

**IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS EN MEDIOS VIRTUALES PARA LA  
IGLESIA ADVENTISTA DEL SÉPTIMO DÍA EN VILLAVICENCIO**

**DANIEL FERNANDO GONZÁLEZ MORENO**

**ID. 000149982**

**PROYECTO DE GRADO**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS VICERRECTORÍA  
REGIONAL LLANOS**

**COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO**

**VILLAVICENCIO, 20 DE MAYO DE 2016**

**IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS EN MEDIOS VIRTUALES PARA LA  
IGLESIA ADVENTISTA DEL SÉPTIMO DÍA EN VILLAVICENCIO**

***DANIEL FERNANDO GONZÁLEZ MORENO***

ID. 000149982

PROYECTO DE GRADO

**ASESOR**

***VICTOR ARTURO MORENO RIVEROS***

ASESOR METODOLÓGICO

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS VICERRECTORÍA  
REGIONAL LLANOS**

**COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO**

VILLAVICENCIO, 20 DE MAYO DE 2016

## CONTENIDO

<b>Resumen</b>	<b>7</b>
<b>Introducción</b>	<b>8</b>
<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>10</b>
1.1 Descripción del Problema	10
1.2 Formulación del Problema	13
1.3 Sistematización del Problema	13
<b>2. JUSTIFICACIÓN</b>	<b>14</b>
<b>3. OBJETIVOS</b>	<b>15</b>
3.1 Objetivo General	15
3.1.1 Objetivos Específicos	15
<b>4. MARCOS REFERENCIALES</b>	<b>16</b>
4.1 Marco Histórico	16
4.2 Marco Teórico	19
4.2.1 Comunidad y Sociedad	20
4.2.2 Comunidad Virtual	22
4.2.3 Sociología de las religiones en Latinoamérica y Colombia	32
4.2.4 Inclusión social colombiana en entornos virtuales	39
4.2.5 Iglesias en entornos virtuales	43
4.2.6 La Iglesia Adventista y su imagen corporativa	48

4.3 Marco Legal	54
4.3.1 Principio de Derechos	54
4.3.2 Reconocimiento nacional de la libertad de cultos	54
4.4 Marco Espacial	61
4.5 Marco Teológico	62
4.6 Glosario	66
<b>5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>70</b>
5.1 Investigación	70
5.2 Enfoque	70
5.2.1 Método	70
5.3 Población	71
5.3.1 Muestra	71
5.4 Técnicas de recolección de información	71
5.5 Fuentes	72
<b>6. RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	<b>74</b>
6.1 Resultados en redes sociales	74
6.1.1 Red social Facebook	74
6.1.2 Red social YouTube	77
6.1.3 Red social Flickr	79
6.1.4 Redes sociales para el futuro de la Iglesia Adventista	80
<b>7. ANÁLISIS DE RESULTADOS</b>	<b>82</b>

<b>8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>94</b>
<b>9. EXPECTATIVAS ALCANZADAS</b>	<b>95</b>
<b>10. REFERENCIAS</b>	<b>96</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>98</b>
Anexo 1: Diario de campo	98
Anexo 2: Estrategia de comunicación para la Iglesia Adventista en Villavicencio	110
Anexo 3: Resumen Analítico Especializado (RAE)	118

## LISTA DE TABLAS, MAPAS Y GRÁFICOS

<b>Tabla 1.</b> Iglesias protestantes a inicios del siglo XX en Colombia	36
<b>Tabla 2.</b> Línea Jurisprudencial de la Iglesia Adventista	60
<b>Tabla 3.</b> Matriz de resultados de Facebook	74
<b>Tabla 4.</b> Matriz de resultados de YouTube	77
<b>Tabla 5.</b> Matriz de resultados de Facebook	79
<b>Tabla 6.</b> Plan de Acción de la estrategia de comunicación	114
<b>Tabla 7.</b> Presupuesto de la estrategia de comunicación	116
<b>Mapa 1.</b> Localización de Villavicencio en Colombia	61
<b>Mapa 2.</b> Localización de Villavicencio en el Meta	61
<b>Gráfica 1.</b> Publicaciones en Facebook	82
<b>Gráfica 2.</b> Publicaciones en Flickr	83
<b>Gráfica 3.</b> Publicaciones en YouTube	85
<b>Gráfica 4.</b> Interacciones en Facebook	87
<b>Gráfica 5.</b> Comunidad en Facebook	89
<b>Gráfica 6.</b> Interacciones en Flickr	90
<b>Gráfica 7.</b> Interacciones en Youtube	91
<b>Gráfica 8.</b> Población en Youtube	92

## **IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS EN MEDIOS VIRTUALES PARA LA IGLESIA ADVENTISTA DEL SÉPTIMO DÍA EN VILLAVICENCIO**

### **Resumen**

Este proyecto de investigación busca proponer e implementar estrategias en medios virtuales, acordes a las necesidades de difusión de mensajes dentro de la Iglesia Adventista, enfocado en la ciudad de Villavicencio.

Es así como a través de un estudio de medios realizado desde la Asociación Llanos Orientales, sede administrativa de la Iglesia Adventista en Villavicencio, se plantea la ejecución de estrategias que permitan la inclusión de los procesos comunicacionales dentro de los entornos virtuales, y al mismo tiempo, de los miembros de la iglesia, en busca de mejorar la identidad y el mensaje de esta.

Este mensaje basado en la escritura bíblica de Apocalipsis 14:6 como punto de partida de la doctrina adventista, y por lo tanto, todo el proceso comunicacional se presenta acorde a los parámetros instaurados por la Iglesia, al momento de presentar su identidad a través de medios de comunicación.

## INTRODUCCIÓN

La Iglesia Adventista del Séptimo Día como doctrina religiosa fue fundada en 1863, por los que se conocen como los pioneros en la organización formal y legal de la iglesia. De aquí que el objetivo principal es, y será, lograr un alcance global del mensaje adventista, se presenta la necesidad de manejar tecnologías, herramientas y medios de comunicación acordes al cumplimiento de este objetivo.

Estos medios de comunicación han sido explorados en canales de televisión como Esperanza TV, creada en diferentes países bajo el mismo nombre; estaciones de radio como Radio Mundial Adventista, y estaciones locales en diferentes lugares del mundo; impresos como Revista Prioridades y un sinnúmero de libros escritos por miembros y dirigentes de la Iglesia Adventista mundial.

Dentro de estos diferentes medios, la ciudad de Villavicencio es un ente receptor de todos estos contenidos creados con el propósito antes presentado, pero al momento de referenciar la creación de mensajes específicos al desarrollo de actividades dentro del municipio, son nulos los medios que se pueden presentar.

Los entornos virtuales presentan una oportunidad de alto impacto y bajo costo al momento de plantear estrategias de comunicación, y es por esto, que dentro del desarrollo del proyecto “IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS EN MEDIOS VIRTUALES PARA LA IGLESIA ADVENTISTA DEL SÉPTIMO DÍA EN VILLAVICENCIO”, en el cual se propone estructurar un proceso de comunicación virtual organizado y continuo, que permita conocer como la doctrina adventista es evidenciada en la ciudad de Villavicencio.

Es por esto que la ejecución de este proyecto es un punto de partida para la implementación de Tecnologías en Información y Comunicación (TIC) dentro de la Asociación Llanos Orientales, con una proyección inicial hacia los miembros de la iglesia en la ciudad y un objetivo final, hacia todos los pobladores.

# **IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS EN MEDIOS VIRTUALES PARA LA IGLESIA ADVENTISTA DEL SÉPTIMO DÍA EN VILLAVICENCIO**

## **Línea de Investigación Institucional**

Desarrollo humano y comunicación

### **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1. Descripción del problema**

Los cambios en los medios de comunicación masiva, y la aplicación actual del concepto de aldea global en la sociedad, obligan a las comunidades a crear nuevos procesos de difusión de la información.

Entendiendo comunidad como un “conjunto de personas que se vinculan por el cumplimiento de obligaciones comunes y recíprocas” (Corominas, citado por Rodríguez, 2008), la Iglesia Adventista del Séptimo Día lleva un proceso de evangelización y transmisión de mensajes, desde su organización formal en 1863.

En Colombia, en cumplimiento a la libertad de cultos consagrada en el artículo 19 de la Constitución Política, se da como resultado el Decreto 354 de 1998, el cual comprende en el Art. 23 un “Artículo adicional para la Iglesia Adventista del Séptimo Día”, abriendo así una brecha de reconocimiento nacional y de aquí la necesidad de formar una base estable en los ámbitos comunicacionales que proyecte el trabajo y las creencias de la Iglesia Adventista.

La necesidad de incluir procesos de difusión del mensaje adventista dentro de un marco de comunidad globalizada y, al mismo tiempo, lograr una identidad que delimite las fronteras que diferencien las doctrinas adventistas de otras denominaciones.

La falta de desarrollo en procesos comunicacionales por parte de la Iglesia Adventista, hace necesario el planteamiento de procesos que impulsen el desarrollo de la información y los medios digitales que vayan acorde con las oportunidades que se propone en el uso y apropiación de tecnologías de la información y la comunicación.

Al observar los medios de comunicación tradicionales que maneja la Iglesia Adventista en Villavicencio, surge la necesidad de implementar proyectos que mejoren las vías de comunicación entre la Asociación y los miembros, entre los mismos miembros y de la Iglesia hacia la población de Villavicencio, que es la que está creando un atraso en los procesos de difusión, cuando el mensaje tiene que ser repartido “a toda nación, raza, lengua y pueblo” (Apocalipsis 14:6).

La Iglesia Adventista del Séptimo Día en Villavicencio posee unas relaciones de comportamiento que deberían llevar a la unificación de objetivos y actividades que promuevan la difusión de la Iglesia como una sola. Por esto se plantea la creación de espacios virtuales y la inclusión en “un ecosistema de subculturas y grupos espontáneamente constituidos (...), una sociedad universal en un fluido intercambio de ideas y proyectos” (Rheinhold, 1996), lo cual exige un proceso más exhaustivo que marque la diferencia y que al mismo tiempo promueva el interés entre los miembros de la Iglesia Adventista y de las personas de Villavicencio.

Para ello se debe realizar un diagnóstico que muestre la participación de los miembros de la Iglesia Adventista de Villavicencio en los ámbitos virtuales. Así, con los resultados se evidencie un aspecto inicial del uso de las herramientas virtuales y se determine los procesos pertinentes para mejorar el ámbito comunicacional de la Iglesia en Villavicencio.

Como resultado del proyecto “IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS EN MEDIOS VIRTUALES PARA LA IGLESIA ADVENTISTA DEL SÉPTIMO DÍA EN VILLAVICENCIO”, se hace necesario diseñar una Unidad de Medios que sirva como fuente de información y de enlace entre las diferentes Iglesias y hacia la población de Villavicencio, además de proponer proyectos de virtualización de contenidos que ayuden a formar un ámbito comunicacional estable y representativo de la ideología adventista y de las actividades que realiza.

## **1.2. Formulación del Problema**

¿Cómo mejorarían los procesos comunicacionales de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Villavicencio, con el diseño de proyectos de inclusión en entornos virtuales a través de la implementación de una estrategia de medios?

### **1.2.1 Sistematización del Problema**

- ¿Qué grado de participación tienen los miembros de la Iglesia Adventista del Séptimo Día de Villavicencio en los entornos virtuales?
  
- ¿Cuáles son los espacios virtuales que ofrece la Iglesia Adventista del Séptimo Día de Villavicencio para promover su identidad?

- ¿Cómo mejoraría los procesos de interacción y comunicación entre Iglesias, la inmersión en el campo virtual?

## **2. JUSTIFICACIÓN**

El proyecto de investigación “IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS EN MEDIOS VIRTUALES PARA LA IGLESIA ADVENTISTA DEL SÉPTIMO DÍA EN VILLAVICENCIO”, se desarrolló con el propósito de crear e incluir nuevos procesos comunicacionales dentro de los parámetros de evangelización y difusión del mensaje adventista en entornos virtuales, aplicado en la ciudad de Villavicencio.

Son nulas las investigaciones sobre inclusión de la Iglesia Adventista en ámbitos virtuales, por lo cual se quiere explorar en nuevos procesos que vayan acorde con la era tecnológica que se vive, y que al mismo tiempo apoye a la Iglesia y a sus miembros.

De aquí, se abrirá un nuevo reconocimiento a nivel social que logre identificar y diferenciar la ideología Adventista de otras religiones y, de igual manera, represente e informe a la comunidad adventista y a la población del municipio, la ideología y actividades que se realizan dentro de la Iglesia.

Este proceso de organización dará como resultado la organización de un proceso de comunicación virtual de la Iglesia Adventista a través de la Oficina de Comunicaciones de la Asociación Llanos Orientales, que mostrará la oportunidad de mejorar los procesos comunicacionales dentro de la sociedad globalizada y los beneficios de inmediatez y alcance que estos brindan.

El planteamiento de este proyecto resultará en un punto de inicio para el desarrollo de la Iglesia Adventista dentro de un nuevo entorno comunicacional, como lo es la virtualidad, planteando estrategias que mejoren la comunicación e incentiven a los miembros de la Iglesia Adventista y a la población de Villavicencio a participar y conocer los proyectos que esta ofrece.

### **3. OBJETIVOS**

### **3.1. Objetivo general**

Implementar estrategias comunicativas en medios virtuales para Iglesia Adventista en Villavicencio a través de la Oficina de Medios, con el fin de aumentar la difusión y la identidad del mensaje adventista.

#### **3.1.1. Objetivos específicos**

- Realizar un estudio que relacione el desarrollo social de la Iglesia Adventista con la inclusión de los procesos comunicacionales en entornos virtuales.
- Identificar cuáles son los entornos virtuales que comprende la Iglesia Adventista a fin de valorar su estado y propiciar nuevos escenarios.
- Proponer estrategias de comunicación virtual que sean implementados en las Iglesias Adventistas de Villavicencio.

## **4. MARCOS REFERENCIALES**

**Marco Histórico.**

La historia de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en términos ideológicos, se muestra en la creación del universo y todo lo que en vive en este, origen narrado en el Génesis donde “En el principio creó Dios los cielos y la tierra” (Génesis 1:1). “El séptimo día Dios había terminado la obra que hizo, y reposó en el séptimo día de toda la obra que había hecho” (Génesis 2:2). Por eso Dios bendijo y santificó el séptimo día, porque en él reposo de toda su obra de creación que Dios había hecho” (Génesis 2:3).

Los preceptos e ideología se mantuvo bajo la denominación de cristianismo, hasta la aparición de iglesias y religiones que adoptaban diferentes aplicaciones, contextos e interpretaciones de los comportamientos e ideología cristiana.

De aquí en adelante tras siglos de predominación del catolicismo que negaba cualquier otra creencia o práctica religiosa y hasta la revolución teológica de Lutero, se dio inició a la creación de religiones e iglesias de diferentes denominaciones.

En el portal web de la Iglesia Adventista en Colombia, se muestra una reseña histórica sobre el origen y desarrollo como religión y como grupo de personas, entregado a una creencia y un modo de vida:

“En apenas un siglo y medio la Iglesia Adventista del Séptimo Día ha crecido de un puñado de personas, que diligentemente estudiaron la Biblia en búsqueda de la verdad, para una comunidad mundial de más de ocho millones de miembros y, otros millones, que consideran la Iglesia Adventista su hogar espiritual.

Doctrinariamente, los Adventistas del Séptimo Día son herederos del supradenominacional movimiento Milleriano (por Guillermo Miller) de la década de 1840. Aunque el nombre “Adventista del Séptimo Día” haya sido escogido en

1860, la denominación no fue oficialmente organizada hasta el 21 de mayo de 1863, cuando el movimiento incluía cerca de 125 Iglesias y 3.500 miembros.

Entre 1831 y 1844, Guillermo (William) Miller - un predicador Bautista y ex-capitán de Ejército de la Guerra de 1812 - lanzó el grande despertar del segundo advenimiento, el cual eventualmente se dispersó a través de la mayoría del mundo cristiano. Basado en su estudio de la profecía de Daniel 8:14, Miller calculó que Jesús podría retornar a Tierra el 22 de octubre de 1844. Cuando Jesús no apareció los seguidores de Miller experimentaron lo que se vino a llamar “El Gran Chasco”.

La mayoría de los millares que se habían juntado al movimiento, salió en profunda desilusión. Unos pocos no en tanto, regresaron para sus Biblias para descubrir porque ellos fueron decepcionados. Luego ellos concluyeron que la fecha del 22 de octubre era correcta, pero que Miller había predicho el evento errado para aquel día. Ellos se convencieron de que la profecía bíblica preveía no el retorno de Jesús a la Tierra en 1844, pero que El comenzaría en aquella fecha un ministerio especial en el cielo para Sus seguidores. Así, ellos continuaron a esperar por el breve retorno de Jesús, como hacen los Adventistas del Séptimo Día aun hoy.

De este pequeño grupo que se rehusó a desistir después del gran Chasco, surgieron varios líderes que construyeron la base de lo que vendría a ser la Iglesia Adventista del Séptimo Día. Se destacan dentro de estos líderes una pareja joven – Santiago y Elena White - y un capitán de navío jubilado, Jose Bates.

Este pequeño núcleo de “adventistas” comenzó a crecer - principalmente en los estados de la Nueva Inglaterra en la América del Norte - adónde el movimiento de Miller había comenzado. Elena White, apenas una adolescente en la época del gran

Chasco, se desarrolló en una dotada escritora, oradora y administradora, permaneciendo como la consejera espiritual de confianza de la familia Adventista por más de 70 años hasta su muerte en 1915. Los primeros adventistas vinieron a creer - como los adventistas desde entonces - que ella disfrutó de la dirección especial de Dios mientras ella escribía sus consejos para el creciente grupo de creyentes.

En 1860, en Battle Creek, Michigan, EUA, un puñado de congregaciones de adventistas escogieron el nombre Adventista del Séptimo Día y en 1863 organizaron formalmente el cuerpo de la Iglesia con un número de 3.500 miembros. En el principio, la actuación fue en gran parte limitada en América del Norte, hasta 1874 cuando el primer misionero de la Iglesia John Nevins Andrews, fue enviado para Suiza. La obra en África fue iniciada tímidamente en 1879 cuando Dr. H. P. Ribton, un reciente converso en Italia, se cambió para Egipto y abrió una escuela, pero el proyecto terminó cuando tumultos comenzaron a surgir en los barrios. El primer país cristiano no protestante en recibir la iglesia fue Rusia, adónde un ministro adventista fue enviado en 1886. Misioneros adventistas entraron por primera vez en países no cristianos en 1894- Costa Dorada (Gana), oeste de África, y Matalbeleland, África del Sur. En el mismo año misioneros vinieron a América del Sur, y en 1896 había representantes en Japón. La iglesia hoy tiene actuación establecida en 209 países.

La publicación y distribución de literaturas fueron los principales factores en el crecimiento del movimiento del Advenimiento. La 'Advent Review' y el 'Sabbath Herald' (hoy 'Adventist Review'), órgano general de comunicación de la Iglesia,

fueron lanzados en Paris, Maine, en 1850; el 'Youth's Instructor' en Rochester, Nueva York, en 1852; y el 'Signs of the Times' en Oakland, California, en 1874. La primera Casa Publicadora denominacional en Battle Creek, Michigan, comenzó a operar en 1855 y fue debidamente incorporada en 1861 con el nombre de Asociación de Publicación Adventista del Séptimo Día.

El Instituto de Reforma de la Salud, conocido más tarde como Sanatorio Battle Creek, abrió sus puertas en 1866, y la obra de la sociedad misionera fue establecida a nivel estatal en 1872, y 1877 vio la formación de las Asociaciones de las Escuelas Sabáticas en todo el Estado. En 1903, la sede de la denominación se cambió de Battle Creek, Michigan, para Washington, D.C., y en 1989 para Silver Spring, Maryland, a donde ella continua a formar el nervio central del trabajo siempre en expansión” (Página Iglesia Adventista del Séptimo Día, 2013).

Para el 2010, según estadísticas de la Iglesia Adventista en Filadelfia, la comunidad cuenta con más de 16.000.000 de miembros a nivel mundial, 67.055 iglesias organizadas en 203 países.

