COMUNICACIÓN

Una
Guía Rápida

Director de Comunicaciones de la Iglesia

UNIÓN MEXICANA DEL SURESTE

UMSE

Una guía rápida para el Director de Comunicaciones de la Iglesia

Tomado de documentos escritos por: Stephanie Kinsey, Celeste Ryan Blyden, Kelly Cae, Kate Simmons, Cassie Martsching, Gerry Chudleigh, y Kermit Netteburg

Agradecimiento a: Martin Weber, Amy Prindle, y John Treolo

Diseño de la portada: Ginger Callins Diseño gráfico: Ryan Kerbs
Diseño interior: Christal Gregerson

Gerente del proyecto: Elizabeth Jeanniton Traducido por: Suzette R. Clarke
Redacción: Arturo Allegue, Suzette R. Clarke, Elizabeth Jeanniton

Disponible en: AdventSource
5040 Prescott Avenue
Lincoln, NE 68506
800.328.0525
www.adventsource.org

© 2007 Corporación de la División Norteamericana de los adventistas del **Séptimo día**

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación podrá **ser reproducida, guardada en un sistema de recuperación, o transmitida, en cualquier forma o por cualquier medio electrónico, fotocopia, grabado,** o por lo demás, sin el permiso previo por escrito del portador de los **derechos de autor, a menos que sea notificado.**

Impreso en los Estados Unidos de América
ISBN #: 978-1-57756-645-8

Introducción

Descripción de la responsabilidad

Como el director de comunicación de su iglesia, tiene tres grupos primarios de personas con las que tiene que comunicarse: miembros de su iglesia, el departamento de comunicaciones de la asociación, y con la comunidad.

Miembros de iglesia

Los miembros de iglesia necesitan saber lo que ha sucedido, está sucediendo y lo que sucederá en su iglesia. Dentro de este grupo están los que asisten cada semana, ocasionalmente, raramente, encerrados, y miembros inactivos.

Departamento de Comunicaciones de la Asociación

Uno de los deberes del director de comunicaciones de la asociación es colectar noticias para colocar en publicaciones de la asociación. El director envía artículos de noticias seleccionados al departamento de comunicaciones de la unión para ser incluidos en la revista mensual de la unión. El objetivo es ayudar a la iglesia, como una organización mundial, mantenerse conectados. Como un voluntario de comunicación, eres parte de la red global de comunicadores adventistas. Su voluntad de registrar las noticias de su iglesia facilita ser compartida con adventistas alrededor del mundo y registra la historia de la iglesia.

La Comunidad

Este grupo contiene personas quienes tienen experiencia con la Iglesia Adventista que varía desde lo positivo a negativo, su conocimiento desde extensivo a no existente. Usted está buscando la forma de levantar conciencia de la iglesia adventista y motivar a los miembros de la comunidad o venir a su iglesia. Su iglesia probablemente es anfitriona de eventos que las personas en la comunidad quisieran asistir, y es su responsabilidad promocionar. Eventos tales como la Escuela Bíblica de Vacaciones, sábado amistoso, series evangelística, o un programa especial, son máximas oportunidades para alcanzar a visitas dentro de las puertas de su iglesia.

Pregúntese a sí mismo cuánto conoce acerca de su comunidad. ¿Asiste a eventos de la comunidad, fuera de aquellos que su iglesia es anfitriona?

¿Recaudo de fondos? ¿Ventas? ¿Conciertos? ¿Cómo se entera acerca de estos eventos? ¿Cómo son promocionados? ¿Qué es lo que hay acerca de ciertos anuncios que lo inspiran a asistir? Piense sobre estas cosas mientras considera cómo alcanzar mejor a su comunidad con anuncios para sus eventos.

La estructura de la Iglesia

Para conseguir una mayor idea de cómo usted, como voluntario de comunicación de su iglesia local, encaja en la estructura de la Iglesia, aquí hay un vistazo a los cuatro niveles de la estructura de la Iglesia Adventista del Séptimo día.

1. *La iglesia local conformada por creyentes individuales.*
2. *La asociación local, o misión/campo local, conformado por un número de iglesias locales en un estado, provincia o territorio.*
3. *La asociación de la unión, o la misión/campo de la asociación, conformado por asociaciones o campos dentro de un mayor territorio (muchas veces un grupo de estados o un país entero).*
4. *La asociación general, la unidad más extensa de la organización, conformada por todas las uniones/entidades en todas las partes del mundo.*
5. *Las divisiones son secciones de la asociación general, con responsabilidad administrativa para áreas geográficas particulares. (Recurso: Asociación General de los Adventistas del Séptimo día).*

Cómo iniciar

El Manual de Iglesia de los Adventistas del Séptimo día nos llama para la formación de un comité de comunicaciones, con el director de comunicación como el presidente, cuando los oficiales de iglesia son elegidos. El comité consistirá del pastor, director de comunicaciones, y personas que llenen tales posiciones como el director audio/visual, el web máster, y el editor del boletín. El comité podrá tener miembros quienes son profesionales de la media o tecnología. Juntos, los miembros de este comité servirán como recursos valiosos de ideas, inspiración, y ayuda. Escuchen las ideas de otros, es bueno conseguir perspectivas diferentes y escuchar ideas que no podría haber resultado si estuviera solo.

Sea realista con sus objetivos. Algunas iglesias podrán aportar un presupuesto para producir sus propios comerciales televisivos: Para otros, esto no es una opción. Observe al estilo de su iglesia, su tiempo, sus recursos y sus ayudantes disponibles. No se comprometa con más de lo que puede manejar. Es mejor tener unos pocos mensajes bien planificados circulando que mucha comunicación no profesional e incoherente. Si usted se está sintiendo ansioso, relájese. Estos son solamente sugerencias. Usted probablemente no podrá hacer todas ellas, ni todas podrán funcionar para su iglesia.

Asociaciones de Unión de la División Norteamericana, Asociaciones locales y publicaciones

Asociación de la Unión del Atlántico
Sede: South Lancaster, Massachusetts
Asociaciones: Bermuda, Greater New York, Nueva York, Northeastern, Northern New England, y Southern New England
Revista de unión: Gleaner

Iglesia Adventista del Séptimo día en Canadá
Sede: Oshawa, Ontario
Asociaciones: Alberta, British Columbia, Manitoba- Saskatchewan, Maritime, Ontario, y Quebec, y la Iglesia Adventista del Séptimo día en Newfoundland y Labrador.
Revista de unión: Canadian Adventist Messenger

Asociación de la Unión de Columbia
Sede: Columbia, Maryland
Asociaciones: Allegheny East, Allegheny West, Chesapeake, Mountain View, Nueva Jersey, Ohio, Pennsylvania, y Potomac
Revista de unión: Visitar

Asociación de la Unión del Lago
Sede: Berrien Springs, Michigan
Asociaciones: llinois, Indiana, Lake Regían, Michlgan, y Wisconsin
Revista de unión: Herald

Asociación de la Unión Mid-America
Sede: Lincoin, Nebraska
Asociaciones: Central States, Dakota, Iowa-Missouri, Kansas-Nebraska, Minnesola, y Rocky Montain.
Asociaciones: Arizona, California Central, Hawaii, Nevada-Utah, California Norte, Southeastern California, y California Sur.
Revista de unión: Recorder

Asociación de la Unión del Sur
Sede: Decatur, Georgia
Asociaciones: Carolina, Florida, Georgia-Cumberland, Gulf States, Kentucky-Tennessee, Altantico Sur, Central Sur, y Southeastern.
Revista de unión: Tidings

Asociación de la Unión Sudoeste
Sede: Burlesan, Texas
Asociaciones: Arkansas-Lousiana, Oklahoma, Region Southwest, Texas y Texico Revista de unión: Record
Revista de unión: Outlook

Asociación de la Unión del Pacífico Norte
Sede: Vancouver, Washinton
Asociaciones: Alaska, Idaho, Montana, Oregon, Upper, Columbia, y Washington.
Revista de unión: Gleaner

Asociación de la Unión del Pacífico
Sede: Westlake Village, California
Asociaciones: Arizona, California Central, Hawai, Nevada-Utah, California Norte, Southeastern California, y California Sur.
Revista de Unión: Recorder

Asociación de la Unión del Sur
Sede: Decatur, Georgia
Asociaciones: Carolina, Florida, Georgia-Cumberland, Gulf States, Kentuky-Tennessee, Atlántico Sur, Central Sur, y Southeastern.
Revista de unión: Tldings

Asociación de la Unión Sudoeste
Sede: Burleson, Texas
Asociaciones: Arkansas-Lousiana, Oklahoma, Region Southwat, Texas y Texico
Revista de unión: Record

Aquí hay algunas formas posibles de compartir sus canalizaciones de noticias de su iglesia

- Anuncios e inserciones en el boletín de iglesia
- Boletín informativo de su iglesia
- Tableros de anuncios del vestíbulo
- Paquetes de información
- Sitio web de su iglesia
- El periódico de la comunidad
- Anuncios televisivos de acceso público y por radio
- Presentaciones de video

Sección 1
Noticias de Información

Anuncios en el boletín de iglesia e inserciones

Boletines de iglesia y folletos especiales son ideales para comunicarse con los miembros quienes asisten a la iglesia cada semana. Aun si está o no a cargo del boletín, examínelo con un ojo cauteloso. ¿Está la información actualizada y correcta? ¿Está la foto en la portada apropiada? ¿Está el diseño fácil de seguir? ¿Pueden los lectores fácilmente distinguir las diferentes secciones? Si el boletín no alcanza estas pautas, entonces es tiempo de rediseñar.

