



Escuela Bíblica de Liderazgo

Segundo Año

Programa de Liderazgo en Adoración/Medios

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 202

pa' la Iglesia y el Ministerio

Guía de Estudio

"Transformando a la Próxima Generación de Creyentes en Líderes"

- LÍDERES EN EL HOGAR
- LÍDERES EN LA IGLESIA
- LÍDERES EN EL MERCADO
- LÍDERES EN EL GOBIERNO
- LÍDERES EN EDUCACIÓN
- LÍDERES EN LA COMUNIDAD

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

para la iglesia y el ministerio

Pastor Bruce R. Edwards

**Escuela Bíblica de Liderazgo
Ciudad de la Esperanza
República Dominicana**

www.ciudaddelaesperanza.com

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 202

para la Iglesia y el Ministerio

Guía de estudio

Copyright © 2023

por Bruce R. Edwards

Todos los derechos reservados. Este libro, o cualquier parte del mismo, no podrá ser reproducido ni utilizado de ninguna manera sin la autorización expresa y por escrito del editor, salvo para el uso de citas breves en una reseña.

Impreso en los Estados Unidos de América

Primera edición, 2023

ISBN: 979-8-89546-000-0

Todas las citas bíblicas aquí incluidas, salvo que se indique lo contrario, corresponden a la versión Reina Valera 1960 (New King James Version).

Copyright 1979, 1980, 1982 Thomas Nelson, Inc., Editores.

www.pastorbruce.com

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

Programa del curso

ESCUELA BÍBLICA DE LIDERAZGO

Juan Dolio
República Dominicana

Número de curso: _____
Comunicación Digital Básica 202
2 horas de crédito
Instructor: _____

Descripción del curso:

Este curso se basa en las habilidades fundamentales de la primera parte y prepara a los estudiantes para expandir la presencia digital de su iglesia o ministerio. Aprenderán a crear y administrar un canal de YouTube, diseñar y lanzar un sitio web (incluyendo la selección de un dominio, el uso de GoDaddy y WordPress) e implementar plataformas de reuniones virtuales como Zoom para encuentros en línea efectivos. El curso también abarca estrategias para producir contenido atractivo, incluyendo publicaciones escritas y gráficos, para involucrar a las congregaciones y potenciar el impacto del ministerio. Mediante ejercicios prácticos, adquirirán habilidades prácticas para mejorar la comunicación, el alcance y la efectividad del ministerio digital.

Objetivos del curso:

Al finalizar satisfactoriamente este curso, el estudiante podrá:

1. Crea y gestiona un canal de YouTube diseñado específicamente para la difusión y la participación en el ministerio.
2. Planifica, crea y lanza un sitio web funcional y fácil de usar para tu iglesia o ministerio utilizando GoDaddy o WordPress.
3. Evaluar y utilizar plataformas de reuniones virtuales, incluyendo Zoom, para el liderazgo, el discipulado y la participación comunitaria.
4. Desarrollar contenido escrito y visual atractivo que esté en consonancia con el mensaje y la misión del ministerio.
5. Integre estratégicamente las herramientas digitales para fortalecer la comunicación, la presencia en línea y las iniciativas de difusión.

Textos y recursos del curso:

Requerido:

1. **Manual de Comunicación Digital de la Iglesia, Bruce R. Edwards**

Procedimientos del curso:

Requisito previo: Ninguno

Requisitos:

1. Completar todas las lecturas y tareas requeridas, además del texto.
2. Haber superado todos los exámenes con una calificación satisfactoria.

Política de calificación:

Los estudiantes deben obtener un promedio de calificaciones acumulado de 2.0 (sobre 4.0) para ser considerados en buen estado académico.

La calificación de cada estudiante estará compuesta por lo siguiente::

- | | |
|-------------------|-----|
| a. Examen parcial | 45% |
| b. Final | 45% |
| c. Lectura | 10% |

90-100% = 3.5-4.0

=A

F

= Failure

80-89% = 2.5-3.49

=B

S

= Satisfactory

70-79% = 1.5-2.49

=C

U

= Unsatisfactory

60-69% = .99-.49

=D

I

= Incomplete

0-59% = 0

=F

N

= Non-Credit

Honestidad académica

La Escuela Bíblica de Liderazgo está comprometida con la capacitación, Preparar y formar creyentes y ministros que mantengan un estilo de vida de veracidad, honestidad e integridad. Por consiguiente, cualquier tipo de deshonestidad académica se considera una grave violación de los estándares y la ética cristianos. Las siguientes conductas constituyen violaciones de la integridad académica:

Deshonestidad

- Utilizar apuntes u otros materiales no expresamente permitidos para exámenes, pruebas u otras tareas..
- Copiar de otro o permitir que copien el propio trabajo.
- Leer sin el permiso del instructor una copia del examen, prueba o tarea antes de la fecha en que se realiza el examen, prueba o tarea.
- Dar o recibir ayuda no autorizada durante un examen o prueba.
- Volver a presentar trabajos de un curso anterior sin aprobación.
- Cualquier otro acto que normalmente se considere trampa.

Plagio

- Presentar el trabajo de otra persona como propio. Esto significa el uso de cualquier autor.'sEl material, ya sea de un libro, video, transmisión, cinta, revista o cualquier otra fuente, debe ser citado por el autor original del trabajo. Las contribuciones intelectuales de otros solo pueden utilizarse si se citan correctamente.
- Si ocurren estos u otros incidentes de deshonestidad o plagio, el estudiante involucrado será disciplinado por el profesor y/o el Decano de Estudiantes. El estudiante recibirá una calificación de "0". "para esa tarea, y se podrán tomar otras medidas a discreción de la dirección de la escuela..

Información adicional:

Comunicación Digital Básica 201

Calendario de cursos y tareas

Semana	Sujeto	Tareas
1	TODO SOBRE YOUTUBE - PRIMERA PARTE CÓMO USAR YOUTUBE	
2	TODO SOBRE YOUTUBE – SEGUNDA PARTE LA CONFIGURACIÓN	
3	TODO SOBRE YOUTUBE – PARTE TRES CREA UN CANAL DE YOUTUBE	
4	MONITOREO Y MEDICIÓN DE LA EFICACIA – ESTABLECIMIENTO DE MÉTRICAS DE MEDICIÓN	
5	DESARROLLO DE SITIOS WEB – PRIMERA PARTE COMPRENDIENDO LAS PLATAFORMAS SIN CÓDIGO	
6	DESARROLLO DE SITIOS WEB – SEGUNDA PARTE INTRODUCCIÓN A LOS DOMINIOS Y ALOJAMIENTO WEB	
7	DESARROLLO DE SITIOS WEB – TERCERA PARTE CÓMO CREAR Y ADMINISTRAR UN SITIO WEB GODADDY Y WORDPRESS	
8	EXAMEN DE MITAD DE SEMESTRE	
9	GUÍA PARA CONFERENCIAS VIRTUALES, PRIMERA PARTE ZOOM – GOTO MEET – MICROSOFT TEAMS	
10	GUÍA PARA CONFERENCIAS VIRTUALES, PARTE DOS CÓMO OPTIMIZAR LA EXPERIENCIA	
11	GUÍA PARA CONFERENCIAS VIRTUALES, PARTE TRES CONCEPTOS BÁSICOS DE ZOOM: CÓMO CONFIGURARLO	
12	CREACIÓN DE CONTENIDO – PRIMERA PARTE: EL CONTENIDO ES EL REY – CREACIÓN DE CONTENIDO ATRACTIVO	
13	CREACIÓN DE CONTENIDO – SEGUNDA PARTE: CONTENIDO ESCRITO Y GRÁFICO/FOTOGRAFICO	
14	INTRODUCCIÓN AL USO DE LA IA	
15	CÓMO USAR CHATGPT	
16	EXAMEN FINAL	

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

LECCIÓN UNO

Todo sobre YouTube – Primera parte

Comprender y navegar por YouTube

Resumen de la lección

YouTube se ha convertido en una de las plataformas de comunicación más influyentes del mundo y en una poderosa herramienta para iglesias y ministerios que buscan compartir el Evangelio. Con miles de millones de usuarios e incontables horas de contenido de video visualizadas diariamente, YouTube ofrece a los ministerios la posibilidad de enseñar, inspirar, evangelizar y construir comunidad más allá de los muros de la iglesia.

Esta lección introduce a los estudiantes a los elementos fundamentales de YouTube. Explorarán la historia y el propósito de la plataforma, aprenderán cómo interactúan los espectadores con los videos, comprenderán cómo funcionan los canales y las suscripciones, y descubrirán cómo los usuarios pueden organizar y compartir contenido de video. La lección también explica las funciones básicas de la interfaz de YouTube y las herramientas que ayudan a los usuarios a navegar por la plataforma de manera efectiva.

Al finalizar esta lección, los estudiantes comprenderán cómo funciona YouTube desde la perspectiva del espectador y cómo estas funciones constituyen la base para un uso eficaz en el ministerio. Este conocimiento los prepara para lecciones posteriores, donde aprenderán a crear canales, producir contenido y utilizar YouTube estratégicamente para la evangelización de la iglesia y el ministerio digital.

I. Entendiendo YouTube y su influencia global

Descripción general: Esta sección presenta YouTube como plataforma, su historia y por qué se ha convertido en una de las herramientas de medios digitales más poderosas del mundo.

A. Qué es YouTube

1. YouTube es una plataforma gratuita para compartir vídeos en línea que permite a los usuarios ver, subir y compartir vídeos.
2. La plataforma se lanzó originalmente en 2005 y rápidamente se convirtió en uno de los sitios web más grandes de internet.
3. Hoy en día, miles de millones de personas utilizan YouTube para aprender, entretenerse y compartir ideas con los demás.

B. El enorme alcance de YouTube

1. Cada mes se visualizan miles de millones de horas de vídeo en la plataforma.
2. Cientos de horas de vídeo son subidas cada minuto por usuarios de todo el mundo.
3. La plataforma funciona como una red de medios global donde cualquiera puede convertirse en creador de contenido.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

C. La importancia de YouTube para la comunicación

1. El vídeo es una de las formas más poderosas de comunicación moderna.
2. Los ministerios pueden usar YouTube para compartir sermones, testimonios, series de enseñanza y mensajes evangelísticos.
3. Las iglesias pueden extender su alcance mucho más allá de la congregación local a través de los medios digitales.

II. ¿Por qué YouTube es tan popular?

Resumen: Esta sección explica las principales razones del crecimiento explosivo y el uso generalizado de YouTube.

A. La enorme variedad de contenido

1. YouTube alberga una gama ilimitada de temas de vídeo.
2. Vídeos educativos, tutoriales, sermones, entretenimiento y documentales están ampliamente disponibles.
3. Debido a que se sube contenido nuevo constantemente, la plataforma crece y evoluciona continuamente.

B. El poder del contenido generado por el usuario

1. La mayoría de los vídeos de YouTube son creados por usuarios comunes, no por grandes empresas de medios de comunicación.
2. Cualquier persona con un teléfono inteligente o una cámara puede convertirse en creador de contenido.
3. Esta democratización de los medios de comunicación ha cambiado la forma en que se comparte la información en todo el mundo.