### **Marco Teórico**

Al iniciar el estudio sobre los conceptos modernos que desentrañan los significados de comunidad y sociedad dentro del desarrollo del Proyecto “*Implementación de estrategias en medios virtuales para la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Villavicencio*”, se hace notar la necesidad de estudiar las raíces, desarrollo y trascendencia que estas dos palabras tienen, en relación con la actualidad y así poder entender cómo se mezcla esta comunidad inicial, con el

concepto de sociedad, para estudiar al final una de sus ramas como lo es la comunidad virtual o la misma sociedad de la información.

#### **4.2.1 Comunidad y Sociedad**

Tonnies (1947) analiza estos dos objetos y concluye “*Comunidad es lo antiguo y sociedad lo nuevo, como cosa y nombre (...) comunidad es la vida en común duradera y auténtica; sociedad es solo una vida en común pasajera y aparente. Con ello coincide el que la comunidad misma deba ser entendida a modo de organismo vivo, y la sociedad como agregado y artefacto mecánico*” (citado por Álvaro, 2010, p.16).

El desarrollo cultural que se lleva a cabo en las uniones o conjunto de personas, nos muestra un ejemplo de comunidad en donde los grupos sociales, como lo son la familia y la aldea, son algo natural y de igual forma los subconjuntos dentro de estas asociaciones por intereses comunes o ideologías son procesos orgánicos inherentes a la misma comunidad.

En el caso de la “*comunidad adventista*” (hablando en un contexto antiguo, proveniente del nacimiento del protestantismo), la relación de estas personas basándose en una fuente de conocimiento común, desarrollando unos comportamientos similares (no iguales), da como resultado el nacimiento de gran variedad de comunidades religiosas protestantes.

He aquí que a pesar de tener una misma fuente de estudio y un mismo origen ideológico, la influencia y reacción de un mismo mensaje en las personas tiene una gran variación, y al unir estas personas con la mayor cantidad de ideologías, intereses y comportamientos similares, quienes de manera individual decidieron seguir unos patrones de comportamiento, pensamiento y conducta, da como resultado diferentes comunidades.

Desarrollándose estas comunidades en contextos actuales, la clasificación de estos comportamientos e ideologías, basándose en nomenclaturas ya predefinidas y estudiadas para clasificar cualquier variedad de comunidad, se convierten en una sociedad.

Y no solo una clasificación creada por la “sociedad actual”, sino un desarrollo y una evolución de la misma comunidad, en este caso la adventista, para ser aceptada y conocida en un ámbito más amplio y terminar siendo una sociedad religiosa con un nombre específico, Iglesia Adventista del Séptimo Día.

“La teoría de la sociedad construye un círculo de hombres que, como en la comunidad conviven pacíficamente, pero no están esencialmente unidos sino esencialmente separados, y mientras en la comunidad permanecen unidos a pesar de todas las separaciones, en la sociedad permanecen separados a pesar de todas las uniones” (Álvaro, 2010, p.20).

A partir del nacimiento de la sociedad adventista, se vislumbra la problemática que esta trae dentro del desarrollo de la misma, pero al mismo tiempo el aumento del alcance que esta puede tener en la sociedad globalizada.

Esto es debido en primera parte, al desarrollo de las comunicaciones que ayuda a difundir un mensaje de manera amplia y rápida; pero más que las comunicaciones, es el desarrollo de sociedades partiendo de una sola persona y extendiéndose a otras, lo cual nos muestra que la necesidad de un grupo que comparta los mismos comportamientos e ideologías dentro de un contexto social o geográfico, no impide el desarrollo individual, al contrario, la identidad individual dentro una sociedad globalmente reconocida da peso y sentido a estos comportamientos que poco a poco son conocidos y aceptados en ámbitos sociales, económicos, culturales, entre otros.

De aquí se empieza a estudiar las relaciones entre las diferentes personas incluidas dentro del comportamiento y conducta adventista, para relacionarlos más allá de una creencia individual o una nomenclatura social, y se empieza a hallar factores comunes de desarrollo, que ayudan e identifican no solo las ideologías, sino los comportamientos sociales y como estos influyen en la sociedad.

#### **4.2.2 Comunidad Virtual**

Al ver como la comunidad ha tenido un desarrollo individual y colectivo, lo cual ha cambiado la forma en que interactúan y crean conexiones entre sí, y mirando el desarrollo de cada persona como un individuo perteneciente a un todo, se crea la necesidad de buscar nuevas y más eficaces formas de comunicarse.

Antiguamente la comunidad daba prioridad a la interacción directa, en la que las personas intercambiaban diálogos, conocimiento e información entre sí para poder llegar a conocer la intención de otros. Más adelante los avances de la sociedad empezaron a priorizar la comunicación como algo inherente e indispensable en la sociedad, llevando a una continua evolución de estos medios de comunicación: diálogo, escritos, radio, televisión y el que rompió por completo la forma de interacción, el internet.

El internet que hoy conocemos tiene origen militar. La necesidad de conocer el estado de la defensa nacional en diferentes partes del país, sentó la base de la www, que es la base de la más grande comunidad en el mundo: “la comunidad virtual”.

Nuevamente se recalca la diferencia entre comunidad y sociedad relacionando estos términos con la participación en los medios virtuales. La comunidad virtual vendría a hacer el como la

persona interactúa e incluye parte de su contexto social en las tecnologías dentro de un marco de interacción virtual como humano y desde una realidad individual. La sociedad virtual (o sociedad de la información), hace referencia no a la parte humana del proceso de interacción, sino al flujo de información que se registra en la red.

Es así como los cambios que esta inmersión de la comunidad dentro de ámbitos virtuales, crea un concepto de Howard Rheinholt (1994) llama “Comunicación mediada por Computadores”, en la que se crea un mediador y un canal que envía a varias personas la intención y la información que queremos dar.

Esta nueva forma de interacción, desde el momento de su concepción revelaba unos cambios en la comunidad, las cuales Rheinholt (1994) divide en tres niveles:

“Primero, como humanos, tenemos percepciones, pensamientos y personalidades (ya formadas por otras tecnologías de la comunicación) que son afectadas por las formas en que utilizamos el medio y la manera en que éste nos use (p.28).

El segundo nivel de cambio posiblemente desencadenado por las CMC, es el nivel de la interacción persona a persona, donde se producen las relaciones, las amistades y las comunidades (p.29).

El tercer nivel de cambio posible en nuestras vidas, el político, deriva del nivel social medio, puesto que la política siempre es una combinación de comunicaciones y poder físico, y el papel de los medios de comunicación entre la ciudadanía es particularmente importante en la política de las sociedades democráticas” (p.30).

Aquí vemos reflejado la trascendencia que este nuevo medio de interacción marca a la sociedad creciente en los medios virtuales, y de igual forma vemos como estos cambios afectan a

cada individuo que acceda a este nuevo medio, y como este individuo afecta a su contexto creando una nueva realidad colectiva.

La Iglesia Adventista ha mantenido un momento considerable en el último siglo, la difusión y edición de publicaciones para los miembros de la comunidad adventista y para los externos de ella, fue el principal medio de comunicación que adoptó para dar a conocer y adquirir más miembros.

El diálogo directo, folletos, revistas y libros se han producido en gran cantidad a lo largo de los más de 150 años de historia adventista. Estas publicaciones son la puerta de entrada a todo el conocimiento impreso que posee la iglesia y al mismo tiempo la carta de presentación hacia la nueva sociedad de la información, pero actualmente contando con una población mundial tan alta y con un cantidad de miembros tan reducida (en la relación con la población mundial y con iglesias de otras denominaciones), la Misión propuesta se ha visto mitigada.

La inmersión de comunidades dentro de mares de información en donde las personas son libres de opinar y defender su posición, forma una competitividad por darse a conocer entre las tantas personas que participan y se comunican dentro de la red. Cada individuo a través de diferentes actividades (chats, foros, discusiones, etc.), fomenta el debate y expresa su ideología tratando de sobreponerse a la de los demás.

John Quaterman (1993) opina al respecto del crecimiento de esta comunidad virtual:

“En dos años habrá más usuarios de la red que residentes en cualquier estado de los Estados Unidos. En cinco años habrá más usuarios de las redes que ciudadanos en cualquier país excepto China e India. ¿Qué va a suceder cuando la aldea global de McLuhan se convierta en uno de los países más grandes del mundo, usando

comunicaciones en ambos sentidos y sin radiodifusión y atravesando los límites del espacio, del tiempo y la política” (citado por Rheinhold, 1994).

Esta nueva forma de ir más allá de nuestros vecinos, de conocer cosas más allá de nuestra comunidad, de crear conversaciones con gente de otros países, demuestran el potencial que estas redes traen a la comunidad y por ende, a la sociedad.

La población adventista ha visto un aumento considerable en la zona centro y sur americana, en medio de una creciente participación de religiones e ideologías de otras denominaciones que, bajo misiones y visiones de difusión y conversión de adeptos a su movimiento cristiano, luchan por sobresalir en una comunidad multicultural y generacional.

“Todos están de acuerdo en que hay una marea de información que llega a través de la Red, y tenemos que encontrar las maneras de canalizarla. Está desorganizada, llega a un ritmo titánico y acelerado, y nuestras mentes se cierran a la vista de todas las opciones que la Red representa. Necesitamos algún tipo de intermediario que medie entre las posibilidades humanas y las de la Red”. (Rheinhold, 1994, p.141).

La individualidad y la identidad que en algún momento de la historia, conectaba a la persona con el ambiente físico y relacional directo a través de la formación de personalidad, comportamiento y pensamientos parecidos en diferentes sectores del mundo, es algo que se está quedando atrás. Benedict (1991) señala que las naciones y por ende, las comunidades, existen en relación con la aceptación de esta idea por parte de la misma comunidad, por lo que las naciones solo existen en las ideologías y pensamientos de las personas.

Es así como la creación de una comunidad virtual, que va más allá de solo compartir una charla en un foro, un pleito de ideologías o un modo de entretenimiento, empieza a crear una cultura a partir de muchas culturas o una nación creada en el espacio cibernético.

A partir de aquí se visualiza las ventajas y, al mismo tiempo los peligros que esta conectividad de la red puede traer para las comunidades tradicionales y los procesos de comunicación tradicionales. Más allá de preocuparnos al pensar que la comunicación de masas en medios impresos, radiofónicos o televisivos fuera a ser relegada por esta interconexión de mentes, se presenta el problema de cómo esta conectividad afecta la forma en que dichas comunidades virtuales acojan o aparten estos nuevos procesos que brindan las nuevas tecnologías.

La iglesia adventista cuenta con un repertorio de núcleos virtuales que dan conocimiento acerca de la historia, actividades e ideología que esta práctica y maneja, pero la creación de procesos comunicativos indirectos en donde una máquina le habla a una comunidad sobre creencias y comportamientos ¿afectaría la calidad y calidez del mensaje que se está brindando?, se aumentaría el alcance humano que este mensaje pudo tener en el pasado, pero ¿el mensaje seguirá siendo el mismo? Aquí no se hace referencia a la cuestiones ideológicas o teológicas que conciernen a la testificación de la fe de las personas, lo que controvierte es el como la persona reaccionará al ver este mensaje a través de una pantalla ¿cómo una simple información y con la intención que realmente se quiere dar?

La importancia de crear una identidad y un reconocimiento dentro de una sociedad global, es un proceso que se está llevando a cabo dentro de la iglesia adventista, pero la efectividad que estos procesos puedan llegar a tener solo depende de la prioridad y la humanización del mensaje que se muestre hacia la comunidad.

Ray Oldenburg (1991), afirma que:

“Para las personas existen tres lugares relevantes que son: donde se vive, donde se trabaja y el lugar donde nos reunimos a disfrutar con otros, de este modo las personas jerarquizan la información que reciben en estos ambientes por encima de otros externos a estos” (citado por Rheinhold, 1994)

La formación de pequeños núcleos organizados dentro de núcleos más grandes que buscan abarcar territorios y dividir las zonas de trabajo de cada núcleo, es la forma en que la iglesia adventista expande su influencia a nivel mundial. Misiones, Uniones, Asociaciones, Distritos e Iglesias conforman la jerarquización de territorios de la iglesia adventista en el mundo.

Cada una de estas jerarquías crea y mantiene una representación virtual, que ofrece las bases para conocer y calmar la curiosidad de aquellos que de una u otra forma lleguen a estos espacios, en donde la información más relevante fluye cada día y nuevas actividades y resultados se resaltan como un avance o un triunfo.

El problema con estos espacios virtuales es que se están centrando en crear un medio de comunicación estático y pasivo, que se compromete a informar sin conocer el resultado o el impacto que esta información pueda llegar a tener y midiendo la influencia a través del aumento de miembros de la iglesia.

¿La red como un método de interconexión y un medio de comunicación de muchos a muchos, es realmente aprovechada por estos medios fríos e inconscientes del potencial que se está desperdiciando?

“El poder que tiene el compartir conocimientos dentro de un grupo grande y variado de personas que están motivadas para ayudarse mutuamente y cuyas diferencias de tiempo y lugar son borradas por las comunicaciones mediadas por computadores, puede ser considerable” (Rheinhold, 1994, p. 81).

La importancia de concientizar a las comunidades sobre las oportunidades que los medios virtuales pueden traer dentro de los procesos comunicacionales en cualquier comunidad, es el centro de atención de muchos gobiernos actualmente.

Esta importancia tiene que ser entendida como una necesidad global, pero hay que diferencias que en cada comunidad, la aplicación de nuevos procesos tiene que ser estudiada y entendida por la misma. La inmersión dentro de espacios virtuales y creación de los mismos, crea una responsabilidad dentro de las comunidades hacia el medio, así como un programa radial o un programa de televisión refleja la intención de los productores y directores, la creación de contenidos y espacios virtuales debe fomentar una identidad y una participación por parte de la misma comunidad.

Aquí es donde se vislumbra el verdadero potencial de los medios virtuales, la capacidad de participación de personas con intereses iguales o parecidos que se reúnen en una interacción indirecta o mediada por estos medios, con el fin de profundizar sus conocimientos o adquirir nuevos con respecto a los gustos de la persona.

Contextualizando la participación de miembros de la iglesia adventista y relacionándolo con los espacios creados con el fin de identificar y difundir la creencia e ideología de estos, la interacción entre los mismos miembros de la comunidad es baja. Del mismo modo que una empresa interactúa internamente con sus empleados y externamente con sus clientes, se debería priorizar las comunicaciones dentro de la comunidad adventista.

La existencia de medios que crean vías de conexión entre diferentes núcleos o nodos (iglesias), pero el desaprovechamiento de estos ya sea por no conocimiento de la existencia de estos, no saber cómo manejarlos o simplemente, no poder acceder a ellos, fomenta la individualidad de conjuntos de personas.

Pero la problemática no se queda así, en algunos casos la persona no encuentra los espacios para poder interactuar con miembros de otras iglesias, y los pocos que se encuentran, no son

concurridos y el sentimiento de ser ignorado o de esperar días enteros por conseguir una respuesta, obstaculiza los procesos de inmediatez que brinda el internet.

“El papel de los medios de comunicación en dar forma a la religión ha sido central desde la época de las Epístolas y quizás el cambio más importante que haya ocurrido en la religión organizada ha sido el advenimiento de las congregaciones televisivas(...).El dinamismo popular dentro de las principales religiones del mundo es un ambiente inusualmente prometedor de un paradigma de muchos a muchos, donde los correligionarios pueden encontrarse, mantenerse en contacto entre los servicios e incluso comulgar en los modos tradicionales vía los medios no tradicionales”. (Rheinhold, 1994, p. 187).

Aunque se cree un pensamiento colectivo que menosprecie la validez o la importancia de las interacciones o relaciones creadas en un espacio cibernético, las conversaciones, las disputas, el conocimiento adquirido en estos medios, es algo que no puede ser ignorado.

La estigmatización del internet como una influencia negativa dentro del desarrollo de comunidades cristianas o religiosas es un tema que se ha tratado en los últimos años, la inversión en procesos de comunicación virtual que agilice estos procesos comunicativos es una realidad que se está llevando a cabo de una u otra forma. La creación de espacios solo por crearlos, o de medios solo por obtenerlos es un error que puede llevar a consecuencia peores que la no participación en estos.

La creación de un historial de participaciones fragmentada, la superficialidad y la falta de representación de un medio en específico que regule y sirva como intermediario entre la información y la comunidad es el objetivo que busca lograr la comunidad adventista. El volumen

de información repartida en la red que muestra una inconsistencia en la participación o una respuesta a un paradigma de emisión que solo busca llenar al consumidor de información, imágenes, videos y escritos para convencer poniendo como objetivo solo mostrar.

A partir de aquí se hace relevante el pensamiento de Habermas (1982), en donde la ciudadanía empieza a actuar como un público en temas de interés general, y al poder asociarse y expresar sus opiniones libremente se crea en los medios un “esfera pública”.

Al momento que se habla de la esfera pública, se empiezan a crear jerarquías o tópicos de información dentro de espacios de debate, diálogo y participación. Empezando desde un plano amplia de la esfera pública, donde un ciudadano residente en un país puede opinar sobre las políticas y ejecuciones de dichas políticas de otros países; en un plano medio, en como una información puede afectar directa o indirectamente, o simplemente no afectar, a la persona que acceda a la información; y en un plano más cercano, en cómo la persona que adquiere la información interactúa con la información, la defiende o la ataca, la hace parte de su contexto social diario.

Los medios de comunicación masiva imponen una temática pública, en la cual los consumidores responden de manera positiva o negativa, influenciando cierta y visiblemente a los receptores. En los medios virtuales, los temas con los cuales se interactúa, dependen de la persona, y del cómo esta información es mostrada para crear una identificación y un impacto, ya sea por parte del consumidor que apropia dicho mensaje o del que solo lo recibe.

Entonces ¿cómo lograr que la comunidad, en general, se interese por acceder a la información que queremos que vean? ¿Cómo poder ser parte de la esfera pública, cuando ni siquiera los conocedores de la información acceden a ella?

En el aspecto de las creencias y religiones, la iglesia adventista tiene una competencia grande frente a otras iglesias con mayor desarrollo histórico, cantidad de miembros y apoyo social y estatal que estas poseen, obliga a crear un conciencia colectiva por parte de los miembros a reconocer, adoptar e incentivar la participación de estos medios virtuales dentro de los procesos de interacción, comunicación y conexión entre las diferentes iglesias en diferentes zonas.

Para entender como la comunidad adventista acepta y adopta este proceso de inmersión en el espacio cibernético, y como los procesos de difusión de mensajes tienen la responsabilidad de mostrar una intención coherente al mensaje, que al mismo tiempo fomente la interacción y llame la atención dentro de los miembros internos y externos a la iglesia, hay que conocer la influencia que esta iglesia ha tenido en el contexto geográfico y social en el que se desarrolla este proyecto.

Entender como Colombia se ha visto influenciada por el catolicismo temprano e impuesto que viene desde la conquista española, hasta la llegada de los primeros pastores adventistas y se rechazó por parte de la comunidad, y como más adelante la pluralidad religiosa se fortalece con la llegada de las iglesias protestantes y posteriormente, las presbiterianas.

#### **4.2.3 Sociología de las religiones en Latinoamérica y Colombia**

En el momento en que se habla de origen social de las religiones, se hace necesario entender el origen social que a través del desarrollo del pensamiento y de diferentes estudios, ha llevado a tener una idea general sobre lo que es la religión y los grados de influencia que tiene en los entornos en donde es practicada.

Se habla de un conocimiento generalizado pues las conclusiones de los estudios realizados son polarizadas por el campo de conocimiento que realiza el estudio y el énfasis con que se realiza. Bonilla (2008), afirma que “la teología ha sido objeto de exclusión por tradiciones o comunidades académicas, ya sea desde la visión racionalista, empirista, técnica o de cualquier otra índole”, creando un concepto variable aplicado a los comportamientos de una comunidad religiosa.

De las creencias compartidas y comportamientos basados en una fe nace la religión. La religión reúne un conocimiento basado en un ser supremo que desde el inicio guía a las personas en la búsqueda de la felicidad y la armonía de la sociedad.

