotógrafo	Audiovisuales
Jonathan Puentes	Fotógrafo - Diseñador	Audiovisuales
Daniel Martínez	Diseñador de contenidos	Diseño
Yineth Barboza	Sonidista .	Audio
Lesly lucumí	Proyección y diseño	Diseño
Lina lucumí	Proyección y planeación	Promoción
Cristian Henao	Proyección y web	Tecnología
Kevin celorio	Proyección	Audiovisuales

4.2 MARCO DE ANTECEDENTES

En el presente marco, se aborda esta investigación desde la comunicación organizacional, viendo a la iglesia como una empresa que busca mejoramiento interno y externo en el área de comunicaciones para suplir necesidades básicas y precisas que la organización presenta.

Hay trabajos que abarcan este proceso, uno desde la creación organizacional para estructurar un departamento de comunicaciones, publicado en febrero del 2013 en la Universidad de Cartagena, publicaciones realizadas por soluciones juveniles respecto al manejo de comunicaciones dentro de la iglesia.

Referencias teóricas

Pablo Damián Tramannoni Pozzi, obtuvo el título en Licenciatura en Publicidad (2006) titulada “Marketing religioso: la estrategia de marketing que la iglesia Universal del Reino de Dios utiliza en la ciudad de Rosario”.

En su análisis sobre la Iglesia Universal del Reino De Dios, muestra como medios de comunicación son influenciadores en la sociedad y en sus participantes, también mostró como una iglesia se puede mantener activa y ésta como puede ser de influencia en varios aspectos políticos, de marca y de opinión.

Nombra como la radio y la televisión son ganchos para que semana tras semana haya más avistamiento en los cultos y como esta se ha podido expandir a lo largo de las localidades. Para quienes no son afines en ir a la iglesia por diversos factores, es por eso que estos dos medios llevan el mensaje más allá de las cuatro paredes. Llevarle un programa y la transmisión de un culto a las personas que se encuentran en sus hogares, es prometedor y de gran impacto.

Si bien, esta postura sobre la capacidad que una iglesia tiene dentro un medio de comunicación y como puede ser de impacto, si cuentas con herramientas

adecuadas para la generación de estos contenidos se puede aplicar dentro de cualquier institución que lo desee, y cuente con los recursos monetarios para ello.

La tesis sobre la *Creación del departamento de comunicaciones en la iglesia cristiana familiar ríos de vida* (Batista, Escobar, Reyes, 2013) muestra sobre una comunicación orientada en dos ramificaciones, como lo es la comunicación interna y externa, donde las herramientas usadas son las siguientes.

De manera interna se utilizará redes sociales, correos electrónicos, circulares, comunicados de prensa. De forma externa se manejará boletines de prensa, programa de televisión, emisora online, videos institucionales y comunicados en redes sociales.

Con relación al departamento de comunicaciones, sus funciones se basan sobre unos ejes que si bien, hace parte de cada profesional que cuenta la Iglesia Cristiana Familiar Ríos de Vida; pero aporta en parámetros para mi investigación. Uno de los ejes es investigación, por el momento, el departamento de comunicaciones de la Alianza Sede León XIII no cuenta con ningún profesional todavía, la investigación es un método para la realización de cualquier contenido, el no ser ajeno ni tampoco aislado de la comunidad (feligreses) permite mayor cercanía y de esa forma, conocer sus inquietudes.

Un departamento de comunicaciones que opera dentro de una empresa, debe ver la comunicación de diferentes enfoques, “La comunicación es el proceso social más importante, por la capacidad que tiene de simbolizar las ideas y emociones de un ser humano para que otros los conozca y viceversa. Por lo tanto, ya que la comunicación se origina en cualquier relación humana, está y estará presente en la organización.” (Ramos, “La comunicación organizacional: un acercamiento necesario", en Contribuciones a las Ciencias Sociales, noviembre 2011). El departamento debe fluir para lograr generar esas sensaciones en su población, la necesidad de comunicarse

Dentro del desarrollo a tratar para entender la población de La Alianza Sede León XIII y la participación activa que ésta tiene gracias a los mensajes emitidos, transmitidos y reproducidos, es por eso que “La Escuela de Chicago fue la primera es destacar la importancia de los medios de comunicación en la sociedad y la interacción social. Los investigadores de esta escuela no se limitaban al modelo lineal clásico de emisor > mensaje > receptor, sino que veían la comunicación como un proceso simbólico, y este proceso es que el que mantiene a la sociedad”, la necesidad de informar se hace necesario cuando se desea participación y asistencia. Se debe analizar la población y cada una de sus características en su entorno etnográfico, socio económico, rangos de edades y limitaciones físicas “Es por esta razón que la metodología empleada en la Escuela de Chicago se conoce como etnográfica, ya que estudia las costumbres y tradiciones de los pueblos” (La Escuela de Chicago – su visión de la comunicación- 2011).

4.2 MARCO TEÓRICO

La base teórica de esta investigación se centra en comprender términos particulares, como lo es estrategias de comunicación, herramientas de comunicación, departamento de comunicaciones, contenido audiovisual, y de esta forma entender la necesidad práctica de cada concepto y como son implementados para concluir con el trabajo.

El Departamento de Comunicaciones de la Alianza Sede León XIII tiene el compromiso de ser un canal de comunicación, entre la visión central del pastor junto a la temática que se maneja y los asistentes de dicha congregación. Para ello, es necesario entender el público y la orientación del culto (Jóvenes, oración, familiar), y de esa forma, implementar contenido audiovisual enfocado en la temática correspondiente "Se define el contenido audiovisual como cualquier producción que contenga una sucesión de imágenes y/o audio susceptible de ser emitida y transmitida. Incluye todos los contenidos cinematográficos, televisivos, radiofónicos o multimedia y es independiente de la naturaleza de su contenido y del medio a través del cual será transmitido." (Contenido audiovisual, Aguilar 30-9-09) estas piezas o contenido audiovisual cumplen con la función de ser una herramienta de apoyo y se convierten en partes fundamentales del servicio.

