



**UNIVERSIDAD LASALLISTA  
BENAVENTE**

**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
CLAVE 8793-24**



---

**PRODUCCIÓN DE UNA GACETA PARA LA ESCUELA DE  
PREDICACIÓN DEL CENTRO**

**TESIS**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:**

**ILIANA MINERVA RICO GALICIA**

**ASESOR:**

**LCC. JORGE DE LA ROCHA LEDEZMA**

**CELAYA, GTO.**

**MAYO 2007**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## Agradecimiento:

A Dios, a mi Familia  
y Amigos:

Gracias Señor, por haberme otorgado la vida, la fuerza y la capacidad para absorber día a día el conocimiento y aprender de todas aquellas experiencias que se me van presentando.

Gracias familia, por apoyarme e impulsarme a seguir adelante en los proyectos y metas que me propongo. Papá, gracias por ser un modelo a seguir, por tu cariño incesante y tu apoyo incondicional. Mamá, gracias porque con todo tu esfuerzo me diste la oportunidad de llegar hasta donde estoy el día de hoy.

Isa, gracias por no dejarme caer en los momentos más difíciles y recordarme que debo ver las cosas de manera positiva. Irais, gracias por fortalecer mi paciencia. Pero gracias, sobre todo a quienes han sido un pilar de mi familia y sin quienes tal vez esto no sería posible, gracias por todo el apoyo que le han dado a mis padres tío Roberto y Abuelita Alicia.

Gracias a todos mis hermanos que, con sus oraciones y consejos, me fortalecieron.

Mil gracias a mis amigos y amigas por todo su cariño, por compartir sus vidas conmigo y regalarme cada uno un poco de su sabiduría; por recibir mis lagrimas en su corazón y convertirlas en alegrías.

Gracias a mis maestros por mostrarme y ayudarme a descubrir LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

# INDICE

TEMA	PÁGINA
<b>INTRODUCCIÓN</b>	
<b>I. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA IGLESIA DE CRISTO</b>	<b>1</b>
1.1 La Iglesia de Cristo	2
1.1.1 Historia de la Iglesia de Cristo	2
1.1.2 La Iglesia de Cristo en Querétaro	4
1.2 Escuela de Predicación del Centro	6
<b>II. REVISIÓN DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN</b>	<b>9</b>
Modelo	10
Comunicación Formal	10
2.2.1 Juntas	11
2.2.2 Discursos	14
2.2.3 Boletín Semanal	17
2.2.4 Tablero de avisos	20
2.2.5 Cartas	22
2.2.6 Carteles	24
2.2.7 Folletos y trípticos	25
2.3 Comunicación informal	27
2.3.1 Reuniones	28
2.3.2 Charlas	30
<b>III. GUSTOS Y PREFERENCIAS DEL MERCADO META</b>	<b>32</b>
3.1 Metodología	33
3.2 Formulación de objetivos e hipótesis	34
3.3 Construcción de cuestionario	35
3.4 Selección de la muestra	39
3.5 Codificación y graficación de resultados	41
3.6 Conclusiones	51

<b>IV. LA GACETA, UN MEDIO ALTERNATIVO DE COMUNICACIÓN</b>	<b>52</b>
¿Qué es una Gaceta?	53
4.1.1 Características de la gaceta	54
4.2 Gaceta El Predicador	59
4.2.1 Nombre	60
4.2.2 Filosofía	60
4.2.3 Periodicidad	61
4.2.4 Secciones y temática	62
4.2.5 Organización	64
4.3 Elementos visuales de El Predicador	74
4.3.1 Formato	74
4.3.2 Slogan	75
4.3.3 Imagotipo	75
4.3.4 Logotipo	75
4.4 Primera y cuarta de forros (Portada y contraportada)	84
4.5 Diseño de páginas interiores	86
4.6 Proceso de producción	89
4.6.1 Lluvia de ideas	89
4.6.2 Orden de información	91
4.6.3 Investigación y documentación	93
4.6.4 Redacción/fotografías	95
4.6.5 Revisión y corrección	96
4.6.6 Co-edición	97
4.6.7 Borradores	98
4.6.8 Revisión y correcciones finales	100
4.6.9 Maquila	101
4.6.10 Distribución	102
4.7 Costos y financiamiento	104

## **CONCLUSIONES**

## **BIBLIOGRAFÍA**

# INTRODUCCIÓN

El primer contacto que se tiene con los medios de comunicación es comúnmente con la televisión, ya con el tiempo nos iremos familiarizando con cada uno de los demás.

En un inicio, tenemos la sensación de que son cosa sencilla, la magia de los mensajes terminados nos envuelve y nos soñamos siendo parte de ellos.

Tal vez esa sea la causa por la cual, en algún momento de la vida se nos atraviesa la idea de laborar en algún medio de comunicación.

Aquellos que nos aferramos a esa idea y luchamos por hacerla realidad nos damos cuenta que la cosa no era tan fácil, que el trabajo atrás del aparato receptor, del papel o de cualquier medio requiere un arduo trabajo que sólo unos pocos pueden realizarlo bien.

Son procesos de investigación, de creatividad, de mucho análisis lo que logra formar un medio y, es precisamente lo que se realiza en este particular trabajo de investigación.

Un medio debe estar estructurado y fundamentado de tal forma que obtenga la firmeza que requiere para trascender.

.Al inicio de este proyecto se presenta a una institución y, en el desarrollo de cada uno de los capítulos, se busca localizar sus puntos débiles y el mejor medio alternativo que pueda reforzarlos para que, una vez determinado el medio más apropiado, darle forma y hacerlo funcionar dentro de la institución.

## **CAPITULO I**

# ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA IGLESIA DE CRISTO

## 1.1 LA IGLESIA DE CRISTO

### 1.1.1 HISTORIA DE LA IGLESIA DE CRISTO <sup>1</sup>

**E**l grupo religioso denominado *Iglesia de Cristo* fue fundado en el año 33 D.C., durante el cuarto imperio de los reyes romanos (aprox. Año 780 del imperio romano), en la ciudad de Jerusalén ubicada en la región de Palestina. Su iniciador, según sus registros históricos, fue Pedro, uno de los \*apóstoles de su líder y única autoridad religiosa vigente hasta la fecha: Jesucristo.

Esta Institución llegó a México hacia el año de 1820 por medio del señor José Ma. Carvajal, un general y gobernador del estado de Tamaulipas.

La Iglesia de Cristo llega en una época en la que aún no tenían reconocimiento legal otros grupos religiosos diferentes al que oficialmente imperaba en el país pues fue hasta el año de 1857 cuando, en las leyes de Reforma del entonces presidente de México, Lic. Benito Juárez García, se habla por primera vez de libertad de culto.

Ya para el año de 1900 este grupo contaba con 6 mil adeptos distribuidos en 375 pequeñas agrupaciones a lo largo del país, número que año con año se iba incrementando por lo que se empezaron a crear escuelas o institutos encargados de preparar personas (exclusivamente de sexo masculino) que propagaran su

---

<sup>1</sup> **“Sagrada Biblia”** Antigua versión Reina – Valera, Ed.. Sociedades Bíblicas Unidas, Revisión 1960, p 1003-1055

RICO Maciel Ilhuicamina, *Historia de la Iglesia de Cristo*, s/E, p 1-22

MAZATAN Gilberto, *Plan de los doce*, s/E, p 10-23

\*seguidor y propagador de una doctrina.

ideología. Aunque en un principio muchas personas preferían ir a escuelas en Estados Unidos para prepararse, gradualmente las escuelas mexicanas comenzaron a demostrar que también eran competitivas; muchas de ellas iniciaron sólo con cursos cortos, para después convertirse, auspiciadas por escuelas norteamericanas, en grandes instituciones. Entre las primeras podemos nombrar a la escuela de Torreón , dirigida por el señor Pedro Rivas; El Instituto Bíblico latinoamericano que se fundó en 1961 en Rosita Baja California, El instituto Baxter en la Ciudad de México, la Escuela de predicación en Monterrey y la Escuela de Predicación del Centro en la Ciudad de Santiago de Querétaro, Querétaro.



1.1 Estudiantes de la escuela de Monterrey.



1.2 Estudiantes del instituto Baxter

### 1.1.2 LA IGLESIA DE CRISTO EN QUERÉTARO <sup>2</sup>

Entrar a México fue un logro para muchos grupos evangélicos así como para la Iglesia de Cristo, sin embargo, los primeros años estos grupos no tuvieron presencia mas que en el norte del país ya que la gente del centro y sur de la república se rehusaba a escuchar doctrinas religiosas diferentes a la habían adoptado desde su nacimiento.

En el año de 1985, un joven originario de la Ciudad de Zacateas, Miguel Ángel Arroyo Salas llega a la ciudad de Querétaro, Qro., con el propósito de establecer una agrupación en dicha ciudad, propósito que logró llevar a cabo el día domingo 14 de julio de 1985, cuando ante la presencia de cinco personas, ofició la primera reunión del grupo de la Iglesia de Cristo en el patio de su casa ubicada en la calle de General Corona no. 12 en la zona centro de la ciudad de Santiago de Querétaro, Querétaro.



1.3 Anteriores Instalaciones

---

<sup>2</sup> Documento Interno “Libro de Inventario y Balances de la EPC”

Esta institución se encuentra registrada como una asociación religiosa ante la Secretaría de Gobernación con el no. SAGAR/1550/94 desde el año de 1994 y está representada por el Sr. José Luis Estrada.



#### 1.4 Permiso SEGOB

El aumento en el número de miembros de esa Iglesia provocó que, cinco años después, el 13 de mayo de 1990, las reuniones se llevaron a cabo en otro lugar, un terreno ubicado sobre el Boulevard Zona Dorada (hoy Bernardo Quintana) no. 564 en el Fraccionamiento Arboledas, bajo una carpa tipo circo.

Pronto la carpa pasó a ser de igual forma insuficiente por lo que la construcción de un salón especial se hizo necesario y, gracias a que contaban con el apoyo de grupos de la misma iglesia en Estados Unidos, pudieron comenzar a construir la obra que vieran terminada hacia el mes de marzo de 1992 y que aún hasta la fecha se sigue ampliando.



1.4  
Fachada actual del lugar de reunión de la Iglesia de Cristo en Qro.

Actualmente el número de miembros en esta Iglesia oscila entre 130 y 170 personas.

Esta comunidad está compuesta por personas de toda clase social y han logrado una buena convivencia a pesar de las barreras que esto representa



1.6 Miembros

## 1.2 ESCUELA DE PREDICACIÓN DEL CENTRO (EPC)

La inquietud de la Iglesia de Cristo, en Querétaro, por desarrollar una escuela de predicación existió desde sus inicios, sin embargo *“fue hasta Febrero de 1994 cuando se logró poner en marcha el proyecto que llevó por nombre **Escuela Bíblica Central**”* comentó el Sr. Miguel Ángel Arroyo. Sin embargo, este proyecto duró poco menos de un año.

Posteriormente, en el mes de Septiembre del año de 1997 entró en funciones el ***Programa de Entrenamiento para predicadores y maestros***, éste contó con el apoyo de instructores provenientes de Iglesias de Cristo en los Estados Unidos y logró una mayor aceptación que la anterior Escuela Bíblica Central al contar con un mayor número de estudiantes y de financiadores por lo que a finales del año 2001 se renueva y toma el actual nombre de ***Escuela de Predicación del Centro (EPC)***.

Esta Institución cuenta con una planta magisterial diversa. Concentra a maestros provenientes de diferentes estados del país así como también de Estados Unidos. Así mismo, sus aulas albergan a estudiantes de diversos estados de nuestro país tales como: Coahuila, San Luis Potosí, Querétaro, Distrito Federal, entre otros.

El programa de estudios que presentan tiene una duración de dos años, tiempo en el que deben cursar materias de historia, oratoria, y doctrinales. Algunas de ellas se cursan de manera autodidacta y otras más se desarrollan de la manera escolarizada: maestro- alumno.

Durante su estancia en la institución, los alumnos son acreedores a una beca mensual que solventa sus gastos personales y, el hospedaje, en caso de que los muchachos provengan de otra ciudad, corre a cargo de la misma institución.

Al término de sus estudios, los estudiantes se hacen acreedores a un diploma que los avala como Predicadores preparados y calificados en la doctrina e ideología de la Iglesia de Cristo, sin embargo, este documento por disposición oficial no cuenta con ningún tipo de reconocimiento o validez ante el gobierno, situación

que no representa ningún obstáculo para que comiencen a ejercer su *profesión*, al contrario, la mayoría de los estudiantes, meses antes de terminar sus estudios son ya requeridos en algunas otras ciudades o comunidades del país.



1.7 Aulas de la EPC



1.8 Estudiantes de la EPC

## CAPITULO II

# REVISIÓN DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN

## 2.1 MODELO

A fin de conocer más a fondo la organización, y sobre todo, conocer el funcionamiento de sus medios de comunicación, se presenta, a continuación, un análisis del sistema de comunicación de la Iglesia de Cristo. Para ello se decidió adoptar un plan de propuesto por Gerald M. Golhaber<sup>1</sup> ya que permite de una forma sencilla, la evaluación del sistema de comunicación.

Además de ello, y para facilitar el análisis, utilizare una de las clasificaciones más comunes de la comunicación: Formal e Informal. Esta clasificación ha sido analizada por varios autores, Gerald M. Golhaber entre ellos, sin embargo haré referencia a las definiciones dadas por Alberto Martínez de Velazco<sup>2</sup>.

Entrevistas, recopilación documental y observaciones son los instrumentos que ayudarán a la evaluación a los diferentes medios de la institución y que han ayudado a recabar la información necesaria y enriquecer el estudio.

## 2.2 COMUNICACIÓN FORMAL

Recordando que en esta organización no hay niveles jerárquicos, nos encontramos con una comunicación horizontal<sup>3</sup>, es decir, entre iguales que, según Alberto Martínez, la podemos considerar como formal.

En este apartado podemos integrar medios existentes dentro de la organización como: juntas, discursos, tablero de avisos y un boletín semanal.

---

<sup>1</sup> GOLDHABERT, M. Gerald, *Comunicación Organizacional*, México D.F., Editorial Diana S.A., 1984, p328.

<sup>2</sup> MARTÍNEZ DE VELAZCO, Alberto, *Comunicación Organizacional Práctica, Manual Gerencial*, México D.F., Editorial Trillas, 1988, p 56-68

<sup>3</sup> Idem

## 2.2.1 JUNTAS

Como parte de sus prácticas religiosa, los *cristianos*, como se denominan los pertenecientes a este grupo, tienen instituidas días específicos para sus juntas. El principal de ellos es el día domingo.

La sesión da inicio a las 10:00 horas y tiene una duración de 2 horas.

Varias actividades integran la junta: Discursos, Oraciones, Cantos a capella (sin instrumentos musicales), entre otros.

Esta junta, puesto que es la principal, logra reunir generalmente a toda la comunidad Cristiana por lo que es un buen momento para transmitir anuncios, avisos o noticias, lo cual se realiza de forma verbal al finalizar las demás actividades.



2.1 Junta dominical

Los días Martes, es otro día en el que también celebran juntas, sin embargo, estas se realizan no en el lugar oficial de reunión, sino que para facilitar la asistencia, se designaron 4 lugares ubicados en los 4 puntos cardinales de la ciudad de Santiago de Querétaro, Qro.: uno en la colonia Arboledas, otro en la colonia Santa

Bárbara, otro mas en el Fraccionamiento del Bosque y el último en la colonia Cerrito colorado.

La actividad tiene una duración aproximada de 1 hora.

Los días miércoles se celebra otra junta, esta sí en el edificio de Bernardo Quintana, con duración de una hora.

Su grado de asistencias es mayor a la de los días martes pero mucho menor a la de los días domingos.



2.2 Junta femenil

Generalmente los discursos que se presentan tanto este día como el martes son para reforzar sus creencias y aumentar el conocimiento de las mismas y siempre se busca un espacio para persuadir a las personas que no son miembros de la organización a adherirse a ella.

El día sábado celebran dos juntas simultaneas aunque en salones diferentes por lo que se subdivide al grupo. Por un lado los hombres y por otro las mujeres.

De hecho esta es la única ocasión en el que la mujer puede dirigir un discurso y lo hace sólo para personas de su mismo sexo.

A continuación se presenta una tabla que resume la forma en como deben ser organizadas las juntas que anteriormente fueron mencionadas:

<b>CRITERIOS</b>	
<b>PERIODICIDAD</b>	Variable: Domingos, martes, miércoles, sábados, domingos.
<b>RESPONSABLE</b>	Titular: Sr. Miguel Ángel Arroyo
<b>INTERES DEL CONTENIDO</b>	General
<b>PREPARACIÓN DEL MENSAJE</b>	Anticipado y se adecua al tipo de público.
<b>RETROALIMENTACIÓN</b>	Indirecta, generalmente se presenta en la forma de un cambio de actitud.
<b>CÓDIGO UTILIZADO</b>	Oral
<b>PÚBLICO META</b>	Todo miembro de la organización.
<b>EXTENSIÓN DEL MENSAJE</b>	Variable de 1 a 2 horas.
<b>INTENCIÓN DEL MENSAJE</b>	Informar y persuadir.

2.3 Tabla resumen

## 2.2.2 DISCURSOS

La comunicación verbal es vital en una institución religiosa y es en forma de discursos persuasivos y motivacionales como se transmite su ideología y principios.

Discursos que varían en cuanto a su grado de formalidad dependiendo el día, evento o situación.