Consejos:

- Si el boletín contiene errores, reclute la ayuda de un redactor de texto.
- Reevalué la apariencia del boletín de vez en cuando. Busque un miembro con las habilidades de diseño para ayudarlo a mantener el diseño actualizado para que su boletín se vea actual.
- Sea consistente en su estilo, por ejemplo, comas, mayúsculas, y abreviaciones.
- Un estilo de letra para los encabezados y uno para el texto es usualmente suficiente.
- Piense con cuidado acerca de cada portada. Usted no querrá confundir a las visitas sobre qué denominación están visitando.
- Asegúrese que todos los versículos bíblicos impresos sean fáciles de comprender.
- Si usted no es el editor del boletín, sea amable con la persona cuando presente sus sugerencias.

Crea inserciones para anuncios que contienen demasiada información para que encajen dentro del boletín, o para anuncios que quisiera llamar una atención especial. Las personas guardarán un volante si contiene información específica que no pueden encontrar en otro lugar.

Tablero de anuncios del vestíbulo

Los tableros de anuncios son una buena forma de conectarse con miembros el sábado y crear una pieza de conversación para las personas quienes se detienen para hablar en el vestíbulo. Considere colocar collage de fotos de eventos de la iglesia y nuevos miembros. Las personas disfrutan al ver fotos de sí mismos, sus niños, y sus amigos. Hágalo brillante y colorido, y también incluya volantes de anuncios de eventos próximos. Usted también puede delegar esta responsabilidad a diferentes departamentos para una cantidad de tiempo específico.

Paquetes de información de la iglesia

Considere reunir paquetes para dar a las visitas. El comité de comunicaciones puede discutir posibles inclusiones. Esto podría estar en una bolsa de regalo con fácil transporte, o en sobre que encaje en una bolsa o Biblia. Incluya un folleto tal como ¿Quiénes son los Adventistas del Séptimo día?, Camino a Cristo, volantes promocionando eventos próximos, información sobre cursos bíblicos, un saludo del pastor y un artículo que contenga el nombre de su iglesia, logo e información del contacto. Usted puede considerar una libreta, pluma e imán - algo que ellos podrán guardar.

También puede incluir una tarjeta de comentario y pida el nombre del visitante, dirección, correo, y cómo escucharon acerca de su iglesia. Esto será útil para llamadas de seguimiento y visitas. Personalice el contenido de este paquete y luche por corresponder con el sentimiento de su iglesia. Una vez ensamblados los paquetes, haga que las saludadoras sepan que hacer.

Boletín informativo de iglesia

Boletines informativos son una manera ideal de conectar un grupo de miembros. Los boletines informativos mantienen a los miembros enterados de eventos, programas y noticias de iglesia. Los boletines informativos pueden ser una herramienta de alcance a miembros que no han estado en la iglesia para un rato, y mantiene informados a los miembros quienes no pueden asistir cada semana. No se olvide de incluir su director de comunicaciones de lo asociación en su lista de correos o correo electrónico.

El comité de comunicaciones deberá escoger un editor. El editor no necesariamente tiene que ser el director de comunicaciones, sin embargo, estará trabajando estrechamente con esta persona. Hable con su pastor sobre la necesidad de un boletín informativo. ¿Qué propósito quiere que llene? ¿Cuán a menudo deberá ser publicado? Algunas iglesias pueden producir boletines informativos semanales, sin embargo, un boletín informativo trimestral puede ser más práctico para otras iglesias, dependiendo del presupuesto y la cantidad de voluntarios. Algunas iglesias encuentran que un boletín informativo en correo electrónico es más práctico y definitivamente la opción más económica. Lea otros boletines informativos para ideas. Y recuerde qué boletines informativos diferentes funcionan para diferentes iglesias.

El título del boletín informativo (periódico) deberá llamar la atención y tener algo que ver con su organización. Usted podrá involucrar a miembros y crear interés al tener un concurso para el nombre. Otro elemento que su boletín informativo va a requerir pronto es un diseño. Mientras, es ideal que contrate a un profesional para el diseño inicial, no todas las iglesias tienen el presupuesto. Como alternativa, usted puede *ver* si existen algunos miembros con experiencia en diseño gráfico que pudieran ser voluntarios. Usted también puede navegar en Internet para plantillas gratis para boletines informativos o crear algo en su computadora. Recuerde qué formatos simples son los mejores. Escoja fuentes modernos y fáciles de leer y mantenga la cantidad de fuentes mínimos. Y no se olvide de incluir el nombre de su iglesia, dirección, número telefónico, dirección de correo electrónico y sitio web en cada volumen.

Su contenido deberá incluir muchas historias acerca de personas, experiencias de viajes misioneros, introducir nuevos miembros, participación de servicio comunitario y perfiles. Haga que los lectores sepan qué sucederá en su iglesia y si hay cualquier cosa interesante sucediendo en otras iglesias en el área. Destaque diferentes departamentos en su iglesia.

.

Reglas para la buena redacción

- La palabra simple es la mejor palabra
- Mantenga los encabezados cortos y en tiempo presente. Estudie periódicos como ejemplos.
- Evite el uso excesivo de los verbos "ser": es, son, era, fue, tengo, tiene, y tuvo.
- La oración sencilla es mejor que una oración complicada.
- Varié la extensión de las oraciones y párrafos.
- Corte los palabras, oraciones y párrafos innecesarios.
- No inicie una oración con una fecha. La fecha es menos interesante que el evento que sucedió en esa fecha, así que ponga la fecha al final de la oración.
- No dé su opinión. Nunca escriba, "pasamos un buen momento todos". En vez de eso, consiga uno frase de alguien explicando por qué su tiempo fue bueno.
- Consiga muchas frases e identifique el orador.
- Sea sensible culturalmente. En vez de utilizar "campaña", considere "evento evangelístico" o "reunión evangelístico".
- Revise y vuelva a redactor.
- Deletree todos los números menores de 10 (uno, dos, tres, etc.) Números sobre 10 son escritos numéricamente, excepto cuando inician una oración.
- Nunca cite su nombre en el artículo para la cual esta enlistado como ser el autor. Consiga una frase de alguien más. Si eso no es posible, remueva su nombre de la línea del nombre de autor que encabeza el artículo.
- Consiga un buen editor.

Ejemplo de artículo

Por Jennifer Franz

Reimpreso con permiso de la Asociación de California del Norte

La iglesia de Silver Creek es anfitrión de un retiro de mujeres en Leoni Meadows

Un ministerio próspero ha sido formado en Sllver Creek

Por A. Escritor Ejemplo (101/555-1234)
El 1 enero, 2006
Recuento de palabras 204

La iglesia de Silver Creek en Miranda, fue anfitrión de su retiro anual de mujeres en Leoni Meadows el 6-8 de enero, del 2006. Con más de 450 mujeres asistentes, el retiro incluyó muchas actividades y sesiones de oración.

El fin de semana en Leoni Meodows no fue solamente estimulante espiritualmente sino con mucha diversión", mencionó Jessica Warner, quien ha estado asistiendo por más de 10 años. "Yo disfruté totalmente la compañía de las mujeres en el retiro; ¡no me había reído tanto por un buen tiempo!"

La iglesia Silver Creek ha sido el anfitrión de retiros anuales desde 1989.

Inicialmente una parte de Jo iglesia de Silver Creek, el retiro ahora invita a todas las Iglesias a través de la Asociación de California del Norte.

"Muchas mujeres manejan largas distancias para asistir al retiro cada año por los grandiosos oradores y temas; mencionó Lizzie Smith, coordinadora del evento.

