
Proceso Hechos 2

Sesión del pastor y su cónyuge

Comunicación intencional

Introducción

«Y el Señor me respondió: “Escribe la visión y grábala claramente en las tablillas, para que se lea de corrido”». (Habacuc 2:2, NVI)

«...el Padre que me envió me ordenó qué decir y cómo decirlo». (Juan 12:49, NVI)

«Y si la trompeta no da un toque claro, ¿quién se va a preparar para la batalla?» (1 Corintios 14:8, NVI)

«Cuando estoy con los que son débiles, me hago débil con ellos, porque deseo llevar a los débiles a Cristo. Sí, con todos trato de encontrar algo que tengamos en común, y hago todo lo posible para salvar a algunos. Hago lo que sea para difundir la Buena Noticia y participar de sus bendiciones». (1 Corintios 9:22, 23, NTV)

Si bien los contextos de los versículos anteriores difieren considerablemente entre sí, estos pasajes comparten un tema central: *la comunicación clara es esencial*. En la vida de la iglesia local, puede que no haya ámbito en el que la comunicación clara sea más crítica que cuando dirigimos el cambio. Después de todo, la gente no necesita mucha información para continuar con sus patrones actuales, pero cualquier movimiento en una nueva dirección requerirá una dirección clara, una motivación fresca y precisa, y nuevos procesos de evaluación.

En esta sesión, descubriremos ideas para comunicar eficazmente su plan estratégico recién desarrollado y estudiaremos formas de ayudarle a usted y a su equipo a ser aún mejores comunicadores de todos los mensajes importantes que tiene que compartir.

Los mejores planes mal comunicados nunca alcanzarán todo su potencial.

Comunicación intencional

Desde el momento en que la gente entra en el campus de su iglesia local, está recibiendo comunicación de la iglesia, ya sea positiva o negativa. De hecho, es probable que esa comunicación haya comenzado incluso antes, ya que algún mensaje (invitación, evento) procedente de algún lugar (amigo, sitio web) es probablemente el motivo de su visita. Por supuesto, en toda nuestra comunicación, queremos estar seguros de que el mensaje que reciben es el que realmente queremos comunicar.

Comunicación involuntaria

Antes de explorar cómo ser más intencional en nuestra comunicación, consideremos lo que podríamos estar comunicando involuntariamente. Vea abajo algunos ejemplos de comunicación involuntaria (e inapropiada):

COMMUNICACIÓN INVOLUNTARIA	EJEMPLO	LO QUE DICE
Instalaciones o jardines de la iglesia en mal estado	Malezas crecidas Daños no reparados	«No nos importan nuestras instalaciones». «Nuestra iglesia no es una prioridad para nosotros».
Señalización inadecuada	Punto de entrada sin marcas o señales claras	«No sabíamos que ibas a venir». «No planeamos que nuevas personas estuvieran aquí».
Ausencia de una cultura de bienvenida	Los asistentes regulares solo interactúan con otros asistentes regulares	«Solo nos importan los que ya estamos aquí». «No trabajamos aquí y no sentimos la responsabilidad de hacerte sentir como en casa».
Comunicación inadecuada con la atmósfera previa al servicio	El santuario es usado como sala de ensayo de conciertos	«No nos preparamos bien».
Discurso dirigido hacia los que ya están dentro	Clichés cristianos comunes Acrónimos para dar referencias a los ministerios o salas en la iglesia	«Solo nos enfocamos en aquellos que asisten regularmente. Tendrás que averiguar por tu cuenta a qué nos referimos».

La mayoría de nosotros insistiríamos en que este tipo de errores no significan que el mensaje sugerido sea verdadero de manera automática. Después de todo, el que corta el césped del patio estaba enfermo esta semana o había un tipo nuevo en la cabina de sonido que eligió la lista de reproducción incorrecta para la música previa al servicio. Aún así, debemos darnos cuenta de que las personas, especialmente nuestros visitantes, no tienen acceso al por qué de estos errores. El mensaje que se comunica es el que llena sus pensamientos, no los nuestros.

Un ejercicio útil sería realizar un *inventario con ojos frescos* de los mensajes que su iglesia local pueda estar enviando. Mire la experiencia del domingo por la mañana a través de los ojos de los nuevos, especialmente alguien que tiene poca o ninguna experiencia en la iglesia, y pregúntese: «¿Qué podríamos estar comunicando sin querer?»

Cuatro pasos clave hacia la comunicación intencional

La enorme cantidad de mensajes potenciales que podemos comunicar (verdad bíblica, anuncio de eventos ministeriales, horas de oficina, visión y valores, inscripciones para la próxima cena, etc.) no son preparados de la misma manera. Algunos de nuestros mensajes alteran la vida, e incluso la eternidad, mientras que otros serán obsoletos antes del próximo domingo. Pero todas nuestras comunicaciones requieren nuestra atención a cuatro pasos clave, si queremos comunicar nuestros mensajes de manera eficaz.