2.4 Discurso dominical

En la Iglesia de Cristo los discursos, como medio de comunicación, son presentados exclusivamente los días domingos, a menos que se haya organizado un evento especial. Un punto importante por comentar es que el uso de este medio de comunicación está reservado única y exclusivamente para personas del sexo masculino.

Este discurso es el que requiere el máximo nivel de solemnidad pues es en el que se expone la base y médula de su ideología con el único propósito de ganar

adeptos al grupo. Y esto último sería básicamente la forma en que se identifica la retroalimentación y la efectividad que tuvo el mensaje en los receptores.

Ahora bien, existen otras maneras en las que se puede conocer que el receptor ha recibido el mensaje y da una retroalimentación, como lo son: el cambio de actitud de las personas o su expresión corporal, incluyendo la facial.

Este tipo de discurso tiene, por lo general, una duración de 40 a 50 minutos, tiempo durante el cual sólo el orador puede hacer uso de la palabra. No debe ser interrumpido por ninguna otra persona pues no se da lugar a ningún tipo de interacción más que en la etapa final, aunque dicha interacción no tiene como finalidad responder preguntas o comenzar un debate, sino sólo ingresar adeptos a la organización.

El tema que se aborda, como ya se ha hecho mención, debe ser únicamente, sobre la importancia de integrarse al grupo y la forma de cómo hacerlo, así como las consecuencias de hacerse miembro o no; sin embargo, la forma en que cada uno de los oradores exponga su tema va a depender exclusivamente de ellos.

Manejan, por otro lado, otro tipo de discursos, cuyo grado de formalidad es mucho menor, donde se tiene la libertad de interactuar emisor y receptores, formular preguntas y hasta generar polémicas y discurrir sobre ellas. Estos discursos tienen, por lo general, la misma duración que los anteriores, tiempo en el que se desarrollará un discurso que puede ya no ser tan motivacional o persuasivo, sino explicativo y hasta instructivo, es decir, este tipo de discursos se utiliza para transmitir las normas, valores e historia de su agrupación.

Son presentados entre semana, los días martes, miércoles, viernes y sábado. En algunos de ellos se divide al total de miembros ya sea por género o por edades para que de esta manera los oradores preparen y adecuen los discursos a las necesidades de quienes los van a escuchar. .

<i>CRITERIOS</i>	
<b>PERIODICIDAD</b>	Todos los días domingos.
<b>RESPONSABLE</b>	Sr. Miguel Ángel Arroyo.
<b>INTERES DEL CONTENIDO</b>	General
<b>PREPARACIÓN DEL MENSAJE</b>	Con anticipación y se adecua al tipo de público
<b>RETROALIMENTACIÓN</b>	Indirecta, generalmente se presenta en la forma de un cambio de actitud.
<b>CÓDIGO UTILIZADO</b>	Oral
<b>PÚBLICO META</b>	Generalmente para personas no miembros pero que conocen ya a la organización.
<b>EXTENSIÓN DEL MENSAJE</b>	40 min.
<b>INTENCIÓN DEL MENSAJE</b>	Persuadir, motivar, explicar o instruir.

2.5 Tabla resumen

## 2.2.3 BOLETÍN SEMANAL

Publicación en formato media carta que consta de 4 páginas en blanco y negro a una y dos columnas.

Esta publicación carece de nombre, únicamente toma como encabezado principal el nombre la misma institución: *Iglesia de Cristo*.



### 2.6 Boletín semanal

Cuenta con nueve secciones fijas:

- Peticiones de oración por la salud.
- Peticiones de oración por recuperaciones.
- Peticiones de oración por vida personal.
- Peticiones de oración por proyectos de la iglesia.

- Peticiones de oración por familiares y amigos.
- Avisos
- Lecturas bíblicas recomendadas.
- Ubicación de los lugares de reunión semanal.
- Columna Explorando la Biblia

La publicación se distribuye los días domingos por la mañana antes de comenzar las actividades de ese día; no tiene costo alguno y solo se entrega a los miembros de la institución.

Cabe resaltar sobre la publicación que:

- Se trata de un medio periódico que ya ha logrado ganarse la confiabilidad de muchos miembros.
- Permite estar enterado de lo que sucede continuamente en la agrupación, y además mantiene al tanto de las actividades por venir.
- Funciona también como un pequeño espacio de expresión para los jóvenes estudiantes de la EPC.
- Debido a que sólo se imprime un número reducido de ejemplares, no todos los miembros del grupo alanzan a obtener uno.
- La distribución no es personal, sino que el boletín se coloca sobre algunas bancas donde en muchas ocasiones los primeros que lo toman son niños que lo utilizan para jugar y en algunos otros casos pasan desapercibidos por las personas mayores.

- No cuenta con un formato atractivo que invite a leer la información presentada.
- El espacio con el que se cuenta es muy reducido y no se ve aprovechado al 100 por ciento.
- No se promociona ni se invita a las personas a leer el medio, ni se propaga la idea de su existencia por lo que no es conocida por algunos (falta de promoción).

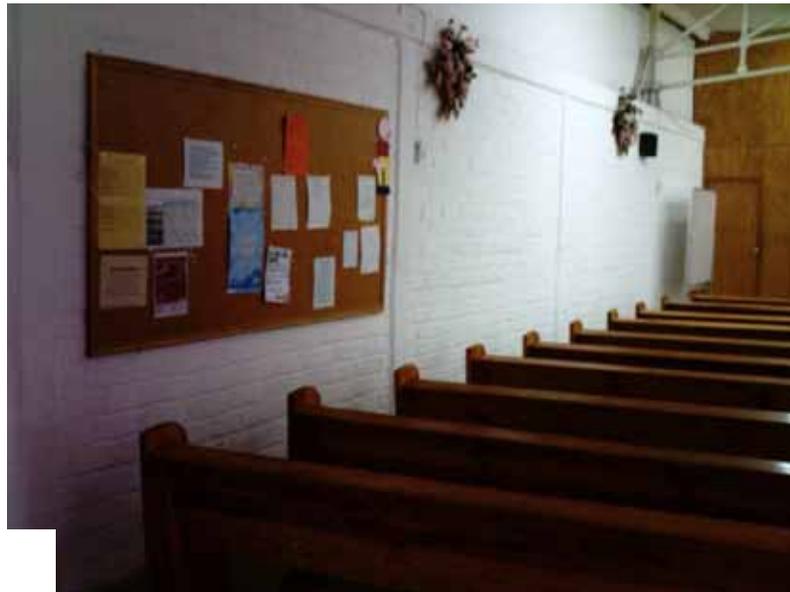
<i>CRITERIOS</i>	
<b>PERIODICIDAD</b>	Semanal.
<b>RESPONSABLE</b>	Sra. Freda Arriaga
<b>INTERES DEL CONTENIDO</b>	General
<b>PREPARACIÓN DEL MENSAJE</b>	4 o 5 días de anticipación.
<b>RETROALIMENTACIÓN</b>	No se presenta.
<b>CÓDIGO UTILIZADO</b>	Palabra escrita.
<b>PÚBLICO META</b>	Miembros de la organización.
<b>EXTENSIÓN DEL MENSAJE</b>	Varía de 4 a 5 páginas
<b>INTENCIÓN DEL MENSAJE</b>	Informar.

2.7 Tabla resumen

## 2.2.4 TABLERO DE AVISOS

Es un Tablero de 2m de ancho x 1m de largo, de caucho en donde se colocan algunos de los avisos importantes que se desean difundir como lo son:

- Cartas de invitación a reuniones especiales en otras ciudades.
- Peticiones para oraciones.
- El roles para la limpieza de las instalaciones.
- Estados de cuentas, entre otros.



2.8 Tablero de avisos

Los datos son actualizados semanalmente de tal forma que se habla de información oportuna.

Por otra parte, el lugar donde se encuentra colocado el tablero no es necesariamente el más adecuado pues hay personas que pueden no verlo a pesar de asistir continuamente a sus reuniones, por otro lado, algo que le ayuda a estar

presente en la mente de los miembros es que continuamente se hace referencia a él en algunas charlas que hay posteriores a los discursos principales.

Hay que puntualizar que la información que ahí se muestra, al igual que en el boletín, carece de un acomodo atractivo por lo que podría en determinado momento convertirse en cierta contaminación visual.

<i>CRITERIOS</i>	
<b>PERIODICIDAD</b>	Semanal.
<b>RESPONSABLE</b>	Sr. Miguel Ángel Arroyo
<b>INTERES DEL CONTENIDO</b>	General
<b>PREPARACIÓN DEL MENSAJE</b>	Anticipado
<b>RETROALIMENTACIÓN</b>	No se presenta.
<b>CÓDIGO UTILIZADO</b>	Palabra escrita.
<b>PÚBLICO META</b>	Miembros de la organización.
<b>EXTENSIÓN DEL MENSAJE</b>	Limitado en función del tamaño del tablero.
<b>INTENCIÓN DEL MENSAJE</b>	Informar.

2.9 Tabla resumen

## 2.2.5 CARTAS Y CIRULARES

Con frecuencia, se organizan eventos especiales en la Iglesia de Cristo y, una de las formas en que se invita a las personas a que asistan a ellos es en forma de cartas o circulares que ellos hacen llegar a miembros de la agrupación en otros lugares del país. .

Dichas cartas se mandan hasta con 6 meses de anticipación y conforme se acerca la fecha se van mandando recordatorios para que se tenga presente el evento.

La carta siempre va firmada por el coordinador de dicho evento y se añaden teléfonos o direcciones electrónicas en donde se puede brindar más información.

Por lo general se trata de una hoja blanca de papel bond escrita a computadora a tinta negra envuelta en un sobre blanco, sin embargo ocasionalmente se elaboran circulares con materiales diversos acorde a la decoración que se tiene prevista para el evento, aunque esta situación suele darse más que nada en invitaciones a juntas femeniles.



2.10 Invitación a junta femenil.

Los eventos que anualmente realiza la agrupación son juntas a nivel regional : en el mes de marzo se programa una especial para jóvenes , en el mes de octubre una especial para mujeres, entre otras más. Además, se realizan eventos como campamentos o cursos especiales para los cuales también se elaboran cartas o circulares.

<i>CRITERIOS</i>	
<b>PERIODICIDAD</b>	Variable según necesidades.
<b>RESPONSABLE</b>	Comité organizador del evento.
<b>INTERES DEL CONTENIDO</b>	Grupos específicos (mujeres, jóvenes, etc. o individuos en particular.)
<b>PREPARACIÓN DEL MENSAJE</b>	Anticipado
<b>RETROALIMENTACIÓN</b>	Respuesta a cartas.
<b>CÓDIGO UTILIZADO</b>	Palabra escrita
<b>PÚBLICO META</b>	Grupos específicos de mujeres, jóvenes, etc. o individuos en particular.
<b>EXTENSIÓN DEL MENSAJE</b>	variable
<b>INTENCIÓN DEL MENSAJE</b>	Informar, invitar.

2.11 Tabla resumen

## 2.2.6 CARTELES

Para darle mayor difusión a los eventos que se realizan en la institución, en algunas ocasiones se realizan carteles que se distribuyen en ciertas partes del edificio.



2.12 Cartel promocional

Este medio es utilizado en pocas ocasiones pues como lo hemos visto se tiene una preferencia por la comunicación oral, además, siempre implica un gasto la elaboración de este tipo de materiales, aunque en definitiva podría, el cartel, ser un medio que sirviera como gancho para atraerla vista de las personas en el caso de colocarse en el tablero de avisos como en esta ocasión.

Generalmente los carteles son para convocar a la junta anual de jóvenes que se realiza en diversas partes del país. Y se recurre a carteles de 40 X 60 cms. De papel couché a colores en impresión digital.

<i>CRITERIOS</i>	
<b>PERIODICIDAD</b>	Variable, escasos.
<b>RESPONSABLE</b>	Comité organizador.
<b>INTERES DEL CONTENIDO</b>	Grupos específicos (mujeres, jóvenes, etc. o individuos en particular.)
<b>PREPARACIÓN DEL MENSAJE</b>	Anticipado
<b>RETROALIMENTACIÓN</b>	Se percibe en cambio de actitudes o asistencia a eventos.
<b>CÓDIGO UTILIZADO</b>	Palabra escrita y gráficos.
<b>PÚBLICO META</b>	Grupos específicos
<b>EXTENSIÓN DEL MENSAJE</b>	Promedio 40 x 60
<b>INTENCIÓN DEL MENSAJE</b>	Informar, invitar, persuadir.

2.13 Tabla resumen

### 2.2.7 FOLLETOS Y TRÍPTICOS

Los folletos o trípticos son publicaciones de extensiones que varían desde tamaños media carta hasta medio oficio ya sea en posición horizontal y vertical impreso a un máximo de 3 tintas sobre un fondo blanco.

En ellos se encuentran descritos una gran variedad de temas relacionados directamente con su doctrina. Algunos de ellos pueden ser tomados como

verdaderos manuales que describen de forma muy detallada cada una de las actividades y dogmas que tiene la agrupación, otros más, tratan de una manera muy sencilla y rápida definir el grupo y hacer una breve introducción a sus prácticas y creencias.

La extensión del mensaje varía de acuerdo al tema que se este abordando, algunos, como ya se comentaba son muy descriptivos mientras que otros más sólo se remiten a citar textos o hacer referencia de textos de su libro doctrinal.

Contienen entre una y dos ilustraciones aproximadamente estando por lo general en la presentación del folleto o tríptico y todo lo demás se remite a texto.

Se encuentran en estantes accesibles en el lugar de reunión de la agrupación y no tienen ningún costo para quien los toma, aunque por lo general el uso que se les da en la institución es más que nada externo. Los miembros los utilizan para comenzar a hablarle a alguien más sobre su agrupación.

**¡Bienvenido!**  
 ¡Lo recibimos con los brazos abiertos  
 y apreciamos mucho su deseo de estudiar  
 la Palabra de Dios!



#### 2.14 Folletos y trípticos

La mayor parte de estas publicaciones provienen de escritores estadounidenses y son editados en casas editoriales propiedad de la misma agrupación en dicho país para, posteriormente, traducirlas al español; aunque también se encuentran algunos escritos hechos por mexicanos o de otras nacionalidades sólo que en menor cantidad.

<i>CRITERIOS</i>	
<b>PERIODICIDAD</b>	Continua.
<b>RESPONSABLE</b>	Cada uno de los miembros
<b>INTERES DEL CONTENIDO</b>	General
<b>PREPARACIÓN DEL MENSAJE</b>	Revisión previa por un editor.
<b>RETROALIMENTACIÓN</b>	Se percibe en cambio de actitudes o asistencia a la agrupación.
<b>CODIGO UTILIZADO</b>	Palabra escrita y gráficos.
<b>PÚBLICO META</b>	General
<b>EXTENSIÓN DEL MENSAJE</b>	Variable dependiendo tema.
<b>INTENCIÓN DEL MENSAJE</b>	Informar.

2.15 Tabla resumen

## 2.3 COMUNICACIÓN INFORMAL

Muy comúnmente se ha confundido el término de informal con una práctica dañino en la organización, sin embargo y, como han concluido varios estudiosos de la comunicación, no hay relación alguna.

Es cierto que este tipo de comunicación no tiene una estructura o un seguimiento definido, sin embargo puede ser de mucha utilidad para las organizaciones, en especial en este tipo de instituciones ya que transmite de una forma más rápida la información, nos ayuda a la coordinación del trabajo, ofrece apoyo social o emocional a los miembros y mediante ésta, podemos conocer los líderes internos.

Definitivamente la comunicación informal es necesaria, pero lo más importante es que es inevitable y cubre una de las necesidades básicas de las personas.

### **2.3.1 REUNIONES**

En algunas ocasiones, se necesita darle solución a algunas situaciones específicas como: alguna compra, modificaciones o remodelaciones al lugar de reunión, organización de eventos extraordinarios, entre otros, pero lo cual se necesita el común acuerdo, si no de todos, de la mayoría de los miembros para poder proceder, por lo que se deben celebrar cierto tipo de reuniones más prácticas y cortas donde los implicados en dicha situación puedan tomar decisiones.



2.16 Reuniones

Estas reuniones generalmente no se convocan anticipadamente, aunque si son planeadas por los líderes o encargados de proyecto especiales. La mayoría de las

veces, tienen lugar posterior a las juntas principales. Este es un detalle que cabe resaltar, luego de las juntas dominicales (que es la ocasión en la que por lo general se encuentra reunida toda la comunidad de la organización) que como ya había mencionado duran 2 horas aproximadamente, y cuando las personas ya se encuentran un poco cansadas, muchos de ellos prefieren no asistir a la reunión. Por otro lado, este tipo de reuniones da pie a que se formen algunos subgrupos, y resulta difícil la comunicación puesto que la atención disminuye.

<i>CRITERIOS</i>	
<b>PERIODICIDAD</b>	Variable según necesidades.
<b>RESPONSABLE</b>	líderes.
<b>INTERES DEL CONTENIDO</b>	General y grupos específicos
<b>PREPARACIÓN DEL MENSAJE</b>	Espontáneo
<b>RETROALIMENTACIÓN</b>	Directa e inmediata.
<b>CODIGO UTILIZADO</b>	Oral
<b>PÚBLICO META</b>	General y grupos específicos
<b>EXTENSIÓN DEL MENSAJE</b>	variable
<b>INTENCIÓN DEL MENSAJE</b>	Informar.