El retiro de este año tuvo varios oradores claves, tales como Martha Stevens, autora reconocida y artista vocal, Georgia Teele, presentadora televisiva y pianista profesional; y Betty Thomson, humorista y novelista. En adición a las presentaciones claves, los asistentes disfrutaron de música, sesiones de oración y seminarios.

¡El retiro fue increíble! dijo Olivia Johnson. 'Definitivamente voy a invitar a mis amigas quienes actualmente no asisten a la iglesia - el fin de semana es una bendición tremenda".

* Este artículo es totalmente ficticio

El título es una frase que resume el artículo. Deberá incluir un verbo. El subtítulo añade otro detalle. También deberá incluir un verbo.

Asegúrese que incluya el número telefónico para que el escritor pueda ser contactado.

Mantenga las palabras contadas acerca de 400 palabras (este ejemplar fue más corto debido a limitación de espacio).

El primer párrafo siempre deberá contestar quién, qué, cuándo y dónde. El primer párrafo es donde la información más importante deberá ir. Debería ser capaz de decir de lo que se tratará el artículo acerca de lo que está escrito en el primer párrafo.

Los siguientes párrafos deberán incluir los trasfondos y detalles que lo apoyan. El uso de frases/citas es esencial.

Asegúrese de reunir citas de aquellos que participan del evento, aquellos organizando el evento y aquellos involucrados en el evento. Las citas son grandiosas al transmitir su historia además añade interés y credibilidad. Por favor asegúrese que las citas sean exactas, así como los nombres deletreados correctamente, no solamente en las citas, pero a través del artículo.
Aléjese de las opiniones tales como, "todos disfrutaron el evento". Si es verdad, entonces pregunte a las personas y póngalos en una cita.

Para terminar el artículo, incluya detalles tales como el resultado del evento o proyecto, eventos futuros similares o proyectos, o una cita buena de algún participante.

Vigilar las jergas adventistas

El adventismo tiene su propio lenguaje. Términos coma la División Norteamericana y la Asociación de la Unión Central-Americano no le hará sentido a la comunidad. En cambio, mencionar 'La Iglesia Adventista en Norte América y la Iglesia Adventista en el Centro Occidente'. Recuerde que las visitas probablemente nunca han hecho recolección, comido alimentos de Loma Linda o ido a vespertinas. Sin embargo, ellos entenderán recaudación de fondos, sustitutos de carne, y servicios de noche los viernes.

También necesitará vigilar los clichés religiosos. Aquí hay algunos ejemplos de términos que debe evitar:

- Temporada de oración
- Sábado ceremonial
- Preciosas almas fueran ganadas para Cristo
- Obtener la cosecha (a menos que estén hablando de la siembra literalmente)
- Misericordias de viaje
- Conforme el corazón de Dios
- Renacer de nuevo
- Gigante de la fe

Pautas para la utilización del nombre de la iglesia

Es importante escribir correctamente el nombre de la iglesia para evitar confusión con otras entidades, tales como la Soap and Detergent Association (Asociación del Suavizante y Detergente). Muchas personas no sabrán que SDA (ASD) significa, o nos confundirán con otra denominación.

Correcto:

Adventista del Séptimo día (primera referencia)
Adventista (referencias subsecuentes)

Incorrecto:

Adventista del Séptimo Día (Día debe ir con minúsculas "d")
Adventista del Séptimo-día (no deberá tener un guión entre Séptimo y día)
Sobre los años muchas iglesias han utilizado ASD como una abreviación para su iglesia. Recuerde que esto es lenguaje "interno" y que no podrá ser comprendido por visitas o su comunidad. Trate de utilizar Adventista si quiere abreviar.

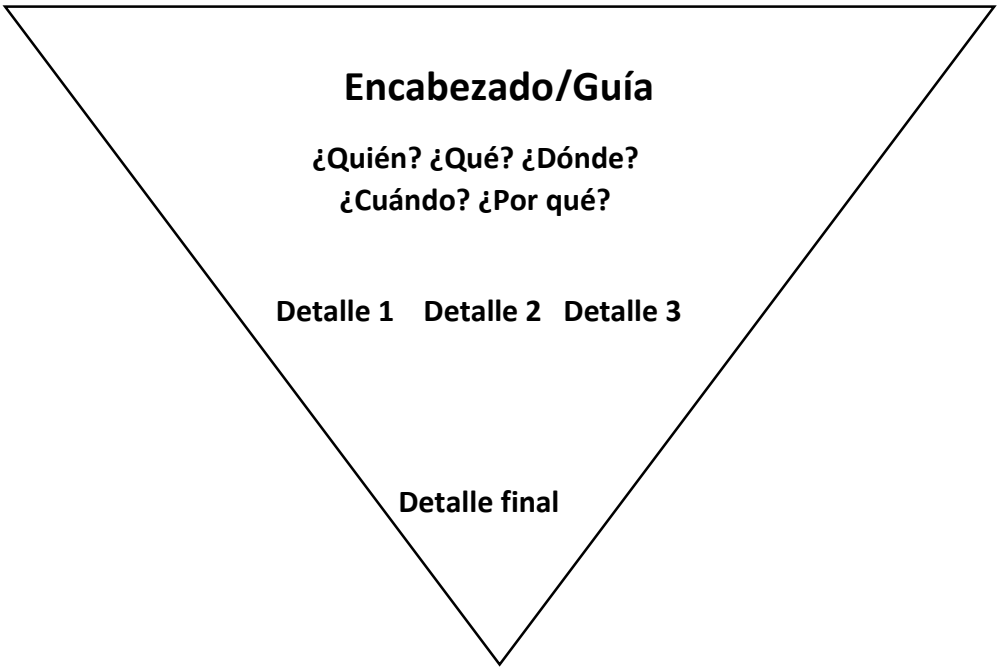
Pirámide invertida

Aun si está escribiendo para su boletín informativo de su iglesia, o su periódico de la comunidad necesita conocer cómo transformar los eventos de su iglesia en noticias. La estructura básica es llamada la pirámide invertida.

Historias escritas en el formato de la pirámide invertida inician al responder las preguntas quién, qué, cuándo, dónde, por qué y cómo, y sigue un curso lógico a través de la historia: Las historias escritas en el estilo de la pirámide invertida inician con la información más importante y hacia el final hablan acerca de los detalles menos importantes.

La frase de apertura, o encabezado, cuenta sus lectores por qué ellos querrán leer el resto del artículo. Inicie con un encabezado que atrapará a sus lectores en la historia. Considere utilizar una frase, una estadística sorprendente, u otra pieza de información interesante para su encabezado. El encabezado necesita ser interesante y convincente.

Formato de pirámide invertida



Pautas adicionales para escribir

Adaptado can permiso de la Asociación de la Unión central-Americana de las Adventistas del Séptima día

Citas bíblicas

No abrevie los libros de la Biblia.

Campamento

Una sola palabra

Iglesia

Poner en mayúsculas si está hablando de una entidad cristiana y adventista como un cuerpo global, o cuando esta precedido inmediatamente por el nombre de la iglesia o localidad.

Ejemplos:

- la Iglesia de Rackwell
- La Iglesia es un cuerpo colectivo de creyentes en Cristo …
- La congregación sabía que la iglesia necesitaba reparaciones …
- Una iglesia Adventista en el área …

Asociación

Poner en mayúsculas solamente cuando esta precedido inmediatamente por el nombre especifico de la asociación.

Ejemplos:

- Asociación de Rocky Mountain patrocinó el evento …
- El evento patrocinado por la asociación …

El, Su

Poner en mayúsculas si se refieren a Dios.

Escuela sabática

Poner en minúscula escuela sabática cuando está en el texto.

Escrituras

Escribir con mayúsculas cuando es utilizada en referencia a la Biblia coma un todo; poner en minúsculas cuando se refiere a un texto específico.

Ejemplos:

- En las Escrituras, ellos leen…
- Ellas leen una escritura

Espíritu

Poner en mayúsculas cuando se refiere al Espíritu Santo, Espíritu de Dios, etc.

Ministerio de la mujer

No. Ministerios de la mujer. Este principio aplica a todos los ministerios.

Palabra de Dios

En minúscula 'palabra'. Dios siempre va con mayúsculas.

Sometiendo noticias a su Asociación

Cuando eventos importantes ocurren en su iglesia, deberá someter noticias redactados, fotos, y subtítulos o su director de comunicaciones de la asociación. El director de comunicaciones de su asociación está buscando historias sobre las actividades que ha involucrado a su iglesia recientemente para compartir con la comunidad de la iglesia más grande. Historias sobre proyectos de servicio comunitario, reuniones evangelísticos, reconocimiento de la comunidad, y miembros destacados son ejemplos de los tipos de noticias que los directores de comunicación buscan. Comuníquese con la oficina de su asociación local para más información. El director de comunicaciones le suplirá con una lista de instrucciones.