Continuando con la implementación de teorías se comprende que este trabajo está sujeto a una comunicación organizacional para la creación de una estratega de comunicación interna y externa de La Alianza Sede León XIII, Fernández Collado define la comunicación organizacional como "el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio", también la se aborda desde "Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos"[2].

Dentro de la comunicación interna definida como “actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes originados por los diversos medios de comunicación, con el objetivo de proveer comunicación, unión, motivación y así alcanzar las metas establecidas por la organización” (Rodríguez Guerra Ingrids. 2005, febrero 17. Teorías de la comunicación organizacional). El departamento de comunicaciones entiende la necesidad que se debe trabajar con base a la comunicación interna y buscar por medio estrategias prácticas la participación de los asistentes, teniendo en cuenta que los mecanismos de participación de La Alianza Sede León XIII son interactividad en las prédicas lograda por el departamento de comunicaciones, utilizando los proyectores de video y sus respectivas pantallas; por otro lado, la participación de los asistentes es participar de las actividades locales, regionales y nacionales que dispone La Alianza y cómo el departamento de comunicaciones aporta en esa participación que debe ser clave para que el desarrollo de las actividades se realice de manera eficaz.

Mi trabajo de grado radica en la implementación de una estrategia de comunicación que permita el trabajo práctico y de forma profesional y como primera medida, es realizar un análisis pertinente para entender el uso actual de departamento y con base en ello, proponer una estrategia adecuada, “Se puede definir al diagnóstico como un proceso analítico que permite conocer la situación real de la organización en un momento dado para descubrir problemas y áreas de oportunidad, con el fin de corregir los primeros y aprovechar las segundas” (El Diagnóstico Organizacional; elementos, métodos y técnicas. S F) una vez culminado el proceso de análisis, se abarca la estructuración del departamento.

Otra característica fundamental de esta investigación es el uso adecuado de las herramientas de comunicación para lograr una participación notoria por parte de los integrantes y para aplicar a una mejor productividad dentro del servicio “Se llama herramientas de comunicación a aquellas que utilizan las tecnologías de la información y comunicación como medio para desarrollar capacidades de diálogo,

de discusión y debate, de interacción y comunicación y, en definitiva, de información.” (Copyright Alfin EEES).

La conformación de un departamento de comunicaciones en las organizaciones, empresas, ONG, iglesias, entre otras, es de vital importancia, debido a que el equipo encargado de las comunicaciones, debe velar por el mejoramiento interno y externo del lugar donde se está ejerciendo “Los departamentos de comunicación tienen como objetivo principal difundir la obra mediante todos los canales posibles, elaborando el material necesario para ello. Por lo tanto, realizan una doble función interna y externa de acuerdo con la planificación estratégica. Se requiere un equilibrio externo en cuanto a la distribución de material y programación de entrevistas, de forma que todos los medios estén atendidos y reciban la información al mismo tiempo para evitar susceptibilidades.” (Marcos-Recio, Juan-Carlos; Sánchez-Vigil, Juan-Miguel; Olivera-Zaldua, María. “Evolución de los departamentos de comunicación en las editoriales”. El profesional de la información, 2010, enero-febrero).

Para el departamento de comunicaciones de La Alianza Sede León XIII es de vital importancia entender el poder de las comunicaciones para de esta forma lograr un mecanismo de relaciones públicas con diferentes actores del gremio cristiano y secular y que permitan ser piezas claves para la masificación de la palabra de Dios en diferentes escenarios “Para algunos autores existe unan relación estrecha entre las relaciones públicas, la documentación y la investigación. A juicio de Ramírez (1995: p. 82), el departamento de documentación, análisis e investigación también se encarga de difundir información a todas las personas que componen la organización, no sólo haciendo posible el acceso, sino también preparando y distribuyendo informes solicitados previamente” (Marcos-Recio, Juan-Carlos; Sánchez-Vigil, Juan-Miguel; Olivera-Zaldua, María. “Evolución de los departamentos de comunicación en las editoriales”. El profesional de la información, 2010, enero-febrero).

5. Diseño metodológico

Este trabajo contiene metodología cualitativa y donde cada publicación realizada en la iglesia generará un sentir en la congregación y por medio de métodos de etnografía. El periodismo ciudadano aporta a la cercanía entre el investigador y la población o fenómeno a investigar.

Soy parte activa de la iglesia La Alianza, la comunidad me reconoce y conocen de mis responsabilidades, es por eso que el análisis al funcionamiento del Departamento de Comunicaciones y el uso de las herramientas de comunicación me brindará información necesaria para la recolección de datos. El método de enfoque etnográfico, "Consiste en seguir una serie de acciones de forma metódica que se inician con una observación profunda que permite una excelente descripción de los acontecimientos que tienen lugar en la vida de un grupo a escala cotidiana, en la que se destacan las estructuras sociales, las interacciones, las conductas y las actitudes de los sujetos, lo cual posibilita un proceso de confrontación con la teoría para lograr comprender la significación y construir una interpretación y el sentido de la indagación" (Mejía 1999:132), por otro lado entrevistas a grupos focales ayudarán a profundizar su sentir respecto al departamento de comunicaciones y al trabajo a desarrollar y todo esto se llevará acabo con un plan de acción.

Las edades varían y cada individuo tendrá su punto de vista, este será válido para lograr conclusiones y dar una ruta para lograr los objetivos esperados. Los talleres de dialogo para entrar en dicha capacitación y recolección de la información serán de guía para la base del proyecto, es decir que la iglesia conozca del tema (herramientas de comunicación, departamento de comunicaciones).

Este estudio deja una guía a seguir para lograr el aprovechamiento del tiempo y la aplicabilidad a la iglesia como tal.