Pero este pensamiento religioso ha sido tratado con un desarrollo ideológico a tal grado que ha adquirido el rango de ciencia, en la que a pesar de que existen gran variedad de religiones y creencias por lo que proporcionalmente existen diferentes ideologías y comportamientos, la mayoría se basa en ser superior, sobrenatural que es Dios, por lo que esta ciencia adquirió el nombre de teología (el estudio de Dios).

Aplicando este conocimiento sobre la teología y empezando a estudiar el contexto que concierne a esta investigación, Bonilla (2008) afirma que la teología puede ser cuestionada si:

“El quehacer teológico en y desde América Latina puede cuestionarse constantemente si está tergiversando la realidad, enmascarando los procesos reales y legitimando los poderes irracionales; si la teología latinoamericana, que como toda teología debe ser liberadora, se ésta presentando o no como una verdad suprema e infinita, si está o no permitiendo la emancipación del hombre y la sociedad, si está o no ayudando a calmar la sed de justicia, sin totalitarismos, si está

o no privilegiando la praxis en la medida en que verifica la teoría expresada y se retroalimenta de manera dialéctica”

Aquí se revela una realidad que vive el continente latinoamericano, que desde la época de la conquista de América, vio cómo se imponía las creencias e ideologías de aquellos que venían de otros lugares a conquistar y sublevar, y como se obligaba a las comunidades criollas a adoptar las religiones que se enseñaban en las colonias, desapareciendo poco a poco la cultura original que se tenía y mezclando las costumbres y tradiciones con los recién llegados.

El catolicismo fue la religión que más se acomodó en el continente suramericano, pues al ser españoles quienes llegaban y se instalaban en los nuevos territorios descubiertos, venían de una cultura político-religioso y trataban de reproducir ese fenómeno social en las tierras que iban descubriendo.

Este hecho marco la entrada del desarrollo teológico en América Latina, en donde la aceptación y posterior asimilación de conocimientos religiosos nuevos para la nueva sociedad, lleva a lo largo de generaciones a la creación de costumbres y tradiciones que posicionan y fundamentan con más fuerza la fe de la sociedad en un ser o fenómeno superior a ellos mismos, y la interpretación de este ser basados en la interpretación de los conocimientos escritos al respecto de este ser, marca la variedad de hechos religiosos que se crearon dentro o fuera de una comunidad específica, pero que en algún momento adquirió el conocimiento, lo adoptó a su percepción de la realidad y al mismo tiempo lo asimiló, lo repartió al resto de la comunidad.

Es así como la existencia de varias verdades frente al fenómeno ideológico y religioso marca la identidad que cada una de estas connotaciones tiene. López (2008) explica sobre el entendimiento de la verdad en cada uno de estos fenómenos religiosos:

“En las religiones radica el sentido de la palabra identidad que es inmediatamente asimilado a la noción más clásica de verdad. Lo que se dice, se cree, se piensa y se celebra es correspondiente con lo que es, en los términos de una teoría general del ser. La conciencia creyente es conforme a la realidad divina y los enunciados teológicos conformes a los hechos revelatorios de la divinidad (en el caso de las llamadas religiones reveladas). De tal forma que lo experimentado, creído y anunciado por una tradición religiosa, es decir, el conjunto de sus afirmaciones de fe, posee un cifrado vinculante a partir de la certeza que otorgan dichas afirmaciones en términos de verdad absoluta”.

Este pensamiento se ha desarrollado en Latinoamérica y se fue correlacionando con el ámbito político de las regiones, al tener el modelo de España (corona católica), y mientras este modelo colonialista se sostuvo, las religiones de otras denominaciones no tuvieron oportunidad de adentrarse en estos territorios.

Con la época de las independencias de los países suramericanos, y con la implementación de los Derechos del Hombre dentro de las nuevas constituciones nacionales, se dio paso a la libertad de culto y por ende, el camino para que nuevas creencias e ideologías se abrieran paso a través de las personas que buscaban una verdad diferente.

Beltrán (2008) muestra el contexto histórico y social que contiene la llegada de las doctrinas protestantes dentro de Colombia:

“El primer espacio de difusión de las ideas protestantes en el país fue propiciado por la Sociedad Bíblica Colombiana, fundada en 1825, institución que hasta el día de hoy se propone como objetivo fundamental la difusión de la Biblia en el espíritu

del principio protestante del libre examen. En este primer momento ya es observable un elemento que se va a convertir en constante a lo largo de la historia nacional; nos referimos a la afinidad y alianza entre protestantes y liberales, un fenómeno que se puede observar con claridad en los contextos latinoamericanos”

La doctrina adventista arriba a Colombia con el hermano Frank C. Kelley, quien llegó a Bogotá y dio inicio a la expansión del mensaje adventista en la capital del país con resultados infructuosos. A través de relatos y recopilación de documentos históricos, Pirazan (1995) cuenta un poco del inicio de la Iglesia Adventista en Colombia:

“Colombia se convirtió en Misión en 1921. Año en que llegó el pastor E. Max Trummer a Barranquilla (abril), junto con el obrero bíblico L.V. Cleaves. El pastor va a Cereté, Córdova (antes Bolívar) en 1922 y bautiza a Antonio Redondo Bonilla, a su esposa y a su hija. Establecidos estos criterios, deducimos que: en 1995 se cumplió el primer centenario de la llegada del mensaje adventista a Colombia (tomada como un todo, aún no se separaba Panamá), se celebran en 1996 los 75 años de la organización formal de la Iglesia en Colombia. Se cumplirán en 1997 los 75 años el bautismo de los primeros tres adventistas en Colombia”.

La doctrina adventista se desarrolló independientemente de otras denominaciones religiosas, que de igual forma se iban abriendo paso dentro de la sociedad teológica colombiana. La predominación de unas doctrinas por sobre otras, oprimía el libre desarrollo que se esperaba en la creación y formación de la Colombia de principios del siglo XX.

A pesar de las normativas que instauró la Constitución conservadora de 1886, a inicios del siglo XX se dio entrada a varias iglesias protestantes en diferentes partes del país.

**Tabla 1. Iglesias protestantes a inicios del siglo XX en Colombia**

<b>Misión</b>	<b>Año de arribo</b>	<b>Lugar en el que se estableció</b>
Unión Misionera Evangélica	1908	Cali
Sociedad Bíblica Americana	1912	Cartagena
Sociedad Bíblica Británica y Extranjera	1917	Pasto
Alianza Escandinava	1926	Cúcuta
Iglesia Episcopal	1921	Cartagena y Santa Marta
Alianza Cristiana y Misionera	1925	Ipiales
Misión Presbiteriana Cumberland	1927	Cali

Fuente: Beltrán. (2008).

A pesar de la ralentización de los procesos de difusión del protestantismo en Colombia, sobre todo por la exclusión social de las no católicas y los normativos constitucionales que no reconocía a otras denominaciones, la polaridad política tuvo un papel fundamental en el desarrollo de las iglesias de esta denominación.

La política conservadora apoyaba el predominio del catolicismo en la sociedad, mientras que el liberalismo apoyaba las ideologías protestantes por brindar una mayor libertad al cambio y al desarrollo. Es así como el período que comprende desde 1930 hasta la constitución de 1991, el protestantismo avanzó lentamente dentro de la comunidad colombiana.

El gran suceso que unió a todas las iglesias no católicas dentro del marco de creación de la constitución de 1991, fue el reconocimiento de las iglesias cristianas, dándoles facultades que hasta ahora solo eran dadas a la iglesia católica como el bautismo, el matrimonio, entre otros.

Luego de pasar la formación de la constitución que dio derechos y reconocimiento a las iglesias protestantes, se volvieron a fragmentar las uniones que habían luchado por un reconocimiento, aunque fue hasta 1994 con la Ley 133 que se reafirmó lo concerniente a la libertad religiosa, de práctica, de creencia y de ideología a nivel nacional.

Este desarrollo hasta el día de hoy ha llevado los mismos procesos desde su formación, aunque desde la década de los 90s se respete más la libertad de cultos, las iglesias han buscado nuevas alternativas que apoyen la difusión de su identidad y su mensaje dentro del contexto religioso y teológico que vive Colombia en el siglo XXI.

Apoyados en la integración de las nuevas tecnologías al desarrollo de las sociedades actuales, se buscan soluciones que aceleren estos procesos. Pero nace una problemática que hace que la formación de procesos de interconexión a través del internet se lleve a cabo en plena forma, esta problemática es la exclusión social de estos medios en parte de la población colombiana.

Para poder aplicar un proceso de virtualización de contenidos, espacios y debates en espacios virtuales dentro del contexto religioso, se debe entender el grado de inclusión o exclusión con los

que cuenta la comunidad colombiana, y después se especificara en el contexto de cada uno de los fenómenos religiosos a los que se apliquen estos procesos.

A partir de aquí se hablará de la inclusión social, y como el Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación (MinTIC), trabaja para conectar a toda la comunidad colombiana dentro de la red global, pensando en los beneficios que traería, sobre todo en la parte de educación y gobierno.

#### **4.2.4 Inclusión social colombiana en entornos virtuales**

Dentro del contexto social colombiano se puede observar la poca participación en el entorno público por parte de la población en general, ya sea por la falta de medios que interactúen entre el poder público y la ciudadanía o la censura y opresión que estos centros de poder generan hacia la opinión pública.

Estos procesos de exclusión social son apoyados por los medios de comunicación masiva a nivel nacional, que sustenta y dirige la dirección hacia donde se dirige el pensamiento colectivo.

Además de la opinión pública, la falta de oportunidades dentro de los ámbitos educativos, laborales y sociales dentro de un contexto de igualdad constitucional, hace que el desarrollo de la comunidad priorice la obtención de igual y respeto para poder llevar a cabo procesos integrales en la formación de conocimientos y bienes colectivos.

Estos aspectos son el punto de reflexión del gobierno que hoy día. Vallejo (2012) dice al respecto de la inclusión:

“Hablar de inclusión supone el respeto por la dignidad de las personas y por consiguiente de su libertad y determinación, así como el reconocimiento de sus plenos derechos: a la vida, al trabajo, a la educación, a la salud”

El desarrollo de una inclusión social en los diferentes procesos de construcción de una realidad, traería beneficios a cada comunidad y a cada individuo como parte de dicha comunidad. Vallejo (2012) sigue diciendo:

“La inclusión social responde entonces a la equidad y el respeto de las diferencias, beneficia a los colectivos independientemente de sus características, sin etiquetar ni excluir, pretende proporcionar un acceso equitativo, haciendo ajustes permanentes para permitir la participación de todos y valorando el aporte de cada persona a la sociedad”

Cuando esta inclusión crea una necesidad de un medio que adopte los procesos y unifique el pensamiento de desarrollo y crecimiento social, da paso a las tecnologías para proveer las oportunidades necesarias para que estas comunidades se formen en procesos de participación y educación en entornos virtuales.

Las posibilidades que esta inclusión en procesos virtuales ofrece a las comunidades colombianas son infinitas, aunque las instituciones sociales hasta hace poco se han percatado del potencial que el entorno digital representa para la comunidad ansiosa de información.

Es así como se crea una responsabilidad por parte del Estado colombiano para implementar procesos e infraestructura que garantice a la comunidad nacional para poder acceder a estos procesos de inclusión en medios de información virtual, pues como dice Vallejo (2012) es momento de empezar en la tecnología como una opción diseñada bajo el concepto de “diseño para todos”.

Aquí se crea un gran problemática a nivel nacional que separa aquellos que pueden acceder a estas tecnologías y aquellos que no. Por más que la comunidad y el Estado sea consciente de la importancia de crear estos nuevos procesos, la desigualdad que se genera al implementarse sin una debida participación homogénea en todo el territorio, fragmentará las oportunidades sociales y viciará los resultados de estos procesos.

“El trabajo, el mercado, los procesos productivos, la política, la educación, los medios de comunicación, la vida cotidiana, etc. se han transformado con la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC). De tal modo que cuando hay individuos, países o regiones que tienen acceso a estas, se genera un espacio de límites y posibilidades entre quienes acceden y usan las TIC y quiénes no lo hacen. Este espacio refiere que existan desigualdades entre unos y otros, lo que implica una aproximación al concepto de brecha digital”  
Rodríguez (2012)

Esta brecha digital en el ámbito de las TIC obliga a las personas a relacionar su desarrollo social y vincularlo a la realidad de la comunidad, en busca de hallar soluciones por sí mismos que fomenten el trabajo colectivo y el interés de crear soluciones para las problemáticas sociales que vive cada comunidad.

Ya existe marco normativo nacional a través de las políticas y programas que el Ministerio de TIC que busca mejorar las condiciones de exclusión dentro de las comunidades menos favorecidas económica y socialmente (por razones de violencia y desplazamiento); además de entidades internacionales que apoyan y promueven el derecho al acceso de las tecnologías como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), entre otros.

Entre los principales proyectos que se están llevando a cabo dentro de los procesos de inclusión social en entornos virtuales se encuentra el “Plan Vive Digital”, que a través del Ministerio de TIC plantea disminuir la brecha digital que se vive en Colombia. Rodríguez explica cómo se está desarrollando este proyecto:

“Dentro de la estructura del plan, se hizo un diagnóstico sobre cómo se encuentra Colombia con respecto a la penetración TIC, entre otros factores, en el que se concluyó que en los estratos 4, 5 y 6 las penetraciones de internet y computadores son altas, mientras que en los estratos 2 y 3 son bastante menores y en el estrato 1 casi nulas. En Colombia la mayoría de la población se encuentra en estratos 1, 2 y 3. Por esta razón, la política del Ministerio se dirige a hacer de esta población un mercado al cual se le puede llegar con terminales y servicios asequibles” (2012).

La Iglesia Adventista ésta compuesta por variedad de miembros en diferentes niveles socioeconómicas y brechas generacionales, por lo que la inclusión de los procesos de interacción y contenidos doctrinales en entornos virtuales, no tendrá una aceptación y unos resultados homogéneos dentro de la comunidad adventista.

Esto no demerita los beneficios que la virtualización y la interconexión entre sus miembros e iglesias pueda traer al desarrollo de la iglesia adventista y en sus diferentes núcleos de reunión a lo largo del ámbito nacional, pues aunque se generen diferentes procesos en diferentes lugares, la creación de conocimientos y procesos comunicacionales que incentiven la participación de la comunidad en sí, ya es un avance dentro de los resultados esperados por este proyecto.

Pero es importante conocer las responsabilidades que la comunidad adventista adquiere en el momento que empieza a formar una identidad y espacio virtual, pues no se puede crear un cambio sin la participación de toda o la mayoría de la comunidad en sí, por lo que no se pueden trasladar todos los procesos comunicacionales al ámbito virtual, dejando atrás los procesos tradicionales que podrían dejar atrás a personas que no puedan acceder a estos medios.

Por lo que la virtualización más que una imposición de procesos comunicativos, es un apoyo en busca de mejorar la interacción, participación y opinión de la misma comunidad en las actividades y desarrollos que se realizan dentro de la iglesia, y no sólo para los miembros de la iglesia, sino para sociedad de la información colombiana que navega todos los días dentro de los mares de información que representa la internet.

Pero entender los resultados que estos procesos de inmersión virtual de la Iglesia Adventista pueda traer en los procesos de interacción de la comunidad, solo es posible a través de referentes que hayan llevado a cabo dicho proceso.

Como el contexto social que nos compete a este proyecto se desarrolla en el Municipio de Villavicencio, donde no se han desarrollado investigaciones o estudios referentes, se estudiará ampliamente otros procesos que se hayan llevado a cabo por entidades religiosas de otras denominaciones desde su la creación de las normativas y procesos que crearon dichos ámbitos

virtuales, hasta la participación de las comunidades concernientes y los resultados que estos procesos han dado.

#### **4.2.5 Iglesias en entornos virtuales**

Los espacios virtuales concernientes a denominaciones religiosas en la mayoría de sus contextos se limitan a dar como una base una información, histórica, jerárquica y teológica de su orden y doctrina. En este aspecto entran iglesias protestantes, presbiterianas y católicas por igual.

En otros ámbitos de comunicación masiva se ha visto un desarrollo mayor en la creación de contenidos para radio, televisión e impresos periódicos como revistas o periódicos. Muchas iglesias han visto la influencia que estos medios tienen en la población y han priorizado sus comunicaciones con mensajes a toda la población a través de estos medios.

La creación de canales de televisión con difusión continua de programas referentes a la doctrina que se difunde, los programas de radio que interactúan con la comunidad en la solución a preguntas y mensajes de esperanza que incentivan a la población a escucharla, y las publicaciones de carácter teológico que demarcan temáticas de la cotidianidad con un ser superior que siempre está presente guiando, ayudando y observando.

La creación de estos espacios en algunas ocasiones ha sido motivado por la comunidad más que por orden de la misma iglesia o doctrina, donde los miembros se identifican con su fe y tratan de mostrar a otros los beneficios que su doctrina puede llegar a tener en otras personas: tranquilidad, felicidad, tolerancia, etc.

Pero al tomar un caso específico como lo es el desarrollo de la iglesia católica dentro de los ámbitos de comunicación masiva, se demuestra el compromiso de los dirigentes de la misma doctrina para difundir el mensaje y así lograr un mayor alcance dentro de los marcos de difusión que la misma iglesia brinda para tal proceso.

La Iglesia católica durante el papado de Pablo VI, promulgo el Decreto Inter Mirifica, que llamaba a la comunidad a utilizar los medios de comunicación de manera correcta, y la manera correcta de usarlos era enmarcarlos en el adoctrinamiento de la población que consumía estos contenidos en la fe católica.

En su primer punto el Decreto Inter Mirifica dice:

“Entre maravillosos inventos de la técnica que, sobre todo en estos tiempos, el ingenio humano, con la ayuda de Dios, ha extraído de las cosas creadas, la madre iglesia acoge y fomenta con especial solicitud aquellos que atañen especialmente al espíritu humano y que han abierto nuevos caminos para comunicar con extraordinaria facilidad noticias, ideas y doctrinas de todo tipo. Entre tales inventos sobresalen aquellos instrumentos que, por su naturaleza, pueden llegar no sólo a los individuos, sino también a las multitudes y a toda la sociedad humana, como son la prensa, el cine, la radio, la televisión y otros similares que, por ello mismo, pueden ser llamados con razón medios de comunicación social” (1963)

A pesar de que en la época donde se promulgó este decreto las redes de internet todavía no eran un bien social, la creación de contenidos referentes a la doctrina católica en medios masivos de comunicación brindo una gran ventaja frente a ideologías de otras denominaciones para posicionar una identidad en los ámbitos virtuales.

Además del poder que en esa época todavía tenía la iglesia católica con el Estado, dando prioridad a esta por sobre otras doctrinas y la organización que desde la década de finales de los 40s, donde se creaba un órgano interno encargado especialmente de las comunicaciones y contenidos de la iglesia bajo el nombre de “Pontificia Comisión para Cinematografía, la Radio y la Televisión” que hoy día se conoce como “Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales (PCCS)”.

Es así como centrados en la difusión de las actividades realizaba, y con el compromiso de la comunidad religiosa y de los papados que precedieron a Pablo VI, se dio forma y proyección a las comunicaciones que el Vaticano y la comunidad en sí querían difundir a toda la sociedad global que tuviera contacto con estos medios.

Tanto así fue el desarrollo que Juan Pablo II años después envió una carta a los responsables de las comunicaciones sociales, que un fragmento de tal dice:

“Transcurridos más de cuarenta años desde la publicación de este documento, se hace oportuno volver a reflexionar sobre los “desafíos” que las comunicaciones sociales plantean a la Iglesia, la cual, como indico Pablo VI, “se sentiría culpable ante Dios si no utilizara estos medios tan poderosos”. La iglesia, de hecho, no está llamada solamente a usar los medios de comunicación para difundir el Evangelio sino, sobre todo hoy más que nunca, a integrar el mensaje de salvación en la “nueva cultura” que estos poderosos medios crean y amplifican. La Iglesia advierte que el uso de las técnicas y tecnologías de comunicación contemporáneas forman parte de su propia misión en el tercer milenio.

Consciente de esta responsabilidad, la comunidad cristiana ha dado pasos significativos en el uso de los medios de comunicación para la información religiosa, para la evangelización y la catequesis, para la formación de los agentes pastorales en este sector y para la educación de una responsabilidad madura en los usuarios y destinatarios de los diversos instrumentos de comunicación”. (2005).