C. El elemento de comunidad interactiva

1. YouTube permite a los espectadores interactuar con los vídeos mediante comentarios, "me gusta" y comparticiones.
2. Los usuarios pueden crear comunidades en torno a intereses comunes.
3. Las iglesias pueden utilizar estas funciones comunitarias para involucrar al público y fomentar el diálogo sobre la fe.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

III. Concienciación sobre el contenido y seguridad de la plataforma

Descripción general: Esta sección destaca la importancia del discernimiento al usar YouTube, especialmente cuando el contenido no siempre es apropiado.

A. La diversidad de contenido en la plataforma

1. Debido a que YouTube permite la publicación abierta, el contenido varía enormemente en calidad y adecuación.
2. Algunos contenidos pueden no ser adecuados para el público infantil.
3. Los ministerios deben ejercer discernimiento al recomendar contenido.

B. Herramientas para una visualización más segura

1. El modo restringido puede filtrar vídeos potencialmente inapropiados.
2. Los padres y los líderes religiosos pueden aplicar restricciones de contenido para los espectadores más jóvenes.
3. Estas herramientas ayudan a crear un entorno de visualización más seguro.

C. Consideraciones éticas para el uso ministerial

1. Los líderes de la iglesia deben dar ejemplo de un uso responsable de los medios digitales.
2. Los ministerios deben fomentar un comportamiento saludable en línea y una comunicación respetuosa.
3. El contenido debe reflejar los valores cristianos y la integridad.

IV. Ver e interactuar con vídeos de YouTube

Descripción general: Esta sección enseña a los estudiantes cómo los espectadores ven videos e interactúan con el contenido de video.

A. Controles básicos del reproductor de vídeo

1. Los botones de reproducción y pausa controlan la reproducción del vídeo.
2. Los controles de volumen permiten a los usuarios ajustar los niveles de sonido.
3. El modo de pantalla completa permite a los espectadores ver vídeos en una pantalla más grande.

B. Funciones de visualización adicionales

1. Los subtítulos pueden ayudar a los espectadores con discapacidad auditiva.
2. La velocidad de reproducción se puede ajustar para una visualización más lenta o más rápida.
3. Los ajustes de calidad de vídeo permiten a los espectadores adaptar la reproducción a la velocidad de su conexión a internet.

C. Vídeos incrustados

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

1. Los vídeos se pueden ver directamente en la página web de YouTube.
2. Los vídeos también pueden insertarse en otros sitios web.
3. Los vídeos incrustados permiten a los ministerios colocar contenido de YouTube en los sitios web y blogs de las iglesias.

V. Anuncios, tarjetas y elementos de vídeo

Descripción general: Esta sección explica los distintos elementos que aparecen en los vídeos de YouTube y cómo funcionan.

A. Anuncios en YouTube

1. Los anuncios suelen aparecer antes o durante los vídeos.
2. Muchos anuncios se pueden omitir después de unos segundos.
3. Los ingresos publicitarios ayudan a apoyar a los creadores y a la plataforma de YouTube.

B. Tarjetas y pantallas finales

1. Las tarjetas aparecen como notificaciones emergentes durante la reproducción de vídeos.
2. Los creadores utilizan tarjetas para enlazar con vídeos o recursos adicionales.
3. Las pantallas finales animan a los espectadores a seguir viendo contenido relacionado.

C. Uso estratégico de los elementos de vídeo

1. Las tarjetas pueden dirigir a los espectadores a sermones, series de enseñanza o recursos ministeriales.
2. Las pantallas finales ayudan a retener a los espectadores dentro de un canal.
3. Estas herramientas pueden aumentar la participación y las oportunidades de discipulado.

VI. Iniciar sesión en YouTube y crear una cuenta

Descripción general: Esta sección explica la importancia de tener una cuenta de Google e iniciar sesión en YouTube.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

A. El papel de una cuenta de Google

1. Se requiere una cuenta de Google para acceder a todas las funciones de YouTube.
2. Iniciar sesión permite a los usuarios personalizar su experiencia.
3. Las cuentas permiten interactuar con la plataforma.

B. Beneficios de iniciar sesión

1. Los usuarios pueden dar "me gusta" o comentar los vídeos.
2. Los vídeos se pueden compartir más fácilmente.
3. Los usuarios pueden subir sus propios vídeos y gestionar sus canales.

C. Acceso a la plataforma

1. Los usuarios visitan el sitio web o la aplicación móvil de YouTube.
2. La opción de inicio de sesión aparece en la esquina superior derecha.
3. Una vez iniciada la sesión, el usuario obtiene acceso a contenido personalizado.

VII. Navegando por la plataforma de YouTube

Descripción general: Esta sección explica la estructura de la interfaz de YouTube y cómo los usuarios navegan por la plataforma.

A. La página principal de YouTube

1. La página de inicio muestra vídeos recomendados.
2. Los vídeos más populares y que son tendencia aparecen en el feed.
3. Las recomendaciones se basan en el comportamiento de visualización.

B. La guía de navegación

1. El menú Guía aparece en el lado izquierdo de la pantalla.
2. Proporciona acceso rápido a listas de reproducción, suscripciones e historial de visualización.
3. Este menú ayuda a los usuarios a navegar rápidamente entre las diferentes secciones.

C. Historial de vídeos personales

1. YouTube registra los vídeos que se han visto anteriormente.
2. El historial permite a los usuarios volver a consultar el contenido fácilmente.
3. Los patrones de visualización ayudan a mejorar las recomendaciones de vídeo.

VIII. Acceso a YouTube desde diferentes dispositivos

Descripción general: Esta sección explica cómo se puede acceder a YouTube desde diferentes dispositivos.

A. YouTube en dispositivos móviles

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

1. Los teléfonos inteligentes y las tabletas representan un gran porcentaje del tráfico de YouTube.
2. La aplicación móvil de YouTube ofrece funciones similares a las de la plataforma de escritorio.
3. La visualización en dispositivos móviles permite a los usuarios ver contenido en cualquier lugar.

B. YouTube en televisores inteligentes y dispositivos de transmisión

1. Los televisores inteligentes suelen incluir una aplicación de YouTube.
2. Los dispositivos de transmisión como Roku o Chromecast permiten ver la televisión.
3. Los ministerios pueden llegar a audiencias que ven contenido en pantallas grandes en sus hogares.

C. Integración de dispositivos

1. Los dispositivos móviles pueden conectarse a los televisores para una visualización más sencilla.
2. La función de grabación de pantalla permite reproducir vídeos en pantallas más grandes.
3. Estas características aumentan la accesibilidad para el público.

IX. Búsqueda de contenido en YouTube

Descripción general: Esta sección explica cómo los usuarios localizan vídeos específicos mediante herramientas de búsqueda.

A. Uso de la barra de búsqueda

1. La barra de búsqueda permite a los usuarios escribir palabras clave relacionadas con el contenido deseado.
2. Los resultados se ven similares a los de un listado en un motor de búsqueda.
3. Los resultados de búsqueda suelen incluir una mezcla de vídeos, canales y listas de reproducción.

B. Uso de filtros de búsqueda

1. Los filtros permiten a los usuarios refinar los resultados.
2. Los usuarios pueden ordenar los vídeos por duración, fecha de subida o calidad.
3. Los filtros ayudan a los usuarios a encontrar contenido más relevante rápidamente.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

C. Descubriendo vídeos relacionados

1. Los vídeos relacionados aparecen al lado o después de que finalice el vídeo principal.
2. Estas sugerencias se basan en patrones de visualización.
3. Ayudan a los espectadores a descubrir nuevos creadores y temas.

X. Compartir, participar e interactuar con la comunidad

Descripción general: Esta sección explica cómo los usuarios interactúan con los vídeos y con otros espectadores.

A. Compartir vídeos

1. Los vídeos se pueden compartir a través de las plataformas de redes sociales.
2. Los enlaces se pueden copiar y enviar por correo electrónico o aplicaciones de mensajería.
3. Los vídeos se pueden insertar en sitios web.

B. Me gusta y no me gusta de los vídeos

1. Los espectadores pueden expresar su aprobación mediante el botón "Me gusta".
2. Los "me gusta" influyen en la popularidad y la visibilidad de un vídeo.
3. Los vídeos que te gustan se guardan en la lista de reproducción personal del usuario.

C. Comentarios en vídeos

1. Los comentarios permiten a los espectadores compartir opiniones y comentarios.
2. Los debates suelen surgir en la sección de comentarios.
3. La participación puede crear una comunidad en torno a un canal.

XI. Creación y gestión de listas de reproducción

Descripción general: Esta sección presenta las listas de reproducción como un método para organizar y compartir contenido de vídeo.

A. El propósito de las listas de reproducción

1. Las listas de reproducción organizan los vídeos en colecciones temáticas.
2. Permiten a los usuarios ver varios vídeos en secuencia.
3. Las listas de reproducción pueden agrupar series didácticas o estudios temáticos.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

B. Creación de una lista de reproducción

1. Los usuarios hacen clic en la opción "Guardar" que aparece debajo del vídeo.
2. Se puede crear una nueva lista de reproducción o seleccionar una ya existente.
3. La configuración de privacidad determina si las listas de reproducción son públicas o privadas.

C. Compartir listas de reproducción

1. Las listas de reproducción se pueden compartir mediante enlaces.
2. Las iglesias pueden organizar series de sermones o estudios bíblicos en listas de reproducción.
3. Las listas de reproducción ayudan a los espectadores a seguir un contenido didáctico estructurado.

XII. Suscripción a canales

Descripción general: Esta sección explica cómo los usuarios siguen a los creadores de contenido mediante suscripciones a canales.

A. ¿Qué son los canales de YouTube?

1. Un canal es el centro de vídeo personal de un creador.
2. Todos los vídeos de un creador están organizados dentro del canal.
3. Los canales funcionan de forma similar a una emisora de radiodifusión digital.

B. La función de suscripción

1. Los usuarios se suscriben a los canales que les gustan.
2. Las suscripciones notifican a los espectadores cuando se suben nuevos vídeos.
3. Las suscripciones ayudan a fidelizar al público.

C. Descubriendo nuevos canales

1. YouTube recomienda canales en función de los intereses del usuario.
2. La función Explorar canales organiza los canales por categoría.
3. Los ministerios pueden descubrir otros creadores de contenido cristiano.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

LECCIÓN DOS

Todo sobre YouTube – Segunda parte

Entendiendo todas las configuraciones de YouTube

Resumen de la lección

En el entorno digital actual del ministerio, comprender la configuración y los controles de privacidad de las plataformas de redes sociales es fundamental para una comunicación responsable y eficaz. YouTube ofrece una amplia variedad de opciones que permiten a los usuarios personalizar su experiencia, controlar la privacidad, gestionar los datos de visualización y filtrar el contenido. Estas herramientas son especialmente importantes para iglesias y ministerios que desean mantener la integridad, proteger a los usuarios y crear un entorno digital seguro para personas de todas las edades.

Esta lección explora las principales categorías de configuración de YouTube y explica su funcionamiento. Los estudiantes aprenderán cómo YouTube rastrea el comportamiento de los espectadores, cómo la configuración de privacidad afecta la visibilidad, cómo funcionan las preferencias publicitarias y cómo los controles parentales, como el Modo restringido, pueden proteger a los usuarios del contenido inapropiado. La lección también destacará las limitaciones de ciertas funciones de seguridad y brindará orientación a los ministerios que buscan usar YouTube de manera responsable.