Sección 2: Fotografía

Pautas para fotos

Las fotos son cruciales para hacer sus publicaciones interesantes. A los miembros les encanta ver fotos de sí mismas, familias, amigos, y especialmente niños. Fotos de alta calidad también les dirán a las visitas una historia acerca de su iglesia, quién asiste, cómo vestirse para eventos, y les dará una idea de qué pueden esperar.

Usted tiene dos opciones para conseguir fotos. Usted podrá utilizar una cámara de rollo de película y un escáner, o invertir en una buena cámara digital. Si usted en lo particular no disfruta de la fotografía, o no tiene tiempo, busque fotógrafos. Hágales saber qué tipo de fotos necesita. Al tomar más fotografías, es más probable que encuentre por lo menos varias que son de calidad para imprimir. Haga los ajustes necesarios en Adobe Photoshop, Photoshop Elements, o en programas similares, o utilice el software que viene con su cámara digital.

Consejos prácticos para tomar buenas fotos en la iglesia

- Las tomas con acción son mejores que las que "sonríen y son tomadas" donde alguien está recibiendo un reconocimiento. En lo contrario, demuestre una toma de acción de lo que ellos hicieron para obtener ese reconocimiento.
- Unas pocas tomas a lo lejos está bien para demostrar el ámbito del evento, pero las fotos en los que él (los) sujeto (s) son la mayoría del marco, son más interesantes.
- El rostro de su sujeto no debería ser pequeño e irreconocible, a menos que ésta foto es para una situación donde usted no deberá mostrar el rostro del sujeto.
- Siempre lleve consigo una serie extra de baterías.

Subtítulos

Cada foto deberá tener un subtítulo – en su boletín informativo y cuando envié fotos a cualquier lugar para publicación. Los subtítulos deberán ser de uno o dos oraciones describiendo el contenido de la foto. Recuerde que los artículos son más interesantes con más fotos. Las fotos pueden hacer que las personas quieran leer el artículo que los ilustra, y algunas personas solo ven las fotos. Las fotos deberán ilustrar de qué se trata el artículo o por qué las personas les encantó un evento. Trate de capturar una variedad de personas - los lectores fácilmente se cansarán de fotos representando "quién es quién" de invitados especiales.

Sometiendo fotos

Cuando envié fotos a su asociación o en cualquier publicación, envié las fotos originales. Fotocopias e impresiones de computadoras no se verán bien en la impresión. Si usted quiere una copia para sí mismo, haga que impriman dobles. Es muy inconveniente para el personal de publicaciones que tengan que ocuparse de peticiones de regresar fotos. Usted también puede someter fotos electrónicamente o 300 puntos por pulgada (ppp) [dpi - dais per inch en Inglés]: El director de comunicaciones de su asociación puede proveer los instrucciones.

Consejos prácticos para Fotos fenomenales

1. **Vea al sujeto en los ojos**

El contacto directo con los ojos puede ser agradable en la foto tal como lo es en la vida real. Cuando tome lo foto de alguien, sostenga la cámara al nivel de los ojos de la persona para soltar el poder de esas miradas magnéticas y sonrisas cautivadoras. Para niños, esto significa agacharse a su nivel. Y el sujeto no necesariamente tiene que ver siempre a la cámara. Solamente por sí mismo el ángulo del nivel de los ojos, creará un sentimiento personal e invitador que le atrae dentro de lo foto.

2. **Use un trasfondo claro/sencillo**

Un trasfondo claro exhibe el sujeto que está fotografiando. Cuando vea a través del visor de la cámara, trate de esforzarse o estudiar el área que envuelve al sujeto. ¡Asegúrese que no haya algún elemento, como postes, ramas de árboles o algo que interfiera detrás o arriba de la cabeza de la persona!

3. **Utilice el flash cuando esté al aire libre**

El sol brillante puede crear sombras faciales profundos no atractivos. Trate de eliminar las sombras al utilizar su flash para iluminar el rostro. Cuando tome fofos de personas en días soleados, encienda el flash. Usted podrá tener la opción del modo fill-flash (flash incompleto) o full-flash (flash completo). Si la persona está dentro de cinco pies, utilice el modo fill-flash (flash incompleto), y más allá de los cinco pies el modo poder-total puede ser requerido. Con lo cámara digital, utilice el panel del visualizador para revisor los resultados.

4. **Muévase más cerca**

Si su sujeto es más pequeño que un carro, tome un paso o dos más cerca antes de tomar la foto y maximice (zoom) al sujeto. Su objetivo es llenar el área de la foto con el sujeto que está fotografiando. Más de cerca usted puede revelar detalles sorprendentes, como algunas pecas o unas cejas arqueadas. Pero no se acerque demasiado porque sus fotos pueden estar borrosas. La distancia focal más cercana para la mayoría de las cámaras es acerca de tres pies, o aproximadamente un paso de su cámara. Si usted se acerca más de la distancia focal más cercana de su cámara (vea su manual para asegurarse), sus fotos saldrán borrosas.

5. **Muévalo de la línea media**

El centro de la plataforma es un buen lugar para que un artista esté. Sin embargo, el centro de su foto no es el mejor lugar para su sujeto. Traiga su foto a la vida al simplemente mover su sujeto del centro de su foto. Inicie el juego tres en raya (tic- tac-toc) con lo posición del sujeto. Imagínese el marco del juego tres en raya (tic-tac-toc) en su visor. Ahora pongo al sujeto importante en uno de las intersecciones de las líneas.

6. **Conozca el rango de su flash**

El error número uno del flash es tomar fotos más allá del rango del flash. ¿Por qué es esto un error? Porque las fotos tomadas más allá del rango de flash máximo aparecerán oscuras. Para muchas cámaras, el rango del flash máximo es menos que quince pies - acerca de cinco pasos de distancia. ¿Cuál es el rango de flash de su cámara? Véalo en el manual de su cámara. ¿No lo puede encontrar? Entonces no tome riesgos. Posiciónese para que los sujetos no estén más allá de diez pies alejados.

7. **Vigile la luz**

Después del sujeto, la parte más importante de cada foto es la luz. Afecta la apariencia de todo lo que usted le toma fotos. En una abuelita, la luz solar brillante de un lado puede resaltar las arrugas. Pero una luz suave en un día nublado puede minorar esas mismas arrugas. ¿No le gusta la luz en su sujeto? Muévase o al sujeto. Para paisajes, trate de tomar fotos temprano o tarde en el día cuando la luz es anaranjada y atraviesa barriendo el horizonte de la tierra.

8. **Tome algunas fotos verticales**

¿Es su cámara verticalmente desafiante? Lo es si usted nunca lo ha volteado para tomar una foto vertical. Muchas cosas se ven mejor en una foto vertical. Desde un faro cerca de un precipicio cerca de la Torre Eiffel incluso su sobrina de cuatro años en un charco. Así que la próxima vez, haga el esfuerzo consciente de voltear su cámara y tome algunas fotos verticales.

9. **Sea un director de fotografía**

Tome el control de su toma de fotografía y observe como sus fotos mejoran dramáticamente. Sea un director de fotografía, no solamente un fotógrafo pasivo. Un director de fotografía toma el control. Un director de fotografía escoge la ubicación: "Todos salgan al patio". Un director de fotografía añade: 'Chicas, pónganse sus lentes rosas'... Un director de fotografía arregla a las personas: Ahora acérquense, e Inclínense hacia la cámara', etc.

- **La composición de sus fotos**

  Tal como un compositor utiliza todos los instrumentos en una sinfonía para crear una pieza de música conmovedora, usted deberá componer cada foto para que sus partes funcionen juntas para crear una obra de belleza. Cada artículo en una foto tiene un efecto como un todo, así que no apunte y tome solamente. Tome un poco de tiempo para componer cada foto en la obra maestra que puede ser.

- ***Escogiendo un punto principal de interés***

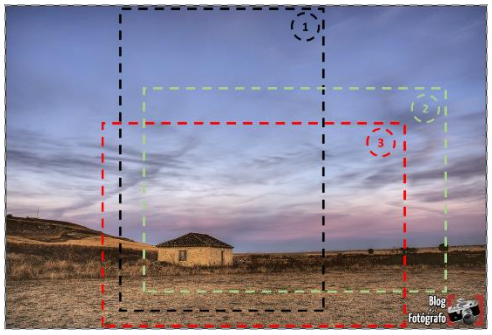
A pesar de que usted conoce lo que su sujeto es, puede ser difícil para que un observador determine su intento si hay muchos elementos en su foto que lo hacen confuso. Elimine todos los elementos no importantes al acercarse, al hacer zoom o al escoger un ángulo de toma distinta.