Es así como los resultados del apoyo y orden en el ámbito comunicativo de la iglesia católica se convierte en un referente valioso al momento de instaurar un proceso de inmersión de una doctrina religiosa en la que la comunidad ha tenido participaciones intermitentes y que para conseguir los resultados destacables se debe crear un ente pertinente acompañado de la comunidad y con el apoyo de los dirigentes.

La comunidad adventista se refleja en los medios virtuales como portales principales en diferentes países y regiones, pero la mera apropiación de estos espacios en la difusión del mensaje adventista es limitar en gran manera el potencial que las TIC tiene para la comunicación entre personas.

La importancia de dirigir un proceso encaminado a mejorar y aumentar las interacciones entre los miembros de la iglesia pertenecientes a diferentes sectores, es la prioridad que se debería dar en los procesos comunicativos de la iglesia adventista.

Al difundirse una comunidad y una idea al resto de la población, no se puede abusar de la publicidad mediática utilizada en la venta de un producto. La creación de foros y debates en páginas que se identifiquen con la ideología adventista manejando temáticas teológicas y cotidianas, además de la participación de visiones y opiniones de diferentes lugares, enriquecerá este proceso que se ésta planteando.

El adoctrinamiento, la interactividad, la construcción de conocimiento colectivo, la evidencia de las actividades realizadas, y la memoria que se crea en estos medios virtuales son solo algunos de los beneficios que brindaría la apropiación de estos procesos.

El municipio de Villavicencio al tener una población dividida en comunas y una participación fragmente e inconsistente en entornos virtuales, tiene la oportunidad de formar desde ahora una consciencia social por parte de sus miembros en la creación de una red local que apoye las transformaciones sociales en el marco de la doctrina adventista.

Con aproximadamente 2000 miembros, dividiendo a Villavicencio en diferentes Distritos y al mismo tiempo con la presencia de diferentes iglesias, además de la continua creación de grupos pequeños repartidos en diferentes sectores del municipio, se crea el ambiente necesario para crear procesos comunicacionales que mejoren el desarrollo de la Iglesia Adventista en Villavicencio.

Es así como el resultado que se obtendrá, dependerá del compromiso y la infraestructura a la que tengan acceso los miembros de la Iglesia Adventista en Villavicencio. Teniendo ya un recorrido teórico desde la concepción de comunidad, su inmersión en entornos virtuales y la aplicación de estos entornos en ámbitos religiosos, se demarca un proceso a seguir por parte de los encargados de las comunicaciones en la Iglesia de Villavicencio.

Los procesos que tarde o temprano se inicien en la apropiación y creación de procesos virtuales dentro de la Iglesia Adventista de Villavicencio, marcará el inicio para una nueva era de construcción de imaginario colectivo y un posicionamiento de la iglesia adventista dentro del municipio de Villavicencio, esperando así la construcción de identidad, difusión y compromiso que son los puntos que propone esta investigación en su desarrollo preliminar.

#### **4.2.7. La Iglesia Adventista y su imagen corporativa**

El desarrollo de las empresas o entidades dentro de ámbitos de comunicación, plantea el manejo de un mensaje que debe ir dirigido a las personas potencialmente afines con la ideología que se plantea, al mismo tiempo que los enfoques varían según el público al que se quiera llegar como lo son el público interno, externo y comercial.

“Público interno: Secciones sindicales, grupos empresariales, accionistas, dirección, personal de la empresa.

Público externo: Prensa, poderes públicos, medios financieros, colectivos locales, sindicatos, asociaciones, grupos de interés, ciudadanos.

Público comercial: Consumidores, prescriptores, distribuidores, profesionales del sector, empresas clientes, competencia” (Cervera, 2004)

Al momento de proyectar esa imagen hacia los diferentes públicos a los que se busca llegar, el manejo de los medios virtuales crean la posibilidad de analizar las reacciones que se tienen frente a la imagen corporativa que se plantea.

En el desarrollo de estrategias de comunicación que busquen representar la ideología y doctrina de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, se debe tener en cuenta que la diferencia que esta empresa tiene con relación a otras, puesto que más que buscar unos objetivos o metas financieras, se plantea una influencia personal dentro de cada uno de los receptores de este mensaje.

Por lo tanto, la aplicación de mensajes enfocados a los públicos antes mencionados por Cervera, debe ser filtrado en busca de lograr los objetivos corporativos que la Iglesia Adventista tiene dentro de la sociedad y, en este caso, dentro del desarrollo de la Iglesia en el municipio de Villavicencio.

A pesar que la imagen corporativa que se plantea hacia las empresas varíe en relación con la Iglesia Adventista, como lo dice Cervera, la empresa debe “ejercer un control sobre sus mensajes e incidir sobre su aspecto y contenido, para crear y mantener una imagen acorde con sus objetivos corporativos”, es decir, que la diferencia corporativa debe ir reflejada en los contenidos y mensajes que se difundan a través de los medios de comunicación que se planteen para la Iglesia Adventista.

Estos contenidos incluyen:

- Los Mass Media: medios de comunicación, relaciones públicas, publicaciones.
- Material gráfico: Elementos de evidencia y promoción.
- Publicidad: Difusión corporativa.

A través del control y de la implementación de estrategias en medios virtuales que se plantean dentro de la Iglesia Adventista en Villavicencio, se debe tener en cuenta el desarrollo de una imagen corporativa acorde al mensaje que se presenta, por lo que no solo se necesita un conocimiento de comunicación o publicidad, es necesario tener un conocimiento teológico frente al desarrollo de la identidad que presente claramente los objetivos corporativos y la doctrina representada en las diversas publicaciones.

#### ***4.2.7.1. Logotipo y su significado***



Fuente: Iglesia Adventista del Séptimo Día

“La elección del logotipo de la Iglesia Adventista refleja los valores centrales con los cuales los adventistas están comprometidos. El fundamento es la Biblia, la Palabra de Dios, que está abierta, porque su mensaje tiene que ser leído y puesto en práctica. Central a ese mensaje bíblico es la cruz, y también ocupa un lugar central en el logotipo. Sobre la cruz y la Biblia abierta se encuentra la llama ardiente del Espíritu Santo, el mensaje de la Verdad.

#### *LA SEGUNDA VENIDA*

Las líneas de la parte superior del diseño sugieren un movimiento continuo hacia arriba, lo que simboliza la resurrección y la ascensión al cielo en la segunda venida de Cristo, el énfasis último de nuestra fe.

#### *LA LLAMA*

Esta tiene la forma que le dan tres líneas que encierran una esfera implícita. Las líneas representan los tres ángeles de Apocalipsis 14, que rodean el planeta, y

nuestra comisión de llevar el evangelio a todo el mundo. La forma general conforma una llama, que es el símbolo del Espíritu Santo.

#### *LA CRUZ*

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

#### *LA BIBLIA ABIERTA*

La Biblia forma la base del diseño y representa el fundamento bíblico de nuestras creencias. Se la representa en una posición completamente abierta, lo que sugiere una aceptación plena de la Palabra de Dios.” (Iglesia Adventista del Séptimo Día).

#### ***4.2.7.2. La Iglesia Adventista y su desarrollo corporativo***

La Iglesia Adventista amparada por el Art. 19 de la Constitución Política de Colombia (1991) y ratificada por el Decreto 354 de 1998, Artículo 23, se presenta en Colombia como una entidad religiosa reconocida legalmente, a pesar de que socialmente se participaba de la doctrina desde principios del siglo XIX, dando inicio a la estructuración dentro del territorio nacional.

Separada de otras creencias y doctrinas religiosas que proliferan en el territorio nacional, la creación de una identidad dentro de los procesos comunicativos le exigió a la Iglesia Adventista

del Séptimo Día la participación en medios masivos de información para lograr un reconocimiento social enfocado hacia las personas no conocedoras del mensaje adventista.

La conformación de Oficinas de Medios para trabajar estrategias de posicionamiento se vio relegada a la implementación de procesos comunicativos directos (invitaciones, diálogo), de publicidad (campañas, eventos) o a través de medios de comunicación masivos tradicionales (radio, televisión, prensa), pero al momento de implementar procesos virtuales la falta de continuidad y de una estrategia conjunta con las diferentes administraciones sectoriales, no se observan los resultados esperados.

Es entonces cuando la Iglesia Adventista tiene que entender que “los consumidores han aceptado los canales sociales como medio para obtener información sobre marcas, productos y servicios” (Lovett, 2011)

Al entender la importancia que la participación en entornos virtuales brinda para el conocimiento y aceptación de la iglesia como marca y, más adelante, del entendimiento del mensaje, se debe entrar a caracterizar las principales oportunidades y problemáticas de la implementación de dicha estrategia.

Es por eso que Lovett (2011), recomienda los siguientes pasos para adaptarse a la inmersión en Social Media:

- “1. Aceptar la transformación digital.
2. Utilizar el análisis para entender el comportamiento.
3. Mantenerse siguiendo adelante.”

A través de la implementación de estos pasos dentro de la implementación de una estrategia de entornos virtuales se puede lograr una transformación y mejoramiento de los procesos comunicativos de la Iglesia Adventista.

## **4.3 Marco Legal**

### ***4.3.1 Principio de Derechos***

“Se garantiza la libertad de cultos. Toda persona tiene derecho a profesar libremente su religión y a difundirla en forma individual o colectiva” Artículo 19 de la Constitución Política de Colombia.

### ***4.3.2 Reconocimiento nacional de la libertad de cultos.***

En cumplimiento de la Constitución Política Colombiana, el Estado garantiza la libertad de culto dentro del territorio nacional, y a partir de este reconocimiento, la creación de escritos, publicaciones y procesos de comunicación que difundan las creencias y doctrinas de la religión que se profese.

En respaldo a la norma mayor, se dispuso la Ley 133 (1994), en donde:

“Artículo 6º.- La libertad religiosa y de cultos garantizada por la Constitución comprende, con la siguiente autonomía jurídica e inmunidad de coacción, entre otros, los derechos de toda persona:

- De profesar las creencias religiosas que libremente elija o no profesar ninguna; cambiar de confesión o abandonar la que tenía; manifestar libremente su religión o creencias religiosas o la ausencia de las mismas o abstenerse de declarar sobre ellas;
- De practicar, individual o colectivamente, en privado o en público, actos de oración y culto; conmemorar sus festividades; y no ser perturbado en el ejercicio de sus derechos;
- De recibir sepultura digna y observar los preceptos y ritos de la religión del difunto en todo lo relativo a las costumbres funerarias con sujeción a los deseos que hubiere expresado el difunto en vida, o en su defecto expresare su familia.

Para este efecto, se procederá de la siguiente manera:

- Podrán celebrarse los ritos de cada una de las Iglesias o confesiones religiosas en los cementerios dependientes de la autoridad civil o de propiedad de los particulares.
- Se observarán los preceptos y los ritos que determinen cada una de las Iglesias o confesiones religiosas con personería jurídica en los cementerios que sean de su propiedad.
- Se conservará la destinación específica de los lugares de culto existentes en los cementerios dependientes de la autoridad civil o de los particulares, sin perjuicio de que haya nuevas instalaciones de otros cultos.

- De contraer y celebrar matrimonio y establecer una familia conforme a su religión y a las normas propias de la correspondiente Iglesia o confesión religiosa. Para este fin, los matrimonios religiosos y sus sentencias de nulidad, dictadas por las autoridades de la respectiva Iglesia o confesión religiosa con personería jurídica tendrán efectos civiles, sin perjuicio de la competencia estatal para regularlos;
- De no ser obligado a practicar actos de culto o a recibir asistencia religiosa contraria a sus convicciones personales;
- De recibir asistencia religiosa de su propia confesión en donde quiera que se encuentre y principalmente en los lugares públicos de cuidados médicos, en los cuarteles militares y en los lugares de detención;
- De recibir e impartir enseñanza e información religiosa, ya sea oralmente, por escrito o por cualquier otro procedimiento, a quien desee recibirla; de recibir esa enseñanza e información o rehusarla;
- De elegir para sí y los padres para los menores o los incapaces bajo su dependencia, dentro y fuera del ámbito escolar, la educación religiosa y moral según sus propias convicciones”.

En el desarrollo de la Iglesia Adventista dentro de territorio nacional, y su reconocimiento con Iglesia y doctrina separada de otras religiones, se brinda el derecho de “recibir e impartir enseñanza e información religiosa” según se vio anteriormente, se incluye dentro de las libertades los procesos comunicacionales que bien decidan ejercer las Iglesias.

Este proceso comunicacional anterior a la Constitución Política de 1991, era visto de manera celosa, puesto que Colombia dentro de la constitución de 1886 (anterior a la de 1991), en su

Artículo 38 establecía que *“la Religión Católica, Apostólica, Romana, es la de la Nación”*, y de igual forma, la educación pública *“será organizada y dirigida en concordancia con la Religión Católica”*, razón por la cual durante más de 100 años la instrucción dentro de la educación nacional enfatizó esta religión en el desarrollo cognoscitivo de los estudiantes.

La población adventista dentro del territorio nacional que a la fecha llevaba 70 años, según Pirazan (1995), encontró una mayor libertad para efectuar las tradiciones y doctrinas que se manejan dentro de la Iglesia adventista, y a partir de este desarrollo personal amparado por la nueva Constitución, se dio inicio a una difusión *“(…) ya sea oralmente, por escrito o por cualquier otro procedimiento, a quien desee recibirla”*. (Ley 133 de 1994).

Al mismo tiempo la organización administrativa y territorial que poseía la Iglesia Adventista antes de la Constitución de 1991, dio como resultado la construcción de lugares de reunión en diferentes sectores de la nación, y al encontrarse dispersos unos grupos de otros, para bajo una misma doctrina y creencia, los procesos de difusión que se dieron fueron creados acorde al desarrollo tecnológico de la época y la disposición de sus miembros.

Este avance de infraestructura, de procesos comunicativos y comunicacionales, se encontraba respaldado en el Art 7 de la Ley 133, en donde:

“El derecho de libertad religiosa y de cultos, igualmente comprende, entre otros, los siguientes derechos de las Iglesias y confesiones religiosas:

- De establecer lugares de culto o de reunión con fines religiosos y de que sean respetados su destinación religiosa y su carácter confesional específico;
- De ejercer libremente su propio ministerio; conferir órdenes religiosas, designar para los cargos pastorales; comunicarse y mantener relaciones, sea en el

territorio nacional o en el extranjero, con sus fieles, con otras Iglesias o confesiones religiosas y con sus propias organizaciones;

- De establecer su propia jerarquía, designar a sus correspondientes ministros libremente elegidos, por ellas, con su particular forma de vinculación y permanencia según sus normas internas;
- De tener y dirigir autónomamente sus propios institutos de formación y de estudios teológicos, en los cuales puedan ser libremente recibidos los candidatos al ministerio religioso que la autoridad eclesiástica juzgue idóneos. El reconocimiento civil de los títulos académicos expedidos por estos institutos será objeto de Convenio entre el Estado y la correspondiente Iglesia o confesión religiosa o, en su defecto, de reglamentación legal;
- De escribir, publicar, recibir, y usar libremente sus libros y otras publicaciones sobre cuestiones religiosas.
- De anunciar, comunicar y difundir, de palabra y por escrito, su propio credo a toda persona, sin menoscabo del derecho reconocido en el literal g) del artículo 6 y manifestar libremente el valor peculiar de su doctrina para la ordenación de la sociedad y la orientación de la actividad humana;
- De cumplir actividades de educación, de beneficencia, de asistencia que permitan poner en práctica los preceptos de orden moral desde el punto de vista social de la respectiva confesión”. (1994)

De esta manera se cubría las áreas de desarrollo como persona, como grupo y como colectivo de personas, que dentro de la pluralidad religiosa creciente dada por la Constitución de 1991 se

brindaba, el desarrollo comunicacional de la Iglesia se hizo visible hasta el punto de tener un reconocimiento específico dentro de las normativas colombianas.

#### ***4.3.2.1. Artículo adicional para la Iglesia Adventista del Séptimo Día***

“Artículo 23 Con el fin de hacer efectiva la libertad religiosa y de cultos, establecida en el artículo 19 de la Constitución Política, el literal b) del artículo 6 de la Ley 133 de 1994:

- a) El descanso laboral semanal, para los fieles de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, cuyo día de precepto o fiesta de guarda, es decir el sábado, podrá comprender, siempre que medie acuerdo entre las partes, desde la puesta del sol del viernes hasta la puesta del sol del sábado, en sustitución del que establezca las leyes.
- b) Los alumnos fieles de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, que cursen estudios en centros de enseñanza públicos y privados, siempre que medie acuerdo entre las partes, estarán dispensados de la asistencia a clase y de la celebración de exámenes desde la puesta del sol del viernes hasta la puesta del sol del sábado, a petición propia o de quienes ejerzan la patria potestad o tutela.
- c) Los exámenes o pruebas selectivas convocadas para el ingreso o cargos de las Instituciones del Estado o a Instituciones educativas, que hayan de celebrarse durante el período de tiempo expresado en los literales anteriores, serán señalados en una fecha alternativa para los fieles de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, cuando no haya causa motivada que lo impida”. (Decreto 354 de 1998).

A partir del Decreto 354 de 1998 se buscaba un acuerdo entre el desarrollo laboral y educativo que los profesos miembros de la Iglesia Adventista defendían, y las exigencias que las empresas e instituciones de Educación Superior imponían al no verse aceptado la guarda del Sábado, creencia esencial de los adventistas, como una institución reconocida por las leyes nacionales.

En la defensa de esta creencia primordial, se dieron disputas en el ámbito del derecho constitucional, pues a pesar de la libertad de cultos contenida en la Constitución y sus posteriores ratificaciones legales, se dieron en busca del derecho de libertad de cultos y, este caso, el derecho de la guarda del sábado como parte primordial de la libertad religiosa.

En la siguiente tabla se muestran algunas de las sentencias más reconocidas dentro del ámbito de reconocimiento del derecho de libertad religiosa en miembros de la Iglesia Adventista:

**Tabla 2: Línea Jurisprudencial de la Iglesia Adventista**

EN CONTRA	A FAVOR
<p>T – 539 A de 1993 M.P. Carlos Gaviria Díaz</p> <p>T – 447 de 2004 M.P. Montealegre Lynett</p>	<p>T – 982 de 2001 Libertad religiosa M.P. Manuel José Cepeda Espinoza</p> <p>T – 026 de 2005 Humberto Sierra Porto Aclaración de voto de Alvaro Tafur Galvis</p> <p>T – 448 de 2007 M.P. Nilson Pinilla Pinilla</p>

	T – 044 de 2008 Manuel José Cepeda Espinoza
--	--

Fuente: Dimaro. (2008).

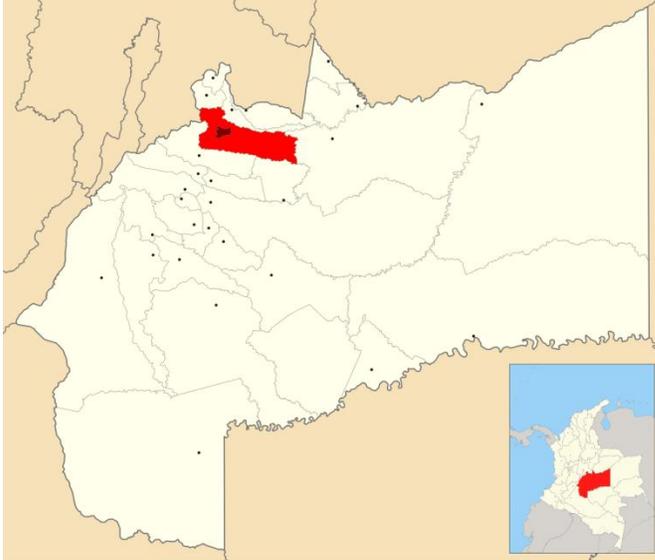
#### 4.4. Marco Espacial

##### Mapa 1: Localización de Villavicencio en Colombia



Fuente: Portal Web Alcaldía de Villavicencio

##### Mapa 2: Localización de Villavicencio en el Meta



Fuente: Portal Web Alcaldía de Villavicencio

#### **4.5. Marco Teológico.**

Las creencias doctrinales de los Adventistas del Séptimo Día, se demarcan en 28 puntos que limitan e identifican el comportamiento, modo de vida y creencia que las personas acogen al momento de bautizarse y convertirse en miembro de Iglesia. En el Certificado de Bautismo de la Iglesia Adventista se demarcan las siguientes creencias en virtud de su ideología y sus bases teológicas y bíblicas:

1. El verdadero Dios viviente, la primera persona de la Divinidad, es nuestro Padre celestial y Él por su Hijo, Jesucristo, creó todas las cosas.
2. Jesucristo, la segunda persona de la Divinidad y el Hijo eterno de Dios, es el único que nos salva del pecado; la salvación del hombre es por gracia y por fe en Él.