I. Captar la atención

Antes de que la gente escuche lo que tenemos que decir, necesitan ver que estamos hablando. Algo debe captar su atención antes de que se pueda recibir cualquier mensaje. En un sermón, esto podría ser una declaración de apertura o ilustración que capte la atención. En un escrito, podríamos llamarlo «el gancho» que atrae al lector al resto del contenido. Para un anuncio en una diapositiva, tal vez una fotografía convincente o en un póster, este podría ser un gráfico llamativo. De alguna manera, en toda comunicación, primero debemos captar la atención de aquellos con quienes deseamos compartir un mensaje.

La gente está inundada con cientos, incluso miles de mensajes todos los días. Simplemente no es posible prestarles atención a todos, por eso los que llegan a comunicarse son los que ciertamente captan la atención.

II. Enfoque claro y particular

La comunicación intencional siempre presta mucha atención al mensaje específico que se comunicará. ¿Qué queremos decir?

En la mayoría de los casos, es mejor «reducir» el mensaje propuesto a una sola oración para que podamos estar seguros de que nuestros esfuerzos comunicativos cumplen el propósito. La idea principal debe ser la primera parte de nuestra comunicación, y la más clara.

¡No encubra el punto principal! Algunas personas agregan párrafos (ya sea verbales o escritos) antes de llegar al punto. Tales comunicaciones son ineficaces en el mejor de los casos y pueden perder el objetivo por completo. Guíe con su idea principal y asegúrese de que todo lo demás que comunique refuerce ese único punto.

Cuando nos proponemos entregar un enfoque claro y singular, debemos decidir cuáles serán las piezas de información más importantes para obtener la respuesta que deseamos. Y para hacer eso, debemos ver nuestra comunicación a través de los ojos de aquel con quien queremos comunicarnos. ¿Alguna vez ha visto un cartel de un evento donde se omitió la hora de inicio o no se anunció la ubicación? Tales errores de comunicación ocurren porque alguien no vio ese cartel a través de los ojos del que necesita dicha información.

III. Motivación

Para que la comunicación mueva a alguien a la acción, a menudo el «por qué» debe ser claro. Muchas de nuestras comunicaciones de la iglesia local son invitaciones a participar en actividades significativas o actos de servicio. Tenga en cuenta que el «por qué» es tan esencial como el «dónde» y el «cuándo». Las mejores comunicaciones conectarán los puntos entre tales invitaciones y los valores que nos impulsan como iglesia local.

Una vez más, hay muchas oportunidades compitiendo por el tiempo y las energías limitadas de nuestra gente. Antes de que ellos tomen la acción que usted desea, necesitarán saber por qué tales esfuerzos son mucho mejores que las otras oportunidades que piden su participación. *El por qué es importante*. Por lo tanto, ese anuncio del campamento para niños debe proporcionar más que solo las fechas, la hora de salida y el costo. Tal vez una foto de niños participando en actividades divertidas o adorando juntos pueda ayudar a transmitir algo del «por qué». No importa cuál sea el mensaje, una vez que haya captado la atención de la gente y haya proporcionado información clave, debe ayudarlos a encontrar las razones que les impulsarán a actuar sobre esa información.

IV. Acción deseada

Finalmente, cada comunicación eficaz me llevará al «siguiente paso». ¿Qué debo hacer? Los buenos comunicadores nunca suponen que las personas sabrán qué hacer con la información que reciben, sin importar cuán motivadas puedan estar. En cambio, ellos recrean imágenes claras de la(s) respuesta(s) en acción.

Ya sea que va predicar sobre el perdón o anunciar el viaje para adultos mayores de este fin de semana, debe comunicar el «siguiente paso». En la comunicación, recuerde que el «siguiente paso» suele ser el «primer paso» de alguien en la dirección deseada, y los primeros pasos son a menudo los más inciertos. Pero la motivación eficaz (# 3 arriba) acompañada de una imagen clara de la acción deseada producirán la respuesta que originalmente se propuso lograr.

Para comunicarse de manera eficaz, debe captar la atención, proporcionar un enfoque claro a su comunicación, motivar adecuadamente y comunicar la acción deseada. Cuando cada una de estas cuatro partes de la comunicación eficaz está en su lugar, le ha dado a su gente todas las oportunidades para el éxito.

Comunicación intencional para liderar el cambio

Como dijimos anteriormente, la comunicación eficaz e intencional en un proceso de cambio es absolutamente esencial, y hay muchos factores a considerar.

Las tres audiencias para la comunicación del cambio

Si bien hay muchas maneras de ver los tipos de personas en su iglesia local, cuando se trata de comunicar el cambio, verlas en uno de estos tres grupos puede ser muy útil.

- **Personas consumidoras** (aquellas que se centran principalmente en sus propias necesidades)

Hoy en día, muchos de nosotros podemos tener una reacción instintiva a la etiqueta «consumidor». Después de todo, los consumidores se centran en lo que quieren y «buscan» hasta que lo encuentran. Los consumidores en la iglesia no son una idea atractiva.