Estar dentro del medio me permite tener un panorama amplio de la comunidad y de las herramientas necesarias para lograr un objetivo clarificado

Fases de investigación:

Dentro de la investigación cualitativa encontramos la siguiente fase que se deriva de una primera fase preparatoria, donde hay dos etapas, la reflexiva y diseño.

Este trabajo cuenta con una población ya definida, un grupo específico y objetivos puntuales, el tema es análisis y propuesta de uso respecto a las herramientas de comunicación usadas en la iglesia La Alianza Sede León XIII por el departamento de comunicaciones, las metodologías implementadas serán análisis etnográfico, grupos focales, entrevistas, el sustento teórico proviene de diferentes autores que hablan de estas fases. En la ejecución del diseño, se cuenta con objeto de estudio, métodos de investigación, técnicas e instrumentos que me permitirán extraer y analizar datos para la pronta y eficacia respuesta

Para el trabajo de campo “la investigación cualitativa será todo lo buena que sea el investigador” (Morse 1994a), la persistencia es algo que va sujeta a la planeación que se tenga para poder llevar a cabo todos los procesos de investigación

Una vez recogido los datos, entra en un proceso de evaluación y análisis, saber que contenido recogido sirve para insumo del trabajo y cuál será omitido. Como consecuencia, analizar trabajos que se hayan hecho a lo largo del tiempo y estudiar como su estructura aporta la construcción de mi sustento teórico práctico. En una fase analítica se delimita la información y se construye vías en medio del desarrollo para la continuidad del trabajo y, por último, una fase informativa y publicación.

Dentro de cada fase metodológica, corro con la fortuna de estar involucrado el grupo de estudio, tengo el cargo de “periodista” en el departamento de comunicaciones, y semana tras semana se realizan operaciones de intervención participativa.

La fase preparatoria fue identificar el problema a investigar, el método para lograr dar respuesta a mejoría, se ve evidenciado en cada salida de campo.

Pertenezco a la iglesia La Alianza Sede León XIII hace veinte años, y al departamento de comunicaciones hace dos años; la población a la cual se le transmite el mensaje nos reconoce como fuente de producción de contenidos y cubrimiento durante los servicios, ellos notan desde sus saberes cada falencia y mejoría que el departamento presenta.

Dentro de la congregación se puede extraer grupos focales para escuchar y tener una percepción de sus sentires frente al trabajo realizado, una vez culminado esa experiencia, se entra a la sistematización para la recolección y análisis de datos.

5.1 Cronograma

ACTIVIDAD	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR
Inicio del proyecto	X						
Salida de Campo	X						
Conclusiones	X						
Construcción de contenido audiovisual	X						
Recurso implementado	X						

Conclusión y medición de participación	X						
Construcción del trabajo escrito		X					
Salidas de campo		X					
Conclusiones		X					
Organización trimestral		X					
Ejecución al plan de acción		X					
Análisis y conclusiones en la asistencia		X					
Video de informe trimestral		X					
Pre-producción			X				
Salida de campo			X				
Conclusiones			X				
Realizar guía de entrevista			X				
Mantenimiento a equipos			X				
Salida de campo			X				
Revisión teórica aplicada				X			
Contenido de audiovisual, año nuevo				X			
Publicaciones sociales				X			
Intervención investigativa					X		
Video trimestral					X		
Video comienzo de año					X		
Propuesta de nuevas adquisiciones					X		
Sistematización de grupos focales y datos					X		
Salida de campo						X	
Estrategia de nuevos usos						X	
Producción de contenido						X	
Grupos focales						X	
Sistematización						X	
Estructura y revisión de objetivos							X

Contenido audiovisual y medición de audiencia							X
Cierre de trabajo							X

6. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 DIAGNOSTICO DEL USO DE LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÒN QUE EXISTEN EN LA IGLESIA LA ALIANZA SEDE LEÒN XIII

Como análisis de un diagnostico productivo “Se puede definir al diagnóstico como un proceso analítico que permite conocer la situación real de la organización en un momento dado para descubrir problemas y áreas de oportunidad, con el fin de corregir los primeros y aprovechar las segundas” (El Diagnóstico Organizacional; elementos, métodos y técnicas. S F) El diagnostico al uso de las herramientas de

comunicación utilizadas para la elaboración de actividades lanza resultados positivos y a mejorar

En el departamento de comunicaciones de la iglesia La Alianza Sede León XIII se cuenta con herramientas prácticas y básicas (computadores, proyectores de video, equipo de sonido) que permiten precisar información para el uso de sus actividades.

Para diagnosticar si las herramientas de comunicación cumplen o no su función básica de comunicar, se perciben desde dos posturas: la comunicación interna y la comunicación externa "En el diagnóstico se examinan y mejoran los sistemas y prácticas de la comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles y también las producciones comunicacionales de una organización" (El Diagnóstico Organizacional; elementos, métodos y técnicas. S F)

Para la comunicación interna, el departamento tiene a disposición lo siguientes equipos:

- Tres computadores (dos portátiles y uno de mesa)
- Consola de audio con su respectivo cableado
- Tres proyectores
- Dos pantallas de proyección
- Una cámara fotográfica
- Un juego de luces
- Dos parlantes externos
- Cartelera informativa

Específicamente, las prácticas internas para llevar a cabo una intervención audiovisual hasta el momento por el departamento de la iglesia son:

El equipo encargado de la planeación de actividades (liderazgo) planea un cronograma de actividades para cada año lectivo, las actividades corresponden a la visión de la iglesia y se derivan en cada área ministerial.

A pocos días de la actividad que se llevará a cabo, el director del Departamento de Comunicaciones se acerca al promotor de la actividad, se pregunta por el objetivo de la actividad, las metas que esperan, y definir público al cuál va dirigido.

Al momento de identificar los detalles puntuales de la actividad, se pasa la idea general al diseñador de contenidos; por medio de la imagen en digital, se hace abre un canal de difusión de la información vía Whats App, en redes sociales se publica la imagen que contiene la información de la actividad y el medio para ello, es Instagram, para la iglesia, la publicación es presentada mediante los proyectores y de forma física, mediante la cartelera informativa.