**3.** El Espíritu Santo, la tercera persona de la Divinidad, es el representante de Cristo en la tierra y guía los pecadores al arrepentimiento y a la obediencia a todos los requerimientos de Dios.

**4.** Por medio de Cristo, los pecadores reciben el perdón de los pecados confesados, abandonados y para los cuales, hasta donde sea posible, se haya hecho reparación.

**5.** La Biblia es la Palabra de Dios inspirada y es la perfecta, suficiente y única regla de fe y práctica para el cristiano.

**6.** Todo el que desee entrar en el reino de los cielos debe experimentar la conversión, o nuevo nacimiento mediante la cual el hombre recibe un nuevo corazón y se transforma en una nueva criatura.

**7.** Cristo mora en el corazón regenerado, graba en él los principios de la ley de Dios, guía al creyente hacia el gozo de la obediencia a sus preceptos y le imparte poder para tal obediencia.

**8.** Desde su ascensión, Cristo inició su ministerio como sumo sacerdote en el lugar santo del santuario celestial, el cual es el antitipo del tabernáculo terrenal de la antigua dispensación. Cuando Cristo entró en la segunda fase de su ministerio, comenzó en el lugar santísimo una obra de juicio investigador, simbolizada en el servicio en el santuario celestial comenzó en 1844, al final de los 2.300 años y terminará con el fin del examen.

**9.** La segunda venida de Cristo es la esperanza de la iglesia; la culminación del Evangelio y la meta del plan de redención, cuando Jesús vendrá literal, personal y visiblemente, con todos sus santos ángeles. Muchas señales de los tiempos indican que esa venida es inminente. El cumplimiento casi completo de todas las profecías, muestra que “Él está cerca; a las puertas”.

**10.** Los justos muertos resucitarán a la segunda venida de Cristo. Junto con los justos vivos, serán arrebatados al encuentro del Señor en el aire e irán con él al cielo y ahí permanecerán los mil años conocidos como el Milenario.

**11.** Creciendo en Cristo.

**12.** Los impíos que vivan en el tiempo de la segunda venida de Cristo, morirán por el resplandor de su venida. Estos, con los impíos de todas las edades, yacerán hasta la segunda resurrección, al fin de los mil años.

**13.** Al final de los mil años ocurrirán los siguientes eventos: a) Cristo y los justos descenderán del cielo, con la Santa Ciudad, la nueva Jerusalén; b) los impíos muertos resucitarán por el juicio final; c) los impíos recibirán la paga final del pecado cuando descienda fuego del cielo para consumirlos; d) este fuego que destruye las obras del pecado purificará la tierra.

**14.** La tierra limpiada por el fuego y renovada por el poder de Dios; será el hogar eterno de los redimidos.

**15.** El séptimo día de la semana es la señal del poder de Cristo como Creador y Redentor. Es, por lo tanto, el día del Señor, el día de reposo cristiano constituye también el sello del Dios viviente. Debe ser observado desde la puesta del sol del viernes hasta la puesta de sol sábado.

**16.** El diezmo es sagrado para Dios y es la provisión divina para el sostenimiento de su ministerio. Las ofrendas voluntarias son también parte del plan de Dios para el sostenimiento de su obra en todo el mundo.

**17.** La inmortalidad se obtiene sólo por medio del Evangelio y será otorgada como don de Dios, a la segunda venida de Cristo.

**18.** La condición del hombre en la muerte es un estado de inconsciencia. Todos los hombres, buenos y malos, permanecen en el sepulcro desde que mueren hasta el momento de la resurrección.

**19.** El cristiano está llamado a la santificación y su vida debe estar caracterizada por la rectitud de comportamiento y la modestia y sencillez en el vestir.

**20.** El cristiano debe estimar su cuerpo como el templo del Espíritu Santo. Por lo tanto, debe honrar a Dios mediante el cuidado de su cuerpo, absteniéndose de cosas tales como bebidas alcohólicas, tabaco en todas sus formas y alimentos inmundos.

**21.** La Iglesia no carece de ningún don y la presencia del don del espíritu de profecía es una de las señales que identifican la iglesia remanente. Los adventistas del séptimo día reconocen que este don se manifestó en la vida y ministerio de Elena G. de White.

**22.** La Biblia enseña que la Iglesia debe tener una organización definida. Los miembros de esta organización están bajo la obligación sagrada de sujetarse a ella, sosteniéndola y velando por su mantenimiento. Se los exhorta a no abandonar la congregación y a asistir a las reuniones.

**23.** El bautismo por inmersión simboliza la muerte, sepultura y resurrección de Cristo, expresa públicamente la fe en su gracia salvadora y la renunciación al pecado y se considera como un requisito de admisión en la feligresía de la Iglesia.

**24.** El rito de la Cena del Señor conmemora la muerte del Salvador; la participación de los miembros es esencial para el crecimiento y el compañerismo cristiano. Debe ir precedido por el rito de lavamiento de los pies, como preparación para el servicio solemne.

**25.** En la vida cristiana hay separación completa de ciertas prácticas mundanas, como los juegos de naipes, la asistencia al teatro, el baile, etc., porque tienden a rebajar y destruir la vida espiritual.

**26.** Por medio del estudio de la Palabra, Dios nos habla y nos imparte luz y fuerza; mediante la oración, el alma se une con Dios. Estos son los medios ordenados por el Cielo para obtener la victoria en la lucha contra el pecado y en el desarrollo de un carácter cristiano.

**27.** Cada miembro de iglesia está bajo el mandato sagrado de Jesús de usar sus talentos personales para ganar almas y ayudar a dar el Evangelio al mundo entero. Cuando esta obra sea terminada, vendrá el Señor.

**28.** De acuerdo con la conducta que siempre ha seguido Dios con los hombres, previniéndolos de los eventos futuros que afectarán vitalmente su destino, Él ha enviado amonestación previa de la inminencia del regreso de Cristo. Este anuncio preparatorio está simbolizado por los mensajes de los tres ángeles de Apocalipsis 14 y encuentra actualmente su cumplimiento en el Gran Movimiento del Segundo Advenimiento. Este hizo surgir la iglesia remanente, o la Iglesia Adventista del Séptimo Día, que guarda los mandamientos de Dios y la fe de Jesús.

#### **4.6. Glosario**

**Adventista.** Se dice de una confesión protestante, de origen norteamericano, que espera un segundo y próximo advenimiento de Cristo. (RAE, 2016).

**Bienes Colectivos.** Todos los grupos cooperativos de personas existen en un mundo competitivo porque ese grupo de personas reconoce que hay algo valioso que puede ganar sólo si se unen. (Reinhold, 1994. p. 29).

**Brecha Digital.** Separación que existe entre las personas que utilizan las nuevas tecnologías de la información como una parte rutinaria de su vida diaria y aquellas que no tienen acceso a las mismas y aunque lo tengan no saben cómo utilizarlas. Clafin (2000)

**Catolicismo.** Comunidad y gremio universal de quienes viven en la religión católica. (RAE, 2016).

**Ciberespacio.** Es el nombre que utiliza alguna gente para referirse al espacio conceptual donde las palabras, las relaciones humanas, las informaciones, la riqueza y el poder se manifiestan por parte de gente que usa la tecnología de las comunicaciones mediadas por computadora. (Reinhold, 1994. p. 20).

**Comunidad.** Conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes. (RAE, 2016).

**Comunidades virtuales.** Son agregados sociales que surgen de la Red cuando una cantidad suficiente de gente lleva a cabo suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético. (Rheinhold, 1994. p. 20).

**Conexión.** Punto donde se realiza el enlace entre aparatos o sistemas. Amistades, mancomunidad de ideas o de intereses. (RAE, 2016).

**Doctrina.** Conjunto de ideas u opiniones religiosas, filosóficas, políticas, etc., sustentadas por una persona o grupo. (RAE, 2016).

**Esfera pública.** Por esfera pública queremos significar, ante todo, un dominio de nuestra vida social en el cual algo como la opinión pública puede conformarse. (Reinhold, 1994. p. 354).

**Ideología.** Conjunto de ideas fundamentales que caracteriza el pensamiento de una persona, colectividad o época, de un movimiento cultural, religioso o político. (RAE, 2016).

**Inclusión.** Término que pretende recoger las diferencias individuales y la diversidad de las personas, visualizándose como una posibilidad de riqueza social. (Corporación Colombia Digital).

**Iglesia.** Congregación de los fieles cristianos en virtud del bautismo. (RAE, 2016).

**Inmersión.** Acción de introducir o introducirse plenamente alguien en un ambiente determinado. (RAE, 2016).

**Interacción.** Acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más personas, agentes o fuerzas. (RAE, 2016).

**Jerarquía.** No significa una cadena de comando sino un modo de simplificar grupos grandes y complejos de información ramificándolos como subcategorías de categorías fundamentales. (Reinhold, 1994. p. 164).

**Paradigma de emisión.** La mayor parte de las personas piensan en los medios de comunicación de masas como un medio de uno a muchos en el cual las masas representan una gran población de consumidores que pagan para ser alimentados de información por unos pocos que sacan utilidades del control de ese conducto de información. (Reinhold, 1994. p. 309).

**Presbiteriano/na.** Se dice del protestante ortodoxo en Inglaterra, Escocia y América que no reconoce la autoridad episcopal sobre los presbíteros. (RAE, 2016).

**Protestantismo.** Conjunto de comunidades religiosas cristianas surgidas de la Reforma protestante de Lutero en el siglo. (RAE, 2016).

**Red.** Es el nombre informal de las redes de ordenadores laxamente interconectadas que usan la tecnología de las comunicaciones mediadas por computadora. (Reinhold, 1994. p. 20).

**Sociedad.** Agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida. (RAE, 2016).

**Opinión pública.** Refiere a las funciones de crítica y control sobre la autoridad estatal organizada que el público ejerce informalmente, además de formalmente durante las elecciones periódicas. (Reinhold, 1994. p. 355).

**Teología.** Ciencia que trata de Dios y de sus atributos y perfecciones. (RAE, 2016).

## 5. DISEÑO DE INVESTIGACION

### 5.1. Tipo de Investigación

Descriptiva.

### 5.2. Enfoque

**Descriptivo:** La realización de investigaciones que conciernen a la implementación de procesos comunicacionales y la creación de contenidos virtuales de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Villavicencio no tiene precedentes. A partir del entendimiento de las comunidades, su desarrollo y transformación, se explora los paralelos entre las diferentes comunidades y la comunidad adventista, para plantear y desarrollar unas estrategias de comunicación.

#### 5.2.1 Método

- **1er Nivel:** Inductivo, puesto que la investigación parte de las reflexiones del investigador y se expande a la comunidad que posee la problemática y donde se plantea la solución.
- **2do Nivel:** Análisis y síntesis, ya que el investigador usa referencias generales al tema que se plantea y sintetiza la información concerniente que se pueda aplicar en la comunidad enfocada.

### **5.3 Población**

El municipio de Villavicencio se encuentra dentro de la Asociación Llanos Orientales en el orden organizacional que tiene la Iglesia Adventista del Séptimo Día en el ámbito mundial. Al mismo tiempo la Asociación Llanos Orientales se divide en 4 distritos con los nombres de: Distrito Central, Distrito Jerusalén, Distrito Porfía y Distrito Shaddai.

#### **5.3.1. Muestra**

La muestra es no probabilística y consta de las personas que interactúan con el perfil identificado para la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Villavicencio, Conexión IASD, que desde el inicio de la investigación tiene 188 personas y se busca una tendencia de aumento en dicha muestra.

Las características de la muestra son:

- Participantes en redes sociales.

- Interesados en las actividades de la Iglesia Adventista.
- Estar conectado al perfil Conexión IASD o tener un amigo dentro del grupo.

#### **5.4. Técnicas de recolección de información**

La técnica de investigación que se va a utilizar dentro del proceso de investigación es la observación participante, puesto que se trabajó directamente con la Oficina de Comunicaciones de la Iglesia Adventista y a partir de ahí, se va a implementar la estrategia comunicacional propuesta para el desarrollo de la investigación.

Las herramientas manejadas para la recolección de información son:

- El diario de campo sobre las experiencias y actividades realizadas en la implementación de la estrategia de comunicación.
- El análisis estadístico sobre los resultados parciales de la implementación de la estrategia de comunicación.

#### **5.5. Fuentes**

##### **Primaria**

- Miembros de las Iglesias Adventistas en Villavicencio
- Pastor Joel Hernández
- Pastor Pablo Chaparro González

## Secundaria

- Comunidad Virtual. Una sociedad sin fronteras. Rheinhold (1996).
- Comunidades de práctica. Aprendizaje, significado e identidad. Wenger (1998).
- Comunidades virtuales de práctica y aprendizaje. Rodríguez (2008).
- Mirada pluridisciplinar al hecho religioso en Colombia. Grupo Interdisciplinar de Estudios de Religión, Sociedad y Política – GIERSP. (2008).
- La Iglesia Adventista en Colombia. ¡Nuestro sueño se ha hecho realidad! Pirazan (1995).
- Inclusión social: una apuesta por la diversidad. Orduz (2012).
- Decreto Inter Mirifica. Pablo VI (1963).
- Carta Apostólica del Sumo Pontífice Juan Pablo II a los responsables de las comunicaciones sociales. Juan Pablo II (2005).

## 6. RECOLECCIÓN DE DATOS

### 6.1 Resultados en redes sociales

Para la implementación de la estrategia de comunicación en medios virtuales se manejaron las redes sociales Facebook, Flickr y YouTube, en busca de lograr los objetivos de investigación como lo son el alcance a la población de Villavicencio del mensaje adventista y la identidad de la Iglesia dentro de entornos virtuales.

#### 6.1.1. Resultados red social Facebook

**Tabla 3 = Matriz de resultados de Facebook**

	Álbumes	Fotos	Videos	Enlaces compartidos	Publicaciones totales
<b>Enero</b>	0	1	0	7	8
<b>Febrero</b>	2	44	4	20	26
<b>Marzo</b>	0	0	0	0	0
<b>Abril</b>	2	35	9	17	33
<b>Mayo</b>	4	59	0	25	29
<b>Junio</b>	3	58	2	11	20
<b>Julio</b>	0	1	0	6	28
<b>Agosto</b>	0	1	0	4	16

	11	199	15	90	160
	<b>Número de reproducciones</b>	<b>Me gusta</b>	<b>Número de compartir</b>	<b>Comentarios</b>	<b>Amigos</b>
<b>Enero</b>	0	24	0	1	188
<b>Febrero</b>	88	118	18	1	210
<b>Marzo</b>	0	0	0	0	0
<b>Abril</b>	385	214	28	3	245
<b>Mayo</b>	0	183	7	3	257
<b>Junio</b>	36	111	10	4	267
<b>Julio</b>	0	82	23	8	280
<b>Agosto</b>	0	33	9	2	290
	509	765	95	22	

González (2015)

El manejo de la muestra inicial que consta de 188 perfiles conectados directamente con el perfil principal Conexión IASD, se presenta como el público objetivo que se pretende ampliar a través de la administración de la red social Facebook, y es a través de esta muestra que se presentan los resultados de la estrategia de comunicación en entornos virtuales.

Este público participante varía en la medida en que las personas directamente conectadas interactúa con la red social, de esta forma la muestra no es un valor constante ni cierto, sino un público constante dentro las variables de publicación y recepción del mensaje adventista en la red social por parte de los miembros de la Iglesia, así como de los externos.

La comunidad adventista dentro del contexto social en el cual se desarrolló la investigación, trae consigo desde sus orígenes doctrinantes, la misión de difundir el mensaje que se profesa y de distinguir esta comunidad religiosa de otras.

A partir de la implementación de la “Comunicación mediada por Computadores” (Rheinhold, 1994), se puede decir que la Iglesia Adventista en Villavicencio busca influenciar, a través de la difusión de su doctrina, a los miembros de la Iglesia y a la población en general del municipio.

Es a partir de estrategias de comunicación y de las *“percepciones, pensamientos y personalidades (ya formadas por otras tecnologías de la comunicación) que son afectadas por las formas en que utilizamos el medio y la manera en que éste nos use”* (Rheinhold, 1994), que la implementación en redes sociales se muestra como una forma efectiva que influye a la sociedad y a las personas directamente, como se puede observar en la Tabla 3 (arriba).

La Matriz de resultados de Facebook presenta el desarrollo alcanzado en la implementación de la estrategia de comunicación, mostrando así un aumento de personas (Amigos) interesadas en observar y participar el desarrollo de actividades de la Iglesia Adventista, a través de fotos, videos y publicaciones acordes a la doctrina representada, se alcanzó un aumento en la influencia y en la participación de la Iglesia en entornos virtuales.

De la misma forma el aumento de las interacciones del perfil manejado por la Iglesia Adventista en Villavicencio, Conexión IASD, se demuestra la relación que existe entre las formas en que se presenta una información y una evidencia, con el medio por el cual se muestra. Puesto que las fotos y vídeos tenían una mayor aceptación por parte de la comunidad virtual objetivo, cuando la actividad realizada tenía un mayor impacto a nivel social.

El aumento del interés mostrado por las personas externas a la Iglesia, quienes a través de publicaciones constantes y la propagación del material creado, puede llegar más adelante a crear una identidad frente al mensaje mostrado, al mismo que tiempo que se refuerza la pertenencia de los ya miembros dentro de su comunidad.

Es a través del conocimiento y del avance en aspectos comunicativos y de influencia que se logra que esta identidad sea mostrada según el alcance que se tenga. López (2008) habla sobre esta identidad religiosa como una *“palabra que es inmediatamente asimilada a la noción más*

*clásica de verdad. Lo que se dice, se cree, se piensa y se celebra es correspondiente con lo que es, en los términos de una teoría general del ser”*, por lo que se puede decir que esta identidad es el objetivo que se debe alcanzar, al momento de implementar estos procesos de comunicación dentro de la Iglesia Adventista.

Es así como a través de 160 publicaciones en el desarrollo de la estrategia de comunicación, se ha aumentado la muestra en 102 personas, con casi 1400 interacciones entre Me Gusta, Comentarios, Reproducciones y Compartir, dentro de la red social Facebook, lo cual demuestra que el aumento de la interacción del perfil Conexión IASD con el público objetivo se puede lograr, siempre y cuando la administración de esta red social maneje un proceso continuo.

#### 6.1.2 Red social YouTube

**Tabla 4 = Matriz de resultados de YouTube**

	<b>Visualizaciones</b>	<b>Me gusta</b>	<b>Comentarios</b>	<b>Listas de Reproducción</b>	<b>Videos</b>
<b>Enero</b>	472	113	1	6	636
<b>Febrero</b>	230	14	4	1	1
<b>Marzo</b>	0	0	0	0	0
<b>Abril</b>	236	0	0	3	10
<b>Mayo</b>	191	0	0	0	0
<b>Junio</b>	221	2	0	0	0
<b>Julio</b>	175	0	0	0	0
<b>Agosto</b>	114	0	0	2	8
	1639	129	5	12	655

González (2015)

La red social Youtube como herramienta virtual presenta la oportunidad de evidenciar, a través de videos creados por los miembros de la Iglesia Adventista, el proceso social que maneja y es así como se presenta este espacio, como un medio más directo dentro del público receptor.

Este desarrollo comunicativo representa un mensaje real que puede llegar a impactar el contexto de quien recibe dicho mensaje. Es por esto que el manejo de medios de difusión de mensajes religiosos ha tenido en disposición la creación de reflexiones, invitaciones e información a través de contenidos de video.