Pero tenga en cuenta que todos nosotros vinimos a Jesús inicialmente debido a nuestra propia necesidad. Al igual que las multitudes según los Evangelios, vinimos con nuestras heridas, nuestro quebrantamiento, nuestras necesidades de sanidad y esperanza, y encontramos lo que anhelábamos en Jesús y su comunidad de adoradores. Ser un «consumidor» fue incluso el punto de partida para los doce discípulos originales y todos los que más tarde llevarían el título de «apóstol» y se sacrificarían por el mensaje que anunciaban.

La iglesia local en su mejor momento se preocupa por las necesidades de las personas, tanto dentro de sus muros como en toda su comunidad. Entonces, ser un «consumidor» es un punto de partida en el camino a convertirse en un discípulo y ese es el nivel en el que muchas personas actualmente participan en nuestra iglesia local.

Si sus conversaciones con las personas se enfocan mucho en cómo se sienten o lo que están ganando o cómo podemos atender sus necesidades, es probable que los haya identificado como personas consumidoras, actualmente.

En verdad, alrededor de dos tercios de su congregación participa en su iglesia local como consumidores, y depende del tercio restante ministrar a sus necesidades.

- **Personas que ministran** (aquellas que nos ayudan a ministrar a las necesidades de la gente)

Felizmente, a lo largo del camino, algunos de nuestros consumidores han reconocido las necesidades de los demás y han dado un paso adelante para ayudarnos a atender esas necesidades. Estas «personas que ministran» sirven en una variedad de maneras, desde servir en los ministerios de nuestros hijos hasta dirigir un grupo pequeño, cuidar nuestras instalaciones o servir en el equipo de adoración.

Si bien estos todavía tienen sus propias necesidades, su participación en la iglesia local ha cambiado más a cómo ahora ellas contribuyen a los esfuerzos de nuestra iglesia. Como ese día en que los discípulos se preguntaron cómo podrían alimentar a la multitud hambrienta, estos amigos son conscientes de algo más que su propia hambre, y están listos para ayudarnos a distribuir cualquiera de los panes y peces que tengamos.

Mover a los consumidores a esta siguiente etapa es una parte importante de la formación del discipulado. Como sabemos, el reino de Cristo nos llama a atender las necesidades de los demás, por lo que el paso al servicio en el ministerio es importante para cada persona.

En la mayoría de las congregaciones, independientemente de su tamaño, alrededor de un tercio de la congregación puede ser identificada como personas en el ministerio.

Una nota importante: La proporción de personas consumidoras a personas en el ministerio (2:1) no es probable que cambie mucho, independientemente de la eficacia de nuestros esfuerzos para hacer discípulos. Aunque ciertamente queremos guiar a cada consumidor a la participación en el ministerio, la verdad es que cuantas más personas en el ministerio tengamos, más personas consumidoras podremos ministrar. Entonces, a medida que este segundo grupo crece, el primer grupo también crece. En pocas palabras, cuantas más personas en el ministerio tengamos, más personas consumidoras atraeremos a nuestra comunidad de adoración.

- **Personas con enfoque misionero** (aquellas que encuentran su propósito en el reino de Cristo)

Por supuesto, las matemáticas en sí mismas plantean preguntas sobre un tercer grupo de personas. Si dos tercios de nuestra congregación son personas consumidoras y un tercio son personas en el ministerio, todos estarían incluidos en estos dos grupos. Pero entre nuestras personas ministros, hay otro grupo que ha dado un paso aún más profundo y tiene verdaderamente un enfoque misionero en sus esfuerzos por la causa de Cristo.

Estas personas han encontrado su propio sentido de propósito y compromiso en sus esfuerzos en el ministerio. Usan las habilidades y dones que Dios les ha dado para guiar a otros y modelan el corazón de Cristo junto a su pastor. Como las describió un pastor, estas personas «entienden».

El pastor puede hablar desde lo profundo de su corazón con estos amigos. Ellos están comprometidos con la misión de Cristo y con la eficacia continua de su congregación local.

En algún momento de su proceso de seguir a Jesús, los doce se convirtieron en misioneros. Fueron más allá de organizar la fila de aquellos que necesitaban ser sanados por Jesús y comenzaron a ver su asignación personal como una parte de la obra de Jesús. Puede que no sea posible identificar exactamente cuándo sucedió eso, pero está claro que tal cambio ocurrió en cada uno de ellos. De la misma manera, a medida que incluimos a las personas consumidoras y las guiamos a los esfuerzos del ministerio, su fidelidad y compromiso algún día traerán un cambio similar a medida que ellos también comiencen a «captar la misión» de Cristo.