Al finalizar esta lección, los estudiantes comprenderán cómo administrar la configuración de YouTube, proteger la privacidad y configurar la plataforma de manera que se ajuste a los valores y la misión de la iglesia.

I. Comprensión de la gestión de la cuenta y la configuración de YouTube

Descripción general: Esta sección presenta el sistema de configuración de YouTube y explica cómo los usuarios acceden a las preferencias de su cuenta y las gestionan.

A. Acceso al menú de configuración de YouTube

1. Se puede acceder a la configuración a través del icono del perfil de usuario situado en la esquina superior derecha de la pantalla.
2. El panel de configuración permite a los usuarios personalizar las preferencias de la cuenta y los controles de privacidad.
3. Estos controles afectan a la forma en que los usuarios interactúan con la plataforma y a cómo se utilizan sus datos.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

B. Categorías de configuración de YouTube

1. Configuraciones de la cuenta
2. Controles de privacidad y seguridad
3. Preferencias de notificaciones y comunicación
4. Configuración de reproducción y rendimiento
5. Configuración de personalización de anuncios

C. Importancia de comprender los entornos para el uso ministerial

1. Las iglesias deben gestionar sus cuentas de forma responsable.
2. La configuración ayuda a proteger los datos personales y los del ministerio.
3. Una configuración adecuada mejora la experiencia visual para el público.

II. Datos de visualización de YouTube y seguimiento de la actividad

Descripción general: Esta sección explica cómo YouTube recopila y utiliza los datos de los usuarios para personalizar la experiencia de visualización.

A. Por qué YouTube rastrea la actividad de visualización

1. YouTube registra las búsquedas realizadas y el historial de visualización.
2. Estos datos ayudan a la plataforma a recomendar contenido relevante.
3. Las sugerencias personalizadas mejoran la experiencia del usuario.

B. Tipos de datos de actividad recopilados

1. Historial de visualización de videos
2. Historial de búsqueda
3. Interacciones de canales
4. Me gusta, comentarios y suscripciones

C. Beneficios del seguimiento de datos

1. Las recomendaciones personalizadas ayudan a los usuarios a descubrir contenido relevante.
2. La plataforma resulta más fácil de navegar en función de los intereses del usuario.
3. Los creadores de contenido se benefician de una mejor segmentación de la audiencia.

III. Gestión y borrado del historial de visualización

Descripción general: Esta sección enseña a los estudiantes cómo administrar o eliminar su historial de visualización de YouTube.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

A. Acceso a la configuración del historial

1. Los usuarios pueden abrir el panel de historial a través del menú de la guía de YouTube.
2. El historial de visualización muestra los vídeos vistos anteriormente.
3. Esta sección permite a los usuarios gestionar la actividad registrada.

B. Borrar el historial de visualización

1. Los usuarios pueden eliminar vídeos individuales de su historial.
2. El historial completo de vigilancia se puede borrar con un solo comando.
3. Borrar el historial reinicia el algoritmo de recomendaciones de YouTube.

C. Pausar el historial de visualización

1. Los usuarios pueden pausar temporalmente la grabación del historial de visualización.
2. Esto impide que YouTube rastree los vídeos vistos durante ese tiempo.
3. Esta función puede resultar útil al investigar temas ajenos a los intereses habituales.

IV. Gestión del historial de búsqueda de YouTube

Descripción general: Esta sección se centra en cómo YouTube almacena las consultas de búsqueda y cómo los usuarios pueden controlar esos datos.

A. Cómo se utiliza el historial de búsqueda

1. El historial de búsqueda ayuda a YouTube a sugerir resultados de búsqueda futuros.
2. Mejora la precisión de los vídeos recomendados.
3. Contribuye a la personalización de la página de inicio.

B. Borrar el historial de búsqueda

1. Los usuarios pueden eliminar términos de búsqueda individuales.
2. Se puede eliminar todo el historial de búsqueda.
3. Eliminar búsquedas puede modificar las recomendaciones futuras.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

C. Pausar el historial de búsqueda

1. Los usuarios pueden desactivar temporalmente el registro de búsquedas en YouTube.
2. Esto evita que las búsquedas no relacionadas influyan en las recomendaciones.
3. Ofrece mayor privacidad al investigar temas delicados.

V. Configuración de privacidad para la actividad del usuario

Descripción general: Esta sección explica cómo los usuarios pueden controlar qué actividades son visibles para otros en YouTube.

A. Actividad pública frente a actividad privada

1. Por defecto, parte de la actividad del usuario puede ser visible para otros usuarios.
2. Las actividades como los vídeos que te gustan y las listas de reproducción pueden mostrarse públicamente.
3. La configuración de privacidad permite a los usuarios restringir esta visibilidad.

B. Ocultar vídeos que te gustan

1. Los usuarios pueden ocultar los vídeos que les gustan para que no sean visibles para el público.
2. Esta configuración protege las preferencias de visualización personales.
3. Los ministerios pueden elegir esta opción para las cuentas de la organización.

C. Ocultar listas de reproducción guardadas

1. Las listas de reproducción pueden ser públicas, privadas o no listadas.
2. Las listas de reproducción privadas solo son visibles para el propietario de la cuenta.
3. Las listas de reproducción no listadas se pueden compartir con audiencias específicas a través de un enlace.

VI. Configuración de publicidad y personalización

Descripción general: Esta sección explica cómo funciona la publicidad en YouTube y cómo los usuarios pueden gestionar sus preferencias publicitarias.

A. Cómo funciona la publicidad en YouTube

1. Los anuncios ayudan a apoyar a los creadores y a la plataforma.
2. Los anuncios pueden aparecer antes, durante o después de los vídeos.
3. Los anunciantes segmentan a los espectadores en función de sus intereses y actividad.

B. Personalización de anuncios de Google

1. La configuración de los anuncios se controla a través del panel de configuración de anuncios de Google.
2. Los usuarios pueden ver y modificar los intereses asociados a su cuenta.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

3. Si lo desea, puede desactivar los anuncios personalizados.

C. Gestión de preferencias publicitarias

1. Los usuarios pueden desactivar la publicidad basada en intereses.
2. Las categorías publicitarias pueden modificarse o eliminarse.
3. Esto proporciona un mayor control sobre las experiencias publicitarias.

VII. Controles parentales y protección de contenido

Descripción general: Esta sección analiza la necesidad de controles parentales y filtrado de contenido en YouTube.

A. El desafío de las plataformas abiertas

1. YouTube contiene tanto contenido valioso como inapropiado.
2. Algunos vídeos contienen humor para adultos, violencia o lenguaje ofensivo.
3. Las iglesias y las familias deben ejercer discernimiento al utilizar la plataforma.

B. Protección del público infantil

1. Los padres deben controlar lo que ven sus hijos en internet.
2. Las iglesias deben tener en cuenta la seguridad del contenido al compartir vídeos públicamente.
3. La responsabilidad digital es un principio importante del ministerio.

C. Herramientas para una visualización más segura

1. YouTube ofrece un modo restringido para filtrar contenido.
2. Existen herramientas adicionales para el control parental disponibles a través de las cuentas de Google.
3. YouTube Kids ofrece una plataforma independiente diseñada para niños.

VIII. Uso del modo restringido en YouTube

Descripción general: Esta sección explica cómo funciona el Modo restringido y cómo activarlo.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

A. ¿Qué hace el modo restringido?

1. El modo restringido filtra los vídeos que podrían contener contenido para adultos o inapropiado.
2. Reduce la probabilidad de encontrar material ofensivo.
3. También oculta los comentarios que puedan contener lenguaje inapropiado.

B. Activación del modo restringido

1. Haz clic en el icono de perfil que se encuentra en la esquina superior derecha de YouTube.
2. Localiza la opción Modo restringido en el menú.
3. Activa la opción para filtrar el contenido.

C. Modo de bloqueo restringido

1. El modo restringido se puede bloquear en un navegador específico.
2. El bloqueo impide que otros desactiven la configuración fácilmente.
3. Los administradores pueden utilizar esta función en ordenadores compartidos.

IX. Limitaciones del modo restringido

Descripción general: Esta sección explica por qué el Modo restringido es útil, pero no completamente fiable.

A. Limitaciones del filtrado de contenido

1. El modo restringido se basa en algoritmos automatizados.
2. Los algoritmos no siempre pueden comprender el contexto de los vídeos.
3. Es posible que cierto material inapropiado aún logre pasar los filtros.

B. Cómo eludir las restricciones

1. El modo restringido solo funciona dentro del navegador o dispositivo específico donde esté habilitado.
2. Los usuarios pueden sortear las restricciones cambiando de navegador o de dispositivo.
3. Los modos de navegación privada también pueden eludir las restricciones.

C. Implicaciones para los líderes ministeriales

1. Las iglesias no deberían depender exclusivamente de los filtros automatizados.
2. Los líderes deben revisar el contenido antes de recomendarlo públicamente.
3. La supervisión responsable es esencial en el ministerio digital.

X. Mejores prácticas para que las iglesias administren la configuración de YouTube

Descripción general: Esta sección ofrece orientación práctica para los líderes ministeriales que administran cuentas de YouTube.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

A. Establecer políticas de cuenta claras

1. Determinar quién tiene acceso a las cuentas del ministerio.
2. Asigne administradores responsables para la gestión del canal.
3. Mantenga contraseñas sólidas y prácticas de seguridad robustas.

B. Mantener estándares de contenido responsables

1. Asegúrese de que todo el contenido publicado refleje los valores cristianos.
2. Supervise los comentarios y las interacciones con regularidad.
3. Elimine los comentarios inapropiados o perjudiciales cuando sea necesario.

C. Utilice la configuración para crear un entorno de visualización positivo.

1. Habilita la configuración de privacidad adecuada.
2. Comentarios moderados y participación de la comunidad.
3. Configura los ajustes de reproducción y accesibilidad para un público más amplio.

Resumen de la lección

Comprender la configuración de YouTube es fundamental para quienes desean usar la plataforma de manera responsable, especialmente para iglesias y ministerios que buscan comunicar el Evangelio en el entorno digital. Esta configuración permite a los usuarios controlar la privacidad, administrar los datos de visualización, personalizar los anuncios y filtrar contenido inapropiado.

Para los líderes ministeriales, configurar correctamente estas herramientas garantiza que las cuentas de la iglesia mantengan la profesionalidad, protejan a los espectadores y promuevan una experiencia positiva en línea. A medida que los medios digitales se expanden, las iglesias deben aprender no solo a crear contenido, sino también a gestionar las plataformas que difunden su mensaje.

En la próxima lección, los estudiantes explorarán cómo crear y administrar un canal de YouTube para el ministerio, incluyendo la imagen de marca del canal, la subida de vídeos y las estrategias para conseguir una audiencia comprometida.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

LECCIÓN TRES

Todo sobre YouTube – Tercera parte

Creación y gestión de un canal de YouTube para el ministerio.

Resumen de la lección

YouTube se ha convertido en una de las herramientas de comunicación más poderosas para iglesias y ministerios en la actualidad. Con miles de millones de usuarios e incontables horas de video consumidas diariamente, la plataforma ofrece una oportunidad sin precedentes para compartir el Evangelio, enseñar la verdad bíblica y conectar con personas de todo el mundo. Para las iglesias, un canal de YouTube funciona de manera similar a una red de transmisión digital, permitiendo a los ministerios distribuir sermones, devocionales, testimonios, series de enseñanza y eventos especiales.