Después de la promoción y difusión del evento, se escoge el equipo de voluntariado que hará la intervención durante la actividad, para ello se requiere de un fotógrafo que realice las tomas pertinentes para el uso interno de la comunicación, un sonidista que esté atento a lo que se percibirá de forma auditiva durante la actividad y la presencia del encargado de la multimedia para presentar mediante las pantallas, versículos bíblicos, letra de canciones, prédica, anuncios, entre otras cosas.

Por último, se publica el material fotográfico en Instagram

Gracias al trabajo de campo que se realizó, es posible afirmar que no se hace una debida intervención audiovisual con estos equipos. Pues, si bien, la intervención es muy práctica y básica, y entra en la monotonía donde siempre llevan y realizan lo mismo, tanto externo como internamente.

Otros Datos	
Software que maneja el equipo de audiovisuales	*El software no hace trasmisiones en vivo con buena calidad de audio y video, el equipo utilizado (EasyWorship) no cumple con las características técnicas de una transmisión estable*

Contenido interno que maneja el equipo de audiovisuales	*No hay contenido moderno para variar en cada intervención en evento especifico, el contenido es el mismo y cada evento cuenta con una intervención monótona* *Se genera poco contenido audiovisual, la creación de imágenes publicitaria cada una semana antes de cada evento macro. En su gran porciento, la creación de imágenes va de puntero, cuando se da brinda apoyo por partes de directivos y jefes de área surgen nuevos contenidos como plantillas de prédicas, conteos, videos promocionales.*

Si bien, los implementos requeridos varían conforme a la actividad a desarrollar, cuando es un encuentro de libertad, campamentos y congresos, los elementos requeridos son mayores, pero su base se mantiene al igual que en la local, como lo son, consola de audio, equipo de sonido, registro fotográfico y proyección. Es decir, el diagnostico corrobora la necesidad de un posible cambio de estrategia que permita modificar el uso de las herramientas para llegar a un alcance mayor.

6.2 IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE MEDIOS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN Y LOGRAR ESTRATEGIAS PRÁCTICAS PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES

"Se define el contenido audiovisual como cualquier producción que contenga una sucesión de imágenes y/o audio susceptible de ser emitida y transmitida. Incluye todos los contenidos cinematográficos, televisivos, radiofónicos o multimedia y es

independiente de la naturaleza de su contenido y del medio a través del cual será transmitido.” (Contenido audiovisual, Aguilar 30-9-09)

Aunque esta sesión sea práctica, no se deja a un lado su fundamento teórico para identificar estrategias más acordes para la creación e implementación de contenido ya existente pero que su estructura comunicativa aumentaría la participación, la interacción y de los feligreses y la imagen de iglesia iría en aumento de calidad por cada evento realizado.

La parte técnica de esta base arranca la etapa de preproducción y se ejecuta en la producción del evento, para esto, es vital conocer las herramientas con las que se cuenta, el contenido ya existente y proponer una propuesta de innovación que como base te mantenga el resultado que se tiene y como objetivo principal aumentar la calidad del producto final.

La Alianza cuenta con red de varones, red de mujeres, Alianza Joven, Pequeños Aliancistas, red de oración, equipo de misiones, entre otros, es por eso que el contenido debe ir enfocado a su público objetivo.

Implementación

El departamento cuenta con un formato de diapositivas en PowerPoint y en una plantilla utilizando colores sólidos, se formaba la diapositiva donde va proyectada la prédica del pastor o líder que predicaba.

Ahora, el formato de presentación de prédica sigue siendo manejada a través por PowerPoint, pero su imagen cambió y de esa forma se le da mayor impacto y la diapositiva personalizada se adecúa al orador.

En esta diapositiva se realiza el título que lleva la prédica, la imagen corresponde a la persona indicada que realiza una prédica, en caso tal de ser invitado, también aparecerá su imagen en la diapositiva

En esta diapositiva se realizan la introducción del tema, la conclusión y los puntos a desarrollar.

Llevar el orden del servicio dentro de su programación es una tarea de sincronización y orden, para ello, se implementan conteos de cinco minutos para dar inicio a cada programación

Video del conteo.

En la parte musical, el departamento de comunicaciones proyecta las alabanzas por medio del proyector, para ello, el software de proyección que maneja el departamento es EasyWorship, de fondo está un loop y el programa permite transmitir la letra de la canción.

Infortunadamente este proceso es muy monótono, y suele ser desgastador por el encargado de la proyección, la típica frase antes del servicio que se oye es “¿Quién

va a ir a proyectar?”, EasyWorship es un software que no permite interactividad en el área de multimedia, y sus limitaciones son muy notorias.

Como estrategia a mejorar, está el cambio de software y acceder a los servicios técnicos de **ProPresenter 6**, el cual es un excelente programa de proyección para iglesias y te permite funciones como, transmitir en vivo, opción multipantalla entre otras.

Para la pronta solución, la implementación de las secuencias en el área musical será bien beneficiada por el equipo de audiovisuales

El productor y músico de la banda Soulfire Revolution Anthony Catacoli, escribió un artículo importante para la implementación del uso de secuencias en las iglesias y atreverse a tocar con esta modalidad

Para responder la pregunta de ¿Por qué usar secuencias? él abarca los siguientes puntos:

- “Son un apoyo para la banda. De ninguna manera está para “reemplazar” a los músicos, ni hacerlos sentir menos. En mi caso, en algunas ocasiones en el estudio, creamos sonidos que tienen varias capas de diferentes instrumentos. En vez de tener 5 o 6 tecladista tocando al tiempo para que suene igual, es más práctico tocar las partes importantes en vivo, y dejar esos sonidos complejos en la secuencia. Así en vivo podemos tener los mismos sonidos que creamos en el estudio de grabación. La secuencia toca contigo, no tú con ella”.
- “Les dan un orden musical a todos. Nos obliga a tocar con un metrónomo y a respetar una estructura. Esto ayuda a que todo músico pueda sonar más sincronizado con los demás miembros de la banda y así no dejan la estructura de la canción a la improvisación. Entre menos se improvise, más fácil es sonar bien”.