En verdad, convertirse en misionero es algo que ocurre cuando el Espíritu Santo obra en la vida de un creyente. Como líderes, no podemos lograr que eso suceda. Simplemente podemos proporcionar oportunidades en el ministerio donde las personas puedan servir a la misión de Cristo y confiar en que el Espíritu Santo guiará a estos siervos conforme a Su tiempo y forma. Sin embargo, podemos notar uno o más de los siguientes indicadores de un discípulo con enfoque misionero:

- Las personas con enfoque misionero están motivadas por el _____ a Cristo y por aquellos a quienes Él ha llamado a servir.
- Las personas con enfoque misionero han encontrado un sentido de _____, incluso de llamado, en sus esfuerzos en el ministerio.
- Las personas con enfoque misionero son más que ayudantes en el ministerio. Ellas _____ a otros a dar lo mejor de sí mismos en el servicio a Cristo.
- Las personas con enfoque misionero ven las necesidades y usan _____ recursos antes de poner sus expectativas en los demás.
- Las personas con enfoque misionero reflejan el _____ de Cristo y actúan en el poder del Espíritu Santo.
- Las personas con enfoque misionero buscan a Cristo en su vida diaria por _____ propia.
- Las personas con enfoque misionero buscan _____ y _____ en lugar de preferencia y control.
- Las personas con enfoque misionero defenderán a Cristo incluso cuando estén _____.

Entonces, ahora que entendemos estos tres grupos, vamos a considerar cómo usar esta información para comunicar el cambio.

Grupo	Porcentaje de la congregación	Orden de comunicación	Contexto
Consumidor	Dos tercios	Último	Para lanzamiento el domingo
Ministerio	Un tercio	Segundo	En una reunión de equipo
Enfoque misionero	Un segmento dentro del grupo de ministerio	Primero, mucho antes de lanzar nuevas iniciativas	A nivel personal con un café

Al comunicar cualquier cambio significativo en los esfuerzos en el ministerio de nuestra iglesia, como nuestra nueva visión, valores y plan estratégico, estos tres grupos presentan tres pasos distintos en esa comunicación. En verdad, cualquier cambio importante se beneficiará de este enfoque de la comunicación.

Primero, debemos comunicar la nueva dirección a las personas con enfoque misionero. Estos amigos llevan el corazón de Cristo con nosotros dentro de nuestra iglesia local. Es probable que algunos de ellos hayan sido parte de nuestra oración y planificación para esta nueva dirección, pero cualquiera que no haya participado necesita ser guiado a la nueva dirección que estamos tomando. Por lo general, estas conversaciones deben ser a nivel

personal, mientras tomamos juntos un café y describimos cómo Dios nos está dirigiendo. Queremos y necesitamos el aporte que las personas con enfoque misionero pueden proporcionar y necesitamos absolutamente su apoyo a medida que avanzamos.

Segundo, comunicar la nueva dirección a las personas en el ministerio. Esto se puede hacer en grupos más grandes donde se reúnen con otros que también ayudan a nuestros esfuerzos en ministerio. Estos amigos desempeñarán una función importante para ayudarnos a implementar nuevos planes, por lo que queremos ayudarlos a comprender nuestra nueva dirección mucho antes de nuestro esfuerzo por implementar nuestros planes. Por lo tanto, esto podría ocurrir en reuniones de equipo o en una reunión más grande de todo nuestro equipo ministerial.

Por último, comunicamos la nueva dirección a las personas consumidoras, por lo general, esto puede tomar la forma de un Domingo de Visión o algún tipo de contexto de anuncio especial.

Cuando usted toma este enfoque, ya habrá revelado la nueva dirección a un tercio de su congregación antes del «gran anuncio» a toda la congregación. Esto es muy importante para una comunicación clara. Recuerde que las personas consumidoras escucharán esta nueva información a través de un filtro de «cómo me afectará esto». Debido a que ya ha dado información clara a su gente con enfoque en las misiones y en el ministerio, estos amigos pueden ayudarlo a plantear las preguntas o incluso responder a las inquietudes expresadas por el grupo más grande.

Si espera y anuncia grandes cambios a todos a la vez, estará solo para responder a todas las incertidumbres y sus posibilidades de éxito disminuirán. Un cambio significativo debe ser una decisión de «nosotros» siempre que sea posible.

NOTA IMPORTANTE: Nunca trate a sus colaboradores en las misiones o en el ministerio como consumidores. Ellos son sus socios en el esfuerzo ministerial y necesitan ser tratados como tales. Si trata a estos amigos comprometidos como consumidores, con el tiempo es probable que algunos de ellos vuelvan a ese estado.



Los tres entornos de la comunicación

I. El púlpito

Muchos pastores hoy en día a menudo predicán varias series de mensajes durante todo el año, pero pocos han considerado cómo estas series podrían conectarse para fortalecer y apoyar la dirección de la iglesia. Aunque cada serie puede tener impacto por el momento, no hay una dirección a largo plazo establecida para la iglesia, no se presenta una visión constante y no hay un plan estratégico para que el liderazgo o la congregación lo sigan.