Esta lección se centra en los pasos prácticos necesarios para crear y administrar un canal de YouTube para un ministerio. Los estudiantes aprenderán a crear un canal, subir y organizar videos, desarrollar una imagen de marca sólida, aumentar la audiencia del ministerio y seguir las mejores prácticas para producir contenido de video impactante para la iglesia. Además, explorarán principios estratégicos que ayudan a las iglesias a construir una presencia digital duradera.

Al finalizar esta lección, los estudiantes comprenderán cómo crear y administrar un canal de ministerio en YouTube que se comunique de manera efectiva, represente bien a la iglesia y llegue a las personas con el mensaje de Cristo.

I. Creación de un canal de YouTube para el ministerio

Descripción general: Esta sección explica cómo crear un canal de YouTube y prepararlo para representar a una iglesia o ministerio.

A. Comprender el propósito de un canal ministerial

1. Un canal de YouTube sirve como plataforma de vídeo oficial de la iglesia.
2. Permite a los ministerios publicar sermones, enseñanzas, testimonios y anuncios.
3. El canal funciona como una herramienta de difusión digital que llega a audiencias más allá de la congregación local.

B. Requisitos para crear un canal

1. Se requiere una cuenta de Google para acceder a las funciones del canal de YouTube.
2. Los ministerios deberían crear una cuenta oficial de la organización en lugar de utilizar una cuenta personal.
3. El acceso administrativo debe limitarse a líderes de confianza o miembros del equipo de prensa.

C. Pasos para crear un canal de YouTube

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

1. Inicia sesión en YouTube utilizando la cuenta de Google del ministerio.
2. Haz clic en el icono de perfil y selecciona la opción para crear un nuevo canal.
3. Ingrese el nombre de la iglesia o ministerio como título del canal.
4. Sube una imagen de perfil e información básica del canal.
5. Confirma el canal y comienza a configurar la disposición del canal.

II. Subir vídeos a un canal del ministerio

Descripción general: Esta sección explica cómo las iglesias pueden subir contenido de vídeo y organizarlo de forma eficaz.

A. Preparación del contenido de vídeo para su subida

1. Asegúrate de que los vídeos estén correctamente editados y formateados antes de subirlos.
2. Utilice audio nítido, iluminación adecuada y grabación de vídeo estable.
3. Exporta los vídeos en formatos comunes como MP4 para garantizar la compatibilidad.

B. Pasos para subir un vídeo

1. Haz clic en el botón "Crear" o "Subir vídeo" en el panel de control de YouTube.
2. Seleccione el archivo de vídeo del ordenador.
3. Introduce un título, una descripción y etiquetas para el vídeo.
4. Elige una imagen en miniatura que represente visualmente el vídeo.
5. Seleccione la configuración de privacidad adecuada (pública, no listada o privada).
6. Publica el vídeo una vez que la carga y el procesamiento hayan finalizado.

C. Organización de vídeos para los espectadores

1. Agrupa los vídeos en listas de reproducción, como por ejemplo series de sermones o estudios bíblicos.
2. Cree convenciones de nomenclatura coherentes para los títulos de los sermones.
3. Utilice descripciones claras que ayuden a los espectadores a comprender el contenido.

III. Imagen de marca para iglesias

Descripción general: Esta sección explica cómo una identidad visual y una marca sólidas pueden ayudar a que un ministerio parezca profesional y reconocible.

A. La importancia de la imagen de marca del ministerio

1. La imagen de marca ayuda al público a reconocer rápidamente la iglesia.
2. Una identidad visual coherente refuerza la credibilidad.
3. Una imagen de marca sólida comunica profesionalismo e intencionalidad.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

B. Elementos esenciales de la marca

1. Logotipo del canal o imagen de perfil
2. Banner o gráfico de encabezado del canal
3. Combinación de colores y estilo de diseño coherentes.
4. Gráficos de introducción y cierre para videos

C. Cómo redactar una descripción eficaz del canal.

1. Explica la misión y la visión de la iglesia.
2. Describe el tipo de contenido que los espectadores encontrarán en el canal.
3. Incluya enlaces al sitio web de la iglesia y a otras plataformas de redes sociales.

IV. Estructuración del canal para facilitar la navegación

Descripción general: Esta sección explica cómo organizar el contenido del canal para que los espectadores puedan encontrar fácilmente lo que necesitan.

A. Uso de listas de reproducción para organizar el contenido

1. Listas de reproducción de la serie de sermones
2. listas de reproducción para estudios bíblicos
3. Testimonios y listas de reproducción de testimonios
4. Listas de reproducción de música de adoración

B. Creación de un diseño para la página de inicio del canal

1. Presenta el sermón más reciente o el video más importante.
2. Mostrar listas de reproducción organizadas por categoría ministerial.
3. Destacar los videos introductorios para los nuevos espectadores.

C. Uso de secciones de canal

1. Las secciones permiten que la página de inicio del canal muestre contenido agrupado.
2. Estas secciones orientan a los espectadores hacia los recursos clave del ministerio.
3. La organización estratégica mejora la participación de los espectadores.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

V. Cómo crear una audiencia para el ministerio en YouTube

Descripción general: Esta sección se centra en estrategias para aumentar la participación de la audiencia en el contenido de la iglesia.

A. Comprender a la audiencia

1. miembros de la iglesia local
2. Espectadores en línea que buscan orientación espiritual
3. Personas que exploran la fe o el cristianismo.
4. Audiencias globales interesadas en la enseñanza bíblica.

B. Fomentar las suscripciones

1. Pide a los espectadores que se suscriban al final de los vídeos.
2. Incluya llamados a la acción en sus sermones o enseñanzas.
3. Recuerde a los espectadores que activen las notificaciones.

C. Promoción del canal

1. Comparte videos en las plataformas de redes sociales de la iglesia.
2. Inserta vídeos de YouTube en la página web de la iglesia.
3. Anime a los miembros de la congregación a compartir contenido.

VI. Creación de contenido ministerial coherente

Descripción general: Esta sección explica la importancia de publicar vídeos de forma constante.

A. Establecer un cronograma de contenidos

1. Se publican sermones semanales
2. Devocionales de mitad de semana
3. Serie de estudios bíblicos
4. Vídeos especiales de enseñanza o testimonios

B. Beneficios de la constancia

1. El público aprende cuándo esperar contenido nuevo.
2. Publicar contenido con regularidad aumenta la participación de los espectadores.
3. El algoritmo de YouTube favorece a los canales que suben vídeos con regularidad.

C. Planificación de contenidos a largo plazo

1. Planifique con anticipación la serie de sermones.
2. Desarrollar contenido de temporada, como mensajes navideños.
3. Crear bibliotecas didácticas para el discipulado.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

VII. Mejores prácticas para el contenido de vídeo de la iglesia

Resumen: Esta sección describe estrategias comprobadas para crear videos ministeriales eficaces.

A. Énfasis en una enseñanza clara y bíblica.

1. Los sermones deben comunicar la verdad bíblica con claridad.
2. Los mensajes deben ser atractivos y relevantes para los espectadores.
3. Los vídeos deben fomentar el crecimiento espiritual.

B. Mantener una alta calidad de producción

1. Utiliza buenos micrófonos para obtener un audio nítido.
2. Asegúrese de que la iluminación y los ángulos de la cámara sean los adecuados.
3. Evite fondos o ruidos que puedan distraer.

C. Mantén a los espectadores interesados.

1. Utilice introducciones claras que expliquen el tema.
2. Incluya referencias bíblicas e imágenes cuando sea apropiado.
3. Mantén los vídeos centrados y bien estructurados.

VIII. Fomentar la interacción y la comunidad.

Descripción general: Esta sección explica cómo las iglesias pueden utilizar las funciones de interacción de YouTube para construir comunidad.

A. Respuesta a los comentarios

1. Agradecemos a los espectadores sus comentarios positivos.
2. Responda preguntas sobre el mensaje o la iglesia.
3. Mantén un tono respetuoso y alentador.

B. Fomentar el debate

1. Haz preguntas al final de los vídeos.
2. Invite a los espectadores a compartir testimonios o peticiones de oración.
3. Utilice los comentarios para entablar conversaciones espirituales.

C. Moderar la comunidad

1. Supervisa los comentarios para detectar contenido inapropiado.
2. Elimine los comentarios ofensivos o dañinos.
3. Mantén un entorno en línea que refleje el ejemplo de Cristo.

IX. Medición del rendimiento del canal

Descripción general: Esta sección presenta análisis básicos que ayudan a los ministerios a comprender su impacto.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

A. Descripción general de las analíticas de YouTube

1. Los análisis proporcionan información valiosa sobre el rendimiento del canal.
2. Los ministerios pueden ver cómo interactúan los espectadores con el contenido.
3. Los datos ayudan a mejorar los vídeos futuros.

B. Indicadores clave para el seguimiento

1. Número de visualizaciones
2. Tiempo de visualización y retención de espectadores
3. Crecimiento de suscriptores
4. Participación a través de "me gusta" y comentarios.

C. Uso de datos para mejorar la labor de divulgación del ministerio

1. Identifica qué vídeos alcanzan a la mayor cantidad de espectadores.
2. Adapta tu estrategia de contenido en función del interés de la audiencia.
3. Utilice el análisis de datos para ampliar el impacto del ministerio digital.

Resumen de la lección

Crear y gestionar un canal de YouTube permite a las iglesias extender su ministerio mucho más allá del edificio físico. Mediante una planificación cuidadosa, contenido constante y estrategias de participación efectivas, un canal ministerial puede convertirse en una poderosa herramienta para la enseñanza, la evangelización y el discipulado.

Al aprender a crear canales, subir y organizar vídeos, desarrollar una imagen de marca, aumentar la audiencia y aplicar las mejores prácticas para la producción de vídeo, los líderes de la iglesia pueden comunicar el Evangelio con excelencia en la era digital.

En lecciones futuras, los estudiantes explorarán estrategias avanzadas de YouTube para el ministerio, incluyendo la transmisión en vivo de servicios religiosos, la optimización de videos para mejorar su visibilidad en los motores de búsqueda y la integración de YouTube con otras plataformas de redes sociales para lograr el máximo alcance.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

LECCIÓN CUATRO

Supervisar y medir los resultados

Análisis general de redes sociales

Resumen de la lección

Esta lección abarca los aspectos esenciales del análisis de redes sociales para organizaciones sin fines de lucro, ministerios e iglesias. Explica la importancia de monitorear y medir el rendimiento en redes sociales para mejorar la interacción y el impacto. La lección repasa términos clave como análisis, métricas e indicadores clave de rendimiento (KPI), explora herramientas específicas de cada plataforma e introduce soluciones de análisis de terceros. Finalmente, ofrece orientación para establecer objetivos realistas y ajustar las estrategias de redes sociales en función de los datos obtenidos.

I. Introducción al análisis de redes sociales

Descripción general: Comprender el papel y la importancia del análisis de redes sociales en el contexto de las organizaciones sin fines de lucro y los ministerios, y cómo influye en la toma de decisiones estratégicas.