2.17 Tabla resumen

### 2.3.2 CHARLAS

La comunicación de pasillo es algo común en esta organización. Antes de comenzar las juntas, o al finalizarlas, muchos miembros se reúnen en pequeños grupos para sostener pláticas donde se comentan, entre muchas otras cosas, las noticias que se dieron al finalizar las juntas o algunas otras.

Grupos de 3 o 5 personas son los que comúnmente llegan a formarse tendiendo siempre a la segmentación por edades y género.



2.18 Charlas

Como ya se había comentado, el objetivo de este tipo de comunicación no es transmitir información dañina para la organización, al contrario, generalmente se utiliza para dar conocer a la gente, darle confianza e invitarla a participar en las actividades que realiza la propia organización.

<i>CRITERIOS</i>	
<b>PERIODICIDAD</b>	Variable según necesidades.
<b>RESPONSABLE</b>	No específico

<b>INTERES DEL CONTENIDO</b>	General
<b>PREPARACIÓN DEL MENSAJE</b>	Espontáneo
<b>RETROALIMENTACIÓN</b>	Directa e inmediata.
<b>CÓDIGO UTILIZADO</b>	Oral
<b>PÚBLICO META</b>	General y grupos específicos
<b>EXTENSIÓN DEL MENSAJE</b>	variable
<b>INTENCIÓN DEL MENSAJE</b>	Informar, entretener.

2.19 Tabla resumen

Descritos los MEDIOS de comunicación existentes podemos darnos cuenta que, efectivamente son muy variados y diversos, son 9 maneras principales que la organización ha diseñado para mantener un flujo de comunicación constante.

Se analizaron medios formales e informales, de los cuales se puede notar que las relaciones interpersonales son importantes y que los medios escritos son portadores de mensajes oficiales que tienen gran peso en cada uno de los integrantes. Son estos medios impresos los que tienen mayor carga de oficialidad y han logrado ganarse la confianza de los miembros y, para corroborar esto es necesario conocer el punto de vista de aquellos que hacen uso de estos medios.

## CAPITULO 3

# GUSTOS Y PREFERENCIAS DEL MERCADO

## META

### 3.1 METODOLOGÍA

El desarrollo de este capítulo busca tomar en cuenta y conocer la opinión y punto de vista de los integrantes de la organización, de tal manera que se pueda cuantificar el grado de impacto que han provocado los medios antes descritos.

Así mismo, se conocerá y comprenderá más a fondo el proceso comunicativo que se está enfrentado para que, de esta forma, se pueda proponer un medio que apoye y fortalezca la comunicación existente en la organización.

Se realizará un sondeo de opinión a un segmento representativo del universo total para recolectar datos a cerca de la manera en que los miembros se informan, el uso que le dan a los medios de comunicación existentes en la organización y por último, el medio que preferirían para informarse, proponiendo de entrada una gaceta pero dando la opción a otros medios de comunicación.

El enfoque de esta investigación será cuantitativo, para que de esta manera se pueda medir las preferencias de los miembros y analizar probabilidades de éxito o fracaso de la revista propuesta.

se trata de un estudio descriptivo donde se recolectarán los datos que nos especificarán las características de la comunicación percibidas por miembros de la Iglesia de Cristo, así como los puntos débiles del proceso de comunicación que han podido notar.

Dichos datos serán recopilados a través de un cuestionario, en el que cada pregunta será el resultado de una serie de planteamientos y justificaciones a continuación descritas.

### 3.2 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS E HIPÓTESIS

Como OBJETIVO GENERAL se ha propuesto el siguiente planteamiento:

Interesa conocer el grado de impacto que tienen los medios de comunicación internos de la Iglesia de Cristo sobre los integrantes de esta organización , así como la factibilidad e impacto que tendría la introducción de un medio de comunicación representado en una revista interna.

Una vez planteado el objetivo general del cuestionario pasaremos a plantear los OBJETIVOS ESPECÍFICOS para acercarnos a la información que deseamos obtener:

1. Identificar el medio de comunicación más utilizado por los miembros de la organización.
2. Interesa conocer el tipo de medio interno que, en opinión de los miembros es más adecuado para la Institución Iglesia de Cristo.
3. Interesa conocer el grado de aceptación que tendría un medio de comunicación interna representado en una gaceta.
4. Interesa conocer el contenido y periodicidad más aceptado para el medio de comunicación interno representado en una gaceta para la Institución Iglesia de Cristo.

Con los objetivos específicos ya definidos se han propuesto varias HIPÓTESIS que pretenden darle una explicación a los fenómenos de estudio:

H 1.1 Las reuniones semanales son la principal fuente de información utilizada por los miembros de la organización Iglesia de Cristo.

H 2.1 Los miembros consideran que un medio de comunicación impreso es la fuente mas confiable de información dentro de la organización.

H 3.1 Una gaceta interna es el medio alternativo mas aceptado por los miembros de la organización.

H 4.1 Los miembros de la organización se inclinan por una periodicidad quincenal para la gaceta.

H 4.2 Los artículos de opinión conforman el contenido predilecto por los miembros de la organización

Ya con las hipótesis en claro se procederá a la elaboración del cuestionario.

### **3.3 CONSTRUCCIÓN DEL CUESTIONARIO**

Haciendo referencia a las hipótesis anteriormente planteadas se procederá a la construcción del cuestionario proponiendo los siguientes cuestionamientos:

Pregunta no. 1 : ¿Cómo se entera de la información oficial de esta institución?

- |   |   |
|---|---|
| a. Leo el tablero de avisos.                                | f. Veo y leo carteles.  |
| b. Leo el boletín semanal.                                  | g. Acudo a las reuniones especiales que se hacen para discutir temas como compras, organización de eventos, informe de gastos, etc. |
| c. Recibo y leo cartas y circulares.                        |   |
| d. Escucho los avisos que se dan al terminar las reuniones. | h. Folletos o trípticos.  |
| e. Platico con otros hermanos.                              |   |

Argumentación de la Pregunta:

PREGUNTA DE OPCIÓN MÚLTIPLE QUE PRETENDE CORROBORAR LA HIPÓTESIS 1.1 EN LA CUAL SE AFIRMA QUE LAS REUNIONES SEMANALES SON LA PRINCIPAL FUENTE DE INFORMACIÓN UTILIZADA POR LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN.

2. ¿Cómo se entera de la información extraoficial de la institución?
- |   |   |
|---|---|
| a. Leo el tablero de avisos.                                | g. Acudo a las reuniones especiales que se hacen para discutir temas como compras, organización de eventos, informe de gastos, etc. |
| b. Leo el boletín semanal.                                  | h. Rumores.   |
| c. Recibo y leo cartas y circulares.                        | i. Folletos o trípticos.  |
| d. Escucho los avisos que se dan al terminar las reuniones. |   |
| e. Platico con otros hermanos.                              |   |
| f. Veo y leo carteles.                                      |   |

Argumentación de la Pregunta:

PREGUNTA DE OPCIÓN MÚLTIPLE QUE PRETENDE CORROBORAR LA HIPÓTESIS 1.1 EN LA CUAL SE AFIRMA QUE LAS REUNIONES SEMANALES SON LA PRINCIPAL FUENTE DE INFORMACIÓN UTILIZADA POR LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN.

3. ¿Cuál de los siguientes medios utiliza con mayor frecuencia?
- |   |                                 |
|---|---------------------------------|
| a. Tablero de avisos.                           | e. Pláticas con otros hermanos. |
| b. Boletín semanal.                             | f. Carteles.                    |
| c. Cartas y circulares                          | g. Reuniones especiales.        |
| d. Avisos que se dan al terminar las reuniones. | h. Folletos o trípticos.        |

Argumentación de la Pregunta:

PREGUNTA DE COMPROBACIÓN A LAS PREGUNTAS 1 Y 2 QUE, DE IGUAL FORMA, BUSA CORROBORAR LA HIPÓTESIS 1.1. EN LA CUAL SE AFIRMA QUE LAS REUNIONES SEMANALES SON LA PRINCIPAL FUENTE DE INFORMACIÓN UTILIZADA POR LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN.

4. De los siguientes medios internos de su institución ¿cuál considera que le proporciona información más confiable?

- |   |                                 |
|---|---------------------------------|
| a. Tablero de avisos.                           | e. Pláticas con otros hermanos. |
| b. Boletín semanal.                             | f. Carteles.                    |
| c. Cartas y circulares                          | g. Reuniones especiales.        |
| d. Avisos que se dan al terminar las reuniones. | h. Folletos o trípticos.        |

Argumentación de la Pregunta:

PREGUNTA DE OPCION MÚLTIPLE QUE PRETENDE CORROBORAR LA HIPÓTESIS 2.1 EN LA CUAL SE AFIRMA QUE LOS MEDIOS IMPRESOS SON LAS FUENTES DE INFORMACIÓN MÁS CONFIABLES DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN.

5. De los siguientes medios ¿cuál considera que sería el más apropiado para transmitir información dentro de su institución?

- |                         |                       |
|-------------------------|-----------------------|
| a. Video institucional  | d. Página de Internet |
| b. Programa radiofónico | e. Otro_____          |
| c. Revista interna      |                       |

Argumentación de la Pregunta:

PREGUNTA DE OPCIÓN MÚLTIPLE QUE PRETENDE CORROBORAR LA HIPÓTESIS 3.1 EN LA CUAL SE AFIRMA QUE UNA GACETA INTERNA ES EL MEDIO MAS APROPIADO Y ACEPTADO POR LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN.

Nota: En caso de que su respuesta de la pregunta anterior no haya sido el inciso c) se dará por terminada la encuesta, en caso contrario se pedirá al encuestado que continúe.

6. En caso de que la institución contara con una revista interna, ¿De qué forma la apoyaría?
- |                           |                                |
|---------------------------|--------------------------------|
| a. Escribiendo artículos. | c. Distribuyéndola.            |
| b. Leyéndola.             | d. Apoyando en su realización. |

Argumentación de la Pregunta:

PREGUNTA DE OPCIÓN MÚLTIPLE QUE PRETENDE CORROBORAR LA HIPÓTESIS 3.1 EN LA CUAL SE AFIRMA QUE UNA REVISTA INTERNA ES EL MEDIO MAS APROPIADO Y ACEPTADO POR LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN.

7. En caso de que la institución contara con una revista interna, ¿Con qué frecuencia le gustaría que salieran los ejemplares?
- |                   |                    |
|-------------------|--------------------|
| a) Semanalmente   | c) Mensualmente    |
| b) Quincenalmente | d) Bimestralmente. |

Argumentación de la Pregunta:

PREGUNTA DE OPCIÓN MÚLTIPLE QUE PRETENDE CORROBORAR LA HIPÓTESIS 4.1 EN LA CUAL SE AFIRMA QUE LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN SE INCLINAN POR UNA PERIODICIDAD QUINCENAL

8. En caso de que la institución contara con una revista interna, ¿Qué tipo de información le gustaría que contuviera?
- a) Noticias oficiales de la institución.
  - b) Artículos especializados.
  - c) Entretenimiento.
  - d) Fotografías de los miembros de la organización.
  - e) Noticias de eventos sociales internos.
  - f) Entrevistas con líderes de la institución.

Argumentación de la Pregunta:

REGUNTA DE RANGO QUE PRETENDE CORROBORAR LA HIPÓTESIS 4.2 EN LA CUAL SE AFIRMA QUE LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN PREFIEREN LOS ARTICULOS DE OPINIÒN COMO CONTENIDO PARA LA REVISTA INTERNA

### **3.4 SELECCION DE LA MUESTRA**

El universo total de la organización Iglesia de Cristo asciende a 150 miembros. Se ha propuesto una confiabilidad de 90% con un margen de error de + - 8 y se considera una probabilidad de éxito / fracaso del 50 % respectivamente.

Para determinar la muestra se utilizará una formula para un estudio simple casual con un universo finito.

FORMULA:

$$n = \frac{P(1-P)}{\frac{e^2}{\partial^2} + \frac{P(1-P)}{N}}$$

FORMULA DE CORRECCIÓN:

$$n^c = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$

Donde :

N = Universo

n = muestra

P = Probabilidades de éxito

e = error

 $\partial$  = confiabilidad

Desarrollo de la formula:

$$n = \frac{.5(1-.5)}{\frac{(.08)^2}{(1.64)^2} + \frac{.5(1-.5)}{150}}$$

$$n = \frac{.25}{\frac{.0064}{2.6896} + \frac{.25}{150}}$$

$$n = \frac{.25}{.002379 + .001666}$$

$$n = \frac{.25}{.004045} \quad n = 61$$

Formula de corrección:

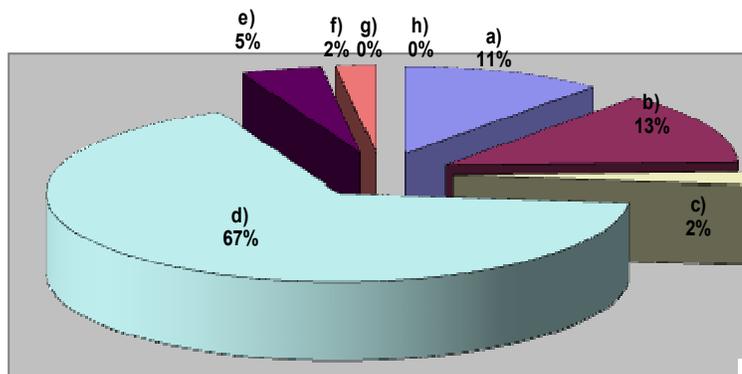
$$n^c = \frac{61}{1 + \frac{61}{150}} \quad n^c = 43.36$$

Por lo tanto, la muestra corresponde a **43 personas**.

### 3.5 CODIFICACIÓN Y GRAFICACIÓN DE RESULTADOS

1. ¿Cómo se entera de la información oficial de esta institución?

- |  |   |
|--|---|
| a. Leo el Tablero de avisos.   | f. Veo y leo carteles.  |
| b. Leo el boletín semanal.   | g. Acudo a las reuniones especiales que se hacen para discutir temas como compras, organización de eventos, informe de gastos, etc. |
| c. Recibo y leo Cartas y circulares.                                 | h. A través de Folletos o trípticos.  |
| d. Escucho los avisos que se dan al terminar las juntas dominicales. |   |
| e. Platico con otras personas.                                       |   |

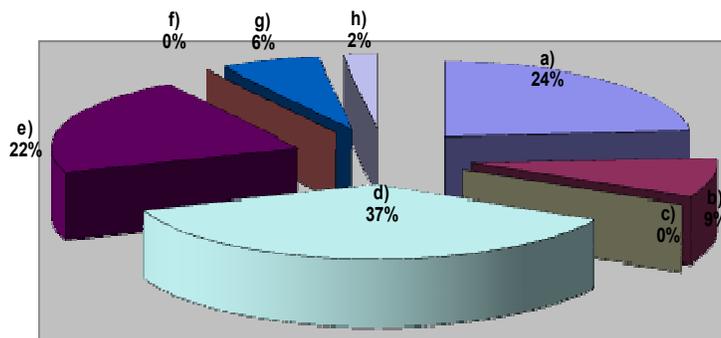


3.1 Gráfica pregunta 1

**EN ESTA PREGUNTA DE PRETENDÍA CORROBORAR LA HIPÓTESIS 1.1 EN LA CUAL SE AFIRMA QUE LAS JUNTAS SEMANALES SON LA PRINCIPAL FUENTE DE INFORMACIÓN UTILIZADA POR LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN Y, DICHA HIPÓTESIS FUE CORROBORADA POR EL 68 % DE LOS ENCUESTADOS.**

2. ¿Cómo se entera de la información extraoficial de la institución?

- |  |   |
|--|---|
| a. Leo el Tablero de avisos.   | f. Veo y leo carteles.  |
| b. Leo el boletín semanal.   | g. Acudo a las reuniones especiales que se hacen para discutir temas como compras, organización de eventos, informe de gastos, etc. |
| c. Recibo y leo Cartas y circulares.                                 | h. A través de Folletos o trípticos.  |
| d. Escucho los avisos que se dan al terminar las juntas dominicales. |   |
| e. Platico con otras personas.                                       |   |

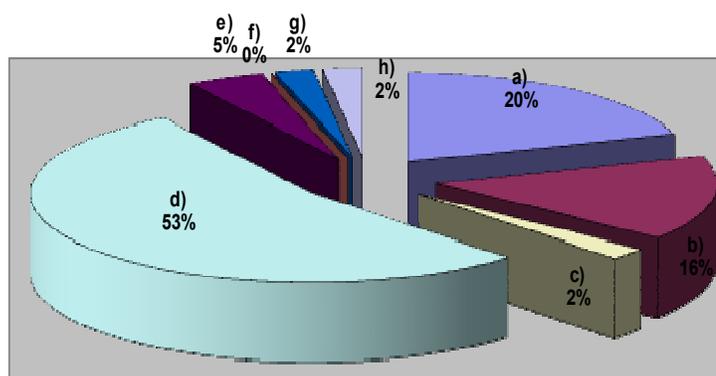


3.2 Gráfica pregunta 2

**PREGUNTA DE OPCIÓN MÚLTIPLE QUE PRETENDEÍA CORROBORAR LA HIPÓTESIS 1.1 EN LA CUAL SE AFIRMA QUE LAS REUNIONES SEMANALES SON LA PRINCIPAL FUENTE DE INFORMACIÓN UTILIZADA POR LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN. DICHA HIPÓTESIS FUE CORROBORADA POR EL 36% DE LOS ENCUESTADOS.**

3. ¿Cuál de los siguientes medios utiliza con mayor frecuencia?