- ***Ajustando su ángulo de visión/panorama***
  Para el retrato más complementario, tome al nivel de los ojos del sujeto. Sin embargo, si quiere tener diversión creativa, cambie el ángulo de visión.

- ***Altere su posición***
  Cambie su posición para enfatizar o exagerar cuán grande o pequeño el sujeto es. Agáchese y levántese frente alguien y esa persona destacará sobre usted. Dispare hacia abajo a su mascota y aparecerá cómicamente pequeño. Usted también puede mover su cámara a la derecha e izquierda solamente unos pocos pies para cambiar la composición dramáticamente.

- ***Poniendo al sujeto fuera del centro***

Al poner al sujeto fuera del centro, muchas veces hace que la composición sea más dinámica e interesante. Aun si el sujeto llena el marco, la parte más importante del sujeto (por ejemplo, los ojos en un retrato) no deberán estar en el centro.



- **Siga la regla de los tercios.** Una forma fácil de crear fotos fuera del centro es imaginar una tabla de tres en raya sobre su visor. Evite poner a su sujeto en el cuadro central, y habrá seguido la regla de los tercios. Trate de poner a su sujeto Junto a uno de las líneas imaginarias que divide su marco.

- **Vea el horizonte.** Justamente como un sujeto fuera del centro es usualmente mejor, así lo es, una línea horizontal derecha fuera del centro. Evite cortar su imagen a la mitad al poner el horizonte en medio de la foto. Para acentuar espacio, mantenga el horizonte en un punto más bajo en la imagen. Para sugerir acercamiento, posicione el horizonte en un punto más alto en la foto.

- ***Fotografiando en luz tenue***
  Para muchas personas, la luz tenue hace difícil la toma de fotos. Pero también es una oportunidad para fotos emocionantes. Por lo tanto, cuando las nubes estén pasando en una reunión de campamento o la luz en el santuario no está totalmente encendido, estará listo para crear fotos la luz en que brillen.

- **Sostengo la cámara *extra* fija.**
  Para evitar fotos borrosas, prepare su cámara en una reja, atrás de la congregación o sobre una mesa, o contra una columna o árbol. Esto ayudará a mantener la cámara de moverse y distorsionar las fotos, puede utilizar un trípode tipo bolsa o de tamaño completo.

- **Espere hasta que la acción sea más lenta.**
  Si su sujeto está en movimiento, espere hasta que se aminore o se detenga antes de que tome la foto.

- **Utilice un rollo de película para luz tenue.**
  Un rollo de película de luz tenue (también conocida como película de velocidad alta o rápida) es extra sensitivo a la luz así que podrá conseguir buenas fotos en una luz muy tenue. Utilice una película clasificada como 400, 800 o más alta.

- **Manténgase dentro del rango del flash.**
  El rango del flash de una cámara digital típica es de 6-10 pies, hasta 15 pies para cámaras de rollo. Los sujetos que estén fuera del rango del flash estarán muy oscuros o muy claras. Revise el manual de la cámara y asegúrese que su sujeto este dentro del rango del flash.

- **Presione el botón suavemente**.
  Para evitar fotos borrosas, no presione el botón y sacuda la cámara. Presiónelo gentil y suavemente para que sus fotos sean nítidas.

- **Evite los ojos rojos**
  Pídale al sujeto que mire a sus hombros más que directo a la cámara. Encendiendo todas las luces del cuarto también ayuda. Si su cámara tiene un elemento de "reducción de ojos rojos" utilícelo.

- **Evite los reflejos del flash**
  Cuando utilice flash, evite las ventanas y espejos en el trasfondo. Ellos reflejarán el flash, creando un resplandor que puede arruinar una buena toma. Si no los puede evitar, póngase de pie diagonalmente de su sujeto al tomar la foto.

- **Fotografiando a grupos**

En general es más fácil tomar una foto grupal al aire libre, por lo tanto, si tiene la opción mueva a todos afuera. Si no es una opción, trate de mantener al grupo en un arreglo fijo, para que el flash alcance a cada persona. Trate de crear dos o tres diferentes pequeños arreglos dentro del grupo mayor. Uno o dos triángulos sueltos de tres personas funcionan también.

- **Cuente una historia**

Cualquier evento importante puede llegar a ser una historia en fotos. Un evento de iglesia durante un día completo, es perfecto para una historia en fotos. Demuestre la llegada, el partido, una variedad de eventos durante el día, y los niños cansados en su camino a casa.

- **Capture la emoción**

Capture las risas, lágrimas, sorpresas, y los abrazos que hacen que sean Imágenes memorables. Mantenga su cámara a la mano y encendida para que esté listo para esas expresiones espontáneas.

- **Glosario – fotografía digital**

El idioma utilizado para fotografía digital es un poco diferente de los que utilizan película y/o rollo. Pixeles, megabytes, resolución, ppp (dpi), JPEG: Si usted no está familiarizado con estas palabras, tome un vistazo rápido al glosario.

- **Píxel** - (Picture Element del inglés - elemento de imagen) Es el elemento más pequeño homogéneo en color que forma parte de una imagen digital. Un pequeño punto de luz sobre los muchos puntos que hacen una imagen en una pantalla de una computadora.

- **Megapíxel** – Una unidad que equivale a 1 millón de píxeles. Cuanto mayor sea la resolución, mayor es el número de pixeles en la imagen y por lo tanto mayor es la calidad de imagen. Un archivo de imagen que es 1 mega pixel (MPx) puede hacer una impresión de foto realística de 5 x 7 pulgadas; un archivo de 2 Mpx puede hacer una impresión de 8 x 10 pulgadas; y un archivo de 3 MPx puede hacer una impresión de 11 x 14 pulgadas.

- **Resolución** - El número de pixeles en una imagen. Un número más alto corresponde a una imagen de calidad mayor.

- **PPP - Puntos por pulgada** (dpi - dats per Inch del Inglés). Número de puntos que una impresora o dispositivo (como un monitor) puede exhibir por pulgada linear. Por ejemplo, muchas impresiones de laser tienen una resolución de 300 ppp, muchos monitores de 72 ppp, muchas imágenes establecidas PostScript de 1200 a 2450 ppp. Las impresoras de tinta con calidad para fotos ahora están en el rango de 1200 a 2400 ppp.

- **Megabyte** - Una cantidad de memoria de computadora que consiste acerca de un millón de bytes.

- **Kilobyte** - Una cantidad de memoria, espacio en disco, o tamaño de documento que consiste de aproximadamente mil bytes.

- **JPEG** – Un formato estandarizado utilizado por muchas cámaras digitales para almacenar imágenes. Este formato es también usado comúnmente para imágenes en el web e imágenes adjuntas a correos electrónicos. JPEG que viene del Joint Photographlc Experts Graup (Grupo de expertos fotográficos conjuntos), este grupo estableció este estándar de archivo, y es una de los formatos más usados hoy. JPEG es un mecanismo de compresión de una imagen estandarizada-diseñada para comprimir a color o escala de grises imágenes de escenas naturales y del mundo real. JPEG utiliza compresión gradual, lo que puede dañar la calidad de imagen.

- **LCD, Liquid Crystal Display –** (pantalla de cristal líquido) – Una pantalla a color para exhibir en cámaras utilizadas para visualizar y revisar imágenes y ver información, tal como las opciones de menú y ajustes de la cámara.
- **Tarjeta de memoria** - Un dispositivo de almacenamiento utilizado para almacenar datos, tal como una imagen y archivos de película. Disponible en varios rangos de tamaños, tal como de 8 MB, 32 MB, y 256 MB.
- **Digitalizar -** Convertir información análoga a un formato digital para ser utilizada por una computadora.

Consejos para fotos fenomenales preparados por:
Kelly Butter Coe
Director de Artes, revisto Visitar
Sede Centra. Atlántico ·
de la Iglesia Adventista del Séptimo día.

Sección 3:
Permisos de foto y políticas de privacidad

Permisos de fotos para noticias no es usualmente necesario

Por Gerry Chudleigh y Kermif Neffeburg

Adaptada con permiso de la Asociación de la Unión Pacífica

Tarde o temprano todos los que producen un boletín informativo de una iglesia a sitio web se preguntarán, ¿está bien incluir una foto sin permiso? ¿Será que las personas en la foto me van a demandar si ven sus rostros en el internet o en la portada de la revista de la unión o boletín de la iglesia?"

De hecho, las reglas para utilizar fotos para noticias son claras, y son menos restringidas que lo que piensan muchas personas. Estas reglas están basadas en la protección constitucional de una prensa libre e independiente y sobre pautas de privacidad establecidas por un largo tiempo.