- “Contienen los sonidos originales de la grabación. Esto hace más fácil el trabajo de buscar por fuera esos elementos que hacen falta. Adicionalmente, hace que la alabanza de cada semana sea consistente.”

En palabras propias, utilizar las secuencias es parte fundamental porque cada canción de ante mano tendrá una duración ya determinada gracias a la estructura musical que maneja y al tiempo que es regulado por un metrónomo, entonces, en lugar de sólo proyectar, utilizar el tiempo exacto de la canción para realizar un video de letras y darle un toque más técnico y emocionante a la imagen de la iglesia.

Video secuencia de letras de la canción “Nada es imposible”

-Algunos videos se pueden encontrar en YouTube, pero es necesario la creación de los videos secuencias para que se les dé un toque más propio.

La Alianza Sede León XIII solo cuenta con dos pantallas de proyección, pero las fallas de comunicación entre el equipo que está en la plataforma y la que le sigue

en tarima se evidencia al no tener forma asertiva y estratégica para continuar con el orden sin distraer.

Es por eso que la implementación de un monitor que apunte directamente al púlpito para quien está en tarima pueda tener presente los siguientes puntos:

Por el monitor se transmitiría el tiempo que le queda a cada intervención por medio de un cronometro

Por el monitor se transmitirá los puntos de la prédica, los videos de letras durante la alabanza, versículos bíblicos y otros mensajes que sean necesario notificar.

DPTO. DE
COMUNICACIONES

Autorización de datos

SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA LA RECOLECCIÓN Y/O USO DE IMAGENEN PARA LA DISTRIBUCIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PUBICACIÓN INTERNA Y/O EXTERNA DE LA IGLESIA LA ALIANZA

El usuario sabrá de antemano la utilidad del material audiovisual por la cual está autorizando el uso de su imagen, este préstamo no será remunerado teniendo en cuenta que es un proceso para testificar de lo que Dios realiza en su vida y también, mostrar procesos de crecimientos evangélicos, campañas promocionales de actividades locales, regionales y nacionales que realiza La Alianza

DATOS DE IDENTIFICACION

Nombre y apellidos _____

Documento de identidad _____

Ministerio _____

SI ERES MENOR DE EDAD, UN PADRE DE FAMILIA DEBERÁ DAR LA AUTORIZACIÓN.

Nombre y apellido del familiar _____

Documento de identidad _____

Ministerio _____

Firma del voluntario _____ Firma del familiar _____

INFORMACIÓN EXTRA

Dirección _____

Teléfono _____

INFORMACION SOBRE LA SOLICITUD

¿Recibió la inducción para la cual prestará su imagen? **SI** **NO**

FINALIDAD Y UTILIZACION

Descripción de la solicitud:

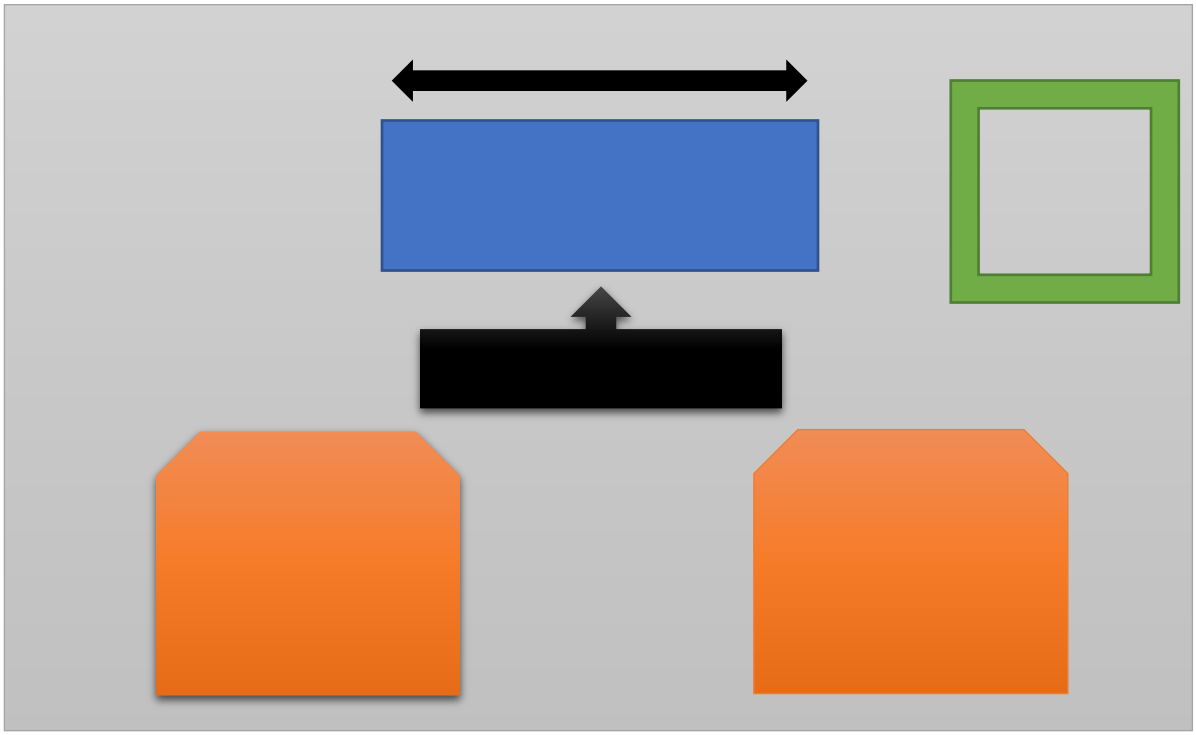
Solicitud de uso de imagen para contenidos propios de la iglesia y publicación en medios.