- |  |                                 |
|--|---------------------------------|
| a. Tablero de avisos.                                    | e. Pláticas con otras personas. |
| b. Boletín semanal.                                      | f. Carteles.                    |
| c. Cartas y circulares                                   | g. Reuniones especiales.        |
| d. Avisos que se dan al terminar las juntas dominicales. | h. Folletos o trípticos.        |

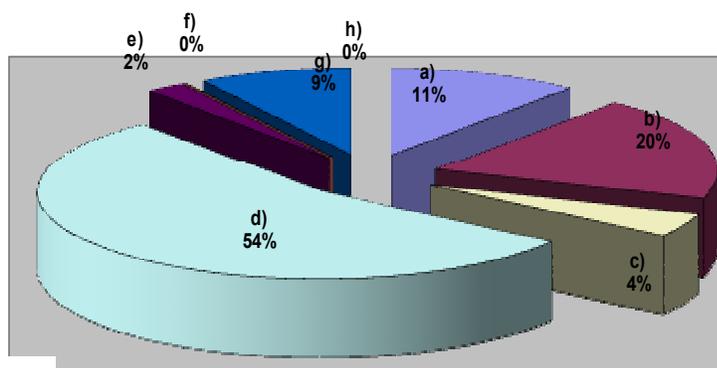


3.3 Gráfica pregunta 3

**CON ESTA PREGUNTA DE COMPROBACIÓN TAMBIEN SE PRETENDIA CORROBORAR LA HIPÓTESIS 1.1. EN LA CUAL SE AFIRMA QUE LAS REUNIONES SEMANALES SON LA PRINCIPAL FUENTE DE INFORMACIÓN UTILIZADA POR LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN Y ASÍ FUE, LA HIPÓTESIS FUE CORROBORADA POR EL 54% DE LOS ENCUESTADOS.**

4. De los siguientes medios internos de su institución ¿cuál considera que le proporciona información más confiable?

- |  |                                 |
|--|---------------------------------|
| a. Tablero de avisos.                                    | e. Pláticas con otras personas. |
| b. Boletín semanal.                                      | f. Carteles.                    |
| c. Cartas y circulares                                   | g. Reuniones especiales.        |
| d. Avisos que se dan al terminar las juntas dominicales. | h. Folletos o trípticos.        |

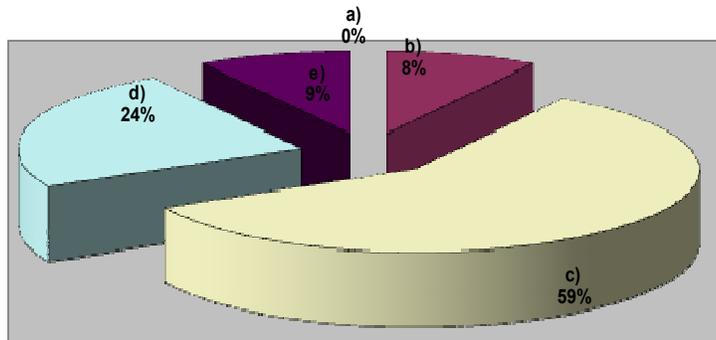


3.4 Gráfica pregunta 4

**PREGUNTA DE OPCIÓN MÚLTIPLE QUE PRETENDÍA CORROBORAR LA HIPÓTESIS 2.1 EN LA CUAL SE AFIRMA QUE LOS MEDIOS IMPRESOS SON LAS FUENTES DE INFORMACIÓN MAS CONFIABLES DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN Y DICHA HIPÓTESIS FUE CORROBORADA AL ENCONTRARSE, EL BOLETIN SEMANAL Y EL TABLERO DE AVISOS DENTRO DE LOS TRES MEDIOS MAS CONFIABLES CON EL 28 Y 11% RESPECTIVAMENTE.**

5. De los siguientes medios ¿cuál considera que sería el más apropiado para transmitir información en su institución?

- a. Video institucional
- b. Programa radiofónico
- c. Revista interna
- d. Página de Internet
- e. Circulares

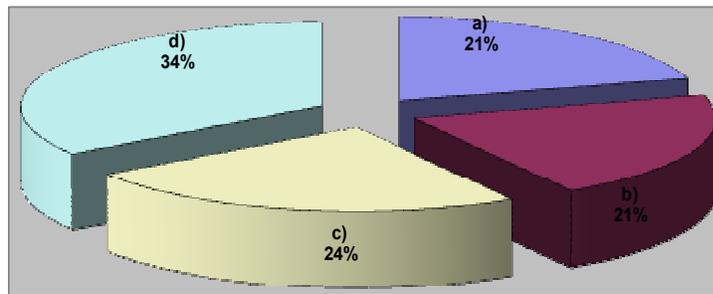


3.5 Gráfica pregunta 5

**PREGUNTA DE OPCIÓN MÚLTIPLE QUE PRETENDÍA CORROBORAR LA HIPÓTESIS 3.1 EN LA CUAL SE AFIRMA QUE UNA GACETA ES EL MEDIO MAS APROPIADO Y ACEPTADO POR LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN Y, DICHA HIPOTESIS FUE CORROBORADA AL OBTENER EL 58 % DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS.**

6. En caso de que la institución contara con una revista interna, ¿De qué forma la apoyaría?

- a. Escribiendo artículos.
- b. Leyéndola.
- c. Distribuyéndola.
- d. Apoyando en su realización.

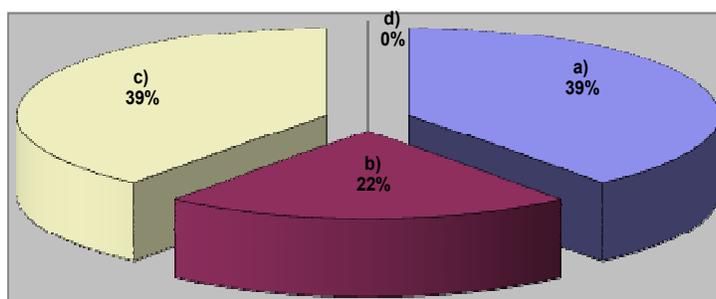


3.6 Gráfica pregunta 6

**PREGUNTA DE OPCIÓN MÚLTIPLE QUE PRETENDÍA CORROBORAR LA HIPÓTESIS 3.1 EN LA CUAL SE AFIRMA QUE UNA GACETA ES EL MEDIO MAS APROPIADO Y ACEPTADO POR LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN, DICHA HIPÓTESIS FUE CORROBORADA CUANDO LOS MIEMBROS MUESTRAN INTERES POR INVOLUCRARSE EN LA REALIZACIÓN DE LA REVISTA.**

7. En caso de que la institución contara con una revista interna, ¿Con qué frecuencia le gustaría que salieran los ejemplares?

- |                   |                    |
|-------------------|--------------------|
| a) Semanalmente   | c) Mensualmente    |
| b) Quincenalmente | d) Bimestralmente. |



3.7 Gráfica pregunta 7

**PREGUNTA DE OPCIÓN MÚLTIPLE QUE PRETENDÍA CORROBORAR LA HIPÓTESIS 4.1 EN LA CUAL SE AFIRMA QUE LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN SE INCLINAN POR UNA PERIODICIDAD QUINCENAL, DICHA HIPÓTESIS FUE DENEGADA AL SER, LA OPCIÓN DE SEMANAL LA QUE OBTUVO EL 40 % DE LAS RESPUESTAS.**

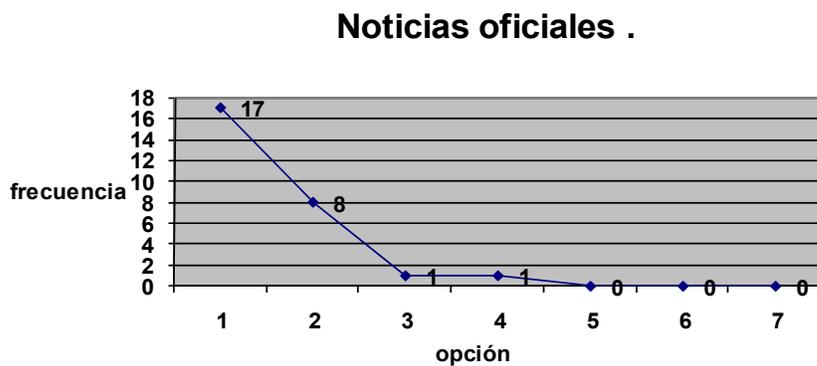
8. En caso de que la institución contara con una revista interna, ¿Qué tipo de información le gustaría que contuviera?

**Enumere del 1 al 7, siendo el 1 el número de mayor interés para usted y el número 7 el de menor interés, enumere todos los incisos, de lo contrario, la respuesta será anulada.**

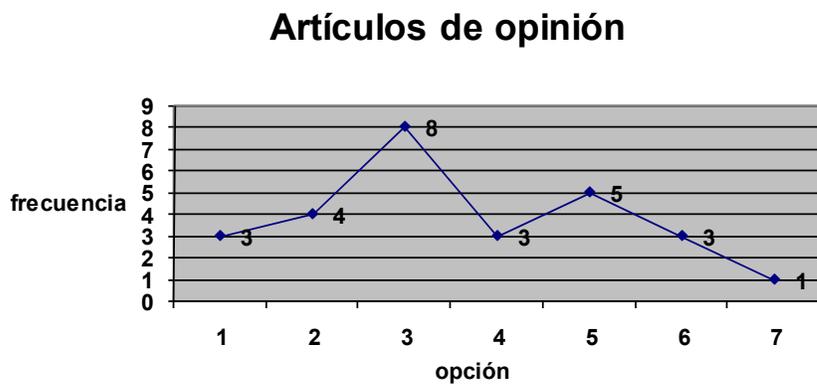
- a) \_\_\_Noticias oficiales de la institución.
- b) \_\_\_Artículos de opinión.
- c) \_\_\_Entretención.
- d) \_\_\_Noticias de eventos.
- e) \_\_\_Entrevistas con líderes de la institución.
- f) \_\_\_Datos históricos
- g) \_\_\_Otro (especificar)\_\_\_\_\_

**PREGUNTA DE RANGO QUE PRETENDÍA CORROBORAR LA HIPÓTESIS 4.2 EN LA CUAL SE AFIRMA QUE LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN PREFIEREN LOS ARTICULOS DE OPINIÒN COMO CONTENIDO PARA LA REVISTA INTERNA, HIPÓTESIS QUE FUE DENEGADA AL SER, LAS NOTICIAS OFICIALES DE LA INTITUCIÓN LA INFORMACIÓN QUE MAS BUSCAN LOS MIEMBROS, OBTENIENDO LA MAYOR CANTIDAD DE**

## RESPUESTAS AFIRMATIVAS Y POSICIONANDOSE LOS ARTICULOS DE OPINOIÓN HASTA EL NIVEL 6.

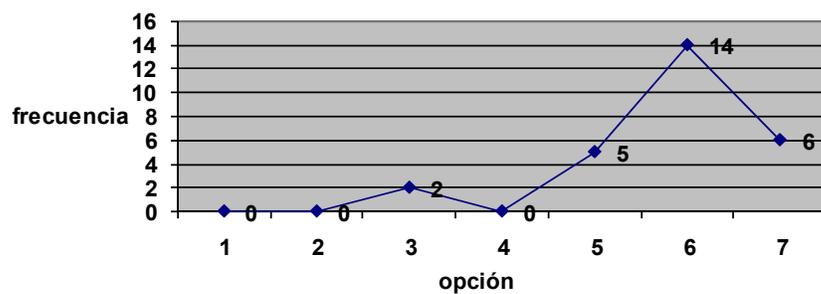


3.9 Gráfica  
pregunta 8



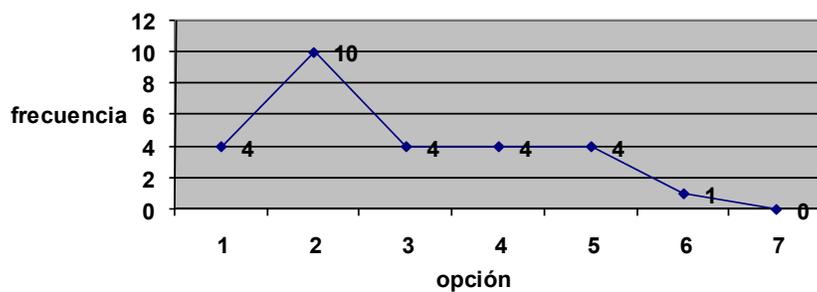
3.8 Gráfica  
pregunta 8

### Entretenimiento



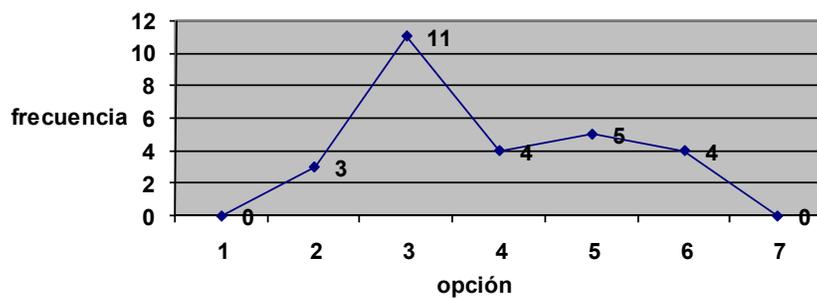
3.10 Gráfica  
pregunta 8

### Noticias de eventos



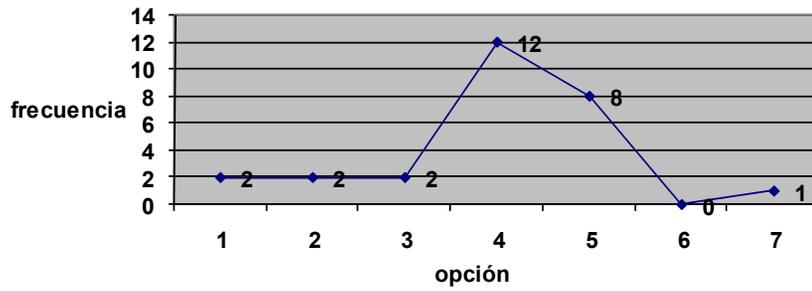
3.11 Gráfica  
pregunta 8

### Entrevistas



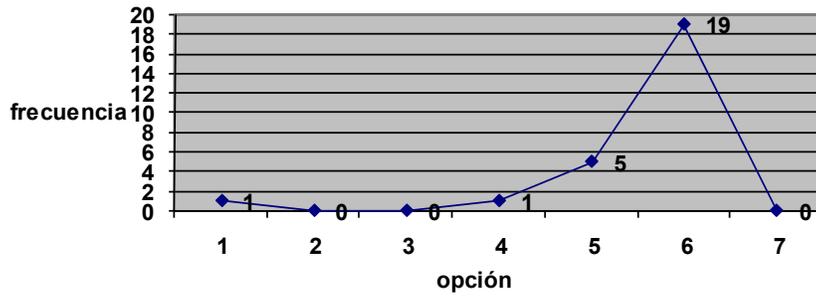
3.12 Gráfica  
pregunta 8

### Datos históricos



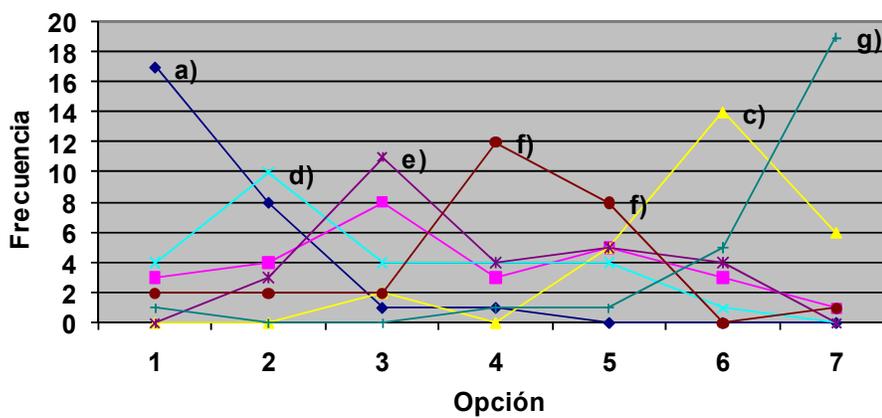
3.13 Gráfica pregunta 8

### Otros



3.14 Gráfica pregunta 8

### Tabla General



3.15 Gráfico general pregunta 8

### 3.6 CONCLUSIONES

El presente sondeo de opinión ha permitido conocer el punto de vista de los miembros de la organización que, como ya lo vimos, hacen uso, mayoritariamente, de medios verbales para estar informados, sin embargo le confieren una mayor confiabilidad a los medios impresos, por lo que la opción que se propone para reforzar la comunicación es un medio impreso representado en una gaceta donde, la información mas relevante, según los gustos y preferencia de los futuros lectores, deberá ser la información oficial de la institución.

Lo que procede, a continuación será entonces la conformación y producción de dicho medio para lograr cubrir las expectativas de comunicación que se han presentado.

## CAPITULO IV

La gaceta, como medio de comunicación.

## 4.1 ¿QUÉ ES UNA GACETA?

La gaceta pertenece a un grupo muy grande de compilaciones de información: La prensa escrita.