A. Importancia de las redes sociales para las organizaciones sin fines de lucro

1. Casi el 90% de las organizaciones sin fines de lucro utilizan las redes sociales.
2. El 55% de la interacción en redes sociales se traduce en acciones.
3. Las redes sociales amplían su alcance más allá de los sitios web tradicionales.

B. Definición de análisis de redes sociales

1. Recopilación y análisis de datos procedentes de la actividad en redes sociales.
2. Ayuda a identificar qué contenido y plataformas conectan mejor con la audiencia.
3. Permite tomar decisiones basadas en datos para el crecimiento y la participación.

C. Plataformas con análisis integrado

1. Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, X (Twitter).
2. Importancia de establecer objetivos claros y medibles antes del análisis.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

II. Términos clave: Analítica, Métricas e Indicadores clave de rendimiento (KPI)

Descripción general: Aclarar la terminología esencial para comprender y aplicar la medición de redes sociales de manera efectiva.

A. Analítica

1. Información obtenida a partir de los datos recopilados en las redes sociales.
2. Ejemplo: El número de seguidores en Facebook indica el conocimiento de la marca.

B. Métricas

1. Datos brutos como clics, me gusta, compartidos.
2. Generalmente disponible a través de informes o paneles de control gratuitos.
3. Se encuentra fácilmente mediante búsquedas específicas de la plataforma.

C. Indicadores clave de rendimiento (KPI)

1. Las métricas de éxito estaban alineadas con los objetivos específicos de la organización.
2. Ejemplo: Tasa de clics hacia una página de donaciones.

D. Usos prácticos de las métricas

1. Analizar las tendencias de participación de la audiencia.
2. Evaluar el desempeño de cada publicación.
3. Comprender la demografía de las partes interesadas.
4. Medir el tráfico web generado por las redes sociales.

III. Seguimiento del rendimiento en redes sociales

Descripción general: Aprende qué métricas de redes sociales debes monitorizar regularmente para evaluar la eficacia general del contenido y del contenido de pago.

A. Métricas de rendimiento

1. Impresiones: número de veces que se muestra el contenido.
2. Alcance: usuarios únicos que ven el contenido.
3. Me gusta, comentarios, compartidos: interacción con la audiencia.
4. Visualizaciones, clics, ventas: indicadores de un mayor nivel de interacción.

B. Análisis de audiencia

1. Desglose demográfico como edad, género, ubicación.
2. Tipos de dispositivos utilizados para acceder al contenido.
3. Importancia de alinear la audiencia con los perfiles objetivo.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

C. Análisis de redes sociales de pago

1. Número de anuncios activos.
2. Clics y tasas de clics.
3. Métricas de costes: coste por clic, coste por interacción, coste por acción.
4. Tasas de conversión y gasto total en publicidad.
5. Uso de paneles de control y hojas de cálculo de la plataforma para el seguimiento.

IV. Herramientas de análisis de redes sociales

Descripción general: Descubra las herramientas analíticas más populares que ayudan a las organizaciones sin fines de lucro y a los ministerios a gestionar y analizar los datos de las redes sociales.

A. Sprout Social

1. Suite para gestión y análisis.
2. Versión gratuita para análisis básicos e información demográfica.
3. Apto para principiantes.

B. Hootsuite

1. Seguimiento multiplataforma (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube).
2. Paneles de control e informes personalizables.
3. Ayuda a visualizar las tendencias de rendimiento.

C. Squarelovin (enfocado en Instagram)

1. Análisis detallado del rendimiento en Instagram.
2. Interacción, datos demográficos de los seguidores, análisis de hashtags.
3. Recomendaciones sobre estrategia de contenido.

D. Mentionlytics

1. Monitorización de menciones de marca en tiempo real.
2. Análisis de sentimiento y seguimiento de personas influyentes.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

E. Google Analytics

1. Realiza un seguimiento del tráfico web generado por las redes sociales.
2. Datos demográficos de la audiencia y retorno de la inversión de la campaña.
3. Imprescindible para medir el impacto de las redes sociales en los sitios web.

V. Pasos para un análisis eficaz de las redes sociales

Descripción general: Describe un proceso práctico para establecer objetivos, recopilar y analizar datos, y ajustar las estrategias de redes sociales en función de los análisis.

A. Definir objetivos SMART

1. Específico, Medible, Alcanzable, Relevante, con Plazo Definido.
2. Ejemplos: aumentar el conocimiento de la marca, generar tráfico web.

B. Elija las métricas relevantes.

1. Interacción (me gusta, comentarios, compartidos).
2. Alcance e impresiones.
3. Conversiones y percepción de la marca.
4. Datos demográficos de la audiencia.

C. Recopilar datos

1. Utilice las analíticas nativas de la plataforma.
2. Utilice herramientas de gestión de redes sociales.
3. Utilice herramientas de análisis de redes sociales para el seguimiento del sentimiento.

D. Analizar datos

1. Identificar tendencias y patrones.
2. Comparar el rendimiento con los valores de referencia.
3. Extraer ideas prácticas para la estrategia.

E. Ajustar las estrategias

1. Perfecciona el contenido para captar mejor la atención del público.
2. Optimiza los horarios de publicación.
3. Pruebe nuevos enfoques y tácticas.

VI. Descripción general de las analíticas de Facebook

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

Descripción general: Para un análisis de datos exhaustivo, céntrese en las herramientas de análisis de Facebook, como Page Insights, Professional Dashboard y Meta Business Suite.

A. Acceso a las analíticas de Facebook

1. Información general de la página.
2. Panel de control profesional para creadores/empresas con modo profesional.
3. Meta Business Suite para una gestión y análisis detallados.

B. Comparación de herramientas

1. Panel de control profesional: resumen simplificado del rendimiento.
2. Meta Business Suite: análisis avanzados, programación de contenido, gestión de anuncios.

C. Estadísticas de la página de Facebook

1. Métricas generales de la página (últimos 28 días): alcance de las publicaciones, interacción, nuevos "me gusta"/seguidores.
2. Análisis de publicaciones (últimos 7-90 días): ordenar por fecha, alcance e interacción.
3. Datos demográficos de la audiencia: edad, género, principales ciudades/países.

D. Meta Business Suite Insights

1. Análisis en profundidad a lo largo del tiempo.
2. Opciones de exportación de datos.
3. Herramientas de gestión empresarial y campañas publicitarias.

Análisis específico para YouTube

Descripción general

YouTube Analytics es una herramienta poderosa que ayuda a creadores y organizaciones a comprender el rendimiento de sus canales y videos. Esta lección explorará áreas clave dentro de YouTube Analytics, definirá métricas importantes, explicará cómo acceder e interpretar los análisis y mostrará cómo usar los datos para mejorar la estrategia de contenido y la interacción con la audiencia.

I. Introducción a YouTube Analytics

Descripción general: Comprenda el propósito y los beneficios de YouTube Analytics para el crecimiento del canal y la mejora del contenido.

A. Definición e importancia

1. Ayuda a medir el rendimiento del canal y del vídeo.
2. Proporciona información valiosa sobre el comportamiento y la participación de la audiencia.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

3. Permite tomar decisiones de contenido basadas en datos.

B. Áreas clave para explorar

1. Pestaña de resumen
2. Pestaña de alcance
3. Pestaña de participación
4. Pestaña Audiencia
5. Pestaña de contenido
6. Pestaña de investigación

II. Explorando las pestañas de análisis de YouTube

Descripción general: Conozca el enfoque y los datos disponibles en cada pestaña principal de YouTube Analytics.

A. Pestañas de análisis de canales

1. Resumen a. Rendimiento general del canal (visualizaciones, tiempo de visualización, crecimiento de suscriptores)
2. a. Cómo la audiencia encuentra e interactúa con los videos b. Informes para todos los tipos de contenido: videos, cortos, transmisiones en vivo, publicaciones
3. Audiencia a. Datos demográficos de los espectadores, espectadores recurrentes frente a nuevos espectadores b. Información sobre suscriptores y miembros
4. Investigación. Temas de tendencia y análisis de búsqueda para ideas de contenido.

B. Pestañas de análisis de vídeo

1. Resumen a. Resumen de la presentación en video, incluyendo momentos clave para la retención de la audiencia.
2. Reach. Métodos de descubrimiento (impresiones, CTR, espectadores únicos)
3. Interacción. Tiempo de visualización, duración promedio de la visualización.
4. Audiencia. Detalles de los espectadores, incluyendo espectadores recurrentes/nuevos e información de los suscriptores.

III. Métricas clave en YouTube Analytics

Descripción general: Definir las métricas esenciales y su importancia para el crecimiento y la participación del canal.

A. Opiniones

1. Número total de veces que se ven los vídeos

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

B. Hora de la vista

1. Total de horas dedicadas a ver vídeos
2. Medido para vídeos de canal e individuales.

C. Suscriptores

1. Número de espectadores suscritos al canal
2. Realiza un seguimiento del crecimiento o declive a lo largo del tiempo.

D. Duración media de visualización y porcentaje medio de visualización

1. Tiempo promedio de visualización por video
2. Porcentaje promedio del video visto

E. Impresiones y tasa de clics (CTR)

1. Número de veces que se muestran las miniaturas/vistas previas.
2. Porcentaje de clics después de ver las vistas previas

F. Retención de la audiencia

1. Cuánto tiempo permanecen atentos los espectadores por vídeo

G. Fuentes de tráfico

1. Dónde encuentran los espectadores los vídeos (búsqueda, redes sociales, sugerencias)

H. Espectadores únicos

1. Número de espectadores individuales durante un período de tiempo

I. Métricas de participación

1. Gustos vs. disgustos
2. Finalizar clics en elementos de la pantalla
3. Datos de remezclas (cortos)

IV. Cómo usar YouTube Analytics para mejorar tu canal

Descripción general: Pasos prácticos para aprovechar la información obtenida de los datos en la estrategia de contenido y audiencia.

A. Analizar vídeos populares

1. Identificar tipos de contenido de alto rendimiento
2. Replica el éxito con contenido similar.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

B. Seguimiento de la demografía de la audiencia

1. Adapta el contenido a la edad, el género y la ubicación del espectador.

C. Monitorear la retención de la audiencia

1. Identificar los puntos de entrega
2. Ajusta los vídeos para aumentar la interacción.

D. Temas de actualidad en la investigación

1. Utilice la pestaña de Investigación para encontrar temas populares.
2. Alinear la estrategia de contenido con las tendencias actuales.

V. Cómo acceder a las estadísticas de YouTube

Descripción general: Proceso paso a paso para acceder a las analíticas tanto del canal como de los vídeos individuales.

A. Acceso a análisis de canales

1. Inicia sesión en YouTube y haz clic en la foto de perfil.
2. Seleccione YouTube Studio
3. Haz clic en la pestaña Análisis en el menú de la izquierda.
4. Ajustar el plazo según sea necesario

B. Navegar por las pestañas de Análisis de canales

1. Explicación de las pestañas Descripción general, Contenido, Audiencia e Investigación

C. Acceso a análisis de vídeo

1. En YouTube Studio, haz clic en la pestaña Contenido o busca el vídeo.
2. Coloca el cursor sobre el vídeo y selecciona el icono de Analytics.