A continuación se proponen algunas observaciones para elaborar un ministerio estratégico del púlpito:

A. El púlpito debe _____ al proceso.

Nuestro púlpito debe estar conectado al proceso que estamos creando para la visión y los valores de la iglesia. Es el proceso de la marcha lo que da a las personas suficiente comprensión para que puedan dar pasos de crecimiento personal en el camino. En lugar de simplemente predicar un mensaje del «Estado de la Iglesia» el primer domingo de enero, deberíamos conectar nuestra visión dentro de nuestros mensajes durante todo el año.

Recuerde, ¡vamos a alguna parte! Estamos en camino de convertirnos en la iglesia de nuestra visión, y estamos desarrollando valores que nos ayudarán a convertirnos en las personas que necesitamos ser si queremos llegar allí. A través de series de sermones, y mediante inserciones regulares en todas nuestras oportunidades de comunicación, podemos ayudar a las personas a mantener el enfoque en el proceso que estamos desarrollando juntos.

B. Celebre las _____

Celebre las victorias de una persona, un ministerio, un grupo o una victoria de toda la iglesia. Conectar su mensaje para celebrar momentos puede renovar la energía que necesitará para seguir adelante. También da a la congregación un punto de conexión de que su labor hace una diferencia y el reconocimiento que usted les da les hace sentir bien.

Al ver que su visión y sus valores se practican entre su gente, celebre esos momentos. Cuando se haya cumplido una actividad que busca producir sus valores, celebre el momento en que sus valores fueron aplicados. Cuanto más celebre lo que su gente está haciendo, más probable es que continúen en tales esfuerzos.

Y, cuanto más celebramos las victorias, más fácil nos resultará llevar a la gente en el proceso. Puede tomar algún tiempo para que las personas respondan a tales celebraciones (especialmente si esto no ha estado ocurriendo), pero con el tiempo apreciarán sus declaraciones y apoyo. Un cumplido puede llevarle muy lejos. Una forma de mostrar valor a las personas es felicitarlas por sus actitudes y acciones. Celebrar las cosas pequeñas abrirá las puertas a las cosas grandes.

C. Transmite la _____ y haga énfasis en los _____

Durante los anuncios, los saludos de apertura, en los momentos de recolectar ofrendas, y dentro del mensaje: TRANSMITA LA VISIÓN. En lugar de simplemente anunciar actividades, comente cómo encajan en la visión para el futuro. No pierda el tiempo en la plataforma con detalles de anuncios de eventos. Concéntrese en los valores que informan *por qué* hacemos este evento. Los detalles se pueden incluir en herramientas de comunicación visuales e impresas, pero la pasión necesita una voz.

PREPARAR LAS SERIES DE PREDICACIÓN PARA EL LANZAMIENTO Y EL PROCESO

Antes del lanzamiento de la nueva dirección y después de haber anunciado su nuevo plan, considere cómo su predicación puede proporcionar una «plataforma que arde en llamas» para su proceso. Aquí hay algunas ideas de series de sermones que tal vez desee explorar:

- Serie de la Gran Comisión: las creencias de la Iglesia
- Serie Hechos 2: El mandamiento bíblico (esta serie debe incluir las cinco funciones de la iglesia, la llenura del poder del Espíritu Santo, el mandato pentecostal y al menos un mensaje sobre el Pentecostés de hoy)
- Serie sobre Efesios 4:16: El modelo bíblico para la iglesia, el sacerdocio de los creyentes, el servicio al Señor y a su iglesia, la redefinición del ministerio: *de pastores que simplemente están en el ministerio a pastores que forman a las personas para el servicio en el ministerio.*
- Serie de los grandes mandamientos: la conducta de la iglesia.
- No podemos quedarnos aquí: la necesidad de movernos de donde estamos a donde Dios nos está llamando.
- El proceso espiritual para conquistar el futuro: las aplicaciones que se pueden hacer a partir de la historia del viaje de Israel a la tierra prometida.

II. El equipo de líderes

Mientras el pastor se enfoca en la predicación para comunicar la visión, el equipo de liderazgo debe comenzar a revelar el plan del Equipo de Visión para que otros puedan ser parte del proceso. Cuantas más personas puedan ser incluidas en el proceso, más fuerte será nuestra energía y nuestros recursos para el camino por delante.

Recuerde mantener la visión y los valores fundamentales como parte de la estrategia sistemática de comunicación.

***Los líderes efectivos no se miden por cuánto saben,
sino por enfocarse de continuo en lo que es importante.***

Los líderes que avanzan juntos al mismo ritmo llegarán al mismo lugar al mismo tiempo. Como líderes, debemos ayudar a que esto suceda. Estamos llevando a nuestro equipo a un viaje que requerirá que cada uno de nosotros permanezca conectado entre sí. Esto asegurará que cada miembro individual del equipo sienta que es una parte valiosa del

equipo y que las personas en la iglesia y los visitantes vean los esfuerzos unidos del liderazgo.