Como todas las noticias de los medios, los boletines informativos de la iglesia y de revistas no requieren pedir permiso de cualquiera de las personas que aparecen en las fotos de las noticias o historias. El obtener el permiso muchas veces destruye la integridad de las noticias y harían la producción y entrega imposiblemente lenta. Las noticias de iglesia de los medios generalmente imprimen cualquier foto relacionada a las noticias sin permiso a menos que al hacerlo violarían una de las cuatro reglas que guía toda responsabilidad de las periodistas:

1. No se entrometa en la soledad de cualquier persona, aislamiento, o propiedad privada sin permiso. Las fotos en lugares públicos en un campamento de Jóvenes, escuela, iglesia, reunión de entidad, o reunión de campamento no son invasión de privacidad.
2. No publique (fotos o historias) de Información privada sin permiso.
3. No imprima una foto o una historia que presenta al sujeto en una difamación.
4. No haga que una foto de un individuo sea adecuada para cualquier uso comercial (tal como anuncios de publicidad, o aun para ilustrar meses después de las noticias del evento) sin permiso. Hay excepciones a esta regla, tal como fotos de grupos grandes, y fotos en el que el sujeto no puede ser identificado.
5. Adicionalmente, al contrario de los medios públicos, las revistas de iglesia generalmente siguen la regla de no publicar fotos o historias que presenten a las personas en una luz negativa, aun si los hechos requieren la cobertura.

Porque los padres y sus hijos usualmente disfrutan ver los rostros impresos, muchas escuelas y campamentos de verano incorporan una aplicación en la matrícula para la liberación/comunicado de fotos, y muchas personas lo firman. Esto no es necesario para fotos de noticias, pero al firmar la declaración el estudiante, acampante o padre está de acuerdo que la foto del niño puede ser utilizado para propósitos de publicidad mayor, incluyendo folletos, presentaciones, sitios web, etc. Esto también le da la oportunidad a los padres de NO otorgar el permiso en dado caso que ellos no quieran que se conozca la ubicación del niño por alguna razón.

Esta regla aplica a sitios web, así como la media impresa. Lo mayoría de los sitios web de las iglesias incluyen elementos de diseño y contenido. El contenido que usualmente incluye noticias, cambia frecuentemente, pero los elementos del diseño son permanentes (hasta que haya un rediseño). Si usted incorpora la foto de cualquier persona en el diseño, usted probablemente está utilizando a la persona como un modelo y deberá tener una nota de liberación. Pero fotos para noticias que aparecen en las historias de noticieros pueden ser utilizados sin notas de liberaciones.

.

Mientras que hay leyes acerca de niños y sitios web, ninguna prohíbe poner fotos nuevas de niños para las noticias en sitios web. Las leyes más frecuentes de prohibición de fotos para niños son el Federal Educational Rights and Privacy Act [la Ley de Derechos de la Familia en materia de Educación y Privacidad de 1974] (FERPA, 1974) y el Children's Online Privacy Protection Act [Ley de protección de la privacidad en línea de los niños] (COPPA, 2001). En adición a eso, muchos estados tienen leyes tales como el California's Online Privacy Protection Act [Ley de protección privada en línea de California] (CA OPPA, 2004).

COPPA limita la información que un sitio web comercial puede reunir directamente de niños menores de 13 años para propósitos del mercado. FERPA se relaciona con las escuelas y da a los padres de estudiantes menores quienes asisten a escuelas de fondos federales, los derechos de inspeccionar los "registros educacionales" de sus hijos menores y requiere que estos registros no se exhiban a cualquiera. Las fotografías no están incluidas en los "registros educacionales" y pueden ser publicadas sin permiso a menos que un padre haya sometido por escrito una petición que la escuela no publique la foto del menor. CA OPPA extiende las limitaciones de COPPA a todos los residentes de California.

Por lo tanto, no existen leyes que prohíben fotos de personas en material impreso o en el internet si estas fotos no violan las reglas de privacidad. Pero para parafrasear lo que el Apóstol Pablo dijo, "No todo lo que es legal es sabio". Escuelas, campamentos de verano, clubes de Conquistadores, e iglesias son probablemente sabios en desarrollar pólizas que tienen un equilibrio de la libertad de la prensa con la protección de los niños.

Políticas de privacidad

Recuerde que lo que sea que imprima en su boletín Informativo o boletín de iglesia, o lo que coloque en su sitio web, puede ser visto por cualquiera, así que sea cauteloso y no revele mucha información personal acerca de miembros de iglesia, y especialmente niños. Por ejemplo, es una buena idea no poner apellidos, especialmente de los niños, y especialmente no en subtítulos de fotos: usted nunca sabrá quién podrá leer lo que escribe. Antes de imprimir y colocar peticiones de oración, vea el recurso. Si obtuvo información de segundo mano acerca del estado de salud mental y físico de una persona, o de problemas financieros o maritales, etc. No lo comparta.

Recuerde que muchas personas someten peticiones a favor de otros sin permiso. *A* pesar que el tercer partido probablemente quería hacer un favor, esto es información privada de otra persona y ellos no tienen el derecho de compartirla. Cuando comparta peticiones de oración, asegúrese de remover el nombre; los primeros nombres si fuese necesario, nombres de compañía, y otros artículos de identificación, a menos que tenga permiso de la persona que la petición concierne. Publicar tal información sin el permiso puede constituir una invasión de la privacidad.

También sea cuidadosa acerca de imprimir y colocar en su sitio web información específica acerca de misioneros en ciertos países. Dependiendo de la política del país donde se encuentran localizados, ellos podrían estar en peligro de arresto o persecución si la persona equivocada encontrara esa información. Si hay alguna pregunta, no publique esa información, incluyendo nombres, afiliaciones organizaciones, direcciones de correo electrónico, ubicación y localidad, o fotos, sin el permiso del misionero.

Sección 4:
La web y multimedia

Sitios web de la Iglesia

Muchas personas hacen compras en el internet. Antes de ir algún lado, ellos buscan y leen acerca de ello.

Una iglesia que no tiene un sitio web simplemente no existe para muchas personas.

Personas Jóvenes, especialmente, frecuentemente revisan algo en línea antes de ir allí en persona. Si su iglesia no tiene un sitio web aun, el comité de comunicaciones deberá discutir acerca de ello y buscar un administrador de web (web máster). No importa si es usted o no, usted probablemente ayudará a escribir, redactar, editar y aprobar su contenido.

Si su iglesia ya tiene un sitio web, ahora puede ser un buen momento para evaluarlo. Si el web no reúne estos criterios, podrá ser el momento poro un rediseño.

Aquí hay algunos criterios para una evaluación:

1. **¿Se descarga en un tiempo apropiado la página principal?**
   Menos de 10 segundos es excelente. Si toma mucho tiempo, los visitantes novan a esperar.
2. **¿Es comprensible la página principal? ¿Es fácil encontrar los elementos y están bien presentados? ¿Hay muchos enlaces incorrectos, secciones incompletas, o errores ortográficos?**
3. **¿Las opciones de navegación son lógicas? ¿Todas las páginas Incluyen navegación bien diseñada, con poco desplazamiento? ¿Los enlaces de navegación son adecuadas?**
4. ¿Contiene el sitio web Información acerca de su Iglesia? ¿Incluye ministerios, eventos y una biografía del pastor? ¿Cuánta información ofrece a posibles visitantes?
5. ¿El contenido está actualizado? ¿Los futuros eventos son anunciadas? ¿Las noticias son nuevas, o tienen más de dos meses de antigüedad? ·

www.oklahamacitycentralsda.org
www.bxsdachurch.org

Buenos ejemplos de lo que debe ser, destacando dos sitios web con reconocimiento ganador: La Iglesia Adventista del Séptimo día de Bronx y de la Ciudad de Oklahoma.

6. ¿Está disponible la información para contactarse? ¿Pueden los visitantes encontrar la dirección, número telefónico, correo electrónico, y enlace de un mapa? Si no pueden encontrar esto en su sitio web, entonces no podrán encontrar su iglesia.
7. ¿Están publicados claramente sus horarios de reunión y cultos de adoración? ¿Son fáciles de encontrar? ¿Están enlistados eventos especiales?
8. ¿Los colores y el diseño en general se complementan? ¿Son placenteros los colores y diseño? ¿Se ven profesionales y dan una impresión positiva de su iglesia?
9. ¿El sitio ofrece un componente de evangelismo? ¿Es cálido e interesante, con información sobre estudios bíblicos? ¿Anima a los visitantes cibernéticos para ser visitantes del sábado en la mañana?
10. ¿Es fácil leer el contenido? ¿Cómo está la gramática, ortografía y la puntuación? Contenido pobremente escrito es más difícil seguir y harán que las personas no quieran visitar su sitio de nuevo.
11. ¿El sitio ayuda a eliminar la confusión acerca de los Adventistas? ¿Presenta principalmente la teología Adventista? ¿Evita utilizar el "ASD" y otras Jergas que podrían confundir a los visitantes.