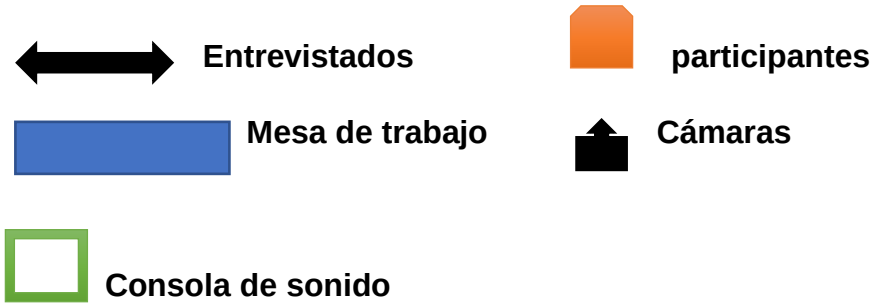
Conferencian de prensa

El Departamento de Comunicaciones debe optar por la consolidación de una sala de redacción y prensa. Para difusión de contenido sonoro, escrito y visual, el equipo de periodismo deberá encargarse de atender asuntos de prensa en cada evento que se requiera.

El jefe de prensa deberá contactar los medios comunicación que quieran hacer parte de la rueda de prensa y de este modo, orientarla.

El orden plasmado para la conferencia de prensa será





6.3 MEJORAR LOS PROCESOS Y LA ESTRUCTURA DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES PARA TENER MEJOR FUNCIONAMIENTO INTERNO CON RESPECTO AL USO ADECUADO DE LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIONES

6.3.1 Departamento de comunicaciones

El Departamento de Comunicaciones se da la tarea de trabajar para mejorar y mantener el proceso comunicativo de la iglesia.

El equipo de comunicaciones se deriva de acuerdo a las necesidades puntuales de la actividad a desarrollar, pero para ello, su organización debe ser práctica y tener un equipo con funciones establecidas.

Funciones

Conformar un departamento de comunicaciones requiere de tareas puntuales, en la medida se espera no improvisar a la hora de desarrollar el trabajo asignado en cada área, es por eso que la capacitación constante aporta al trabajo práctico durante el servicio.

6.3.1.2 Áreas y deberes

- **Productor General**: responsable directo en la conformación del departamento y principal motor para la creación de contenido. (debe aportar en procesos de capacitación a los integrantes del departamento)
- **Director en producción**: responsable directo de la parte administrativa para establecer cronogramas de actividades, también cuenta con la habilidad de conocer las herramientas establecidas para la ejecución de procesos audiovisuales, conocer guías asociadas a estrategias de mejoramiento y bregar porque el trabajo se lleve de la mejor forma.
- **Ingeniero de sonido**: responsable directo en brindar un ambiente sonoro adecuado para cada actividad (Pre-Pro), para ello, debe de contar con formatos sonoros establecidos teniendo como referente el público a quien va dirigido y los equipos que deberá utilizar para satisfacer la necesidad. *como sugerencia, el ingeniero debe de conocer de algún instrumento musical y poder interpretar los momentos de cada canción*
- **Diseño Multimedia**: responsable directo en el contenido audiovisual como imágenes publicitarias, videos animados, video secuencias y creador de estrategias multimediales prácticas en cada ministerio de La Alianza**. *(Sus principales intervenciones son en el ministerio de alabanza y equipo de evangelismo)***
- **Fotógrafo – Videografo:** responsables directos para la recolección de imágenes informativas y emotivas. Su deber es realizar contenido audiovisual real para la respectiva distribución tanto interna como externa de la congregación.
- **Equipo de periodismo:** responsables directos en la creación de testimonios para la publicación en medios de comunicación y la congregación
- **Escenografía:** responsables directos en la distribución del lugar, manejo de luces y ambientación de las instalaciones.}

6.3.2 PROYECCIONES DE TRABAJO

Contenido

El Departamento de Comunicaciones debe suplir mecanismos de comunicación en cada ministerio que La Alianza maneja, las actividades macro deben ser monitoreadas y planeadas, para realizar la intervención de manera adecuada, se solicitará mediante un brief para la pronta ejecución.

como meta de intervenciones de apoyo a los ministerios, el departamento deberá suministrar contenido audiovisual y estrategias prácticas para la participación del grupo asignado y la membresía de la iglesia.

Ministerio de Alabanza y Adoración: El Departamento de Comunicaciones se encargará en trabajar en conjunto con este ministerio debido a que por medio de la música y las comunicaciones se pueda lograr una atmosfera adecuada para la ministración y alabanza, la escenografía para cada intervención musical deberá ser acorde al mensaje que se quiere mostrar, la aplicación de YouTube será esa herramienta práctica para mostrar el contenido que se crea en conjunto a este ministerio, como lo son covers, canciones inéditas, video secuencias etc.

Ministerio de parejas: El Departamento de Comunicaciones brindará el material audiovisual requerido para las dramatizaciones y de esa forma, presentar las obras de teatro, con calidad de imagen y audio. Para los conferencistas invitados se les presentará con un video de introductorio.

Alianza Joven: El Departamento de Comunicaciones facilitará material audiovisual moderno, la producción en vivo será reflejada durante la alabanza y se suministrará mecanismos de participación como videos animados.

Red de mujeres: El Departamento de Comunicaciones brindará promoción a sus actividades

Red de varones: El Departamento de Comunicaciones brindará promoción a sus actividades

Pequeños aliancistas: El Departamento de Comunicaciones facilitará material dinámico e infantil, con el fin de enseñar la palabra de Dios y lograr esa enseñanza práctica.

Por otro lado, los grupos de Misiones, EFI, también tendrán acompañamiento en publicidad acorde a cada una de sus actividades.