A lo largo del desarrollo religioso en Colombia, *“el primer espacio de difusión de las ideas protestantes en el país fue propiciado por la Sociedad Bíblica Colombiana, fundada en 1825”* Beltrán (2008), es así como se presentan los medios de comunicación como una forma de identificarse dentro de un grupo personas con unas características y tradiciones compartidas.

De igual forma, otras denominaciones religiosas han incluido dentro de sus procesos comunicacionales, por ejemplo en la iglesia Católica, que dice: *“Se hace oportuno volver a reflexionar sobre los “desafíos” que las comunicaciones sociales plantean a la Iglesia, la cual, como indico Pablo VI, “se sentiría culpable ante Dios si no utilizara estos medios tan poderosos”* (Juan Pablo II, 2005).

Esta población que interactúa a través de las Tecnologías en Información y Comunicación (TIC) se está ampliando en Colombia, a través de la inclusión social en donde *“el trabajo, el mercado, los procesos productivos, la política, la educación, los medios de comunicación, la vida cotidiana, etc. se han transformado con la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC)”* (Rodríguez, 2012), lo cual muestra una oportunidad para llegar a más personas que diariamente se concentran en estas tecnologías y herramientas.

Es por esto que las publicaciones que presenten e informen sobre las doctrinas y mensajes de la Iglesia Adventista, dejan un precedente para que cualquier persona que quiera conocer los procesos sociales, las evidencias, los programas y proyectos, y la Iglesia en general, pueda tener

diferentes formatos de obtener dicha información, en este caso, a través de productos audiovisuales.

Es así que, por medio de 655 videos publicados en YouTube bajo el perfil Conexión IASD, se han logrado 1639 visualizaciones en el desarrollo de la estrategia comunicativa, y 129 interacciones de aceptación con el público receptor del mensaje.

### 6.1.3 Red social Flickr

**Tabla 5 = Matriz de resultados de Flickr**

	<b>Álbumes</b>	<b>Fotos</b>	<b>Visitas</b>
<b>Enero</b>	4	7	538
<b>Febrero</b>	7	140	2470
<b>Marzo</b>	0	0	0
<b>Abril</b>	6	109	322
<b>Mayo</b>	0	0	0
<b>Junio</b>	0	0	0
<b>Julio</b>	0	0	0
<b>Agosto</b>	4	121	126
	21	377	3456

González (2015)

El aumento de las posibilidades de medios a través de los cuales se puede llegar a presentar un mensaje pone en riesgo la fiabilidad del mensaje, al mismo tiempo que la veracidad del misma. Rheinhold (1994) habla sobre esta problemática diciendo:

“Todos están de acuerdo en que hay una marea de información que llega a través de la Red, y tenemos que encontrar las maneras de canalizarla. Está desorganizada, llega a un ritmo titánico y acelerado, y nuestras mentes se cierran a la vista de todas las opciones que la Red representa (...)”

Después de más de 20 años, esta afirmación se presenta como algo cierto y aceptado por la sociedad y por las diferentes comunidades virtuales que intentan sobresalir.

El Flickr es una red social que presenta una ventajas de organización diferentes a otras redes, al igual que el impacto visual que las imágenes tienen pueden llegar a atraer a los receptores que den a la oportunidad a esta herramienta, pero al mismo tiempo representa unas restricciones de búsqueda y privacidad que, personalmente, atenta contra la libertad de información que deben brindar las redes sociales.

En un flujo de información constante que busca que las personas interactúen, compartan y defiendan el mensaje que se presenta, las restricciones a estas interacciones como: necesidad de tener un perfil para comentar o descargar, dificultad para encontrar el perfil objetivo, entre otras, presentan razones más que suficientes para decantar esta red como herramienta de difusión virtual.

Es entonces cuando la Iglesia Adventista tiene que entender que *“los consumidores han aceptado los canales sociales como medio para obtener información sobre marcas, productos y servicios”* (Lovett, 2011), por lo tanto se deben crear herramientas virtuales que permitan la facilidad de acceder a la información de estas, según los intereses y gustos del receptor.

Es por esto que el uso del Flickr desde los primeros meses de implementación de la estrategia, quedo descartado como una herramienta central de difusión, y se convirtió en una biblioteca virtual frente a las evidencias que se manejan a través de la Oficina de Comunicaciones de la Asociación Llanos Orientales.

#### 6.1.4. Redes sociales para el futuro de la Iglesia Adventista

Se puede concluir a través de los resultados obtenidos en la administración de las anteriores redes sociales presentadas, que sí, sí se vio un aumento de las interacciones de personas participes en entornos virtuales, al igual que el aumento de las personas interesadas en las actividades y proyectos de la Iglesia Adventista.

Con más de 90 años de organización en Colombia, la Iglesia Adventista tiene la oportunidad de desarrollarse y presentarse como una doctrina conocida y aceptada por muchas personas, pero que al mismo tiempo, exige la participación y la creación de contenidos que demuestren la realidad social que se representa ser parte de la comunidad adventista.

Además se presenta la oportunidad dentro del contexto de inclusión social, donde Rodríguez (2012) explica cómo se está desarrollando esta inclusión en entornos virtuales, como proyecto del Estado:

“Dentro de la estructura del plan, se hizo un diagnóstico sobre cómo se encuentra Colombia con respecto a la penetración TIC, entre otros factores, en el que se concluyó que en los estratos 4, 5 y 6 las penetraciones de internet y computadores son altas, mientras que en los estratos 2 y 3 son bastante menores y en el estrato 1 casi nulas. En Colombia la mayoría de la población se encuentra en estratos 1, 2 y 3. Por esta razón, la política del Ministerio se dirige a hacer de esta población un mercado al cual se le puede llegar con terminales y servicios asequibles”

Es por esto que la población objetivo presenta una tendencia a aumentar, por lo tanto se requiere una mayor cantidad y calidad de los procesos de comunicación virtual por parte de la Iglesia Adventista en busca de cumplir su Misión de *“Glorificar a Dios y bajo la influencia del*

*Espíritu Santo, guiar a cada creyente a una experiencia de relación personal y transformadora con Cristo, que lo capacite como discípulo para compartir el Evangelio Eterno con toda persona". (Iglesia Adventista del Séptimo Día, 1863)*

## 7. ANÁLISIS DE RESULTADOS

**Gráfica 1 = Publicaciones en Facebook**



Fuente: González (2015)

Se observa en la Gráfica 1 que del total de las publicaciones (160) que representa el 100%, el 78% son enlaces compartidos de páginas externas; el 15% son videos subidos; y el 9% son álbumes publicados, que representan 199 fotos, por tanto se puede concluir que la capacidad de creación de

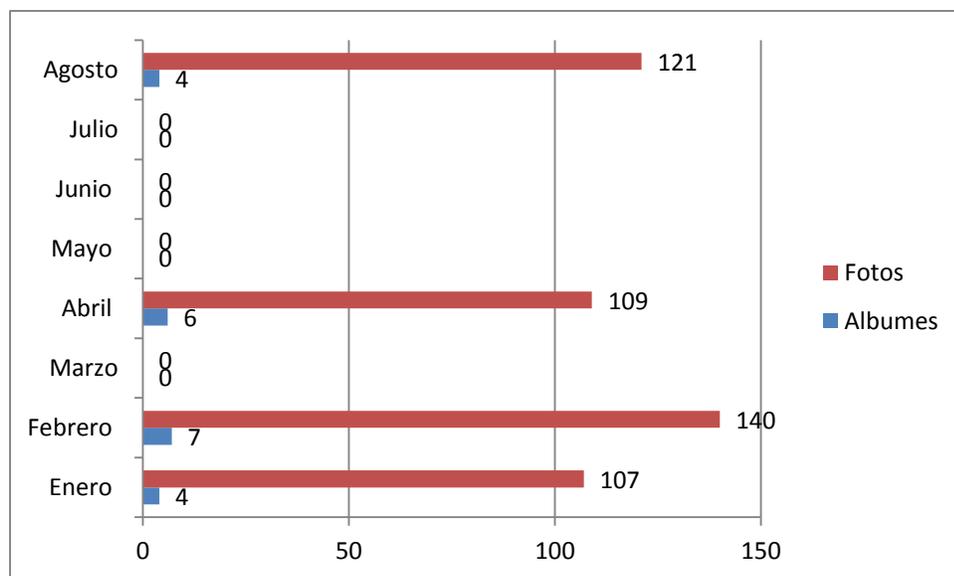
contenidos de la Iglesia Adventista en Villavicencio es todavía baja en razón al flujo de información manejado en Facebook.

Las publicaciones realizadas en Facebook se hicieron bajo el perfil Conexión IASD, la cual se centró en resaltar la participación de la Iglesia Adventista en redes sociales a través de devocionales, reflexiones y contenidos de la Iglesia Adventista en general. Además se publicaban evidencias del trabajo de campo con la comunidad adventista en Villavicencio y los resultados finales de la filtración y edición de material fotográfico y audiovisual.

En algunos casos la Oficina de Medios de la Asociación Llanos Orientales suministraba el material de evidencias, por lo cual solo se entraba a filtrar, editar y publicar el material fotográfico y audiovisual bajo formatos de álbum fotográfico o nota periodísticas según lo amerite el material.

Estos contenidos se organizaban por actividad y por fecha a lo largo de la implementación de la estrategia de comunicación en medios virtuales.

## **Gráfica 2 = Publicaciones en Flickr**



González (2015)

Se observa en la Gráfica 2 que el total de publicaciones es 398, que representa el 100%, en donde en el mes de Enero se publicaron 107 fotos en 4 álbumes; en Febrero, 140 fotos en 7 álbumes; en Marzo, no se realizó la administración de la red social Flickr; en Abril, 109 fotos en 6 álbumes; durante los meses de Mayo, Junio y Julio no se publicó nada; y en Agosto, se publicaron 121 fotos en 4 álbumes, por lo cual se puede concluir que fue durante los primeros 3 meses de la implementación de la estrategia de comunicación que se utilizó el Flickr con red social, la cual después fue descartada.

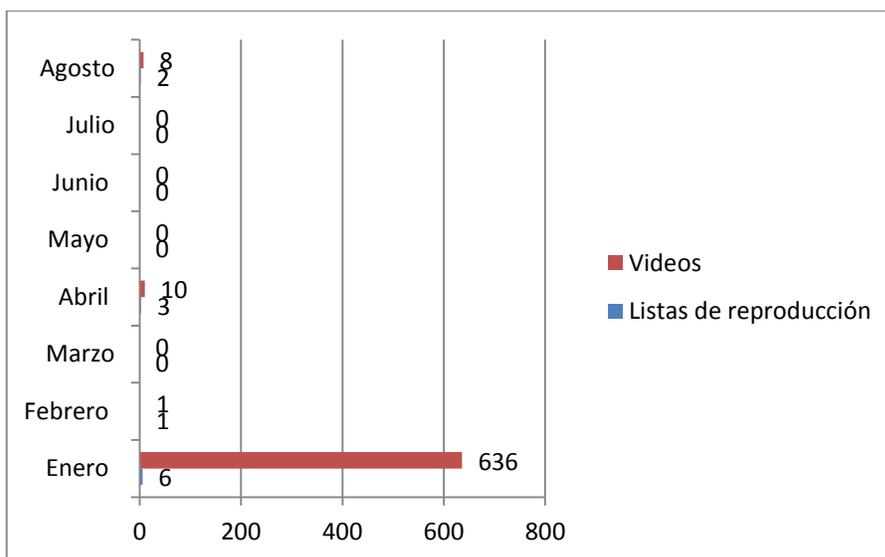
Las publicaciones en Flickr se realizaron bajo el perfil Conexión IASD. En los primeros meses como una propuesta que brindara diferentes oportunidades y espacios que mostraran las actividades de la Iglesia Adventista, además de la opción de crear hipertextos de las imágenes y álbumes de Flickr hacia páginas web de una manera que llamara el interés del público receptor.

Los resultados durante los primeros dos meses, no arrojaron los resultados esperados puesto que la página web de la Asociación Llanos Orientales no se creó, y las limitaciones para acceder,

descargar y comentar imágenes dentro de la red social Flickr exigían unirse a dicha red, y este compromiso no fue adquirido por la población externa ni interna de Villavicencio.

Por esta razón se optó por mantener una base de datos fotográfica a través de la red social Flickr frente a la opción de guardar una cantidad considerable de datos en la red, disponible las 24 horas, además de la implementación a futuro de la página web de la Asociación.

**Gráfica 3 = Publicaciones en YouTube**



González (2015)

Se puede observar en la Gráfica 3 que del total de las publicaciones (667) que representa el 100%, en el mes de Enero se publicaron 636 videos en 6 álbumes; en Febrero, se publicó 1 video en 1 álbum; en Marzo no se administró redes sociales; en Abril, se publicaron 10 videos en 3 álbumes; en los meses de Mayo, Junio y Julio no se realizaron publicaciones; y en Agosto, se publicaron 8 videos en 2 álbumes, por lo cual se puede concluir que en el mes de Enero se realizó la mayor cantidad de publicaciones debido a la creación de la biblioteca audiovisual de la Iglesia Adventista de Villavicencio, conteniendo himnos, reflexiones, películas y coros.

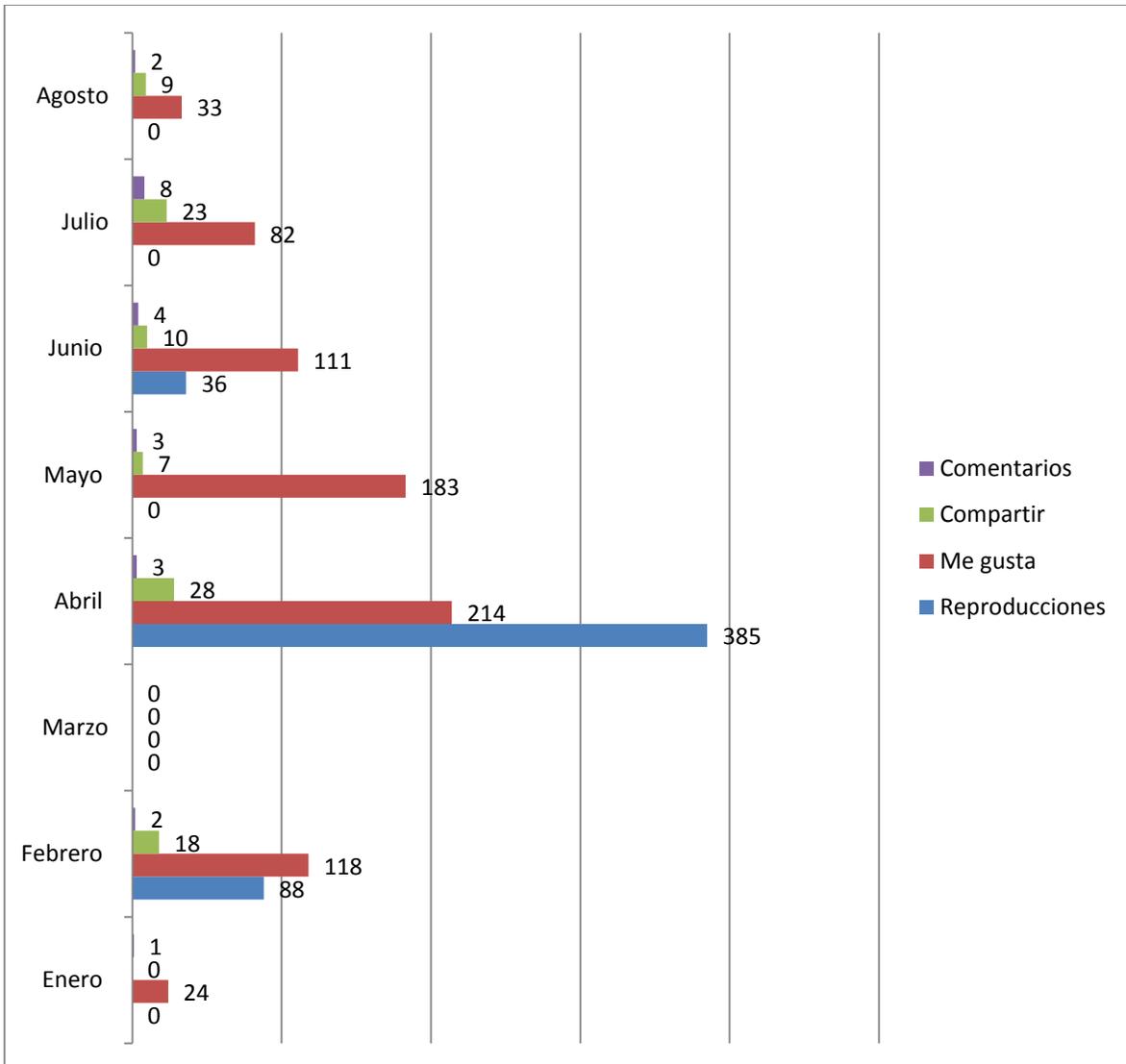
Las publicaciones audiovisuales se presentaban a través de del canal Conexión IASD. Al inicio de la implementación se contaba con 0 videos de creación local, por lo que la representación del canal mostraba una postura general a través de reflexiones y sermones de miembros de la Iglesia Adventista Mundial.

La primera acción fue complementar la base audiovisual del canal a través de la publicación completa del Himnario Adventista, compuesto por 613 videos con lírica, además de películas sobre la temática teológica de la Iglesia.

De aquí en adelante se manejaron listas de reproducción por temática, las cuales eran creadas o actualizadas a medida que se iba recolectando nuevo material audiovisual por parte de la Oficina de Medios.

Estos videos eran compartidos y promocionados a través de la red social Facebook para que el público pudiera acceder a publicaciones anteriores con mayor facilidad.

**Gráfica 4 = Interacciones en Facebook**



González (2015)

Se puede observar en la Gráfica 4, que las interacciones en el mes de Enero fueron 24 me gusta y 1 comentario; en Febrero, 88 reproducciones, 118 me gusta, 18 compartir y 2 comentarios; en Marzo no se administró redes sociales; en Abril, 385 reproducciones, 214 me gusta, 28 compartir y 3 comentarios; en Mayo, 0 reproducciones, 183 me gusta, 7 compartir y 3 comentarios; en Junio, 36 reproducciones, 111 me gusta, 10 compartir y 4 comentarios; en Julio, 0 reproducciones, 83 me gustas, 23 compartir y 8 comentarios; y en Agosto, 0 reproducciones, 33 me gusta, 9 compartir y

2 comentarios, por lo cual se puede concluir que entre los meses de Febrero hasta Abril se realizó el mayor número de interacciones debido a la actividad Quiero Vivir Sano en Villavicencio, por lo que la cantidad de actividades era mucho mayor a lo normal y por lo mismo, la cantidad de material manejado en el flujo de información era mayor a otros meses.

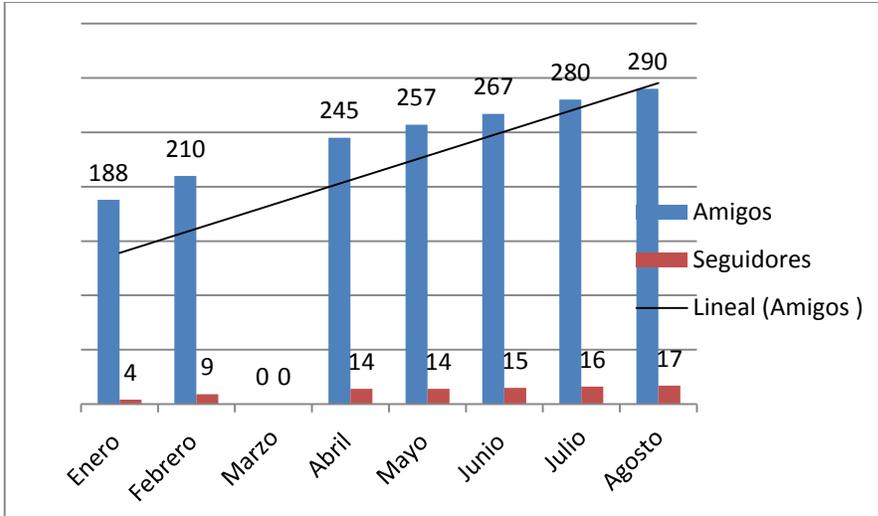
Las interacciones que tuvo el público de la red social Facebook con el perfil conexión IASD de la Asociación Llanos Orientales en consenso general mostró un aumento en referencia a los primeros 4 meses anteriores a la implementación de la estrategia en medios virtuales, de Septiembre a Diciembre de 2014, fecha que va desde la creación del perfil hasta la ejecución de la estrategia.