A lo largo del proceso, hemos hecho hincapié en la importancia del liderazgo. Programe reuniones periódicas con el equipo de visión y su equipo de liderazgo. Asegúrese de que cada miembro del equipo de liderazgo mantenga el enfoque en nuestra visión y esté al tanto de los próximos pasos estratégicos por delante

III. La congregación

¡Imagine el día en que su declaración de visión y valores se integren en la congregación! Ese es el día en que comienza a escuchar su visión y el lenguaje de valores de boca de ellos y nota evidencias en la forma en que viven, tanto los domingos como a lo largo de las semanas. Llegar a un día así suele ser un proceso en sí mismo, pero cuando las personas saben a dónde vamos y por qué, y ahora están listas para dar lo mejor de sí mismas para seguir ese destino, podemos decir que un nuevo ciclo de vida puede haber nacido.

Cuando ministre a la congregación, asegúrese de mantener la dirección y el ritmo del cambio al alcance de los que están en los bancos. Cuando una familia de la iglesia se siente desconectada del liderazgo, pueden tender a resistirse cuando el problema es sencillamente la falta de información o una comprensión clara de cómo dar nuevos pasos.

La repetición y la redundancia serán sus amigos siempre que no haga que la información esencial sea aburrida y no específica. Programe servicios durante todo el año cuando el objetivo es mantener a todos enfocados. Para captar toda la esencia de la visión, las congregaciones necesitan paciencia, una explicación continua del plan y una solución viable para los conflictos y malos entendidos.

El valor de mantener informada a la congregación es que el liderazgo ve el progreso que se ha logrado, la congregación no siente que se sostienen reuniones privadas, y los líderes pueden incluir a las personas en cada paso mientras demuestran su completa dependencia del Espíritu Santo.

A lo largo del proceso, la congregación necesita saber cómo mantenerse conectada a dónde va la iglesia, y volver a conectarse si en el camino se han desconectado por un tiempo. Utilice todos los recursos de comunicación disponibles para mantener a las personas enfocadas en el proceso juntas.

Gestión de la comunicación del cambio

A medida que se desarrolla su comunicación del cambio, puede encontrar momentos en los que sea necesario hacer hincapié en determinados aspectos de su plan. Dado que un cambio significativo abarca tantas partes de comunicación diferentes, en ocasiones su equipo o aquellos a los que usted dirige pueden mostrar incertidumbre o confusión con ciertas partes.

El siguiente cuadro puede servir de guía para identificar el área o áreas de énfasis necesarias, dependiendo de dónde parezca expresarse la incertidumbre o confusión.

Utilizando el siguiente gráfico, podemos ver que si todos los elementos se están comunicando eficazmente (Columna 1), lo más probable es que el resultado sea un «Cambio exitoso». Sin embargo, si actualmente estamos experimentando un resultado

diferente (Columna 7), podemos utilizar este cuadro para determinar qué área(s) necesita(n) un mayor énfasis.

Por ejemplo, si estamos experimentando «Confusión» o incluso «Caos», esto indicaría la necesidad de enfatizar la «Visión», ya que es la pieza que más falta. Si, por el contrario, nos encontramos con «Conflicto» o «Apatía» entre nuestro equipo o congregación, es probable que debamos hacer más hincapié en nuestros «Valores».

Cada fila del siguiente gráfico indica qué elemento debe enfatizarse, dependiendo del resultado que estamos experimentando actualmente (Columna 7). Es probable que encuentre que esta tabla es útil a lo largo de todo su proceso de implementación de cambios significativos.

1	2	3	4	5	6	7
Visión	Valores	Comunicación	Habilidades	Recursos	Plan de acción	Cambio exitoso
	Valores	Comunicación	Habilidades	Recursos	Plan de acción	Confusión Caos
Visión		Comunicación	Habilidades	Recursos	Plan de acción	Conflicto Apatía
Visión	Valores		Habilidades	Recursos	Plan de acción	Malos entendidos
Visión	Valores	Comunicación		Recursos	Plan de acción	Ansiedad Inseguridad
Visión	Valores	Comunicación	Habilidades		Plan de acción	Frustración
Visión	Valores	Comunicación	Habilidades	Recursos		Arrancada en falso

El cuadro anterior fue publicado en *“Leading in Times of Change”* (Liderando en tiempos de cambio); Leadership Development Resources, LLC, 2002.

Cómo llegar a ser un comunicador intencional

Como hemos dicho, la comunicación intencional es esencial para cada mensaje que desea comunicar, no solo cuando está iniciando un cambio significativo. De hecho, cada líder debe buscar la mejora continua de su capacidad para comunicarse de manera eficaz. Las siguientes ideas pueden ayudarlo a convertirse en un comunicador eficaz en todos los entornos.