6.3.3 Plan de básico de intervención y herramientas audiovisuales requeridas.

Para la implementación adecuada y profesional, La Alianza Sede León XIII debe optar en disponer de un rider técnico de calidad, que permita a la agrupación (ministerio de alabanza, bandas invitadas, conferencistas, pastores) dar garantía de óptimas condiciones para su intervención. Pero ¿qué es un rider técnico?

El rider “Se trata de un documento que recoge las especificaciones técnicas de la banda, desde la colocación de los instrumentos en el escenario a los canales de cada instrumento, pasando por requerimientos de la mesa de sonido y sistema de PA. El rider técnico es el documento maestro que facilita la correcta sonorización de un concierto. La carta de presentación de un técnico de sonido, para entendernos. De hecho, si el recinto no puede garantizar que se cumplen los requisitos del rider técnico, es posible que la promotora del concierto tenga que buscar un proveedor

adecuado (incurriendo en mayor gasto) o incluso se vea obligada a cambiar de sala" (Ticketa pro, ¿Qué es un rider técnico?).

La Alianza Sede León XIII es un templo que cuenta con una buena distribución del espacio para realizar eventos macro; en el gremio cristiano, las iglesias presentan eventos tales como, campamentos locales, regionales, nacionales, conciertos, congresos, festividades, etc. La cantidad de personas que invierten dinero en participar de estas actividades, se ven en la obligación de que se les presente un evento de calidad y que sea acorde a lo que pagaron.

Para garantizar que el recinto cumpla con la necesidad logística que cubre el evento, La Alianza Sede León XIII debe contar con un rider técnico que aporte desde el área de comunicaciones hasta la capacidad sonora que se pueda brindar

Es necesario tener un rider establecido ya que la garantía con la que contará La Alianza al tener los equipos requeridos, y cada vez que se tenga un evento macro o si se llega a tener la presencia de una banda profesional e internacional, la iglesia no tenga la necesidad de contratar a una productora de sonido para alquilar los equipos requeridos (teniendo en cuenta que el gasto sería mayor), sino para más bien, la iglesia de ante mano pueda suplir esa necesidad prioritaria. Aunque el rider no solo facultaría los costos de los eventos macros, sino que también mejoraría la comunicación entre la persona y Dios, logrando con calidad de imagen, de escenografía y de sonido, un lugar adecuado para que la iglesia pueda sentirse cómoda a la hora de la ministración, alabanza y prédica.

Inventario de herramientas y equipos de comunicación requeridas.

- Cámara fotográfica profesional
- Cámara de video profesional
- 3 proyectores de video en excelentes condiciones
- 3 telones de proyección
- Juego de luces con reflectores led
- Juego de luces con escáners / moving heads

- Focos escalonados de lentes (iluminación teatral)
- Máquina de niebla
- Control de luces
- Computador Mac
- Monitor
- Tarjeta de video
- Tarjeta de audio
- Propresenter 6
- Monitoreo personalizado vía In Ears
- Televisores
- Consola digital
- Aislamiento acústico
- Pantallas LED
- Pendón Institucional

6.3.4 Impactos esperados y proyección a futuro

LA Alianza a nivel nacional cuenta con 300 sedes, 350 pastores y 60.000 participantes, y en la ciudad de Cali, La Alianza Sede León XIII debe liderar espacios de intimidad con Dios, evangelización, recursos prácticos para la congregación, recursos prácticos para la comunidad a la que pertenece geográficamente, eso quiere decir que debe extender sus puertas y buscar la estrategia adecuada para crecer en membresía.

Como propuesta inicial, La Alianza debería implementar una zona radial online, con aspiración de vincularse en la FM, el fin de la emisora será generar espacios de participación entre los integrantes y los diferentes ministerios que La Alianza maneja, por medio de la emisora se podrá notificar cronogramas de actividades, compartir devocionales, transmitir prédicas, extender la cobertura por lo largo de la

comunidad y ciudad. Para la participación activa de los oyentes, es vital que la emisora no se convierta en un canal informativo de únicamente las actividades locales, sino que tenga la flexibilidad de tocar temas generales de importancia nacional, deportiva, entretenimiento, como lo son actividades cristianas que impulsan a la ciudad (Festival Góspel), conciertos cristianos etc.

Como propuesta audiovisual entra la consolidación de un departamento compacto y funcional en cada una de las áreas en las que el departamento se divide, con base en ello y en la calidad de sus producciones, se buscará ganar un espacio en televisión.

Es necesario elaborar una planeación donde no puede haber margen de error (tanto de audio como de escenografía) y evitar los silencios dentro de los servicios (es decir, que siempre se tendrá algo que mostrar). La plataforma donde se realizarán transmisiones inicialmente será por el canal de YouTube

7. CONCLUSIONES Y HALLAZGOS

El desarrollo de la investigación a los procesos de comunicación por el departamento de comunicaciones, revela necesidades básicas que puede llegar a tener cada intervención, por medio de esta investigación se plantea una mejora a la estructura del departamento en relación a las funciones de cada área de trabajo

Entender que la comunicación no es solamente los medios masivos de comunicación, sino que también es un espacio interacción para quienes hacen de ella parte de fundamental para interactuar con el otro, y dentro de un establecimiento, contar con un departamento de comunicaciones que se encargue de suplir contenidos adecuados a cada actividad es bastante llamativo que genera participación activa.

Durante cada intervención, logré comprender el funcionamiento de los equipos audiovisuales implementados por el departamento de comunicaciones para cada actividad y lograba percibir si la intervención audiovisual fue esencial y práctica, o pasó desapercibida por los asistentes.

El nuevo contenido audiovisual da un cambio a la manera de cómo se percibe cada punto dentro de la agenda que maneja las celebraciones de la iglesia, con el cambio de diapositivas para la prédica, encajó a la perfección la atención de los participantes, por parte de los pastores se logra con anterioridad tener la prédica y lograr escribir, para los pastores invitados, genera comodidad al contar con un respaldo audiovisual propio.