D. Comprender las pestañas de análisis de vídeo

1. Descripción general, alcance, participación, audiencia

VI. Consideraciones importantes y limitaciones

Descripción general: Reconocer las posibles restricciones de acceso y las diferencias en las funciones disponibles.

A. Programa de socios de YouTube y métricas de ingresos

1. La pestaña de ingresos solo es visible para los socios.

B. Disponibilidad de métricas básicas

1. Visualizaciones, tiempo de visualización e interacción accesibles para todos los creadores.

C. Variaciones en los datos para vídeos de canal frente a vídeos individuales

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

VII. Explicaciones detalladas de algunas métricas seleccionadas

Resumen: Un análisis en profundidad de métricas específicas fundamentales para los creadores de contenido.

A. Hora de reloj

1. Medido en horas para canales y vídeos

B. Duración media de visualización y porcentaje de visualización

1. Minutos promedio por visualización y porcentaje de vídeo visto

C. Impresiones y tasa de clics

1. Eficacia de las miniaturas y los títulos

D. Fuentes de tráfico

1. Desglose del origen de los espectadores

E. Espectadores únicos

1. Número de espectadores únicos

F. Métricas de participación

1. Me gusta, no me gusta, clics en la pantalla final, remezclas

G. Número de suscriptores y crecimiento

1. Medir el crecimiento y la retención de la audiencia.

H. Datos demográficos y comportamiento de la audiencia

1. Geografía, edad, género
2. Cuando los espectadores están en línea
3. Otros contenidos y canales vistos

VIII. Para concluir

Resumen: Comprensión del potencial de YouTube y la importancia de una revisión analítica constante.

A. YouTube como plataforma de crecimiento B. Importancia del seguimiento de análisis para la estrategia C. Superar la sobrecarga de datos con la práctica D. Mejora continua mediante decisiones basadas en datos

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

LECCIÓN CINCO

Desarrollo de sitios web – Primera parte

Comprender el desarrollo de sitios web sin código

Descripción general

En la primera parte de la lección, abordaremos los fundamentos del desarrollo web sin necesidad de escribir código. El objetivo es brindar a pastores, líderes ministeriales y comunicadores de organizaciones sin fines de lucro las habilidades prácticas necesarias para crear, administrar y mantener sitios web utilizando herramientas fáciles de usar. Si bien se hace hincapié en las aplicaciones para iglesias, el contenido es aplicable a cualquier organización.

I. ¿Qué es el desarrollo web sin código?

Descripción general: Las plataformas sin código permiten a las personas sin experiencia en programación diseñar, lanzar y mantener sitios web profesionales fácilmente.

A. ¿Qué es el desarrollo de sitios web?

1. El proceso de creación, programación y mantenimiento de sitios web o aplicaciones web.
2. Imprescindible para establecer una presencia en línea.

B. ¿Por qué sin código?

1. Las plataformas sin código utilizan herramientas de arrastrar y soltar y plantillas prediseñadas.
2. Permite a cualquier persona crear un sitio web sin necesidad de aprender HTML, CSS o JavaScript.

C. Importancia para las iglesias y las organizaciones sin fines de lucro

1. Amplía el alcance y mejora la comunicación.
2. Mejora la credibilidad y la conexión con la comunidad.
3. Apoya las donaciones en línea, los eventos y el ministerio digital.

II. Características clave de las herramientas de desarrollo sin código

Descripción general: Estas herramientas simplifican el proceso de creación de sitios web y son ideales para ministerios con presupuestos limitados o poco soporte técnico.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

A. Creadores de sitios web

1. Plataformas como Wix, Squarespace, GoDaddy y Weebly.
2. Edición mediante arrastrar y soltar y soluciones alojadas.

B. Sistemas de gestión de contenido (CMS)

1. WordPress: el CMS más popular con temas y plugins.
2. Paneles de control fáciles de usar para gestionar el contenido.

C. Interfaces de arrastrar y soltar

1. Herramientas de diseño visual para la edición en tiempo real.
2. Ideal para principiantes.

D. Plantillas prediseñadas

1. Diseños específicos para cada sector.
2. Fácil de personalizar sin necesidad de programar.

E. Facilidad de uso y mantenimiento

1. Actualizaciones automáticas, alojamiento y copias de seguridad incluidas.
2. Céntrate en el contenido y el diseño, no en la tecnología.

F. Opciones de personalización

1. Temas, complementos, formularios y galerías.
2. Integración con herramientas de terceros.

III. Beneficios del desarrollo web sin código

Descripción general: *Simplifica el proceso de lanzamiento de un sitio web y reduce la barrera técnica para iglesias y ministerios.*

A. Curva de aprendizaje reducida

1. Cualquiera puede empezar sin necesidad de conocimientos técnicos.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

B. Desarrollo más rápido

1. Las plantillas y los editores permiten lanzar sitios web rápidamente.

C. Accesibilidad

1. Abre las puertas a pequeñas iglesias y organizaciones sin fines de lucro.

D. Costos más bajos

1. Planes mensuales gratuitos o asequibles.

E. Enfoque en el diseño y el mensaje.

1. Énfasis en la comunicación y la creatividad.

IV. Limitaciones del desarrollo de sitios web sin código

Descripción general: *Si bien las soluciones sin código son fáciles de usar, presentan algunos inconvenientes que deben tenerse en cuenta.*

A. Personalización limitada

1. Menor flexibilidad en comparación con los sitios web completamente codificados.

B. Problemas de rendimiento

1. Los temas y complementos pesados pueden reducir la velocidad.

C. Problemas de escalabilidad

1. Menos adecuado para sitios web grandes o complejos.

D. Dependencia de la plataforma

1. Atrapados en el ecosistema y los precios del proveedor.

E. Riesgos de seguridad

1. Los complementos obsoletos pueden presentar vulnerabilidades.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

LECCIÓN SEIS

Desarrollo de sitios web – segunda parte

Cómo crear un sitio web

Resumen de la lección

En la era digital actual, un sitio web bien diseñado para iglesias o ministerios es esencial para la comunicación, la difusión y la participación comunitaria. Esta lección guía a los estudiantes paso a paso en la creación de un sitio web funcional, fácil de usar y visualmente atractivo, adaptado a iglesias, ministerios u organizaciones sin fines de lucro. Los estudiantes aprenderán a identificar a su público objetivo, elegir la plataforma adecuada, crear páginas clave, integrar herramientas y publicar su sitio web.

I. Cómo crear un sitio web para una iglesia o ministerio.

Descripción general: *Un enfoque paso a paso para lanzar un sitio web de iglesia funcional y atractivo.*

A. Identificar necesidades y objetivos

1. Público (miembros, invitados, personas interesadas).
2. Características esenciales (eventos, donaciones, sermones).

B. Elige la plataforma adecuada.

1. Ten en cuenta la facilidad de uso, el diseño y el soporte.
2. Elige entre un creador de sitios web o un CMS.

C. Seleccionar y personalizar una plantilla

1. Elige el que mejor se adapte a tu misión y a tu estilo.
2. Añade tu logotipo, colores y marca.

D. Construir las páginas principales

1. Inicio, Acerca de, Contacto, Eventos, Sermones, Donaciones.

E. Agregar medios y herramientas

1. Inserta vídeos, sermones, mapas y enlaces a redes sociales.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

F. Lanzar y promocionar el sitio web

1. Compártelo en redes sociales y en servicios.
2. Utilice el correo electrónico para invitar a los visitantes a explorar.

II. Mejores prácticas para la efectividad del sitio web de la iglesia

Resumen: Consejos para garantizar que su sitio web sea funcional, accesible y acogedor para todos los visitantes.

A. Diseño y navegación fáciles de usar

1. Diseño limpio e intuitivo.
2. Menú sencillo y flujo lógico.
3. Información clave fácil de encontrar (servicios, eventos, contacto).
4. Llamadas a la acción claras.
5. Imagen de marca coherente y velocidad de carga rápida.
6. Adaptabilidad a dispositivos móviles.

B. Incorporación de estrategias SEO

1. Utilice palabras clave relevantes en todo el contenido del sitio web.
2. Optimiza los títulos de las páginas y las meta descripciones.
3. Proporcione contenido de calidad y rico en palabras clave.
4. Garantizar tiempos de carga rápidos y optimización para dispositivos móviles.
5. Construye vínculos internos y una estructura organizada.
6. Utiliza estrategias de SEO local.
7. Integrar las redes sociales.
8. Actualizar el contenido periódicamente en función de los análisis.

C. Integración con herramientas y plataformas

1. Donaciones en línea (PayPal, Stripe).
2. Conexiones en redes sociales.
3. Sistemas de gestión eclesial (ChMS).
4. Plataformas de marketing por correo electrónico (Mailchimp).
5. Herramientas de transmisión en directo (YouTube, Facebook Live).
6. Inscripción al evento (Eventbrite).

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

D. Diseño adaptable y optimizado para dispositivos móviles

1. Llegar a los usuarios de dispositivos móviles de forma eficaz.
2. Mejora el posicionamiento en buscadores y la interacción con el público.
3. Ofrecer experiencias fluidas en todos los dispositivos.
4. Manténgase al día con los sitios web obsoletos de las iglesias.

E. Actualizaciones y mantenimiento del contenido

1. Mantenga la información precisa y actualizada.
2. Destacar los próximos eventos y anuncios.
3. Comparte nuevos sermones y entradas de blog.
4. Mejora tu posicionamiento SEO con contenido nuevo.
5. Mejorar la confianza del usuario y fomentar las visitas recurrentes.

III. Resumen y aplicación

Descripción general: *Las herramientas web sin código permiten a las iglesias y organizaciones sin fines de lucro llegar a más personas, compartir su mensaje y operar de manera eficiente en un mundo digital.*

A. Conclusiones clave

1. Las plataformas sin código eliminan las barreras de entrada.
2. Un sitio web bien diseñado genera confianza y conexión.
3. El SEO, la adaptabilidad a dispositivos móviles y las integraciones son esenciales.
4. Las actualizaciones periódicas mantienen su sitio web relevante y eficaz.

B. Desafío del estudiante

1. Elige una plataforma y comienza una prueba gratuita.
2. Comienza a planificar tu propio sitio web para una iglesia, ministerio u organización sin fines de lucro.
3. Céntrate en tu mensaje, diseña con claridad y ten presente a tu público.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

5 pasos para publicar tu sitio web en internet.

Descripción general

En la última parte, cubriremos los cinco pasos esenciales para crear y lanzar un sitio web para tu iglesia, ministerio u organización sin fines de lucro. Aprenderás a elegir un nombre de dominio, seleccionar plataformas de alojamiento y creación de sitios web, diseñar las páginas clave y publicar tu sitio en internet. Al finalizar, estarás preparado para lanzar una presencia digital que refleje tu visión y conecte con tu público.

I. Elegir y comprar un nombre de dominio

Descripción general: Tu nombre de dominio es tu identidad en línea. Es la primera impresión que la gente se lleva de tu iglesia, ministerio u organización.

A. Importancia de un buen nombre de dominio

1. Representa tu marca en línea.
2. Debe ser breve, memorable y relevante.
3. Incluir palabras clave puede mejorar la visibilidad en los motores de búsqueda.

B. Consejos para elegir un nombre

1. Evite usar guiones, números o palabras difíciles de escribir.
2. Considere agregar una ubicación o una palabra clave si su dominio ideal ya está ocupado.
3. Esté abierto a extensiones de dominio creativas como .iglesia, .co, .org, etc.