A diferencia de otros medios de publicación diaria existentes a nuestro alrededor, la prensa, al ser una publicación periódica, ofrece la posibilidad de profundizar en la información que se presenta, por lo que el lector obtiene una carga de información mucho más completa, detallada y contextualizada del tópico abordado.

Además, el lector tiene la total libertad de elegir lo que quiere o no quiere leer y releer aquello que le haya causado interés.

El ejemplo por excelencia de medios escritos es, sin duda alguna, el periódico diario por ser una publicación editada con una periodicidad continua cuya finalidad es mantener a la sociedad informada. Transmitir información de interés para la sociedad y opiniones acerca de ella es su ardua labor.

Una Gaceta, puede decirse, que cumple las mismas funciones que una revista pero dentro del contexto institucional. Y, generalmente tienen la misma tarea que el periódico diario sumándole actividades como el fomento del entretenimiento, diversión y ocio.

Las revistas y gacetas tienen una periodicidad más espaciada. Comúnmente encontramos en el mercado revistas mensuales, bimestrales, trimestrales, semestrales y hasta anuales, sin embargo, el grado de impacto de una gaceta o

revista suele ser mucho mayor que la de un periódico diario ya que se trata de información más completa, detallada, documentada y especializada.

La Gaceta forma parte de lo que se conoce como periodismo institucional al igual que el boletín y comunicado. Este periódico interno por lo general no tiene un precio comercial pues la institución absorbe los gastos ya que de cierta forma saldrá beneficiada con su distribución; se utiliza para transmitirle a sus comunidades información oficial o de interés especial para los miembros de la misma. Contiene información positiva, de utilidad y motivación laboral. Todo ello acompañado siempre de atractivas fotografías que acompañarán y darán vida a la información presentada.

#### 4.1.1 CARACTERÍSTICAS DE LAS GACETAS.

Para la conformación de una gaceta hay que tomar en cuenta varios elementos:

- El **tipo de papel** que se utilizará. Dependiendo el presupuesto o las decisiones del consejo editorial. Éste puede ser de alta o baja calidad: bond, couche, opalina, cartulina, et.
- **Periodicidad.** Es decir cada cuánto tiempo saldrá la publicación. Puede ser quincenal, mensual, bimestral, trimestral, semestral u otro periodo que se considere conveniente.
- La **fisionomía o formato.** Se refiere al formato de la publicación. Tamaño carta, oficio, medio oficio, doble carta, etc.

- Las **características visuales**: logotipo, imagotipo, fechario, cintillo, directorio y slogan. Todos estos elementos son la imagen en sí de la gaceta, la imagen de la empresa viene con ello por lo que hay que buscar que los diseños vayan acorde a la filosofía y políticas de la empresa o institución

- **Elementos internos:**

Dentro de este apartado se consideran las diferentes secciones que se pretendan incluir en la gaceta recordando que deben ser temas de interés que de cierta forma ya será más sencillo de determinar pues se trata, en el caso de las gacetas, de un mercado meta ya muy específico con muchos intereses en común.

- La **Portada**. El gancho que atrae a los lectores en muchas ocasiones es la portada, así que debe cuidarse y poner atención a detalle en ella para que logre representar de forma muy atractiva su contenido.

- Manejo de los **géneros periodísticos**. Ya que se han elegido las secciones y los temas que se abordarán en cada edición, hay que buscar ese género periodístico que nos ayude a exponer de forma completa y atractiva la información.

Por la periodicidad que se maneja, el uso de la nota informativa será muy restringido, sin embargo, el artículo, la columna, la crónica y la entrevista ocupan un lugar preponderante en este tipo de publicaciones.

Para facilitar su elaboración a continuación se hace una breve descripción de qué es cada uno de estos géneros así como las partes que lo integran:

NOTA INFORMATIVA.- Su función es dar a conocer acontecimientos que el público desconoce de una manera rápida y concisa.

Este género se caracteriza por su oportunidad, es decir, que casi inmediatamente que sucede el hecho (y en medios electrónicos es hasta en forma simultánea al hecho) se debe transmitir la información.

En su redacción se evitan juicios, opiniones y apelaciones personales del periodista o escritor pues una de sus características esenciales es la objetividad, como dice Carlos Marín: “En la noticia no se dan opiniones: se informa del hecho y nada más”<sup>1</sup>

Para su redacción se debe considerar:

- Nunca escribir en primera persona.
- Redactar oraciones simples preferentemente, en forma directa y concisa.
- Cuidar el uso de adjetivos calificativos y adverbios, de ser posible evitarlos lo más que se pueda.
- Evitar términos técnicos o explicarlos inmediatamente al igual que en el uso de las siglas.
- Incluir prioritariamente los datos de Qué pasó, Quién protagoniza el hecho, Cuando pasó, Cómo sucedió, Donde se desarrolló, Por qué.
- Su redacción se puede dividir en tres partes. En la primera parte o primer párrafo se debe tratar, en forma breve, de incluir la respuesta a las preguntas del punto anterior, si no todas, si las más importantes.

---

<sup>1</sup> MARIN Carlos, “*Manual de periodismo*”, Ed. Grijalbo, México 2004, p. 64.

La segunda parte, que pueden ser de dos a cuatro párrafos, es el cuerpo de la noticia donde se explicará a detalle el acontecimiento y en el último párrafo se hará un remate, la finalización de la noticia de forma contundente.

ENTREVISTA.- “Se llama así a la conversación con propósito de difusión que sostiene un periodista y un entrevistado.”<sup>2</sup>

A partir de las respuestas que da el entrevistado se recogerá la información que se puede publicar.

La entrevista se puede utilizar para recopilar datos acerca de un tema específico con personas protagonistas del hecho o expertas en la materia o bien para acercarse y conocer a una persona especial o sobresaliente.

La redacción, se recomienda que se haga en forma narrativa o bien dialogada pero evitar lo mayor posible la estructura tan común últimamente desarrollada algunas revistas de colocar la pregunta seguida de la respuesta ya que esto elimina por completo la creatividad y el trabajo del escritor además de que vuelve a la redacción monótona y aburrida.

CRÓNICA.- Podemos definir como crónica aquella narración redactada de manera secuencial, con orden y que de manera detallada nos va a describir algún evento.

---

<sup>2</sup> Ibidem p.65

En este relato requiere un estilo un poco mas literario, más dramático para que logra captar la atención del lector e invitarlo a seguir leyendo y enterarse de todos los pormenores de cierto evento.

“Se trata de narrar los hechos a través de una subjetividad; de colorear con nuestra propia apreciación al tiempo que se van narrando, de fundir relato y comentario en la misma frase.”<sup>3</sup>

REPORTAJE.- Éste se considera como el género más completo ya que puede incluir todos los anteriores géneros y además complementar con géneros literarios.

El reportaje profundiza en las causas y consecuencias de cada suceso. Analizará y ampliará la información con la finalidad de dotar al lector del contexto y ambiente de aquello que está describiendo.

El reportaje puede tener diferentes ángulos, eso dependerá de la finalidad que se le dé pero no deja de ser lo que su nombre indica en esencia: un informe. Un informe en el que a profundidad se responden las preguntas claves del periodismo qué, quién, cómo, cuando, cómo, dónde, por qué y para qué.

Conlleva análisis, recopilación de datos, cifras, y la búsqueda exhaustiva de información, la cual, deberá de ensamblarse de tal manera que no sea pesada para el lector, con orden y creatividad .

---

<sup>3</sup> ibidem p.103

COLUMNA.- Es un texto que cuenta con elementos muy característicos como un lugar fijo en la publicación al igual que su nombre.

Informa brevemente acerca de varios hechos de interés público

Las columnas van firmadas y en sus líneas se desborda totalmente el estilo de su autor. Él, en forma un tanto familiar, se acerca a su lector para tratar ya temas específicos que domina y que tiene cierta autoridad para tocar.

Su redacción es, generalmente, breve, sencilla y concisa.

ARTÍCULO.- Este es un género subjetivo, es decir, que incluye en mayor parte la opinión y el punto de vista de aquel que lo escribe.

Su realización puede deberse a dos temas principales aquel que es noticia en el momento u otro de interés general y permanente.

Para su realización se requiere de personas conocedoras y expertas en la materia para que de esta manera el escrito sea de interés para el lector.

La forma de su redacción dependerá únicamente de su autor.

EDITORIAL.- Al igual que el artículo, la editorial se compone por el comentario o punto de vista de su escritor a cerca de un tema sólo que en este caso va a reflejar la postura del medio por lo que no va firmado el escrito.

## **4.2 GACETA *EL PREDICADOR***

Durante los capítulos anteriores pudimos conocer la Institución denominada Iglesia de Cristo, su historia, sus miembros y sus medios de comunicación. Se

detectó una pequeña deficiencia en el proceso de transmisión de información y por ello nos dimos a la tarea de buscar un medio alternativo a los ya existentes que complementara y que lograra reforzar la comunicación existente.

A través del sondeo de opinión se pudo conocer la predilección de los miembros de la Institución por los medios impresos y en especial por una revista interna. Por todo ello, a continuación se presenta el proyecto para elaborar una Gaceta en la institución Iglesia de Cristo en la ciudad de Querétaro, Querétaro.

#### **4.2.1 NOMBRE**

EL Predicador es el nombre que llevará la gaceta.

Encierra toda la idea de lo que pretende la publicación, transmitir el mensaje.

Publicar, alabar, amonestar, son algunos de los significados y usos a los que hace referencia la palabra predicador. Además, la escuela que opera en la Institución Iglesia de Cristo otorga ese título a quienes terminan sus estudios en la misma.

#### **4.2.2 FILOSOFÍA**

La misión de esta gaceta es la de informar a la comunidad cristiana de la Iglesia de Cristo en Querétaro y sus alrededores sobre las noticias que ocurren, eventos y necesidades de la misma organización. De igual forma, exponer y comentar temas de interés y ofrecer a los lectores la oportunidad de despejar dudas doctrinales.

La visión que tiene la gaceta es de llegar a ser un órgano reconocido como confiable e interesante por toda la comunidad cristiana, así como convertirse en un acervo informativo e histórico de la institución que los miembros podrán consultar de una manera rápida y sencilla.

Los valores que se manejarán para la construcción y publicación de cada artículo o información serán:

- Apego a las enseñanzas de las Sagradas escrituras.
- Verdad.
- Honestidad.
- Búsqueda de la superación espiritual.
- Fraternidad.
- Amor.

#### **4.2.3 PERIODICIDAD**

El factor costo fue, definitivamente, un factor muy determinante al decidir sobre este punto, sin embargo, se decidió que la mejor alternativa sería optar por una periodicidad bimestral. Esto permitiría una buena planeación y organización de cada publicación.

Este tiempo no interfiere con la oportunidad que se desea que tengan los artículos y, sobre todo, las noticias que se publiquen ya que, por lo general, los eventos y actividades que esta institución organiza se ven planeados hasta con años de anticipación.

#### 4.2.4 SECCIONES Y TEMÁTICA

Al ser un órgano de una institución religiosa, los temas que se abordarán serán, naturalmente, religiosos.

Para poder definir las diferentes secciones que tendrá la gaceta y el contenido de las mismas se analizaron los resultados de las encuestas del sondeo de opinión del capítulo pasado. Así, la última pregunta de la encuesta fue de gran ayuda y contundente para la toma de las decisiones.

Recordando los resultados obtenidos, el tipo de información que más buscan los miembros de la institución y futuros lectores son las noticias sobre la institución y sobre los eventos que se realizan dentro de la misma así como entrevistas con sus dirigentes y también la información histórica. Por lo tanto, y tomando en cuenta estos resultados, las secciones que conformarán la gaceta serán:

- Noticias. Y aunque será una publicación bimestral, puede incluirse esta sección ya que los eventos que organizan en la institución se tienen planeados hasta con un año de anticipación.

En caso de que los eventos sean locales se procurará cubrirlo mediante un reportaje y, en caso de que sean eventos externos, dependiendo de la magnitud se considerará un reportaje o una crónica.

- Doctrinal. En esta parte se abordarán temas exclusivos sobre las creencias fundamentales que en la institución profesan. Se incluirá entrevistas con diferentes personalidades acerca de los cambios que se está dando en la Institución y su lado doctrinal.

- De Historia. Será una sección de investigación en la que se abordarán temas sobre los inicios y primeros años de la religión así como datos importantes de evidencias científicas que avalan las creencias que profesan.

En esta sección también se incluirán entrevistas con aquellos que puedan proporcionar información trascendental.

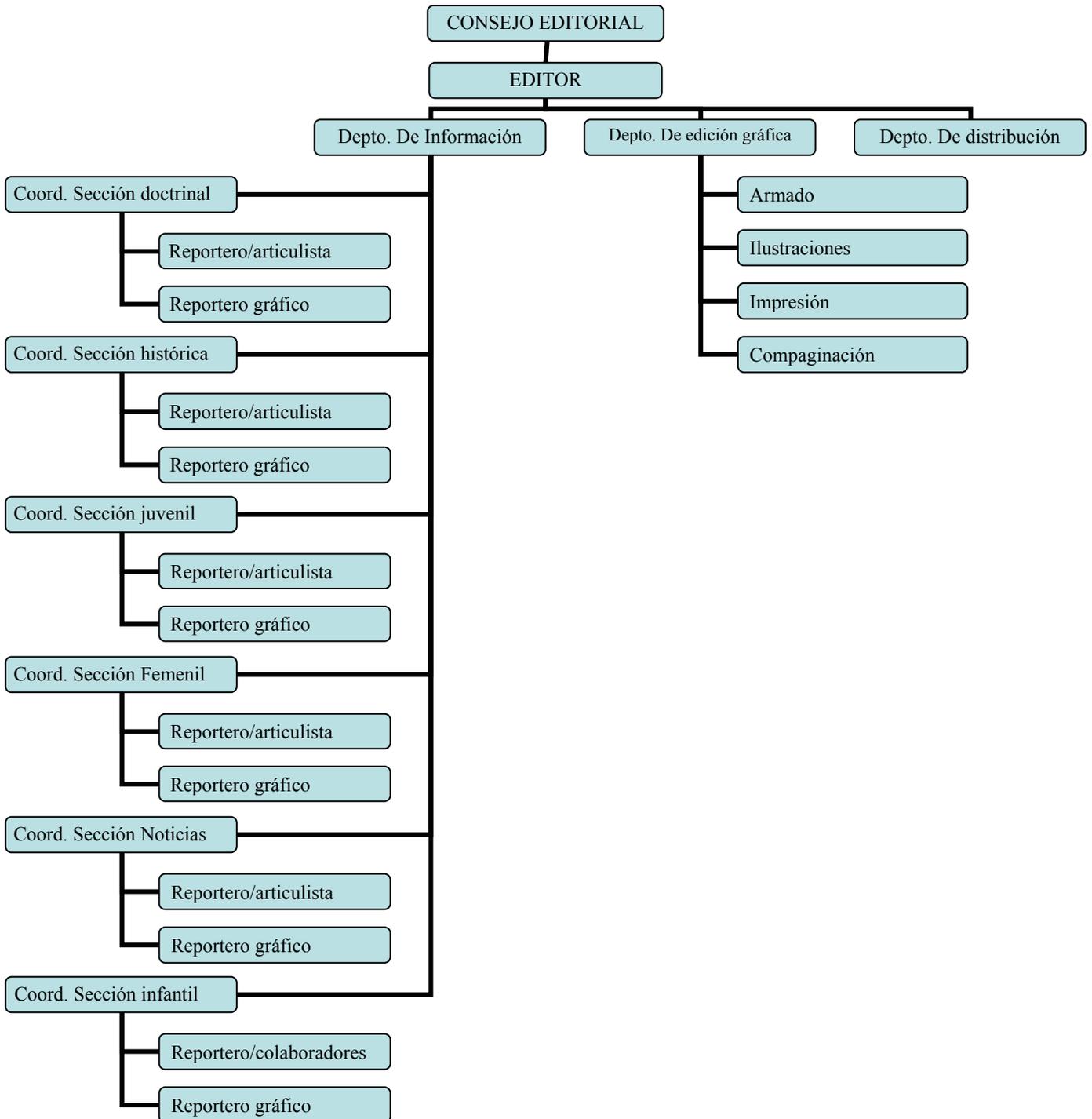
- Juvenil. La población de jóvenes en la institución es bastante representativa y son ellos en quienes desean arraigar más fuertemente las bases de su doctrina para que continúen en la agrupación por eso, en esta sección se hablará sobre los problemas a los que cotidianamente se enfrentan. Deberá ser información muy práctica y directa.

- Femenil. Las mujeres han sido una parte muy importante del grupo. Su apoyo ha sido fundamental para su crecimiento y por ello se decidió dedicarles una sección especial en el que se hablara sobre los principales problemas a los que se enfrentan así como la manera de hacerles frente o resolverlos de una manera acorde a sus principios religiosos.

- Infantil y Entretenimiento. Para cubrir todos los grupos que integra la institución se pensó en una sección para los niños con dibujos y juegos que, de igual manera se utilizarán como gancho para que los papás se lleven la revista a sus casas, la lean y luego pueda dárseles a sus niños. Se propone un pequeño cueto a manera de cómic con enseñanzas a cerca de su doctrina mediante el cual, de una manera muy sencilla e ilustrativa, se puede mandar un mensaje que de otra manera resultaría tediosa o aburrida.

## 4.2.5 ORGANIZACIÓN

# ORGANIGRAMA



El organigrama que se propone resulta el más viable para una buena producción de la gaceta pues se adecua a la forma de organización que tiene la Institución.