En el mes de Enero y Febrero, las publicaciones se realizaban en su mayoría a través de la red social Flickr, por lo que las interacciones en un inicio no mostraron un mayor aumento a pesar de que los álbumes creados eran insertados a través de un hipertexto en Facebook.

En el mes de Marzo, y principios de Mayo, se realizó en Villavicencio la campaña Quiero Vivir Sano, en la cual se unió al grupo de trabajo y actividades el investigador por lo que la recolección de material aumentó, al mismo tiempo que el interés de la comunidad participante dentro del perfil Conexión IASD, por lo que se vio un aumento en las interacciones durante estos meses.

Durante los meses de Junio, Julio y Agosto se manejaron publicaciones diarias sobre reflexiones, información y la actividad 50 días de oración, con algunas participaciones en trabajo de campo, por lo que la cantidad de material para publicación disminuyó y por ende las interacciones.

#### **Gráfica 5 = Comunidad en Facebook**



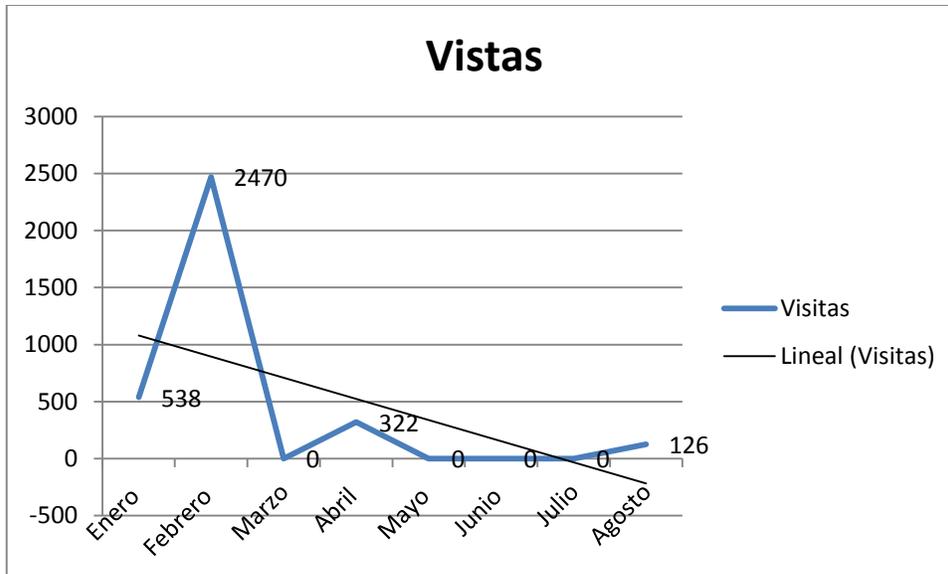
González (2015)

Se puede observar en la Gráfica 5, que la muestra inicial de participantes en la red social Facebook fue 188, la cual al final de la implementación de la estrategia de comunicación aumentó a 290, por lo cual se puede concluir a través de la línea de tendencia que el perfil Conexión IASD tuvo un aumento constante de miembros adscritos.

Con la implementación de una estrategia en medios virtuales de manera continua, y con una comunidad inicial de 188 amigos en el perfil de la Asociación Llanos Orientales, Conexión IASD, se vio un continuo aumento de las interacciones y como consecuencia, de las personas interesadas en las actividades y mensajes de la Iglesia Adventista en Villavicencio.

Al final del trabajo de campo en la administración de la red social Facebook se dio como resultado un aumento de aproximadamente el 54% con relación a la comunidad inicial.

### **Gráfica 6 = Interacciones en Flickr**



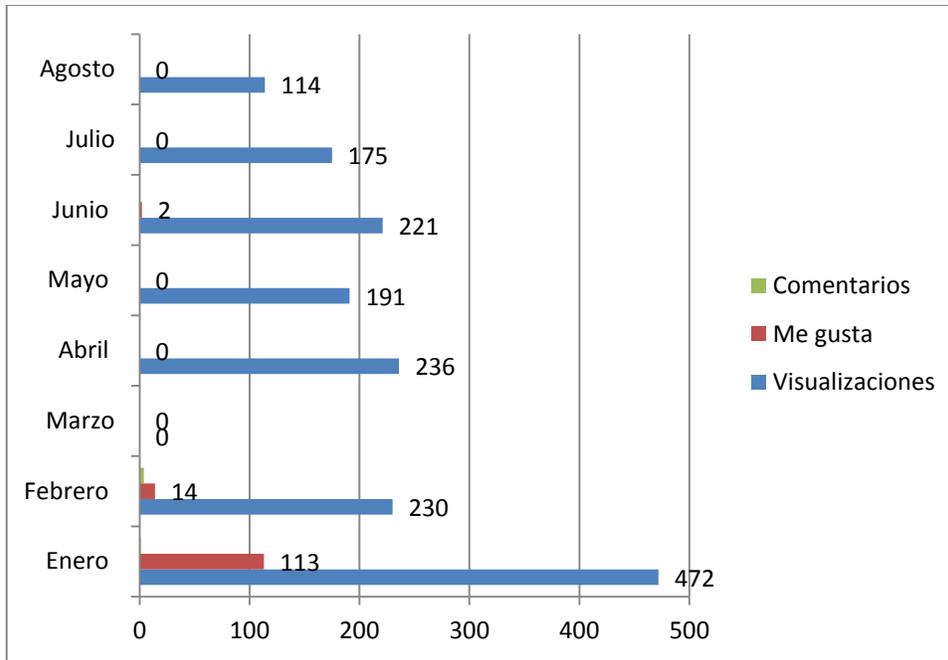
González (2015)

Se puede observar en la Gráfica 6, que las visitas en el mes de Enero fueron 0; en Febrero, 538 vistas; en Marzo no se administró redes sociales; en Abril, 322 vistas; en los meses de Mayo, Junio y Julio no se registraron vistas; y en Agosto, 126 vistas, por lo cual se puede concluir según la línea de tendencia la disminución de las visitas en el desarrollo de la estrategia a causa del descarte de la red social.

Las interacciones a través del perfil Conexión IASD en la red social Flickr mostró un aumento considerable en los meses de Enero y Febrero al tomarse como principal medio de publicación durante este tiempo.

Durante los meses siguientes y viendo los pocos resultados que se buscaban, se decidió optar por subir el material fotográfico a esta red social como banco de datos.

**Gráfica 7 = Interacciones en YouTube**



González (2015)

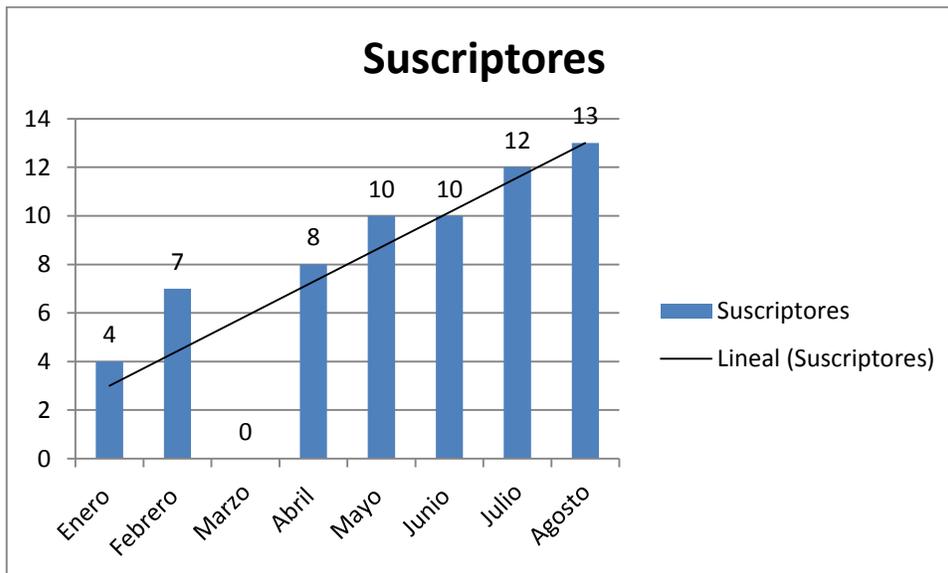
Se puede observar en la Gráfica 7, que las interacciones en YouTube en Enero constaron de 472 visualizaciones, 113 me gusta y 0 comentarios; en Febrero, 230 visualizaciones, 14 me gusta y 0 comentarios; en Marzo no se administró redes sociales; en Abril, 236 visualizaciones, 0 me gusta y 0 comentarios; en Mayo, 191 visualizaciones, 0 me gusta y 0 comentarios; en Junio, 221 visualizaciones, 2 me gusta y 0 comentarios; en Julio, 175 visualizaciones, 0 me gusta y 0 comentarios; y en Agosto, 114 visualizaciones, 0 me gusta y 0 comentarios, por lo cual se puede concluir que la participación dentro de la red social YouTube es pasiva por parte del público receptor, puesto que se accede al contenido dispuesto pero no se presenta ninguna opinión al respecto.

Las interacciones a través del canal Conexión IASD, en los meses de Enero y Febrero tuvieron un aumento al complementar la base de opciones audiovisuales referentes a producciones de la Iglesia Adventista.

La publicación de los videos de las actividades y notas periodísticas tuvieron una acogida continua por parte de la comunidad de YouTube, y las visualizaciones fueron proporcionales a la cantidad de productos audiovisuales publicados por esta red social.

De igual forma los videos eran publicados en la red social Facebook, sin afectar gravemente las interacciones de YouTube.

**Gráfica 8 = Población en YouTube**



González (2015)

Se puede observar en la Gráfica 8, que los suscriptores al canal Conexión IASD presenta una tendencia a aumentar, puesto que inició con 4 suscriptores y finalizó con 13.

La comunidad de YouTube tuvo un incremento del 225%, ósea, de 9 personas durante la implementación de la estrategia en medios virtuales.

De igual forma se dejó una base audiovisual y cronológica de las actividades realizadas por la Iglesia Adventista en Villavicencio.

## **7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

- El proceso comunicativo de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Villavicencio maneja un mensaje que es aceptado y despierta interés en los receptores, puesto que a través de las redes sociales se presentó un aumento en la población e interacciones.
- El manejo continuo de las redes sociales presentan la oportunidad de aumentar la influencia en Villavicencio frente a las políticas de inclusión social que se proponen para Colombia.
- El análisis de herramientas virtuales debe realizarse crítica y constructivamente, puesto que la población virtual que manejan las redes sociales de la Iglesia no representa una gran cantidad en relación con la población de Villavicencio.
- Se recomienda un responsable de comunicaciones para que prosiga con el proceso de recolección de información y evidencias de las actividades de las Iglesias en Villavicencio.

## **EXPECTATIVAS ALCANZADAS**

- Se dio a conocer a las diferentes iglesias adventistas de Villavicencio las redes sociales representativas de la Asociación Llanos Orientales y desde este punto, a otras personas externas a la Iglesia.
- Los resultados mostraron un aumento en la participación de los miembros de la Iglesia Adventista y externos, dentro de las redes sociales administradas.
- Se dio viabilidad a diferentes propuestas en entornos virtuales como lo son las notas periodísticas y las entrevistas audiovisuales para redes sociales.
- Se filtraron las redes sociales con mayor participación por parte de la población receptora del mensaje adventista.
- La Asociación Llanos Orientales está buscando el apoyo de un comunicador social que desarrolle y continúe el avance alcanzado en redes sociales y entornos virtuales en general.

## **9. REFERENCIAS**

- Álvaro, D. (2010). Los conceptos de “comunidad” y “sociedad” de Ferdinand Tonnies. *Papeles del CEIC, volumen (52)*, 16,20.
- Beltrán, W. M. (2008). *Aproximación histórico-interpretativa al proceso de diversificación religiosa en Colombia*. En Grupo Interdisciplinar de Estudios de Religión, Sociedad y Política – GIERSP (Ed.). *Mirada pluridisciplinar al hecho religioso en Colombia* (pp. 153-192). Bogotá: Editorial Bonaventuriana.
- Bonilla, J. L. (2008). *¿Es la teología una ideología? Acercamiento desde la Teoría Crítica al quehacer teológico*. En Grupo Interdisciplinar de Estudios de Religión, Sociedad y Política – GIERSP (Ed.). *Mirada pluridisciplinar al hecho religioso en Colombia* (pp. 31-44). Bogotá: Editorial Bonaventuriana.
- Cervera, F. (2004). *Comunicación total*. España: Ed. ESIC.
- Iglesia Adventista del Séptimo Día, (2016). Recuperado el 26 de Enero de 2016: <http://www.adventistas.org/es/>
- Juan Pablo II (2005). *Carta Apostólica del Sumo Pontífice Juan Pablo II a los responsables de las comunicaciones sociales*. Vaticano: Iglesia Católica.
- López, D. G. (2008). *El carácter ontológico de las afirmaciones de fe como problema para el diálogo interreligioso*. En Grupo Interdisciplinar de Estudios de Religión, Sociedad y Política – GIERSP (Ed.). *Mirada pluridisciplinar al hecho religioso en Colombia* (pp. 45-52). Bogotá: Editorial Bonaventuriana.
- Lovett, J. (2011). *Social Media. Métricas y análisis*. España: Ediciones Anaya Multimedia.
- Pablo VI (1963). *Decreto Inter Mirifica*. Roma: Iglesia Católica.
- Pirazan, A. (1995). *La Iglesia Adventista en Colombia. ¡Nuestro sueño se ha hecho realidad!* Colombia: Iglesia Adventista del Séptimo Día.
- RAE (2016). Real Academia de la Lengua Española. Recuperado el 26 de Enero de 2016: <http://dle.rae.es>

- Rheinhold, H. (1996) *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- Rodríguez, J. L. (2008) *Comunidades virtuales de práctica y aprendizaje*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Rodríguez, P. A. (2012). Límites y posibilidades de las TIC en la inclusión social. En R. Orduz (Ed.), *Inclusión Social: una apuesta por la diversidad*. (pp. 39-47). Bogotá: Corporación Colombia Digital.
- Vallejo, E. (2012). Hablemos de inclusión. En R. Orduz (Ed.), *Inclusión Social: una apuesta por la diversidad*. (pp. 10-15). Bogotá: Corporación Colombia Digital.

**Anexo 1 = Diario de Campo****DIARIO DE CAMPO****Himnario Adventista (17/12/2014)**

Se publicó en el canal conexión iasd lo siguiente:

- 613 Himnos con pista y lírica.
- 2 películas.
- 2 videos de evangelismo.

**Festival de Grupos Pequeños en Granada (20/01/2015)**

El encargado del área de comunicación de la Asociación me hizo entrega del material fotográfico de la actividad realizada en Granada de la cual se escogieron las mejores fotos y videos, los cuales se editaron. Se publicó en el Flickr “Conexión iasd” y al canal de Youtube “Conexión iasd”:

- 12 fotos.
- 9 videos.

**Evangelismo en El Venado (20/01/2015)**

El encargado del área de comunicación de la Asociación me hizo entrega del material fotográfico de la actividad realizada la población de El Venado, Casanare, de la cual se escogieron las mejores fotos y videos. Se publicó en el Flickr y al canal YouTube:

- 14 fotos.
- 4 videos.

### **Misioneros campaña Quiero Vivir Sano (23/01/2015)**

El encargado del área de comunicación de la Asociación me hizo entrega del material fotográfico de la capacitación y viaje realizado antes de arribar a la ciudad de Villavicencio. Como practicante me reuní con ellos en las oficinas administrativas de la Asociación Llanos Orientales en las cuales se presentó el plan de trabajo misionero y me presenté como practicante del área de comunicaciones. Se publicó en el Flickr y en el canal de YouTube:

- 30 fotos.
- 6 videos.

### **Festival Grupos Pequeños en Villavicencio (24/01/2015)**

Se realizó el cubrimiento del Festival de Grupos Pequeños en Villavicencio realizado en Polideportivo del barrio Ciudad Porfía. Se realizó el cubrimiento fotográfico y se tomaron videos de las marchas realizadas por los diferentes distritos de la ciudad. Luego de eso se realizó edición

del material audiovisual, para crear un video compilatorio que mostrará los tópicos de la actividad realizada. Se publicó en el Flickr y en el canal de YouTube:

- 51 fotos.
- 2 videos.

### **Capacitación Pastor Antulio (17/02/2015)**

El encargado del área de comunicación de la Asociación me hizo entrega del material fotográfico de la actividad realizada. Se compartió en el perfil de Facebook:

- 8 fotos.

### **Reunión Directores JA (17/02/2015)**

El encargado del área de comunicación de la Asociación me hizo entrega del material fotográfico de la actividad realizada. Se publicó en el Flickr:

- 7 fotos.

### **Exposalud barrio Ciudad Porfía (17/02/2015)**

El encargado del área de comunicación de la Asociación me hizo entrega del material fotográfico de la actividad realizada. Se publicó en el Flickr:

- 12 fotos.

**Quiero Vivir Sano – Ancianato (17/02/2015)**

El encargado del área de comunicación de la Asociación me hizo entrega del material fotográfico de la actividad realizada. Se publicó en el Flickr:

- 24 fotos.

**Quiero Vivir Sano – Iglesia El Shaddai (21/02/2015)**

Se realizó cubrimiento desde las 8 de la mañana a la campaña Quiero Vivir Sano en la Iglesia de Shaddai. Se recogieron evidencias fotográficas y audiovisuales del programa realizado por los jóvenes misioneros del grupo OYIM, e igualmente la participación del Director del Área de Comunicaciones y el de Jóvenes de la Unión Sur Colombiana. Se editó el material audiovisual y se publicó en el perfil de Facebook y al Flickr:

- 24 fotos.
- 1 video.

**Actividad Evangelista Parque El Paraíso (21/02/2015)**

Se realizó cubrimiento en horas de la tarde a la Actividad Evangelista de los diferentes grupos juveniles de la Iglesia Adventista de Villavicencio, en la cual se recogió material fotográfico y audiovisual y se entrevistó al líder del grupo de conquistadores del distrito de Shaddai. Se editó el material audiovisual y se publicó en el perfil de Facebook y al Flickr:

- 29 fotos.

- 1 video (nota periodística).

### **Testimonios de jóvenes misioneros (24/02/2015)**

El encargado del área de comunicación de la Asociación me hizo entrega del material audiovisual de la actividad realizada. Se editó el material y se creó un perfil audiovisual de una de las jóvenes misioneros del grupo OYIM. Se publicó en el canal de YouTube:

- 1 video.

### **Retiro Jóvenes del Distrito de Shaddai (28/02/2015)**

Se realizó cubrimiento del retiro de jóvenes del Distrito Shaddai en vereda del barrio Ciudad Porfía. Se recogió material fotográfico desde las 7 de la mañana de la caminata de llegada al lugar de llegada y de la programación dirigida por el Anciano de la Iglesia Shaddai, su Director de Jóvenes y el pastor del Distrito. Se publicó en el Flickr y en el perfil de Facebook:

- 30 fotos.

### **Exposalud Multifamiliares Centauros (28/02/2015)**

Se realizó cubrimiento de la actividad realizada en el barrio Multifamiliares Centauros en horas de la tarde, donde el Distrito de Bethel Porfía realizó un exposalud de la campaña Quiero Vivir

Sano. Se recogió material audiovisual y se editó para crear una nota de la actividad. Se publicó en el perfil de Facebook:

- 1 video (nota periodística).

### **Exposalud Iglesia Sinaí (01/03/2015)**

Se realizó cubrimiento de la Exposalud de la Iglesia Sinaí en el barrio El Triunfo, donde se recogió material fotográfico y audiovisual, al mismo tiempo que se entrevistó a la Directora de la Iglesia Sinaí y a los diferentes exponentes de los stands referentes a los 8 hábitos saludables, la actividad realizada y el objetivo que se busca. Se publicó en Flickr y perfil de Facebook:

- 14 fotos.
- 1 video (nota periodística).