C. Búsqueda y registro de dominios

1. Utilice plataformas como GoDaddy, Namecheap, Bluehost o IONOS.
2. Verifique si existen marcas registradas o usos previos.
3. Utilice herramientas de evaluación y sugerencia para obtener ideas.
4. Actúa rápido: los buenos nombres se reservan enseguida.

D. Consideraciones de costos

1. Los dominios básicos suelen costar menos de 20 dólares al año.
2. Los dominios premium o ya consolidados pueden ser más caros.
3. Un buen dominio es una inversión en tu futuro digital.

II. Elige una empresa de alojamiento web.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

Descripción general: El alojamiento web es el servicio que almacena tu sitio web y lo hace accesible en línea. Sin él, tu sitio no puede publicarse.

A. Entendiendo la diferencia entre alojamiento web y dominio.

1. Dominio = Dirección de un sitio web (por ejemplo, google.com).
2. Alojamiento web = Espacio donde residen los datos de tu sitio web.
3. Algunas empresas ofrecen ambas opciones, pero pueden cobrar más o ofrecer menos funciones.

B. Ventajas y desventajas de combinar dominio y alojamiento web

1. La agrupación de servicios simplifica la gestión y puede suponer un ahorro inicial.
2. Las compras por separado pueden ofrecer mayor flexibilidad y control.

C. Qué buscar en un proveedor de alojamiento web

1. **Facilidad de uso**
 - Interfaz y herramientas fáciles de usar para principiantes.
2. **Opciones de personalización**
 - Variedad de plantillas de diseño y flexibilidad en la maquetación.
3. **Características**
 - Herramientas integradas como comercio electrónico, blogs y análisis.
4. **Herramientas SEO**
 - Herramientas para la optimización móvil, metaetiquetas y uso de palabras clave.
5. **Soporte al cliente**
 - Acceso las 24 horas, los 7 días de la semana, tutoriales, foros y chat en vivo disponibles.

D. Servicios de alojamiento web a considerar

- | | |
|--------------------|---------------------|
| • GoDaddy | • IONOS |
| • WIX | • Terreno del sitio |
| • Espacio cuadrado | • Bluehost |
| • Flujo web | |

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

E. Comparación de costos

1. Los planes varían en cuanto a almacenamiento, ancho de banda, soporte y funciones.
2. Compara siempre los precios y lo que incluyen.

III. Elige la plataforma de creación de sitios web

Descripción general: Los creadores de sitios web te permiten diseñar tu sitio sin necesidad de programar. Muchos proveedores de alojamiento web ofrecen creadores de sitios web integrados.

A. Plataforma de emparejamiento con alojamiento

1. Muchos servicios (por ejemplo, GoDaddy, WIX) ofrecen paquetes de dominio, alojamiento y creación de sitios web.
2. Si lo que busca es simplicidad, elija un servicio integrado.

B. Determina tus necesidades

1. ¿Necesitarás un blog, una galería, una página de donaciones o un archivo de sermones?
2. ¿Deseas insertar contenido de redes sociales o YouTube?
3. ¿Deberían los usuarios poder comentar o ponerse en contacto contigo?

C. Evaluar las características del constructor

1. Plantillas prediseñadas para iglesias y ministerios.
2. Diseños personalizables y adaptabilidad a dispositivos móviles.
3. Integración con plataformas de donaciones y redes sociales.
4. Compatibilidad con contenido multimedia (audio, vídeo, galerías de imágenes).

D. Ejemplos de constructores populares

- Creador de sitios web de GoDaddy
- WordPress
- WIX
- Espacio cuadrado
- Flujo web

IV. Construir el sitio web

Descripción general: Una vez que tengas las herramientas necesarias, es hora de crear el contenido y la estructura de tu sitio web.

A. Páginas imprescindibles para sitios web de iglesias o ministerios

1. **Página principal**– Bienvenida, horarios de servicio y ubicación.
2. **Sobre nosotros**– Misión, historia, liderazgo.
3. **Página de sermones**– Sube mensajes anteriores (vídeo, audio, texto).
4. **Página de eventos**– Calendario de servicios, programas y actividades de divulgación.
5. **Página de donaciones**– Donaciones y opciones para contribuir en línea.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

6. **Página de contacto**– Dirección, teléfono, correo electrónico, enlaces a redes sociales.

B. Consejos de diseño

1. Utiliza colores cálidos y acogedores que reflejen tu marca.
2. Elige fuentes fáciles de leer.
3. Incluye imágenes reales y de alta calidad de tu gente y tus eventos.
4. Asegúrate de que tu sitio web sea compatible con dispositivos móviles.

C. ¿Qué sigue?

La siguiente sección del capítulo le guiará paso a paso en la creación de un sitio web utilizando GoDaddy y WordPress.

V. Publicar el sitio en la World Wide Web.

Descripción general: Finaliza tu sitio web y publícalo para que otros puedan encontrar tu ministerio en línea e interactuar con él.

A. Lista de verificación final antes del lanzamiento

1. Verifique que todo el contenido sea preciso y que las páginas estén completas.
2. Confirmar el funcionamiento de los enlaces, formularios y navegación.
3. Visualiza el sitio en varios dispositivos.

B. Publica tu sitio web

1. Utilice la opción "Publicar" o "Lanzamiento" de su constructor.
2. Abre tu navegador y visita tu dominio para confirmar.

C. Celebrar el lanzamiento

1. Comparte tu nuevo sitio web por correo electrónico y redes sociales.
2. Anime a los miembros de la iglesia o a los donantes a explorar el sitio web.
3. Continúe actualizando el sitio web periódicamente para mantenerlo actualizado y relevante.

Conclusión

Poner en marcha el sitio web de tu iglesia u organización sin fines de lucro no tiene por qué ser complicado. Siguiendo estos cinco pasos —elegir un dominio, encontrar un proveedor de alojamiento web, seleccionar un creador de sitios web, crear contenido relevante y lanzar el sitio— estarás preparando tu ministerio para un mayor impacto digital. En esta lección, veremos el proceso de creación de un sitio web con GoDaddy y WordPress.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

LECCIÓN SIETE

Desarrollo de sitios web – Tercera parte

Cómo crear un sitio web para una iglesia usando GoDaddy

Resumen de la lección

Partiendo de lo aprendido en la lección anterior, en la primera parte de esta lección les guiaremos paso a paso en el proceso de creación de un sitio web para la iglesia utilizando el Creador de Sitios Web de GoDaddy. Al finalizar, los estudiantes estarán preparados para lanzar un sitio web funcional, atractivo y conectado que mejore el alcance, la comunicación y la visibilidad en línea de su iglesia. En la última parte de la lección, haremos lo mismo con WordPress.

I. Primeros pasos con GoDaddy

Descripción general: El primer paso es registrarse, iniciar sesión y prepararse para utilizar las herramientas de creación de sitios web de GoDaddy.

A. Regístrate e inicia sesión

1. Visita GoDaddy.com y haga clic en “Registrarse” o “Crear una cuenta”.
2. Proporcione los datos requeridos (nombre, correo electrónico, contraseña).
3. Inicia sesión para acceder al panel de control del creador de sitios web.
4. Opcional: Explore los servicios de marketing por correo electrónico que ofrece GoDaddy.

II. Elegir la categoría correcta

Descripción general: Seleccionar una categoría de sitio web ayuda a GoDaddy a recomendar plantillas y herramientas adecuadas y adaptadas a iglesias y ministerios.

A. Seleccione una categoría de sitio web

1. Haz clic en “Elige una categoría” o “Selecciona tu sector”.
2. Explora y selecciona la categoría que mejor se adapte a tu iglesia o ministerio.
3. Deja que GoDaddy te proporcione plantillas prediseñadas que se ajusten a tu misión.

III. Selección de una plantilla

Descripción general: Las plantillas definen el aspecto inicial de tu sitio web. GoDaddy ofrece docenas de diseños específicos para cada sector que puedes personalizar.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

A. Explorar y seleccionar una plantilla

1. Explora la biblioteca de plantillas de GoDaddy para encontrar estilos adecuados para tu ministerio.
2. Previsualiza tus favoritos para ver cómo funcionan.
3. Haz clic en “Seleccionar” para confirmar tu elección y pasar a la personalización.

IV. Personalización del diseño del sitio

Descripción general: Con el editor de arrastrar y soltar de GoDaddy, los estudiantes pueden personalizar su sitio web para que se ajuste a la personalidad y las necesidades de su iglesia.

A. Utilice el editor de arrastrar y soltar.

1. Reorganiza las secciones del diseño y añade nuevos componentes.
2. Personaliza los colores, las fuentes y los temas visuales para que coincidan con la imagen de tu iglesia.
3. Descubre las herramientas de IA de GoDaddy (por ejemplo, Airo) para optimizar el proceso de diseño.

V. Agregar contenido al sitio web

Descripción general: El sitio cobra vida con un contenido variado: texto, imágenes, vídeos y audio que comunican la identidad y la misión de su iglesia.

A. Agregar texto informativo

1. Incluye páginas como Inicio, Sobre nosotros, Servicios, Ministerios y Contacto.
2. Redacta contenido claro y atractivo que refleje la voz de tu iglesia.

B. Agregar medios

1. Sube fotos de la iglesia, folletos de eventos o fotos del equipo.
2. Inserta vídeos, retransmisiones en directo o episodios de podcasts donde sea apropiado.

C. Enlace a redes sociales

1. Añade iconos de redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube, etc.) a los encabezados o pies de página.
2. Facilitar el intercambio en tiempo real y la participación de la comunidad.

VI. Integración de redes sociales y herramientas

Descripción general: Fortalece tu sitio web conectando herramientas que mejoren la interacción y la comunicación.

A. Conectar plataformas de redes sociales

1. Vincula las cuentas de la iglesia al sitio web para aumentar la visibilidad y facilitar el seguimiento.

B. Utilizar herramientas de marketing por correo electrónico

1. Integra formularios de suscripción a boletines informativos o formularios de contacto.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

2. Utilice el sistema de marketing por correo electrónico de GoDaddy para enviar actualizaciones profesionales.

C. Aprovechar las herramientas de IA

1. Utiliza GoDaddy Airo para la creación de logotipos y consejos de SEO.
2. Mejora la visibilidad en los motores de búsqueda con la optimización automática para motores de búsqueda.

VII. Previsualización y prueba de su sitio web

Descripción general: Antes del lanzamiento, es fundamental previsualizar el sitio en varios dispositivos y probar todas las funciones interactivas.

A. Vista previa en diferentes dispositivos

1. Garantizar la compatibilidad con teléfonos móviles y tabletas.
2. Corrija cualquier problema de visualización o inconsistencia en el diseño.

B. Funcionalidad del sitio de prueba

1. Haz clic en todos los enlaces y botones para confirmar la redirección correcta.
2. Envíe los formularios y verifique que la recopilación de datos sea correcta.

C. Considere la integración del chat en vivo.

1. Añade un chat en directo para ofrecer comunicación instantánea con los visitantes.
2. Puedes elegir entre widgets compatibles con GoDaddy o integraciones de terceros.

VIII. Publicación de su sitio web

Descripción general: El último paso consiste en publicar tu sitio web con un dominio personalizado y asegurarte de que esté listo para ser encontrado en línea.