I. Conexión a nivel del corazón ¹

- A. ¿Quién es mi _____?
- ¿En qué ocupa su _____?
 - ¿Cuáles son sus mayores _____?
 - ¿Qué les _____?
 - ¿Qué _____?
 - ¿Qué _____?
 - ¿A qué se _____ ahora mismo?
- B. ¿Cómo puedo decirlo para que tenga _____?
- ¿Qué quiere que _____?
 - ¿Qué quiere que _____?
 - ¿Qué quiere que _____?
 - _____ la razón por la que deberían hacerlo.
 - _____ cómo hacerlo.
- C. ¿Cuál es la forma más _____ de decirlo?
- «Los sabios son conocidos por su entendimiento, y las palabras agradables son persuasivas». (Proverbios 16:21, NTV)
- D. ¿Cuál es la forma más _____ de decirlo?
- «La preocupación agobia a la persona; una palabra de aliento la anima». (Proverbios 12:25, NTV)
- Necesitan fortalecer su _____.
 - Necesitan renovar su _____.
 - Necesitan restaurar su _____.

¹ Las preguntas A-F se basan en: Rick Warren, "8 Questions to Ask When Preparing Your Sermon" (8 preguntas para preparar su sermón), <http://pastors.com/8qs/>

E. ¿Cuál es la manera más _____ de decirlo?

«...así nosotros, por el cariño que les tenemos, nos deleitamos en compartir con ustedes no solo el evangelio de Dios, sino también nuestra vida. ¡Tanto llegamos a quererlos!» (1 Tesalonicenses 2:8, NVI)

F. ¿Cuál es la forma más _____ de decirlo?

II. La conexión de comunicación

A. Los comunicadores se enfocan en la _____. Los oradores se centran en el _____.

B. Los comunicadores se concentran en la _____. Los oradores se centran en la _____.

C. Los comunicadores están orientados a la _____. Los oradores están orientados a la _____.

D. Hablar es ceder. Conectar es _____.

E. Los grandes comunicadores tienen la capacidad de _____.

F. Conectarse con la gente es el puente entre la _____ y la acción.

G. Los comunicadores tienen un estilo que es totalmente coherente con la forma en que Dios los hizo.

H. Los comunicadores _____ lo que está sucediendo con sus oyentes.

I. Los comunicadores usan _____ frescas y _____ fáciles de recordar.

J. Los comunicadores saben cómo empezar.

- Comienzan con un comentario que se ajusta con el _____.
- Elogian una acción, persona o logro.
- Usan una declaración o estadística _____.
- Usan _____ o evidencias.
- Hacen preguntas profundas.
- Proporcionan una historia en _____.
- Lo hacen _____.
- Recurren al _____.

- K. Los comunicadores saben que las personas recuerdan cómo las hizo _____.
- L. Los comunicadores hacen aplicaciones específicas.
- M. Los comunicadores se adaptan al susurro del Espíritu en el momento.
- N. Los comunicadores crean un sentido de _____.
- O. Los comunicadores influyen en el _____.

La predicación como comunicación intencional

Elaboración de un calendario de predicación

Un cronograma de predicación planificado puede ayudar a encaminarnos hacia un verdadero plan de discipulado para aquellos a quienes lideramos. Si bien algunos se resisten a esa planificación, tal vez pensando que estos esfuerzos podrían socavar la dirección del Espíritu Santo, sabemos que Dios puede guiar nuestra planificación, ya sea que estemos trabajando en un mensaje para esta semana o para los meses venideros. Por supuesto, siempre queremos mantener la flexibilidad y poder adaptarnos cuando sea necesario, pero un buen plan es como la hoja de ruta de un viaje. El viaje es mucho más claro cuando tenemos un plan que cuando simplemente escogemos caminos a medida que los encontramos.

Veamos una manera sencilla de crear un cronograma de predicación para su ministerio. Vamos a utilizar el tema del lanzamiento de la visión para nuestra iglesia. Con cada mensaje en su programa de predicación, querrá prepararse para los 5 elementos en la elaboración de mensajes que discutimos anteriormente.

Semana 1: Predicar sobre la definición bíblica de visión. Definir qué es la visión bíblica y cómo Dios usa la visión bíblica para poner en orden a Su iglesia.

Semana 2: Predicar sobre la descripción completa de la visión de su iglesia, incluidos todos los elementos de la declaración de la visión. Podría lanzar el logotipo, otras piezas promocionales y por qué esta declaración particular de la visión ayudará a esta familia de la iglesia a pasar al siguiente nivel.

Semanas 3–5: Predicar sobre los componentes individuales de la declaración de visión cada semana. Si es relevante, la semana 3 podría centrarse en la idea «vertical hacia Dios» de nuestra declaración de visión; la semana 4 podría abordar el concepto «horizontal hacia la familia de la iglesia»; y la semana 5 podría centrarse en el componente «horizontal hacia nuestro mundo perdido».

Como parte de cada mensaje, puede presentar la declaración de visión como catalizador para el ministerio de su iglesia durante los próximos dos o tres años, e incluso puede comenzar a construir puentes para otras series de mensajes. Con un cronograma de predicación, puede enfatizar continuamente la visión durante todo el año.