El trabajo que se realizaba dejó gran resultado al notar que los directivos de la iglesia querían contar con una planeación y aporte del departamento de comunicación para las actividades, una de ellas, fue la semana de la juventud aliancista; para ello se consolidó un equipo de comunicaciones regional, divididos en las áreas pertinentes y en la pronta creación de contenidos para la promoción de la actividad, contenidos para la ejecución de la actividad y contenidos de resumen de la actividad.

La iglesia ve pertinente contar con el departamento de comunicaciones, pero el proceso de trabajar en sincronía está en sus segundos pasos.

Es necesario pensar en lograr un ensayo de la actividad a realizar un día antes, con el fin de que la actividad salga perfecta, eso quiere decir que si la actividad requiere material audiovisual para mostrar por las pantallas, se dejará de forma organizada en una carpeta, se le acomodará el sonido, se revisará que todo marchó en orden y que el video u otro material audiovisual no tuvo contratiempos establecidos, para el grupo de alabanza, dejar el repertorio montado, ensayado, sonido cuadrado y evitar errores que pueden perjudicar la actividad, revisar elementos audiovisuales a utilizar, hacer revisión de equipos, cuadrar logística y tener un tiempo de oración en equipo.

Dentro de la iglesia se hace notoria la preparación para llevar eventos a cabo y lograr la articulación de herramientas de comunicación adecuadas para la actividad porque se desconoce su uso, o porque nunca lo han implementado.

Para poder trabajar con el ministerio de alabanza y la implementación de las secuencias y video secuencias es necesario que no se toque de manera improvisada sino con un orden establecido, eso implica conocer la canción como la palma de la mano y lograr interiorizarla de lo contrario, sonará como una pista arrastrando a un grupo musical.

Para el uso de cámaras y equipos audiovisuales, se debe tener el conocimiento y la práctica de la manipulación de ellas, con el fin de enfocar correctamente para la creación de contenido, lograr captar momentos claves en cada plano con el fin de generar emotividad, realismo y dar un mensaje claro en cada pieza.

Para lograr un cableado adecuado entre cámaras, computadores, y consolas de audio se debe tener la destreza de lograr una sincronía entre ellos, y dentro del servicio y cada salida a campo, infortunadamente se ve como cada área trabaja por separado.

para lograr una articulación adecuada se debe trabajar en equipo, y como primera medida, el departamento de comunicaciones tendrá que conocer con claridad las funciones de sus compañeros y las otras áreas para después de un trabajo de interiorizar por medio del dialogo, pasen a la práctica profesional y es la intervención de cada actividad.

8. BIBLIOGRAFÌA

- Alberdi Javier, La comunicación horizontal se impone a las estructuras verticales de poder 29.06.2017. Encontrado en: http://elasombrario.com/comunicacion-horizontal-verticales-poder/
- Batista, Escobar, Reyes, 2013 CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES EN LA IGLESIA CRISTIANA FAMILIAR RÍOS DE VIDA. Encontrado en: file:///C:/Users/User/Desktop/Tesis%20ajena.pdf
- Bernués – Comunicación vertical en la empresa - S.F. encontrado en: http://www.sergiobernues.com/comunicacion-vertical-en-la-empresa/
- Cooke, febrero 16- 2017, Cómo ayudar a tu pastor o líder a tener una visión para los medios de comunicación. Encontrado en: http://solucionesjuveniles.com/site/?p=6298
- Contenido audiovisual, Aguilar 30-9-09. Encontrado en: http://glossarium.bitrum.unileon.es/Home/contenido-audiovisual
- El Diagnóstico Organizacional; elementos, métodos y técnicas. S F.https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/El-Diagnostico-Organizacional-elementos.html#.Wt4MBojwaM8
- Herramientas de comunicación. Encontrado en: http://www.mariapinto.es/alfineees/comunicacion/que.htm
- Rodríguez Guerra Ingrids. (2005, febrero 17). Teorías de la comunicación organizacional. Recuperado de https://www.gestiopolis.com/teorias-comunicacion-organizacional/

- La Escuela de Chicago – su visión de la comunicación- 2011). Encontrado en: http://pensamientohibrido.blogspot.com.co/2011/01/la-escuela-de-chicago-su-vision-de-la.html
- (Tramannoni, 2006 Marketing religioso: la estrategia de marketing que la iglesia Universal del Reino de Dios utiliza en la ciudad de Rosario). Encontrado en: http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC068479.pdf
- (Giddens (1994)) Encontrado en: https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/I_Etnografica_Trabajo.pdf
- (Marcos-Recio, Juan-Carlos; Sánchez-Vigil, Juan-Miguel; Olivera-Zaldua, María. “Evolución de los departamentos de comunicación en las editoriales”. El profesional de la información, 2010, enero-febrero).
- Mejía 1999:132. Encontrado en: http://mich2429.blogspot.com.co/2016/07/v-el-metodo-y-las-tecnicas-de-la.html
- Morse 1994ª Encontrado en: https://investicualitativa.wikispaces.com/FASES+EN+EL+PROCESO+DE+LA+INVESTIGACI%C3%93N+CUALITATIVA
- (Pirela, La era de los medios, Noviembre /13 /2014). Encontrado en: http://solucionesjuveniles.com/site/?p=3750
- “¿Por qué usar secuencias?” Anthony Catacoli, productor y músico de la banda Soulfire Revolution. Encontrado en: https://g12.co/por-que-usar-secuencias-en-la-alabanza/
- (Ramos, “La comunicación organizacional: un acercamiento necesario", en Contribuciones a las Ciencias Sociales, noviembre 2011). Encontrado en: www.eumed.net/rev/cccss/15/

- *Ticketa pro ¿Qué es un rider técnico?* Encontrado en: http://pro.ticketea.com/rider-tecnico-en-la-produccion-de-conciertos/