Opciones de sitio web

Si usted nunca ha desarrollado un sitio web, usted querrá revisar el sistema de gestión de contenidos (CMS – Content management Sistem). Visite www.cmswalch.com para encontrar una lista de sistemas y revisiones. Un CMS provee todos los códigos para un sitio web, así que no necesito ser muy hábil en HTML-hyper text markup language (Lenguaje de marcos de hipertexto). Una vez que haya elegido una plantilla, todo lo que tiene que hacer es añadir páginas y llenarlas con el contenido utilizando el software que es similar o Microsoft Word.

Un beneficio de un CMS es la habilidad de permitir que múltiples personas inicien la sesión y compartan la tarea de mantener el sitio web de su iglesia actualizado. Usted puede permitir acceso a personas como administradores, autores, y editores, dependiendo de lo que ellos necesitan cumplir. Su sitio web deberá representar a su iglesia precisamente. Idealmente, una persona no deberá hacer todo el trabajo en el sitio web de su iglesia. Pida a los líderes de cada ministerio que asignen o alguien para proveer el contenido web que represente su área.

Adven/ist Church Connect, es una iniciativa de la División Norteamericana, provee sitios web gratuitos para las **Iglesias Adventistas en los Estados Unidos, Canadá, y Bermuda. Los sitios incluyen alojamiento de su sitio web gratuito y espacio ilimitado.**

Los sitios Adventist Church Connect son fáciles de.usar y mantener. Someta la información utilizando el sistema de gestión de contenidos previamente establecido. Escoja desde la selección de Adventist Church Connect de gráficas profesionalmente diseñadas o trabaje con un diseñador para un aspecto personalizado.

Los elementos incluyen: Noticias

Alimentación RSS

Calendario Devocionales diarios Diseños de plantillas

Dar en línea

Modulo del Ministerio de oración Programa de redacción de texto fácil

¡Y mucho más!

Visite www.adventistchurchconnect.com para más información, para ver un cierno (video) y registrarse.

Adventist Church Connect ofrece elementos adicionales como Podcasts, carritos de compras, y capacidad para el chat (mensajes instantáneos) por un costo mínimo mensual.

Sección 5:

Relaciones con los medios

Periódicos de la comunidad

Hay tres formas en que su iglesia puede aparecer en los periódicos: un reportero puede escribir una historia, puede estar en la lista del calendario comunitario o puede pagar un espacio para un anuncio.

Historias publicadas

Dependiendo del tamaño de su ciudad y ámbito de su periódico local, los eventos de su iglesia podrán o no podrán tener una buena oportunidad para aparecer. Vea su periódico y vea que tipo de eventos son cubiertos. Si siente que los eventos de su iglesia podrían tener una oportunidad, envié comunicados de prensa al editor adecuado. Los editores están especialmente interesados en historias acerca de cómo su iglesia está impactando a la comunidad, tales como a través de proyectos de servicio. No se desanime si el comunicado de prensa parece ser pasado por alto. Con espacio limitado, noticias más urgentes pueden tomar precedencia cuando el espacio es limitado. Mientras continúa enviando comunicados de prensa, recuerde que la repetición crea reconocimiento.

Diseño del comunicado de prensa

Para la publicación inmediata
Fecha

Contacto
Número telefónico
Correo electrónico

Encabezados en mayúsculas
1er párrafo: Quién, qué, cuándo, dónde, porqué, cómo
2ndo párrafo: Porque su noticia es importante
3er párrafo: Citas/frases de personas claves
4to párrafo: Registro, información de contacto y para más información
5to párrafo: Información de trasfondo para su organización

Los editores están buscando que los comunicados de prensa transmitan tres aspectos; el tiempo, la proximidad y el impacto. Su historia deberá ser actual, deberá estar en la localidad cubierto por el periódico y deberá tener un impacto concretó en la comunidad.

Buenas ideas para historias para los medios de la comunidad

Por Celeste Ryan Blyden
Reimpreso, con permiso de la Asociación de la Unión Columbia

- El pastor se va: un nuevo pastor llega
- Los servicios de la comunidad adventista responden al desastre, inician un nuevo programa.
- El aniversario de la iglesia ú organización, ceremonia de apertura de una nueva construcción, o celebración de la hipoteca completada.
- Reconocimientos entregados o recibidos de la comunidad
- Viajes misioneros o de servicios locales e internacionales
- Reunión de campamento, sesión de la Asociación General, u otro evento mayor
- Puntos de visto locales hasta historias nacionales
- La iglesia proporciona un programa único basado en las necesidades (ejem. clase de cocina, feria de la salud, seminario de finanzas, un concierto, un invitado especial famoso, etc.)

Calendario de la comunidad

En adición a imprimir artículos y fotos, muchos periódicos también ofrecen un calendario de la comunidad que demuestra eventos que están siendo llevados a cabo por iglesias y grupos cívicos. Comuníquese con la oficina comunitaria de su periódico local para saber cómo los eventos de su iglesia pueden estar enlistadas en el calendario.

Anuncios pagados

Revise con su administrador de anuncios del periódico local para aprender acerca de los cobros de propaganda. Averigüe acerca de cuánto cuesta comprar anuncios en diferentes tamaños. Anuncios pequeños pueden funcionar, así como los más grandes, y podrá tener más dinero de sobra para publicar más anuncios. Las personas aprenden a través de la repetición, así que utilice los anuncios para unas semanas.

Anuncios en televisión y radio

Algunas estaciones televisivas y de radio pasan al aire anuncias gratuitos de una agencia de gobierno o filantrópica que podría ser de interés al público. Estos anuncios de servicios públicos (PSA - Public service announcements) generalmente resaltan algo para el bien. Por ejemplo, la iglesia de Jesucristo de los Santos de los últimos días produce muchos anuncios de servicios públicos en televisión y radio para llamar la atención a la importancia de tiempo familiar y buenas relaciones de padres e hijos. Anuncios de calidad pueden costar mucho producirlos, sin embargo puede revisar con las estaciones locales para ver que opciones de grabado en casa están disponibles.

Algunas iglesias tienen un presupuesto para crear sus propios anuncios televisivos, mientras que otros no lo tienen. Algunas iglesias son capaces de comprar tiempo en televisión y radio. Para aquellos que no pueden, los PSAs salen al aire comúnmente en canales de acceso público de estaciones de televisión por cable. Llame a su compañía de cable y pregúntele si patrocinan un canal de acceso al público. Compañías más grandes tendrán un coordinador que le podrá enviar información sobre canales disponibles y tiempo de multiplexación.

Multimedia

Su iglesia podrá decidir incorporar la multimedia o sus servicios. Lo multimedia incluye componentes de audio y video utilizados para resaltar la experiencia de la adoración, tal como presentaciones PowerPoint y clips de video. Usted puede añadir música, transiciones, y fondos a color para avivar sus presentaciones de PowerPoint.
PowerPoint es muy útil para ayudar a las personas - especialmente las visitas - para que tengan seguimiento durante la lectura bíblica, el sermón y el servicio de canto.

La multimedia también podrá incluir sermones grabados para que las personas los visualicen en casa o para pasar al aire en un canal televisivo de acceso público, o para poner en el sitio web de su iglesia en un formato de Podcast. Usted también podrá grabar comerciales televisivos y comprar tiempo al aire para anuncios en estaciones locales o grabar videos promociona les para informar e inspirar a los miembros.

Piense un momento sobre los formatos de multimedia que podrían funcionar en su iglesia. Por ejemplo, si querrá utilizar una pantalla, ¿hay alguna forma de hacer que el santuario sea suficientemente oscuro sin dejar las ventanas cerradas durante todo el Servicio? ¿Hay presupuesto para equipo nuevo y personas que podrían utilizarlo? Visite iglesias que utilicen mucho la multimedia y vea qué funciona para ellos. Si esto no es una de sus áreas de interés, quizá podrá reclutar a personas interesadas en video y multimedia para que se unan al comité de comunicaciones.