A continuación se presenta una descripción de cada uno de los puestos propuestos:

**NOMBRE DEL PUESTO:**

*CONSEJO EDITORIAL*

**PUESTO INMEDIATO SUPERIOR:**

-----

**PUESTO INMEDIATO INFERIOR:**

Editor

**FUNCIÓN:**

Planea, define y deroga actividades y pautas a seguir.

**ACTIVIDADES:**

\* Decidirá sobre el formato y características físicas de la gaceta así como sobre los temas que han de ser publicados en cada número de la misma.

\* Censurará cualquier artículo o escrito que vaya en contra de los valores y lineamientos del órgano que representa.

\* Modificará, en caso de que sea necesario y la información lo amerite, algunos escritos dentro de la gaceta.

\* Podrá determinar la línea editorial de cada artículo o podrá dejarlo a criterio del escritor indicándole solamente el apego a los valores de la gaceta.

\* Dará la orden final para que la revista, en archivo digital, pase a ser impresa en el formato y material seleccionado.

**NOMBRE DEL PUESTO:**

*EDITOR*

**PUESTO INMEDIATO SUPERIOR:**

Consejo editorial.

**PUESTO INMEDIATO INFERIOR:**

Departamentos de información, edición y distribución.

**FUNCIÓN:**

Coordina, revisa, autoriza o rechaza la información y supervisa el desempeño de los departamentos.

**ATIVIDADES:**

\*Proporcionar las órdenes de información a cada coordinador de sección de acuerdo a las decisiones previas tomadas por el consejo del cual también forma parte.

\*Recopilar el material a publicar por cada sección.

\*Hacer correcciones de estilo a los escritos que así lo ameriten.

\*Retendrá escritos que vayan en contra de los valores del órgano interno y lo presentará ante el consejo para su autorización o rechazo definitivo.

\*Cabecear los artículos y la información que llegue a sus manos.

\*Una vez que haya reunido toda la información de las diferentes secciones procederá a enviarlas al departamento de edición gráfica para su armado.

\*Vigilará el buen funcionamiento de cada uno de los departamentos de Información, Edición gráfica y el Departamento de distribución.

\*Redactará la editorial de cada número y en conjunto con el encargado del armado diseñarán la portada.

## **NOMBRE DEL PUESTO**

*COORDINADOR DE SECCIÓN*

## **PUESTO INMEDIATO SUPERIOR:**

Editor

## **PUESTO INMEDIATO INFERIOR**

Reportero/articulista

## **FUNCIÓN**

Coordina y revisa la información a publicar.

## **ACTIVIDADES**

\*Recibirán las órdenes de información sobre los temas que se deberán desarrollar.

\*Redactará los escritos que crea convenientes o bien los asignará a los diferentes reporteros o colaboradores.

\*Asignará al reportero gráfico el compañero reportero al cual ayudará a complementar con fotografías el tema que el coordinador le otorgue.

\*Revisará detalladamente la ortografía y sintaxis de cada escrito antes de pasárselos al editor.

\*Cerciorarse de que cada artículo cuente con sus fotografías así como con sus cabecales.

\*Llevará un seguimiento de los avances de cada escrito para, prevenir y evitar cualquier retraso en los procesos posteriores.

\*Seleccionar las notas que aparecerán en la edición y desechar aquellas que no son lo suficientemente trascendentes para hacerlo de acuerdo a un juicio de jerarquización.

## **NOMBRE DEL PUESTO**

*ARTICULISTA/REPORTERO.*

## **PUESTO INMEDIATO SUPERIOR:**

Coordinador de sección

## **PUESTO INMEDIATO INFERIOR**

-----

### **FUNCIÓN**

Proporcionar información.

### **ACTIVIDADES**

\*Elaborar cada uno de los artículos y escritos que conformarán las diversas secciones de la gaceta apegándose a las órdenes de información que da el coordinador.

\*Podrá sugerir la inclusión de cierto tema para futuras publicaciones.

\*En el caso de la sección de noticias que cuenta con corresponsales en diferentes puntos de la república, ellos mantendrán una constante y más frecuente comunicación con su coordinador para informarle oportunamente sobre los eventos que se van presentando en donde cada uno radica.

## **NOMBRE DEL PUESTO**

*REPORTERO GRÁFICO*

## **PUESTO INMEDIATO SUPERIOR**

Coordinador de sección

## **PUESTO INMEDIATO INFERIOR**

-----

### **FUNCIÓN**

Ilustrar gráficamente la información.

## **ACTIVIDADES**

\*Complementará las notas o escritos con fotografías, las cuales, deberán siempre ser acorde al tema expuesto ya sea ejemplificando, explicando o evidenciando.

\*Proporcionará buenas fotografías, con una buena composición, equilibrio de luz y una buena técnica.

\*Los reporteros gráficos mantendrán una estrecha relación con los reporteros de información para tener conocimiento de los temas y el enfoque que le están dando a los escritos y poder ejemplificarlos.

## **NOMBRE DEL PUESTO**

*ENCARGADO DEL AREA DE ARMADO*

## **PUESTO INMEDIATO SUPERIOR**

Editor

## **PUESTO INMEDIATO INFERIOR**

-----

## **FUNCIÓN**

Diseño de imagen.

## **ACTIVIDADES**

Diseñará la imagen de la revista: portadas e interiores.

Colocará cada escrito, nota, artículo o fotografía en el área adecuada dentro de la revista.

Dotará a la gaceta de una armonía visual para que el lector encuentre fácil y dinámica la lectura.

Colocará los elementos de forma que atraigan y retengan al lector.

**NOMBRE DEL PUESTO**

*ENCAARGADO DEL AREA DE ILUSTRACIONES*

**PUESTO INMEDIATO SUPERIOR**

Editor

**PUESTO INMEDIATO INFERIOR**

-----

**FUNCIÓN**

Ilustrar la información.

**ACTIVIDADES**

\*Complementará la información que no cuente con fotografías con imágenes de archivo para darle dinamismo a las páginas.

**NOMBRE DEL PUESTO**

*ENCARGADO DEL AREA DE IMPRESIÓN*

**PUESTO INMEDIATO SUPERIOR**

Editor

**PUESTO INMEDIATO INFERIOR**

-----

**FUNCIÓN**

Plasmar en papel la información digital.

**ACTIVIDADES**

\*Recibirá de parte del editor la revista en forma de archivo digital.

\*Pasará a papel el diseño autorizado de la gaceta.

\*Revisará el proceso de impresión de tal manera que se lleve a cabo de forma correcta y sin errores (el paso del papel, niveles de tinta).

\*Cuidar el buen uso de papel, tintas y equipo de impresión.

\*Vigilará el buen funcionamiento del equipo.

**NOMBRE DEL PUESTO**

*ENCARGADO DEL AREA DE COMPAGINACIÓN*

**PUESTO INMEDIATO SUPERIOR**

Editor

## **PUESTO INMEDIATO INFERIOR**

-----

### **FUNCIÓN**

Darle el acabado final a cada ejemplar de la gaceta.

### **ACTIVIDADES**

Recibirá las impresiones realizadas

Revisará cada página para verificar que no haya habido errores en la impresión en cuyo caso informará al área de impresión para reimprimir.

Ensamblará cada revista hasta obtener su presentación final.

Trabjará con el editor para conformar la portada.

## **NOMBRE DEL PUESTO**

*COORDINADOR DEL DEPARTAMENTO DE DISTRIBUCIÓN*

## **PUESTO INMEDIATO SUPERIOR**

Editor

## **PUESTO INMEDIATO INFERIOR**

-----

### **FUNCION**

Hacer llegar al lector los ejemplares de las gacetas.

### **ACTIVIDADES**

\*Hará llegar hasta la mano de los lectores locales la edición de la revista.

\*En el caso de distribuciones externas hará los envíos por los medios que se hayan estipulado.

\*Verificará la llegada de las gacetas enviadas al exterior.

### **4.3 ELEMENTOS VISUALES DE *EL PREDICADOR***

Como puntualizamos en un principio, las gacetas explotan mucho lo que son sus elementos visuales por lo tanto, a continuación se describirán y justificaran sus elementos.

#### **4.3.1 FORMATO**

Como primera función del consejo editorial se hizo una reunión para definir el formato más conveniente para la revista.

Se optó por un formato medio oficio ya que ofrece la ventaja de ser compacto y da la posibilidad de que los lectores no lo vean estorboso o brumoso y puedan cargarlo, transportarlo sin mayor dificultad.

A diferencia del media carta, en el formato medio oficio se pueden aprovechar 3 columnas de aproximadamente 5 cm., sin que se vea amontonado o reducido el espacio.

El material que se utilizará para la impresión será papel Bond en los interiores y la portada en Opalina para darle más fuerza y resistencia.

Por el costo tan elevado que representa la impresión a color, únicamente la portada y contra portada se imprimirán a color, los interiores se imprimirán a una tinta con la opción de escala de grises.

El ejemplar contará con 12 páginas, es decir, 3 hojas tamaño oficio.

#### **4.3.2 SLOGAN**

Al ser una gaceta de y para la organización, escrita por los alumnos de la Escuela de Predicación del Centro, el slogan que más se adecuó y que se creyó más conveniente es:

ÓRGANO OFICIAL DE LA ESCUELA DE PREDICACIÓN DEL CENTRO.

#### **4.3.3 IMAGOTIPO**

Como imagotipo se presentan unos arcos, característicos de la ciudad de Querétaro donde se producirá la revista.

Se diseñaron 4 estilos diferentes de aros estilizados para provocar diferentes intencionalidades.

#### **4.3.4 LOGOTIPO**

Como logotipo se propusieron seis diseños de los cuales el Consejo decidiría cuál de ellos era el que creían más apropiado. Cada diseño propone un estilo diferente.

El Primer diseño:



Este diseño incluye arcos amorfos, caricaturalizados del lado izquierdo, equilibrados con el imagotipo de la EPC al lado derecho.

Al centro del diseño, el nombre de la publicación escrito a dos renglones en tipografía Calligraph421 BT. *El* en la parte superior, cargado al lado izquierdo, en un puntaje menor (65%) con respecto a *Predicador* que empalma ligeramente la base de la P con la esquina inferior derecha de los arcos.

*Predicador* en color azul (C:100 M:82 Y:0K:0) con el con su contorno en azul marino muy oscuro en punto fino.

*El* en color negro con contorno en negro también en punto muy fino.

Bajo el imagotipo de la EPC se coloca centrada la leyenda de órgano oficial sustituyendo el slogan completo en color negro y tipografía Centaur.

La línea sobre la cual se encuentran descansando todos los elementos es muy delgada, de apenas dos milímetros de espesor en color negro bajo la cual se encuentran las leyendas del número de edición así como los meses correspondientes a la misma y el respetivo año en la misma tipografía que el slogan. Esta línea se coloca para dar soporte y denotar a los lectores seguridad y confianza de que todo lo que están leyendo cuenta con una base firme.

Los colores que se manejan son 3: negro, azul y ladrillo.

El azul de Predicador se eligió ya que va acorde al color principal que se ocupa en el logo de la EPC, sin embargo, El se colocó en negro para contrastar y darle fuerza al nombre ya que el azul utilizado denota un poco de informalidad pues es un color que infunde tranquilidad y espiritualidad que, por otro lado, va muy bien con los temas religiosos.

Los arcos están en un color marrón característico de ladrillo añadiendo un ligero degradado a manera de relleno.

El Diseño no. 2:



A diferencia del primer diseño, este pone a *Predicador* con la tipografía Quixley LET que va más acorde con el diseño de los arcos ya que esta tipografía denota mucha más informalidad al ser hasta cierta forma infantil o para jóvenes.

Este diseño no integra ni el imagotipo de la EPC ni la leyenda por lo que, de igual forma, lo deja sin elementos base que sustenten su o denoten su veracidad.

El tercer diseño:



# El PREDICADOR

NO. I

SEPTIEMBRE - OCTUBRE 07

Este diseño propone una imagen sencilla pero sobria y elegante.

La tipografía de Predicador es Castellar, todo en mayúsculas para resaltar la importancia de la publicación.

El, escrita en Calligraph421 BT y en negro jala la mirada hacia el imagotipo de la EPC y hacia la leyenda: Órgano oficial que le da autoridad a lo que se presenta en la publicación.

El diseño se equilibra con 4 elementos pequeños a la izquierda y 2 de mayor tamaño orientados a la derecha.

Eliminamos el color azul del diseño anterior y se quedan únicamente el color negro y gris que le dan ese toque de distinción y elegancia al logotipo.

El cuarto diseño:



Este diseño refleja una imagen mucho más rígida a comparación de los otros diseños. Por un lado connota que la información que se mostrará está rigurosamente apegada a las reglas.

La tipografía utilizada en Predicador corresponde a Mekanik LET y El está escrito con la tipografía Wide Latin con un estilo igualmente anguloso.

Es un diseño que logra combinar ángulos muy marcados, en su mayoría de 90° con curvas que no logran crear circunferencias completas y crean un efecto muy particular.

El color azul, a excepción del imagotipo de la EPC queda excluido también de este diseño para dejar solamente el negro que va a cargar de fuerza a la imagen.

Se eliminó también la línea de soporte y, en su lugar, aparece el slogan completo: Órgano oficial de la Escuela de Predicación del centro como base del nombre y análogamente como aval de lo que se presenta en la publicación.

El imagotipo de la EPC está colocado en la esquina superior derecha paralelo a El y del mismo tamaño para dar equilibrio visual.

Los arcos, al igual que las letras, tienen ese diseño curvo-angular que nos lleva al mismo concepto de rigidez.

El quinto diseño:



Este logotipo vuelve a incluir los arcos representativos de la ciudad de Querétaro en un diseño conservador que combina con el diseño de la tipografía utilizada que también denota un estilo conservador.

La tipografía utilizada es Calligraph421 BT tanto en El como en Predicador.

Incluye el slogan completo como base de Predicador y el cintillo que da soporte a todo el diseño.

La variante que propone este logotipo es que el imagotipo de la EPC se usa como relleno de la letra O de Predicador en su color azul.

La ubicación de los elementos de este diseño encierra varios significados:

La P sobre los arcos insinúa la fuerza que debe tener la información contenida en el predicador y toda la doctrina de la Iglesia de Cristo sobre la ciudad de Querétaro.

Al igual, la sombra que se añade en los arcos representa ese reflejo que se pretende que tenga la publicación no sólo en la ciudad sino en todos los lugares a los que llegue.



Este diseño parte de un concepto mucho más clásico. La combinación de colores, aunque sigue siendo la misma de negro, blanco, azul y marrón se da en menos proporciones dejando como color preeminente al negro.

Reúne los 5 elementos básicos que se han estado manejando: Arcos como imagotipo, slogan, el nombre de la publicación, el imagotipo de la EPC y el cintillo base.

La tipografía que se utiliza es 'Tiranti Solid LET' en El y Cateneo BT en Predicador. Ambas son tipografías que si bien no son letras cursivas, si alargan los trazos y los hacen más delicados, sofisticados de cierta manera y se ven contrastados con la letra de molde más formal utilizada en el slogan.

Los arcos en un plano manejan también el mismo estilo que la tipografía y crean, en conjunto con El, un marco para Predicador.

Estos seis diseños se sometieron a un consenso con los miembros del Consejo Editorial y se optó por utilizar el diseño no. 5.



Este diseño se podrá utilizar en 3 variables:

- Color como el que se ve en la figura 4.
- Escala de grises.

# El Predicador

Órgano oficial de la Escuela de Predicación del Centro

NO. I

SEPTIEMBRE - OCTUBRE 07



Como se puntualizo anteriormente, este logotipo se utilizara a colores únicamente en la portada y en el caso de los interiores se utilizará solamente en escala de grises como parte del cintillo y se eliminará la línea de soporte inferior.

# El Predicador

Órgano oficial de la Escuela de Predicación del Centro

En todas las variaciones del logotipo se debe respetar un área de restricción de 1.5 centímetros hacia arriba y 1.5 centímetros hacia abajo del punto más sobresaliente del slogan. Hacia los lados se respetarán 2 milímetros del lado izquierdo y 3 del lado derecho con relación al punto más sobresaliente.

Por ningún motivo se podrán alterar los colores del logotipo ni cualquiera de sus elementos.

Tampoco se deberá empalmar ningún elemento sobre el diseño de logotipo ya sea texto o imagen de cualquier tipo.

No se podrán alterar las proporciones del diseño, en caso de necesitarlo en tamaño más pequeño tendrá que reducirse a escala.

En caso de artículos promocionales, de igual forma, deberá respetarse el área de restricción del logotipo

#### **4.4 PRIMERA Y CUARTA DE FORROS (PORTADA Y CONTRAPORTADA).**

Uno de los elementos más importantes de una revista, en este caso gaceta, es la portada ya que va a ser la primera impresión de la publicación que va a tener el lector.

Una portada bien diseñada logrará atrapar la mirada del futuro lector, logrará seducirlo para que tome el ejemplar y lo lea.