### **Quiero Vivir Sano – Yopal (04/03/2015)**

El encargado del área de comunicación de la Asociación me hizo entrega del material fotográfico de la actividad realizada. Se publicó en Flickr:

- 39 fotos.

**Siéntase como en casa (27/03/2015)**

La directora de la Iglesia Sinaí, Maryory Lozano, me solicitó como practicante descargar y editar video para Santa Cena Distrital de Shaddai, realizada en centro turístico del barrio Montecarlo. Se descargaron, editaron y publicaron en perfil de Facebook y canal de YouTube:

- 6 videos.

**Be bold for Jesús. Campamento de conquistadores. (10/04/2015)**

El encargado del área de comunicación de la Asociación me hizo entrega del material audiovisual del campamento realizado en Instival. Se publicaron en canal de YouTube y perfil de Facebook:

- 3 videos.

**Día de Impacto Iglesia Central (25/04/2015)**

Se realizó cubrimiento desde las 8 de la mañana en la Iglesia Central, informando a la hermandad que el área de comunicaciones de la Asociación estaba recogiendo el material que se adquiriera durante la actividad. De igual forma se hizo acompañamiento a los grupos que se encontraban en: Clínica Meta, Centro Comercial Unicentro y Centro Comercial Villacentro. Se recogió material fotográfico y audiovisual, y se realizó entrevista al pastor del Distrito Central, Pablo Chaparro, y al presidente de la Asociación Llanos Orientales, Abraham Cuevas. Se editó y publicó en Flickr, canal de YouTube y perfil de Facebook:

- 20 fotos.
- 1 video (nota periodística).

### **Día de Impacto Distrito Shaddai (25/04/2015)**

Se realizó cubrimiento en horas de la tarde desde el Parque Los Libertadores donde se reunieron grupos juveniles de la Iglesia Adventista en Villavicencio. Se recogió material fotográfico y audiovisual de las marchas de presentación del grupo de Conquistadores Orión y de la entrega del libro oficial “Salud y Esperanza”. De igual forma se realizó entrevistas a los jóvenes participantes con referencia a la actividad, al libro y a la obra misionera que se estaba realizando. Se editó y publicó en Flickr, canal de YouTube y perfil de Facebook:

- 15 fotos.
- 1 video (nota periodística).

### **Día de Impacto Distrito de Bethel Porfía (29/04/2015)**

Se hizo contacto con el Pastor de Distrito, Darwin González, donde se obtuvo material fotográfico de la actividad realizada en el Centro Comercial Viva. Se publicó en Flickr y se compartió en perfil de Facebook:

- 10 fotos.

### **Día de Impacto Acacías (29/04/2015)**

Se hizo contacto con el Pastor de Acacias, Henry Calderón, donde se obtuvo material fotográfico de la actividad realizada en el Coliseo Las Ferias. Se publicó en Flickr y se compartió en perfil de Facebook:

- 12 fotos.

#### **Día de impacto Guamal (29/04/2015)**

Se hizo contacto con el Pastor de Acacias, Henry Calderón, donde se obtuvo material fotográfico de la actividad en Guamal. Se publicó en Flickr y se compartió en perfil de Facebook:

- 13 fotos.

#### **Quiero Vivir Sano – Vereda QuebradaHonda (03/05/2015)**

Se realizó cubrimiento desde las horas de la mañana en las inmediaciones de la Vereda QuebradaHonda (antigua vía al aeropuerto), donde se encuestó a la comunidad sobre la afectación que el Chikungunya había tenido sobre la comunidad e informando sobre el procedimiento a seguir al momento de padecerlo. De igual forma se recogió material fotográfico de la actividad y la Iglesia de Sinaí realizó fumigación en la zona donde se dio el permiso para fumigar. Se publicó en Flickr y perfil de Facebook:

- 16 fotos.

#### **Quiero Vivir Sano Yopal (04/05/2015)**

El encargado del área de comunicación de la Asociación me hizo entrega del material fotográfico de la actividad realizada en la semana de Campaña realizada en San José del Guaviare, dividiendo las actividades en: Centro Cultural, Coliseo La Esperanza y Tribu Hyuk. Se publicó en Flickr y perfil de Facebook:

- 43 fotos (3 álbumes)

### **Congreso de Mayordomía (04/05/2015)**

El encargado del área de comunicación de la Asociación me hizo entrega del material audiovisual de la actividad realizada. Se publicó en Flickr:

- 15 fotos.

### **Congreso de Maestros (05/05/2015)**

El encargado del área de comunicación de la Asociación me hizo entrega del material audiovisual de la actividad realizada. Se publicó en Flickr:

- 45 fotos.

### **Gran Impacto en Granada (31/05/2015)**

Se realizó cubrimiento en el municipio de Granada, Meta, del Gran Día de Impacto, desde las 8 de la mañana en un Polideportivo del municipio se hizo una disertación a los hermanos y una presentación del libro “Salud y Esperanza”, seguidamente se realizó una marcha de testimonio por

las principales calles del municipio terminando en un Exposalud en el Parque Centra. Se recogió material fotográfico y audiovisual, y se realizó entrevistas a la comunidad interna y externa de la Iglesia Adventista, a los exponentes de los stands, al Pastor de Departamental Oscar González y al Pastor de Distrito Carlos Moreno. Se editó y publicó en Flickr, canal de Youtube y perfil de Facebook:

- 58 fotos (3 álbumes).
- 2 videos (notas periodísticas).

#### **40 días de oración (04 de Julio – 12 de Agosto de 2015)**

Se realizó la publicación diaria de la meditación matinal de los 40 días de oración.

#### **Publicación regular (05 de Diciembre de 2014 – 15 de Agosto de 2015)**

Se realizaron publicaciones de meditaciones, información, enlace de videos, álbumes e información referente al área que cubre la Asociación Llanos Orientales. Estas publicaciones eran realizadas principalmente en el perfil de Facebook.

**Peticiones de inscripción a boletín y solicitudes de oración (05 de Diciembre 2014 – 15 de Agosto de 2015)**

Se realizó informe mensual de las peticiones a boletín y de las solicitudes de oración que llegaban al correo referenciado en la App de celular. De igual forma se realizó base de datos de los correos que se inscribieron.

**Anexo 2: Estrategia de Comunicación para la Iglesia Adventista en Villavicencio****ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA IGLESIA ADVENTISTA DEL  
SÉPTIMO DÍA EN VILLAVICENCIO**

La presente estrategia se crea con el fin de mejorar los procesos comunicativos y comunicacionales dentro de la Asociación de Llanos Orientales enfocado a las iglesias ubicadas dentro del municipio de Villavicencio, basándose en la Misión y Visión que representa la Iglesia Adventista del Séptimo Día, a través de propuestas en medios virtuales para llevarlas a cabo.

**OBJETIVOS****Objetivo General**

Implementar el uso de herramientas en espacios virtuales para la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Villavicencio con el fin de posicionar la identidad y el mensaje adventista.

**Objetivo Específico**

- Identificar cuáles son los entornos virtuales que comprende la Iglesia Adventista.
- Analizar el conocimiento e implementación de las tecnologías de la comunicación dentro de la Iglesia Adventista en Villavicencio.
- Administrar las redes sociales que mayor participación tienen por parte de la comunidad interna y externa de la Iglesia Adventista en Villavicencio.

- Proponer alternativas de comunicación virtual que puedan ser implementadas en las Iglesias Adventistas en Villavicencio.

## **PÚBLICOS**

### **Ámbito Interno.**

- Directivos.
- Asociación Llanos Orientales.
- IADPA (Inter-American Division Publishing Association)
- Ministerios de la Iglesia Adventista del Séptimo Día.
- Grupos sociales.
- Miembros de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Villavicencio.

### **Ámbito Externo**

- Medios de comunicación.
- Estado.
- Pobladores de Villavicencio.
- Grupos de interés.

### **Ámbito Comercial**

- Consumidores.
- Otras iglesias.

## MENSAJE

### **Misión**

Glorificar a Dios y bajo la influencia del Espíritu Santo, guiar a cada creyente a una experiencia de relación personal y transformadora con Cristo, que lo capacite como discípulo para compartir el Evangelio Eterno con toda persona.

### **Visión**

Cada miembro del cuerpo de Cristo preparado para el reino de Dios

### **Valores Corporativos**

**Amor y servicio** en el cumplimiento de la misión.

**Obediencia** a la Palabra de Dios como el primer punto de referencia en la orientación y cualidades de la vida.

**Excelencia** en todo lo que hacemos.

**Coherencia** en todo tiempo y en todas las relaciones.

**Integridad** como fundamento de nuestras acciones.

**Lealtad** a Dios y a la Iglesia que deposita su confianza en nosotros.

**Respeto** a las personas como hijos de Dios y, por lo tanto, como hermanos y hermanas de una misma familia.

**Tolerancia** ante las diferencias.

**Compromiso** de ser fieles a Dios en todo tiempo y lugar, y en cada circunstancia.

### **MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Se manejará como principal medio de difusión la conectividad a través de internet y el uso de herramientas virtuales para el desarrollo de la estrategia comunicativo, y como medio para alcanzar los objetivos propuestos.

## TIEMPO

Para la realización de la Práctica Profesional se propone un calendario de 8 meses, manejadas según el siguiente Plan de Acción:

**Tabla 6 = Plan de Acción de la estrategia de comunicación**

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades	Recursos
Implementar estrategias comunicativas en medios virtuales para Iglesia Adventista en Villavicencio a través de la Oficina de Medios, con el fin de aumentar la difusión y	1. Hacer un diagnóstico del conocimiento e implementación de las tecnologías por parte de los miembros de la Iglesia Adventista en Villavicencio.	Crear estrategias que vayan acorde a al uso y presencia dentro de la Iglesia Adventista y sus miembros.	Computador, papel, fotocopidora.
	2. Identificar cuáles son los entornos virtuales que comprende la Iglesia Adventista	Realizar un estudio de medios y de reputación de las páginas concernientes a la Iglesia Adventista en el contexto del municipio de Villavicencio.	Computadores, red de internet, comunicador social, miembros de la iglesia.

la identidad del mensaje adventista.		Realizar encuentros de capacitación en participación y creación de entornos virtuales	
Implementar estrategias comunicativas en medios virtuales para Iglesia Adventista en Villavicencio a través de la Oficina de Medios, con el fin de aumentar la difusión y la identidad del mensaje adventista.	3. Crear espacios virtuales que brinden la oportunidad de acceso y apropiación por parte de los miembros de la Iglesia Adventista en Villavicencio.	Crear una estrategia de redes sociales que consolide la identidad de la Iglesia Adventista en Villavicencio y la interacción entre sus miembros.	Computadores, red de internet, comunicador social, miembros de la iglesia.
		Implementar espacios en entornos virtuales para la comunidad adventista que represente y centralice la doctrina y actividades de la iglesia en Villavicencio.	
	4. Proponer estrategias de comunicación virtual que sean implementados en las Iglesias Adventistas de Villavicencio con el fin de facilitar la	Capacitar a miembros interesados en el uso, apropiación y planteamiento de TIC en los entornos virtuales creados para	

	comunicación entre sus miembros.	la Iglesia Adventista en Villavicencio.	
		Proponer unas recomendaciones para el mejoramiento del manejo de la Oficina de Medios enfocado hacia los espacios virtuales.	

**Tabla 7 = Presupuesto de la estrategia**

<b>GASTOS</b>	<b>COSTO</b>
Fotocopias	\$70.000
Transportes	\$150.000
Tecnología	\$350.000
Alquiler de equipos de grabación	\$800.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$1'370.000</b>

Los costos de tecnología referidos en el cuadro de **Costos** hacen referencia al arrendamiento de una conexión a internet durante el tiempo que dure la aplicación de la estrategia de comunicación.

En base a la inversión inicial requerida dentro de la Asociación para implementos de oficina (mesa, computador, conexión a internet), se proponen unas funciones y una rendición de informes frente al desarrollo de la estrategia de comunicación, por lo cual no se realizará una asistencia diaria, sino

un cubrimiento de eventos y una administración de las redes sociales de la Iglesia Adventista creadas a través de la Asociación Llanos Orientales.

### **EXPECTATIVAS**

- Formar personas capacitadas en el uso y apropiación de los entornos virtuales.
- Fomentar la participación de los miembros de la Iglesia Adventista de Villavicencio en diferentes entornos virtuales.
- Organizar las diferentes participaciones en entornos virtuales, enlazarlas y centralizar las identidades para crear un punto de encuentro y debate.
- Formar líderes en ámbitos comunicacionales que guíen el proceso después de la terminación del proyecto.
- Haber forjado presencia en distintas herramientas TIC por parte de la Iglesia Adventista en Villavicencio.
- Enlazar los proyectos de virtualización de la Iglesia Adventista con los planes de reducción de la brecha digital llevados a cabo por la Alcaldía de Villavicencio.

### **PROYECCIÓN**

Implementación de una Oficina de Comunicaciones y Medios que dirija los procesos y medios virtuales de la Iglesia Adventista en Villavicencio.

**Anexo 3. Resumen analítico especializado (RAE)**

## RESUMEN ANALÍTICO ESPECIALIZADO (RAE)

<b>1. Información General</b>	
<b>Tipo de documento</b>	Tesis de Grado
<b>Acceso al documento</b>	Corporación Universitaria Minuto de Dios. Biblioteca de Proyectos.
<b>Título del documento</b>	Implementación de estrategias en medios virtuales para la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Villavicencio.
<b>Autor</b>	Daniel Fernando González Moreno
<b>Unidad Patrocinante</b>	Asociación Llanos Orientales de la Iglesia Adventista del Séptimo Día
<b>Palabras claves</b>	Comunicación, entornos virtuales, mensaje, difusión.

<b>2. Descripción</b>
<p>Este trabajo de grado busca proponer e implementar estrategias en medios virtuales para la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Villavicencio, acordes a las necesidades de difusión de mensajes e imagen corporativa que esta maneja.</p> <p>Se plantea el estudio desde los conceptos básicos de comunidad y sociedad, comunidades virtuales e inclusión de iglesias dentro de estas comunidades virtuales, haciendo una relación de estos temas con el desarrollo que han tenido la Iglesia Adventista en la aplicación de estrategias de comunicación y organización como comunidad.</p> <p>Es por esto que se plantea el uso de estrategias en medios virtuales en busca de mejorar la identidad de la iglesia en estos entornos y la difusión del mensaje entre la iglesia y sus miembros, los miembros entre si y, la iglesia y la población de Villavicencio.</p>

<b>3. Fuentes</b>

- Álvaro, D. (2010). Los conceptos de “comunidad” y “sociedad” de Ferdinand Tonnies. *Papeles del CEIC, volumen (52)*, 16,20.
- Beltrán, W. M. (2008). *Aproximación histórico-interpretativa al proceso de diversificación religiosa en Colombia*. En Grupo Interdisciplinar de Estudios de Religión, Sociedad y Política – GIERSP (Ed.). *Mirada pluridisciplinar al hecho religioso en Colombia* (pp. 153-192). Bogotá: Editorial Bonaventuriana.
- Cervera, F. (2004). *Comunicación total*. España: Ed. ESIC.
- López, D. G. (2008). *El carácter ontológico de las afirmaciones de fe como problema para el diálogo interreligioso*. En Grupo Interdisciplinar de Estudios de Religión, Sociedad y Política – GIERSP (Ed.). *Mirada pluridisciplinar al hecho religioso en Colombia* (pp. 45-52). Bogotá: Editorial Bonaventuriana.
- Pirazan, A. (1995). *La Iglesia Adventista en Colombia. ¡Nuestro sueño se ha hecho realidad!* Colombia: Iglesia Adventista del Séptimo Día.
- Rheinhold, H. (1996) *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- Rodríguez, P. A. (2012). Límites y posibilidades de las TIC en la inclusión social. En R. Orduz (Ed.), *Inclusión Social: una apuesta por la diversidad*. (pp. 39-47). Bogotá: Corporación Colombia Digital.

#### 4. Contenido

##### **Comunidad y sociedad**

Presenta las características que diferencia las organizaciones sociales frente a su objetivo y sus comportamientos, dando a conocer a la Iglesia Adventista desde sus comienzos como una comunidad que interactúa, comparte y crece sin dejar a un lado sus creencias y doctrinas a

pesar de los cambios en sociales que se presenten en las sociedades que componen una región, país, continente o el globo.

### **Comunidad virtual**

Al entender el concepto de comunidad a través del estudio de Tonnies, las comunidades virtuales se presentan como objetivo a lograr dentro del desarrollo de este proyecto de grado, puesto que se busca entender los componentes necesarias para organizar e identificar una comunidad virtual dentro de un mar de información digital al que están expuestos hoy los consumidores de información. Es así como a través de las experiencias de Rheinhold, se muestra una posible línea de desarrollo para la creación de una comunidad adventista en Villavicencio.

### **Sociología de las religiones en Latinoamérica y Colombia**

El entendimiento sobre los conceptos de religión como punto de encuentro de creencias y comportamientos se muestra como punto de partida para comprender como las religiones se han ido desarrollando dentro del territorio nacional y aledaños, con el propósito de alentar la idea de un ente superior (Dios), y con unos objetivos acordes a exaltar esta creencia. Este comportamiento en el caso de la Iglesia Adventista, nacida del protestantismo, lleva 95 años con una presencia formal como Misión dentro de Colombia.

### **Inclusión social colombiana en entornos virtuales**

La inclusión de la población colombiana, y la de la comunidad adventista como parte de ésta, propone una oportunidad para que las personas conozcan y sean partícipes a través de

entornos virtuales, y observen las evidencias referentes a la realización de actividades y programas por parte de la Iglesia Adventista, en este caso específico, en Villavicencio.

### **Iglesias en entornos virtuales**

Como referente preciso en el desarrollo de estrategias en medios virtuales con una connotación religiosa, se presenta la Iglesia Católica en la cual a mediados de 1950 se presenta una necesidad imperante de hacer uso de los medios de comunicación disponibles para dar a conocer sus creencias. La Iglesia Adventista en el ámbito comunicativo está compuesta por canales de televisión, emisoras e impresos de una forma organizada, a diferencia de estos medios, los entornos virtuales, en casos locales o regionales, no compone un orden visible como en el caso de Villavicencio, en donde no se muestra una identidad que pueda llamarse representante o punto de encuentro de la comunidad adventista en estos entornos.

### **La Iglesia Adventista y su imagen corporativa**

Se presenta la Iglesia Adventista como organización formal y legal, desde una perspectiva de empresa y como tal su desarrollo corporativo, su imagen corporativa y los parámetros de esta en su desarrollo comunicativo.

## **5. Metodología**

La presente investigación tiene un enfoque descriptivo del proceso de implementación de estrategias en entornos virtuales de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, con un método inicialmente inductivo, puesto que parte de las reflexiones del investigador y llega al tema de

investigación, y finalmente, un método de análisis y síntesis, en el momento de entrar a desglosar la información recolectada a través de la observación participante.

La población comprende la comunidad adventista en la ciudad de Villavicencio, y la muestra es no probabilística, pues consta de las personas que interactúan con los entornos virtuales implementados para la Iglesia Adventista.

Las técnicas de recolección de datos fueron el diario de campo, donde se presentan las actividades y experiencias en el desarrollo de la investigación y el análisis estadístico sobre los resultados parciales y finales de la implementación de las estrategias de comunicación.

## **6. Conclusiones**

- El proceso comunicativo de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Villavicencio maneja un mensaje que es aceptado y despierta interés en los receptores, puesto que a través de las redes sociales se presentó un aumento en la población e interacciones.
- El manejo continuo de las redes sociales presentan la oportunidad de aumentar la influencia en Villavicencio frente a las políticas de inclusión social que se proponen para Colombia.
- El análisis de herramientas virtuales debe realizarse crítica y constructivamente, puesto que la población virtual que manejan las redes sociales de la Iglesia no representa una gran cantidad en relación con la población de Villavicencio.
- Se recomienda un responsable de comunicaciones para que prosiga con el proceso de recolección de información y evidencias de las actividades de las Iglesias en Villavicencio.

<b>Elaborado por</b>	Daniel Fernando González Moreno
<b>Revisado por</b>	Juan Sebastián Ramírez

<b>Fecha de elaboración del resumen</b>	19	04	2016
---	----	----	------