Los Servicios de la Agencia de Medios Adventista *(Adventist Media* **Services *Agency)* ofrece anuncios de** radio y televisivos de 30 y 60 **segundos sobre temas tales como la** salud y la familia. Llame al 805 -955
7606 para copias gratuitas

Sección 6:
Asuntos públicos

The Church as a Communicator, (sólo en inglés - La iglesia como un comunicador), disponible de AdventSource, puede ayudar a su iglesia para que haga una encuesta de cuán bien como grupo están haciendo en cuanto a los asuntos públicas. Revíselo con su junta de iglesia y vea como su iglesia puede mejorar. Aquí hay un punto de partida para evaluar los asuntos públicos en su iglesia, tomado del. *The Church as a Communicator (sólo* en inglés - la Iglesia como un comunicador).

Señalización adecuada

¿Está su letrero encendida de noche? ¿Contiene el logo adventista, tiempo de servicios y un número telefónico? ¿Es tiempo de una nueva señal? Si es así, usted puede obtener anuncios y señales con el logo adventista. Contacte a la Asociación General en www.adventist.org o visite www.adventmall.com para opciones de señalización.

Estante de literatura

Considere su estante de literatura en su iglesia. ¿Está nítido? ¿Está la literatura actualizada? Literatura pasada de moda no hará una impresión favorable. En vez de ordenar un suministro de folletos para toda una vida, ordene suficiente para un año o dos, y vea cuán bien está haciendo. Al momento que necesite ordenar más, la iglesia habrá producido folletos con nuevos diseños. Asegúrese que el estante esté ordenado y que sea fácil de encontrar todo.

El mensaje en la contestadora de teléfono

¿Está actualizado su mensaje? ¿Identifica a su iglesia como Adventista del Séptimo día? ¿Contestan razonablemente después de sonar una cantidad de veces? ¿Ofrece una lista del horario de oficina del pastor? Y lo más importante, ¿quién revisa los mensajes? y ¿cuán a menudo? Los mensajes dejados en el fin de semana deberán ser regresadas en el siguiente día hábil. Ningún mensaje dejado en un día entre semana deberá ser olvidado (no contestado) por más de 24 horas.

Participación en eventos comunitarios

¿Por qué no tener un equipo *Relay forLife?* (relevo para la vida) ¿Un estante en la feria del candado? Podrá vender su libro de recetas de su iglesia, hacer pruebas de espirometría (medición de capacidad pulmonar), revisar la presión arterial de las personas, u ofrecer muestras de cocina vegetariana. Estas opciones ofrecen que su iglesia sea reconocida. Considere dejar que algunos grupos de su comunidad tengan reuniones en su iglesia. Ofrezca clases que la comunidad estaría interesada en tomar, tal como cocina vegetariana, hacer collage de fotos, o de buena aptitud física. Considere ser anfitrión de grupos de apoyo para nuevos padres o personas quienes están enfrentando una pérdida.

Lista de directorio

¿Tiene su iglesia un anuncio en la guía telefónica donde las personas pueden encontrar en la sección de iglesias?

¿Qué tal acerca de libros de viajes y directorios de hotel? Haga una investigación sobre las opciones que existen en su ciudad, y consiga que su iglesia aparezca en la lista.

Recursos

Practicing Communicating (sólo en inglés ·Practicando la comunicación)

En el 2006, el departamento de comunicaciones de la División Norteamericana Inicio un boletín informativo gratuito. Diseñada especialmente para el personal de comunicaciones a nivel de la iglesia local, este boletín informativo mensual incluye elementos de comunicación que está sucediendo en la Iglesia Adventista y provee artículos para ayudar a las líderes de comunicaciones de la iglesia local, para que realicen su labor más efectivamente. Para descargar un POF, visite www.naddventist.org, y haga clic en la categoría "*communication"* debajo del encabezado "*Ministries".* Para recibir este boletín informativo mensual por correo, favor de comunicarse con su director de comunicaciones de su asociación local.

Passport (sólo en inglés)

Es un boletín informativo trimestral publicada por AdventSource. Ofrece recursos e información para todos los ministerios. Disponible en www.adventsource.org o llame al 800-328-0525 ..

Información del logo de la iglesia

Visite la página principal de la Iglesia Adventista en www.adventist.org. Bajo el encabezado "World Church", haga clic en el enlace "the logo", donde puede encontrar una descripción del logo, pautas sobre como el logo puede ser usado, y versiones descargables del logo Adventista en diferentes formatos y lenguajes. Usted también puede encontrar el significado de los diferentes símbolos utilizados en el logo.

Logo Oficial
Iglesia Adventista del Séptimo día

Las líneas en la parte superior del diseño simbolizan la resurrección y ascensión de Cristo en la Segunda Venida, principal foco de nuestra fe.

La Biblia abierta

La Biblia forma la base del diseño y representa el fundamento bíblico de nuestras creencias. Está diseñada en una posición totalmente abierta sugiriendo la completa aceptación de la Palabra de Dios.

Las llamas

Este es el formato de tres líneas circulando una esfera implícita. Las líneas representan los tres ángeles de Apocalipsis 14 circundando el globo y nuestro compromiso de llevar el evangelio a todo el mundo. El diseño completo forma una llama simbólica del Espíritu Santo.

La Cruz

El símbolo de la cruz, representando el evangelio de la salvación, está localizada en el centro del diseño para enfatizar el sacrificio de Cristo, que es el tema central de nuestra fe.

ORIÓN CREACIONES

Tarjetas de notas y papelería

Tarjetas de notas con el logo de la iglesia, pueden ser adquiridos de AdventSource. Son perfectas para escribir tarjetas de agradecimiento y seguimiento de la comunicación con los contactos en la media. Disponible de *Positive ID* otra papelería y tarjetas de presentación. También puede visitar www.odventmall.com paro ordenar papelería.

Society of Adventist Communicators

El *Sociely of Adventist Communicators,* es una organización para la socialización, lo educación continua, reconocimiento y fomentación de los Adventistas del Séptimo día quienes tienen carreras en el campo de lo comunicación. ¿Quiénes deberán unirse?: Profesionales adventistas en comunicación, estudiantes independientes, editores, maestros, especialistas de tecnología, administradores, productores, fotógrafos, propietarios de negocios pequeños, y otros de la División Norteamericana y más allá – en todos los campos: transmisión en radio y televisión, relaciones del mercado y públicos, imprenta/publicación, medio electrónica, educación, cuidado de la salud, y más. El *Society of Adventist Communicators (Sociedad de comunicadores adventistas)* es anfitrión de una convención anual para miembros. Visite www.adventistcommunicator.org para más información.

The Barna Group

www.barma.org

Aprenda las percepciones públicas de organizaciones religiosas. El *Barna Group* es una empresa del mercado de investigación que estudió las organizaciones filantrópicas y grupos cristianos. Enfoca en dar un servicio de la información necesaria para la iglesia al ofrecer estadísticas, recursos, seminarios, e investigación en tendencias culturales y espirituales actuales. .

Lectura sugerida

Public Perceptions, por el *Center for Creativa Ministry.* Disponible en AdventSource, www.adventsource.org o llamando al 800-328-0525.

The Christian Writer's Manual of Style, redactado por Robert Hudson, Zondervon. Disponible en www.zondervan.com.

Church Communications Handbook por Wanda Vassallo, Kregel. Disponible en AdventSource, www.adventsource.org o llamando al 800-328-0525.

Set de conciencia para promocionar la iglesia (sólo disponible en inglés)
How to Place Radio, Newspaper, and Television Ads. Disponible en *AdventSource,* www.adventsource.org o llamando al 800-328-0525.
The Church as a Communicator, Oficina de comunicaciones de la División Norteamericana. Disponible en AdventSource, www.adventsource.org o llamando al 800-328-0525.

Photo Idea Index por Jim Krause, How Books. Disponible en AdventSource,www.adventsource.org o llamando al 800-328-0525. ·*Oxygen Church Media Starter Kit por Oxygen Multimedia Group* LLC. Disponible en AdventSource, www.adventsource.org o llamando al 800-328-0525.

Director de Comunicaciones de la Iglesia

Esta guía rápida para el Director de Comunicaciones de la Iglesia está llena de información importante que lo ayudará a iniciar y revitalizar un ministerio en su iglesia local. Esta guía contiene una descripción de su responsabilidad, instrucciones para iniciar, consejos para mantener un ministerio exitoso, sugerencias, recursos recomendados y mucho más. No importa si usted es nuevo en este ministerio o un voluntario con experiencia, esta guía rápida le inspirará con muchas ideas útiles que podrá poner en uso inmediatamente en su iglesia local.

Otros títulos de la serie de guías rápidas

- Director de Escuela Sabática
- Miembros de la Junta de Iglesia
- Ministerio de Vida Familiar
- Ministerio Web para la Iglesia Local

Para una lista más completa de las guías rápidas disponibles visite www. Adventsource.org