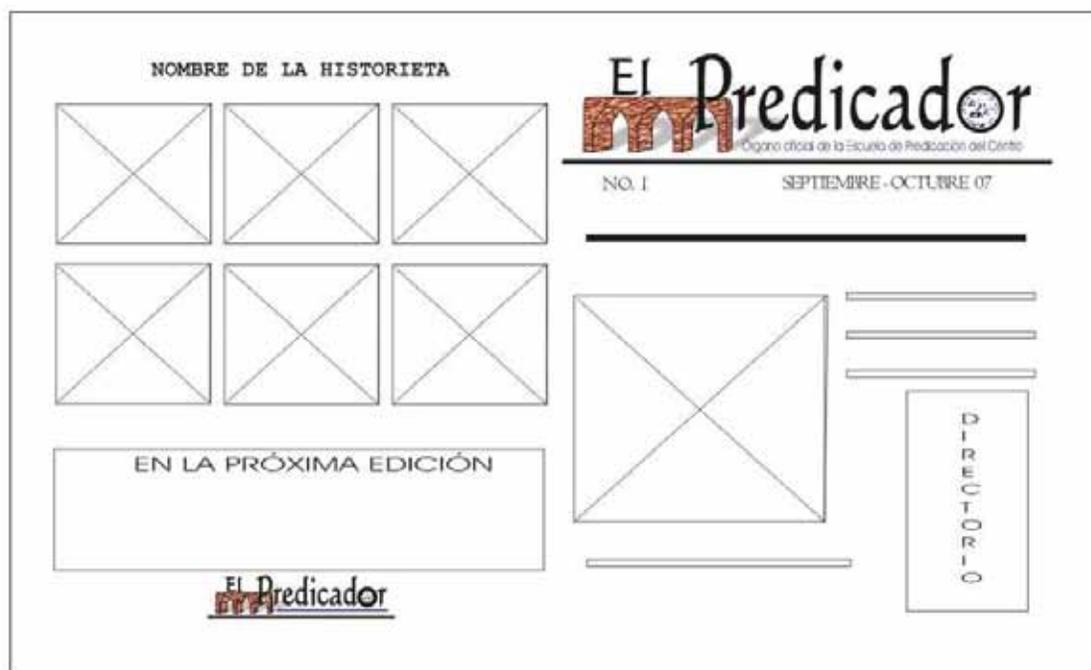
Una de las grandes diferencias por lo que se distinguía una revista de un periódico era el uso de una gran cantidad de fotografías como gancho o recurso para cautivar al lector.

Actualmente con los avances en la calidad de impresión y métodos para ello, muchos periódicos también han optado por este recurso para aumentar sus niveles de tiraje, sin embargo, la revista no pierde su distinción en ello pues también ha mejorado la calidad de sus fotografías.

Para esta gaceta, me he permitido diseñar un modelo que, desde mi punto de vista, conjunta los elementos básicos:

EL logotipo, fechario, la fotografía, los titulares y el directorio.

Todos estos elementos distribuidos de forma equilibrada.



En la contraportada decidí colocar la historieta por que, como se había planteado en el manejo de información, esta historieta va a contener una enseñanza muy importante, será una reflexión que la gaceta quiera dejar en los lectores, una última impresión.

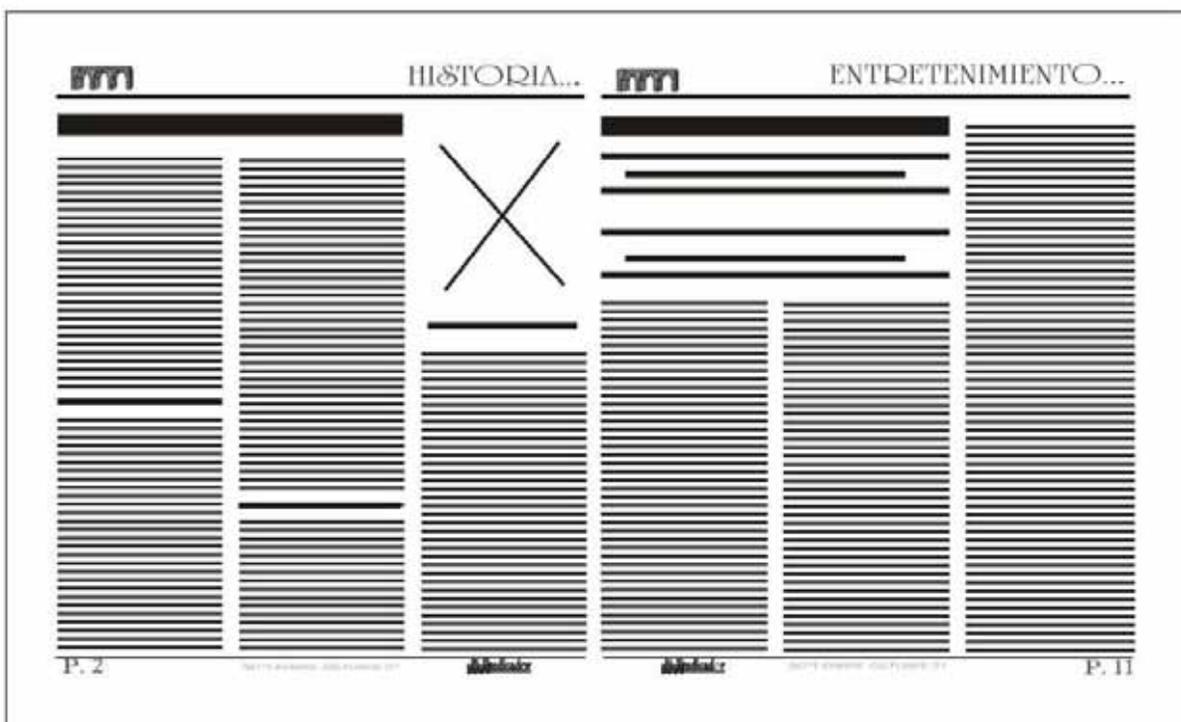
Además de este pequeño comic, contendrá un apartado en el que se invitará a leer el próximo ejemplar. Se presentará una breve semblanza de algunos de los artículos que se incluirán en el próximo ejemplar.

Cabe resaltar la importancia que tiene el respeto y apego al diseño que se esta presentando ya que ello también ayudará a que el lector se familiarice con la gaceta, que la pueda identificar y recordarla fácilmente

#### 4.5 DISEÑO DE PÁGINAS INTERIORES

Como parte de la imagen que proyectará la gaceta es necesario darle un diseño a las páginas interiores, un diseño que vaya de acuerdo a la imagen que ya por si solo proyecta el logotipo y la portada en conjunto.

Son imprescindibles elementos como el número de página, el nombre de la sección, los meses correspondientes a la edición así como la el imagotipo de la gaceta. Estos elementos deben incluirse en todas y cada una de las páginas con excepción a la 1ra y 4ta de forros o portada y contraportada.



Con la finalidad de agilizar el proceso de producción de la gaceta se han elaborado guías para la distribución de los elementos.

Se proponen 3 modelos los cuales, se ha previsto que cubran las necesidades de la gaceta.

Estos modelos son:

**a) 3 columnas**

El formato medio oficio provee de un espacio idóneo para distribuir la información en 3 columnas.

Se propone el diseño a tres columnas porque permite a la vista un seguimiento descansado y genera un equilibrio visual.

Cada columna medirá 5 centímetros de ancho por 16 de largo y el espacio de separación entre cada una será de 0.5 centímetros.

Este formato se ve conformado con 2 renglones por centímetro y cada renglón tiene cabida para 28 golpes en promedio en letra AvantGarde BkBt a 11 puntos.

Contando, de esta manera con 37 renglones en total por columna con un interlineado de 1.5.

**b) 2 columnas similares**

Cuando se quiera dar mayor versatilidad al texto o se requiera más espacio se puede utilizar un formato a dos columnas. Se recomienda cuando la sección se compone por dos temas diferentes.

En este formato las columnas medirán 7.75 centímetros con .5 centímetros de separación entre ellas.

En cada columna hay cabida para 43 golpes y cada centímetro se ve conformado por 2 renglones con un interlineado de 1.5.

**c) 2 columnas asimétricas**

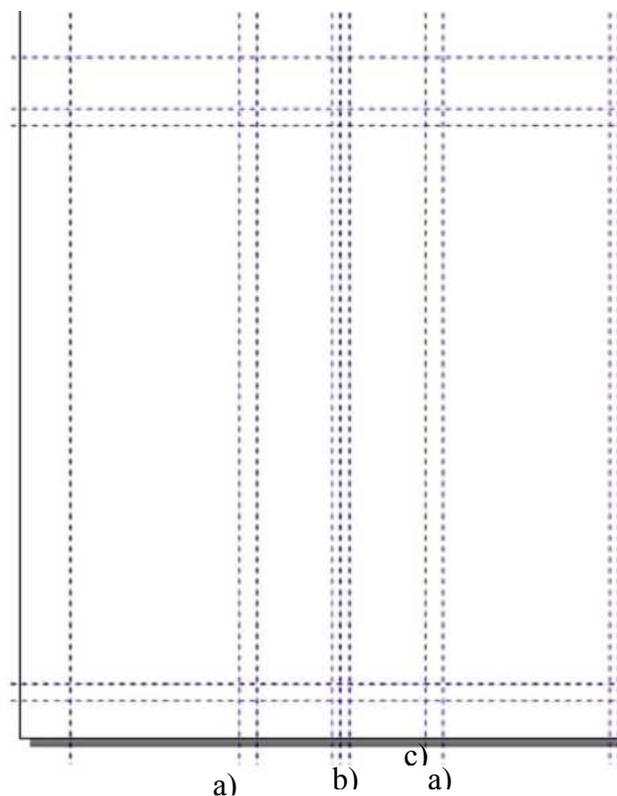
En este caso la página se verá conformada por dos columnas, una más grande que la otra.

Una columna medirá 5 centímetros y la otra 10.5 centímetros con .5 centímetros de separación entre ellas.

Este diseño dotará de dinamismo a la página y es conveniente cuando el tema es extenso así no se hará monótona la lectura sobretodo si la pagina continua se presenta con alguno de los otros formatos, preferentemente el de 3 columnas.

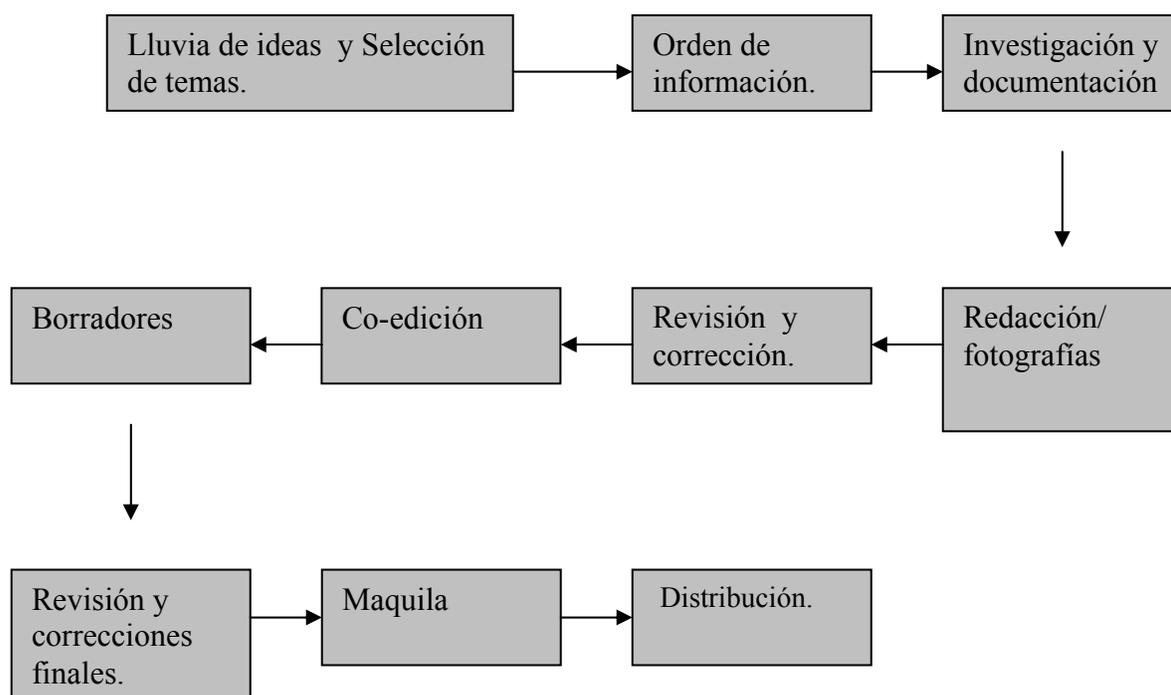
En este formato la columna mayor le da cabida a 60 golpes promedio y la menor a 28 golpes promedio, concentrando también 2 renglones por centímetro.

En cualquiera de los casos, el modelo que desee utilizarse deberá respetar los márgenes de impresión definidos a 1.5 cm. tanto izquierdo y derecho como superior e inferior así como los cintillos tanto superior como inferior siendo el superior de una espesura de 3 milímetros y el inferior de 1 milímetro.



## 4.6 PROCESO DE PRODUCCIÓN

Una vez que se ha determinado cada parte estructural de la gaceta, hemos de pasar al proceso de producción o de elaboración, armar todos los elementos para obtener nuestro producto final: El Predicador.



### 4.6.1 LLUVIA DE IDEAS

#### IMPORTANCIA

Todo proyecto nace a partir de una idea, este caso no va a ser la excepción.

Cada número de *El Predicador* debe estar cuidadosamente planeado, los temas que contendrá deben ser temas de completo y absoluto valor e interés para sus lectores.

El mercado al que va dirigida la gaceta es un mercado totalmente definido y puede representar una ventaja el hecho de que los editores conocen a este mercado.

Ventaja porque este acercamiento que hay entre emisor y receptor permite proponer temas que saben de ante mano que va a ser de interés y poder hablar con mayor familiaridad.

La importancia de esta etapa radica en que va a ser el momento en el que se le va a comenzar a dar forma a cada ejemplar.

### **QUIÉN LO REALIZA**

El consejo editorial es el que se encargará de generar las ideas y determinar los temas que se van a conformar cada número de la gaceta.

### **CÓMO SE REALIZARÁ**

Para poder concentrar todo ese flujo de ideas y creatividad se propone una reunión, una junta de consejo con todos los miembros del el consejo editorial. La duración será determinada por ellos mismos tomando en cuenta que será el tiempo apropiado, idóneo y necesario para llegar a un acuerdo sobre los temas que habrán de tocarse en cada número.

Dicha junta deberá realizarse durante los primeros 5 días del primer mes para no retrasar los siguientes procesos.

## **POLITICAS**

- Se trabajará sobre el principio de democracia por lo que en el momento de tomar decisiones, estas se aprobarán con la aceptación del 50 por ciento mas uno de los miembros del consejo.
- Se evitará repetir temas en ediciones consecutivas a menos de que se trate de temas con continuación.

## **RECURSOS MATERIALES Y APOYOS TÉCNICOS**

Se hará uso de un espacio, sala, salón, oficina, lo suficientemente amplia para albergar a todos los miembros del consejo editorial.

Se requerirá que cada miembro se equipe con una pequeña libreta u hojas y bolígrafo para tomar nota de todas aquellas decisiones que se tomen así como de las ideas que se presenten.

De preferencia se recomienda el uso de un pizarrón o pintarrón para anotar puntos clave de la reunión.

Será indispensable la adquisición de un calendario y/ o con agenda para programar tiempos y movimientos del proceso que se seguirá.

### **4.6.2 ORDEN DE INFORMACIÓN**

#### **IMPORTANCIA**

Una vez que el consejo ha decidido sobre los temas que habrán de abordarse en cada número de la gaceta, esa información deberá pasar a los reporteros o escritores encargados de redactar los artículos, notas o cual sea el trabajo que se decida realizar.

Sin esta orden de información los reporteros no se enterarían de qué tipo de trabajo es el que deben realizar y por lo tanto no lo podrían realizar.

## QUIÉN LO REALIZA

Como parte del consejo editorial, *el Editor* quedó completamente enterado de todas las decisiones tomadas y será él quien le dará las ordenes de información detalladas sobre qué es lo que se quiere a los coordinadores de las secciones.

## CÓMO SE REALIZA

Una vez terminada la junta de consejo, *el Editor* procederá a llenar una serie de formatos especificando el tipo de información que requiera.

Una vez concluido el llenado de los formatos, se les entregará al coordinador de sección correspondiente y este a su vez se los proporcionara al reportero que considere adecuado pero más que nada apto para abordar el tema.

FECHA:_____
TEMA:_____
EXTENSIÓN:_____golpes
FOTÓGRAFO:_____
FOTOGRAFÍAS REQUERIDAS:_____
REFERENCIA:_____
_____
FECHA DE ENTREGA:_____

En el formato propuesto se especifica el tema sobre el cual se deberá elaborar el escrito o la imagen así como su extensión en golpes o el total de imágenes que se requieren de las que posteriormente se seleccionarán las mejores.

En el espacio de referencia se colocará la dirección y hora del evento que se cubrirá, sí es que es un evento, la línea a seguir en cierto tema o puntos clave que

se quieran resaltar, algún contexto a ayuda literaria que pudiera requerir el escritor u algún otro tipo de ayuda.

Y por último la fecha en la que deberá entregar su trabajo terminado.

## **POLÍTICAS**

- El editor entregará las órdenes al coordinador de sección, nunca al reportero directamente.

## **RECURSOS MATERIALES Y APOYOS TÉCNICOS**

Se sugiere dotar al editor de una libreta especial para tomar notas y una agenda/organizador para mantener un orden en sus actividades así como de un bolígrafo.

Se necesitarán hojas blancas o en su defecto de la libreta que se le proporcione para elaborar las órdenes de información.