Al comenzar el proceso de un cronograma de predicación, recuerde las ideas que presentamos anteriormente en esta sesión. Si tiende hacia un enfoque de predicación en serie, asegúrese de enfocarse en solo dos o tres temas principales de liderazgo durante el primer año. Concéntrese en nuestra pasión por la misión de Cristo, presente su visión y sus valores fundamentales.

RECUERDE: A lo largo del proceso de predicación, debemos asegurarnos de que se dé prioridad a nuestro compromiso con la Gran Comisión y el Gran Mandamiento. La evangelización, el crecimiento espiritual y el servicio ministerial deben incluirse en la formación de su agenda de predicación.

Tres calendarios en la iglesia

Cuando hace uso de un calendario de predicación, puede comenzar a experimentar los beneficios de tres calendarios para dirigir estratégicamente a la iglesia local. Una vez que los líderes comienzan a entender mejor cómo funcionan estos calendarios, ellos pueden ajustar su uso para un mayor enfoque en la salud y el crecimiento.

1. El calendario de _____

El calendario de eventos cubre las actividades de la iglesia. Es elaborado por los departamentos del ministerio dentro de la iglesia, el calendario de días especiales de eventos (Navidad, Semana Santa, etc.) que ocurren anualmente, y otros eventos especiales que cada iglesia programa durante todo el año.

A menudo estará lleno de eventos superpuestos: el grupo de jóvenes que recauda fondos para el campamento, el ministerio de niños que vende galletas para levantar fondos, BGMC, el ministerio femenino ha estado y está vendiendo libros de cocina, y la capacitación de voluntarios programada para la próxima semana. Estos eventos pueden debilitar la energía del liderazgo, las finanzas de la iglesia y de cada familia de la iglesia.

Generalmente, este calendario está disponible para todos los departamentos, y la programación a menudo se centra en los ministerios individuales. Puede haber sido elaborado sin tener en cuenta cómo los ministerios podrían estar debilitando otros esfuerzos. El calendario de eventos en algunos casos es un calendario por orden de llegada.

2. El calendario de _____

El calendario de predicación es sólo eso, un calendario de predicación. Aquí, el pastor principal determina los mensajes que se presentarán cada domingo por la mañana. Muchas iglesias tienen un servicio dominical por la noche y/o un servicio el miércoles por la noche. Cada servicio probablemente debería tener su propio calendario de predicación.

En muchas iglesias, el calendario de eventos y el calendario de predicación son independientes. Tenga en cuenta que existe un calendario de predicación, incluso si el pastor no planea un calendario de predicación, pero da mensajes a medida que siente la necesidad. El pastor determina de semana en semana o de serie en serie lo que se predicará. En muchos casos, puede que no haya una idea organizada o un proceso estratégico sobre cómo los mensajes podrían conectarse con el calendario de eventos o aportar claridad a la comprensión de las personas de hacia dónde se dirige la iglesia. La programación de oradores especiales o la recolección de ofrendas destinadas a proyectos pueden ocurrir imprevistamente sin conectarse a una idea más grande. El calendario de predicación da dirección al contenido de los servicios de adoración, pero

podría perder la oportunidad de conectar a las personas con las oportunidades de acción proporcionadas por los eventos de ministerio de la iglesia.

Sin embargo, hay un tercer calendario que, cuando es presentado y desarrollado por el pastor junto al equipo, puede dar a la iglesia un mayor impulso hacia su visión y hacia un mayor impacto.

3. El calendario _____

El calendario estratégico lleva el calendario de eventos y el calendario de predicación a un acuerdo. Cuando el calendario estratégico pasa a primer plano, el pastor y los equipos de liderazgo pueden comenzar a juntar sus esfuerzos de manera más eficiente y pueden establecer en oración la dirección, el ritmo y el precio para llevar a la iglesia al siguiente nivel.

El calendario estratégico analiza todos los ministerios de la iglesia y la comunidad, y luego busca oportunidades para fusionar mensajes y series con oportunidades significativas para vivir las aplicaciones de los mensajes. Este calendario puede enfocar los recursos de la iglesia y los esfuerzos de los departamentos del ministerio dentro de la iglesia en las prioridades establecidas por la serie de predicación. Dicho calendario también puede elaborarse para más de un año y proporcionar un enfoque estratégico para el período completo de 2 a 3 años de implementación de su plan estratégico. En pocas palabras, el calendario estratégico puede maximizar los eventos nuevos y de larga data al conectarlos con los mensajes que se comunican los domingos.

El texto bíblico marcado como NVI, ha sido tomado de la edición de 2011 de la Santa Biblia, Nueva Versión Internacional®. NIV® Propiedad literaria © 1973, 1978, 1984, 2011 por Biblica Inc. Utilizado con permiso de Zondervan.™ Todos los derechos reservados mundialmente. www.zondervan.com. La “NVI” y la “Nueva Versión Internacional” son marcas registradas en la Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos por Biblica, Inc.™

El texto bíblico marcado como NTV ha sido tomado de la Santa Biblia, Nueva Traducción Viviente. Todos los derechos reservados © 1971 por Tyndale House Foundation.