### **4.6.3 INVESTIGACIÓN Y DOCUMENTACIÓN**

#### **IMPORTANCIA**

El trabajo periodístico requiere de un amplio conocimiento y, en la mayoría de los casos una sola personas no esta totalmente llena de la información requerida, por ello, la documentación e investigación es una etapa básica en la construcción de los escritos.

Hablamos de que la gaceta se constituirá en su mayoría, de artículos y reportajes, géneros que requieren una mayor preparación y por lo tanto una mayor búsqueda de información.

Carlos Marín, en su manual de Periodismo dice, hablando del reportaje, que el periodista nunca debe conformarse con lo más elemental ni darse por satisfecho con una información a medias o cumplir con lo que caiga sino que debe

interesarse personalmente en el asunto, investigar con ánimo y penetrar lo más a fondo que se pueda.

### **QUIÉN LO REALIZA**

Siendo el reportero el encargado de la redacción deberá ser él mismo quien se de a la tarea de documentarse e informarse de todo aquello referente a su tema.

### **CÓMO SE REALIZA**

Una vez que le ha sido entregada u orden de información el reportero se dará a la tarea de documentarse en libros, revistas o cualquier otro tipo de documento confiable.

Su tarea es comprender el asunto, verlo desde diferentes perspectivas y generarse un criterio.

### **POLÍTICAS**

- Se considerarán como confiable aquellos documentos publicados por la misma institución en cualquiera de sus sedes nacional o internacional.
- - Se consideran como confiables entrevistas y charlas con personas especializadas en las áreas a fines a la investigación.

### **RECURSOS MATERIALES Y APOYOS TÉCNICOS**

Cada reportero, es indispensable que cuente con una libreta y bolígrafo para anotar todo aquello referente a sus investigaciones realizadas.

Cada uno de los escritores podrá hacer uso de la biblioteca de la institución en determinado caso que así lo requiera y en caso de que necesite recurrir a fuentes externas (Internet, entrevistas, otras bibliotecas) los gastos correrán por su cuenta.

#### **4.6.4 REDACCIÓN Y TOMA DE FOTOGRAFÍAS**

##### **IMPORTANCIA**

La parte medular de la gaceta serán, sin duda, los escritos. He ahí la gran importancia que tiene una buena redacción, una buena sintaxis y coherencia en todo lo que se escribe.

Por otro lado, también las fotografías juegan un papel importante pues son las que van a ilustrar la información, facilitarán la comprensión de la información y servirán de ancla para interesar al lector.

##### **QUIÉN LO REALIZA.**

El creador de todos los artículos y escritos será el reportero y el reportero gráfico será quien obtenga las imágenes o fotografías.

##### **CÓMO SE REALIZA**

El reportero, una vez que ya está documentado, procederá a vaciar todas sus ideas, sus pensamientos, y formar un escrito. Este escrito deberá contar con un orden lógico, con una coherencia, pero sobre todo, con un lenguaje entendible para el lector.

El articulista o reportero será conciso, directo y sencillo en su redacción y, dependiendo de lo que esté escribiendo utilizará los elementos que ese género literario o periodístico requiere.

Una vez terminado el escrito se presentará por escrito al coordinador de sección y posterior a las correcciones se presentará en formato digital con la tipografía y formato requerido.

En el caso de las fotografías se buscarán aquellas que complementen al texto cuidando elementos como la composición, iluminación y estética.

## **POLÍTICAS**

- El escrito y/o fotografías se entregarán en tiempo y forma al coordinador de sección anexando, en caso del escrito, una lista con su bibliografía utilizada.
- EL articulista se apegará a los valores de la filosofía de la gaceta.

## **RECURSOS MATERIALES Y APOYOS TÉCNICOS**

Libreta y bolígrafo, cámara fotográfica.

### **4.6.5 REVISIÓN Y CORRECCIÓN**

#### **IMPORTANCIA**

Cuando se realiza un trabajo que va a ser expuesto a un público es importante darle la mejor presentación posible. Un escrito, debe pasar por una revisión detallada y más aún cuando se trata de una publicación oficial como lo será El Predicador. Debe cuidarse que el texto no contenga ninguna falta de ortografía o error de sintaxis o, todavía más importante, argumentos o juicios que vayan en contra de la filosofía de la gaceta o pongan en jaque sus principios.

En el caso de las imágenes, debe buscarse aquella que sea más apropiada y que redondee la información.

#### **QUIÉN LO REALIZA**

En primera instancia el coordinador de sección y, posteriormente el Editor.

#### **CÓMO SE REALIZA**

Se realizará la revisión en dos partes.

La primera estará a cargo del coordinador de sección. Él revisará la ortografía del escrito y el buen uso de las palabras así como el enfoque que se le está dando al tema que en caso de resultar inapropiado o detecte errores lo regresará al autor para que haga las modificaciones necesarias.

El coordinador será también el encargado de seleccionar las imágenes que determine más apropiadas que acompañen al texto.

En una segunda etapa, el editor revisará nuevamente el texto prestando principal atención al estilo.

## **POLÍTICAS**

- El uso del diccionario es básico para realizar correcciones así como cualquier libro de ortografía o redacción.
- Las correcciones se realizarán por escrito sobre el texto y se le regresará al autor a que corrija sus faltas.
- El documento corregido se entregará de manera digital.

## **RECURSOS MATERIALES Y APOYOS TÉCNICOS**

Diccionario, marcatextos o color para resaltar, bolígrafo, libros de gramática, de redacción, entre otros.

### **4.6.6. CO-EDICIÓN**

#### **IMPORTANCIA**

Esta parte es crucial pues ya que se ha revisado todo el material se pasará a autorizar y jerarquizar la información.

Cabeceo de las notas, selección de información; todo esto se realiza en esta etapa.

### **QUIÉN LO REALIZA**

El editor será el encargado de aplicar su juicio y determinar que información sale y cual se queda.

### **CÓMO SE REALIZA**

Esta parte depende mucho del buen juicio que tenga el editor, de su sentido analítico y criterio que posea.

Sólo deberá tomar en cuenta todo aquello de lo que se habló en la junta de consejo para que poder calificar con éxito el material.

### **POLÍTICAS**

- El editor buscará tener la mayor objetividad al jerarquizar cada nota, deberá evitar caer en favoritismos, revanchas, o sentimientos que desvíen su criterio.

### **RECURSOS MATERIALES Y APOYOS TÉCNICOS**

Bolígrafo.

#### **4.6.7 BORRADORES**

### **IMPORTANCIA**

El proceso de armado de la gaceta comienza en esta parte. Los borradores constituye la primera fase del terminado de la gaceta.

Son de gran importancia pues en ellos se realizarán las últimas correcciones antes de la impresión final.

## **QUIÉN LO REALIZA**

El encargado del armado o editor gráfico será el que presentará la primera presentación de la gaceta en forma de borrador. En esta parte, el Editor deberá estar trabajando también con él pues es quien señalará la jerarquía de las notas.

## **CÓMO SE REALIZA**

Cuando el editor entregue todo el paquete de información al editor gráfico, el editor gráfico tendrá la tarea de comenzar a darle el acomodo adecuado.

El software que se manejará será Corel Draw.

En las plantillas ya diseñadas, lo único que tendría que hacerse será el vacío de información y el acomodo según la jerarquización que se haya hecho.

Se definirá si se coloca la información a una dos o tres columnas, dónde se colocarán las fotografías, cuantos balazos se insertarán entre el texto y cómo se acomodarán las cabezas.

Se realizará un boceto sencillo gráfico en papel y posteriormente se imprimirá una prueba para someterla a correcciones.

## **POLÍTICAS**

- Se respetarán los espacios preestablecidos en las plantillas.
- Se respetarán las indicaciones dadas sobre el uso de logotipo e imatipo.
- Se respetarán el lugar correspondiente asignado a cada sección dentro de la gaceta.

## **RECURSOS MATERIALES Y APOYOS TÉCNICOS**

Computadora con capacidad para soportar Corel Draw, impresora, hojas bond tamaño oficio, tintas o toner para la impresora.

Un espacio adaptado para reunir el equipo mencionado.

#### **4.6.8 REVISIÓN Y CORRECCIONES FINALES**

##### **IMPORTANCIA**

Nada puede imprimirse si no se ha revisado por última vez.

Debe revisarse que las cabezas sean las adecuadas, que la distribución sea la idónea, que no haya errores de ortografía, espacios en blanco, fotografías mal colocadas, elementos sobre puestos o algún otro tipo de error en portada o interiores y, todo esto para que el ejemplar salga lo mejor posible y sin errores.

##### **QUIEN LO REALIZA**

El *visto bueno* de los borradores deberá ser dado por todo el consejo editorial, ellos decidirán si se aprueba o no, y qué cambios serán necesarios en este caso.

##### **CÓMO SE REALIZA**

Se revisará cuidadosamente cada una de las páginas que integran la gaceta para detectar cualquier error que se haya cometido, ya no tanto en la redacción de los escritos pues esas correcciones ya se realizaron sino en la correcta colocación de los elementos. Ya sea con un marcador o color se resaltarán en el boceto los errores para corregirlos en el archivo digital.

##### **POLÍTICAS**

- Se evitarán las sobre imposición de elementos a menos que sea deliberado.

- Se resaltará como error cuando los tonos de tinta sean muy claros que dificulten la legibilidad.
- Se marcará como error elementos que salgan fuera de los márgenes establecidos.

## **RECURSOS MATERIALES Y APOYOS TÉCNICOS**

Se podrá utilizar el mismo lugar de impresión y edición así como la computadora equipada con Corel Draw.

Bolígrafos, marcadores o colores para marcar errores.

### **4.6.9 MAQUILA**

#### **IMPORTANCIA**

Puede ser que se hayan realizado las correcciones en los bocetos y en los archivos digitales pero si no se imprime el producto corregido no tendría ninguna utilidad por lo que este es uno de las etapas más importantes del proceso

#### **QUIÉN LO REALIZA**

El encargado de impresión se dará a la tarea de que, una vez aprobado el boceto digital imprimir cada uno de los ejemplares.

#### **CÓMO SE REALIZA**

Cuando las correcciones estén terminadas y la autorización dada, el encargado del área de impresión tendrá preparada la impresora asignada para comenzar a imprimir.

Cuidará que las hojas entren correctamente, que no se atoren, que los niveles de tinta sean los correctos, que el número de impresiones sean las indicadas y en caso de alguna falla del equipo de hacer saber al editor y buscar soporte técnico.

Una vez que se han terminado todas las impresiones, la persona encargada se dará a la tarea de compaginar correctamente cada ejemplar y darle su terminado final, colocarle la grapa y su empaque si es que llevará alguno.

## **POLÍTICAS**

- En caso de falla del equipo, lo apagará dará aviso inmediato al editor.
- No se imprimirá en el caso de que los niveles de tinta se no permitan una impresión de calidad.
- No se imprimirán los ejemplares a menos de que ya este dada la autorización por el consejo.

## **RECURSOS MATERIALES Y APOYOS TÉCNICOS**

Impresora con capacidad para imprimir los ejemplares requeridos.

Papel bond tamaño oficio en blanco.

Cartuchos o Toner par la impresora.

Bolígrafos o marcadores.

Grapas, engrapadora.

### **4.6.10 DISTRIBUCIÓN**

#### **IMPORTANCIA**

Cabe decirse que, de igual forma, si no se distribuye la gaceta, de nada habrán servido todos los esfuerzos anteriores por lo que el hacer llegar cada ejemplar a los lectores es una de las partes más gratificantes del proceso.

## **QUIÉN LO REALIZA**

El o los encargados del área de distribución.

## **CÓMO SE REALIZA**

Cuando el producto tiene el terminado final el coordinador y los encargados del departamento de distribución se darán a la tarea de entregar personalmente la gaceta terminada.

Los días domingos primeros del mes de publicación, al terminar la junta dominical en la institución, colocados en las puertas de salida, con distintivos alusivos a la gaceta, los integrantes del departamento de distribución entregarán a jóvenes y adultos la gaceta El Predicador.

Para el caso de distribuciones externas se recurrirá a personas que tienen contacto con otras cedes de la institución en diferentes ciudades para que ellos a su vez hagan igualmente la entrega personal o en su defecto se recurrirá al correo postal para hacer llegar los ejemplares a su destino.

## **POLÍTICAS**

- La gaceta se entregará en las manos de los lectores.
- Sólo se podrá entregar la gaceta a jóvenes y adultos.
- La gaceta se entregará únicamente al término de la junta dominical.
- En el caso de distribuciones externas, se verificará que se reciban los ejemplares.

## **RECURSOS MATERIALES Y APOYOS TÉCNICOS**

Para distribuciones locales sólo se requerirán envases para transportar los ejemplares y algún material de apoyo como lo serían gafetes o distintivos con el logotipo de El Predicador, Playeras o Carteles alusivos a la gaceta.

Para publicaciones externas se requerirá el uso de sobres y estampillas postales.

#### **4.7 COSTOS Y FINANCIAMIENTO**

Los gastos de los recursos materiales y equipamiento necesario para el trabajo en la gaceta serán absorbidos por la Iglesia de Cristo en Querétaro Qro.

Se cuenta con el total apoyo del dirigente de esta institución para arrancar el proyecto y adquirir todos materiales que hagan falta.

Actualmente se cuenta con un aula, material básico de papelería (bolígrafos, marcatextos, libretas), una computadora, el software requerido (Corel Draw), la papelería básica, impresora láser b/n y únicamente se presentan presupuestos de Impresoras láser, multifuncionales y copiadoras a color para lo que sería la impresión de las portadas.

MULTIFUNCIONAL HP 30050 LASERJET

TM 1005 2999

\$4399.00

MULTIFUNCIONAL INYECCIÓN DE TINTA

HP OFFICEJET 6310

\$2999.00

MULTIFUNCIONAL LASER

BROTHER MFC-7420

\$4199.00

IMPRESORAS DE INYECCIÓN DE TINTA

CANON PIXM AMD 450

\$1549.00

IMPRESORA INYECCIÓN DE TINTA

EPSON

\$1249

COPIADORA A COLOR CANON

\$9399.00

COPIADORA A COLOR BROTHER

\$6499.00

Estos precios están vigentes hasta el mes de diciembre de 2007 en una tienda departamental de artículos de oficina previendo un aumento del 2% para el siguiente año.

# CONCLUSIONES

Luego de un largo proceso, el producto final está terminado.

La satisfacción de haber colaborado para la creación de un medio es muy gratificante.

Se conoció a la empresa, su historia, su funcionamiento y sus integrantes, se conocieron sus medios de comunicación y su forma de proceder de cada uno y, de esta manera se detectaron esos pequeños baches que existían.

Se propuso la mejor vía complementaria para reforzar los puntos débiles y se comenzó a trabajar en un proyecto. La funcionalidad y éxito del medio dependerá de los temas que se aborden, que deberán ir en función de los gustos y necesidades de los lectores, además de la difusión y reconocimiento del que se le acompañe y lo mas importante el apoyo que se le siga brindando a los que elaborarán cada una de las ediciones.

La gaceta “El Predicador”, nombre final del medio propuesto, es el resultado de un proceso de análisis e investigación y su creación es la conjunción de conocimientos de técnicas de investigación, de diseño, de comunicación y, sobre todo de periodismo.

Como mencioné en la introducción la magia de los medios es apantallante, la realidad es diferente, la realidad es todavía mejor.

## BIBLIOGRAFÍA

BAENA Paz Guillermina, *“Géneros periodísticos informativos”*, Ed. Pax, México 1990, p.p. 212

BERLO David K, *“El Proceso de la Comunicación”*, Ed. El ateneo Argentina 2004, p.p.286

DE LA TORRE Zermeño, DE LA TORRE Hernández, *“Taller de análisis de la comunicación 1”*, Ed. Mc Graw Hill, México 1995, p.p. 198

ENGLISH Earl, *“Periodismo Académico”*, Ed. EDAMEX, México 1988, p.p.361

EL RIO Reynaga Julio, *“Periodismo interpretativo, el reportaje”*, Ed. Trillas, México 1994, p.p.189

FERNÁNDEZ Collado Carlos, *“La Comunicación en las Organizaciones”*, 2da edición, ed. Trillas, México 2002, p.p.273

GOLDHABERT, M. Gerald, *“Comunicación Organizacional”*, Editorial Diana S.A., México D.F 1984, p.p. 423

GONZÁLEZ Reyna Susana, *“Periodismo de opinión y discurso”* 2da. Edición, Ed. Trillas, México 1999, p.p. 187

MARIN Carlos, *“Manual de periodismo”*, Ed. Grijalbo, México 2004, 346 p.p.

MARTÍNEZ DE VELAZCO, Alberto, *“Comunicación Organizacional Práctica, Manual Gerencial”*, México D.F., Editorial Trillas, 1988, p.p.111

PEARLMAN Myer, *“Teología Bíblica y Sistemática”*, Ed Vida Florida, E.U. 1989, p.p 472

**“Sagrada Biblia”** Antigua versión Reina – Valera, Ed. Sociedades Bíblicas Unidas, Revisión 1960,  
1157 p.p.

## **OTRAS FUENTES**

MAZATAN Gilberto, *Plan de los doce*, s/E

RICO Maciel Ilhuicamina, *Historia de la Iglesia de Cristo*, s/E

Documento Interno **“Libro de Inventario y Balances de la EPC”**

<http://gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/rrhh/gescomint.htm>

<http://monografias.com/trabajos15/comunic-interna/comuni-interna.shtml>

<http://rppnet.com.ar/mediosgraficos.htm>

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999gin/81haba3.htm>