A. Elija un nombre de dominio

1. Busca y registra un dominio que refleje el nombre o la marca de tu iglesia.
2. Seleccione entre varias extensiones de dominio (.org, .church, .com).

B. Optimización para motores de búsqueda (SEO)

1. Utilice palabras clave relevantes para su iglesia y ubicación en el texto y las metaetiquetas.
2. Asegúrese de que su sitio web esté indexado y sea visible en los motores de búsqueda.

C. Publica tu sitio web

1. Haz clic en “Publicar” para que tu sitio web esté disponible.
2. Anuncie su lanzamiento a través de las redes sociales, correo electrónico o durante los servicios religiosos.

IX. Funciones avanzadas y personalizaciones

Descripción general: Las herramientas avanzadas de GoDaddy ayudan a las iglesias a crecer, vender y personalizar aún más sus servicios.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

A. Agregar funcionalidades de comercio electrónico

1. Monta una tienda para vender mercancía, libros o entradas para eventos.
2. Configurar las pasarelas de pago y las opciones de envío.

B. Mejorar la personalización del diseño

1. Modificar aspectos más profundos del diseño (CSS, estructura de la maquetación).
2. Utilice la configuración avanzada para lograr una imagen de marca coherente.

C. Integrar código personalizado

1. Inserta scripts para funciones específicas (por ejemplo, archivo de sermones, plataforma de donaciones).
2. Integra aplicaciones y herramientas de terceros (por ejemplo, PayPal, Vimeo, Calendly).

X. Conclusión y desafío

Descripción general: Crear un sitio web para tu iglesia con GoDaddy es sencillo, estratégico y eficaz. Actúa hoy mismo para ampliar la presencia digital de tu iglesia y cumplir la Gran Comisión en línea.

A. Resumen de los principales beneficios

1. Herramientas fáciles de usar para usuarios sin conocimientos técnicos.
2. Plantillas personalizables diseñadas para iglesias.
3. Herramientas integradas de divulgación para el crecimiento y la participación.

B. Desafío para los estudiantes

1. Comienza esta semana a crear tu propio sitio web de prueba para la iglesia.
2. Aplique cada paso de forma práctica y presente un avance en clase.
3. Recuerda: ¡Un sitio web bien diseñado puede llegar a personas mucho más allá de tus cuatro paredes!

Cómo crear un sitio web para una iglesia usando WordPress

Resumen de la lección

En la última parte de esta lección, guiaremos a los estudiantes a través del proceso de creación de un sitio web para la iglesia utilizando WordPress, una de las plataformas de creación de sitios web más utilizadas y fáciles de usar para principiantes. Al finalizar la lección, los estudiantes podrán instalar WordPress, elegir y personalizar un tema, agregar contenido y funciones esenciales, optimizar el sitio para los motores de búsqueda y mantenerlo a largo plazo. El objetivo es capacitar a los líderes ministeriales para que establezcan una sólida presencia digital que refleje la misión de su iglesia y conecte con su comunidad.

I. Introducción a WordPress

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

Descripción general:

WordPress ha evolucionado de una simple plataforma de blogs a un sólido sistema de gestión de contenidos (CMS) que impulsa más del 43 % de los sitios web a nivel mundial. Las iglesias se benefician de su facilidad de uso, flexibilidad y amplio ecosistema de complementos.

A. Lo que necesitas para empezar

1. Un nombre de dominio registrado (tema tratado anteriormente en el curso)
2. Una cuenta de alojamiento web con soporte para WordPress

II. Instalación de WordPress

Descripción general:

Instalar WordPress es el primer paso práctico para crear el sitio web de tu iglesia. La mayoría de los proveedores de alojamiento web ofrecen un proceso de instalación con un solo clic.

A. Plan de alojamiento y dominio

1. Elige un plan de alojamiento compartido económico
2. Registra un dominio relevante para tu iglesia.

B. Instalar WordPress a través del panel de control del hosting

1. Inicia sesión en cPanel o en el panel de control de tu alojamiento.
2. Utilice un instalador de un solo clic (por ejemplo, Softaculous, Mojo Marketplace).
3. Elige tu dominio, establece el nombre de usuario y la contraseña de administrador e instala

C. Acceso al panel de control de WordPress

1. Iniciar sesión en tudominio.com/wp-admin
2. Comienza a personalizar tu nuevo sitio web de WordPress.

III. Cómo elegir un tema de WordPress adecuado para su iglesia

Descripción general:

El tema que elijas determinará la apariencia general de tu sitio web. Elige uno que sea visualmente atractivo, funcional y específico para tu iglesia.

A. Qué buscar en un tema

1. Diseño adaptable para todos los dispositivos.
2. Fácil personalización (se recomienda arrastrar y soltar).

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

3. Servicios integrados en la iglesia (archivo de sermones, calendario, donaciones)
4. Soporte continuo y actualizaciones periódicas

B. Fuentes de los temas

1. Temas gratuitos: WordPress.org (por ejemplo, Oficina de la Iglesia, Iglesia Grace)
2. Temas premium: ThemeForest, StudioPress, ChurchThemes.com

C. Consejos para la selección del tema

1. Vea las demostraciones previas a la instalación.
2. Lee las reseñas y consulta las calificaciones.
3. Verifica la compatibilidad con los plugins y la última versión de WordPress.
4. Elige temas ligeros para un rendimiento más rápido.

D. Cómo instalar un tema

1. Ve a Apariencia > Temas > Agregar nuevo
2. Explora o sube el tema comprado.
3. Haz clic en Instalar > Activar

IV. Personalización del tema del sitio web de su iglesia

Descripción general:

La personalización hace que tu sitio sea único y atractivo. WordPress lo facilita con sus personalizadores de temas y creadores de páginas integrados.

A. Acceder al personalizador de temas

1. Apariencia > Personalizar
2. Explora las opciones de configuración disponibles (colores, fuentes, diseño).

B. Personalizar elementos clave

1. Identidad del sitio: Logotipo, título del sitio, eslogan.
2. Colores y tipografías: Que coincidan con la imagen corporativa de la iglesia.
3. Encabezado/Pie de página: Añadir menús, redes sociales e información de contacto.
4. Página principal: Mensaje de bienvenida, eventos, sermones

C. Utilice creadores de páginas para una mayor flexibilidad.

1. Herramientas recomendadas: Elementor, Beaver Builder
2. Crea páginas como peticiones de oración, ministerios, galerías

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

D. Mantener la coherencia

1. Utilice un estilo uniforme en todas las páginas.
2. Vista previa en diferentes dispositivos

V. Agregar páginas y contenido esenciales

Descripción general:

Su sitio web debe comunicar claramente quién es su iglesia, qué ofrece y cómo las personas pueden participar.

A. Páginas imprescindibles

1. **Página principal**– Resumen de bienvenida con aspectos destacados
2. **Sobre nosotros**– Historia de la iglesia, misión, liderazgo
3. **Sermones**– Sube un vídeo/audio o un enlace desde YouTube.
4. **Calendario de eventos**– informar a los miembros sobre las próximas actividades
5. **Voluntariado/Ministerios**– oportunidades de participación
6. **Contáctanos**– dirección, teléfono, correo electrónico, formulario de contacto
7. **Donar**– portal seguro para donaciones en línea
8. **Blog/Noticias**– artículos, actualizaciones, publicaciones inspiradoras

B. Consejos para la creación de contenido

1. Utilice un lenguaje amigable y coloquial.
2. Incluir imágenes y vídeos de alta calidad.
3. Añade llamadas a la acción claras (por ejemplo, “Únete a nosotros”, “Suscríbete”, “Hazte voluntario”).

VI. Integración de funciones y complementos específicos para iglesias

Descripción general:

Los complementos añaden funcionalidades específicas para las necesidades del ministerio, como donaciones, eventos y gestión de sermones.

A. Categorías clave de complementos

1. Administración de la iglesia (por ejemplo, Iglesia WP, Centro de la Iglesia)
2. Donaciones en línea (por ejemplo, GiveWP, Charitable)
3. Gestión de eventos (por ejemplo, el calendario de eventos)

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

4. Gestión de sermones (por ejemplo, gestor de sermones)
5. Formularios (por ejemplo, WPForms, Contact Form 7)

B. Consideraciones al elegir complementos

1. Compatibilidad con la versión de WordPress
2. Reputación y seguridad de la fuente
3. Impacto en el rendimiento (evite la sobrecarga con complementos)

C. Configuración del complemento

1. Personaliza la configuración y los campos del formulario.
2. Pruebe la funcionalidad antes de su lanzamiento.

VII. Optimización del sitio web de su iglesia para motores de búsqueda (SEO)

Descripción general:

La optimización para motores de búsqueda mejora la visibilidad de su iglesia en línea y ayuda a atraer nuevos visitantes.

A. Pasos básicos para el SEO

1. Utilice palabras clave como “iglesia en [ciudad]”.
2. Incluya los detalles de ubicación en el pie de página del sitio web o en la página de contacto.
3. Instala un plugin de SEO (por ejemplo, Yoast SEO).
4. Utilice títulos y descripciones de página significativos.

VIII. Lanzamiento y promoción del sitio web de su iglesia

Descripción general:

Un lanzamiento exitoso requiere preparación, comunicación y participación de la comunidad.

A. Comprobaciones finales antes del lanzamiento

1. Revisa todo el texto y prueba su funcionamiento.
2. Garantizar la adaptabilidad a dispositivos móviles

B. Anunciar el lanzamiento

1. Utilice el correo electrónico, los boletines informativos y las redes sociales.
2. Crea un vídeo de bienvenida

C. Promoción continua

1. Comparte enlaces en Facebook, Instagram y foros locales.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

2. Considere la prensa local o los boletines informativos.

IX. Mantenimiento y actualización del sitio web de su iglesia

Descripción general:

El mantenimiento regular garantiza que su sitio web siga siendo seguro, funcional y relevante para su público.

A. Mantén el contenido actualizado

1. Actualizaciones con nuevos sermones, blogs y eventos.
2. Publica peticiones de oración e historias de la comunidad.

B. Mantenimiento técnico

1. Comprueba si hay enlaces rotos e información desactualizada.
2. Realiza copias de seguridad de tu sitio web con regularidad (por ejemplo, con UpdraftPlus).
3. Actualizar el núcleo, los temas y los plugins de WordPress.

C. Supervisar el rendimiento y la seguridad

1. Utiliza Google Analytics para obtener información sobre los visitantes.
2. Utilice complementos de seguridad como Wordfence o Sucuri.

D. Fomentar la retroalimentación

1. Pida sugerencias a la congregación.
2. Utilice los comentarios para mejorar la usabilidad y las funciones.

Conclusión

Crear un sitio web para tu iglesia en WordPress es una forma eficaz de ampliar el alcance de tu ministerio, servir mejor a tu congregación y dar la bienvenida a los nuevos miembros. Con las herramientas, los temas, el contenido y la atención adecuados, tu sitio web puede convertirse en un centro digital dinámico para la conexión espiritual y el alcance comunitario.

NOTAS

LECCIÓN OCHO

EXAMEN DE MITAD DE SEMESTRE

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

LECCIÓN NUEVE

Guía para videoconferencias – Primera parte

Utilizando diferentes plataformas

Descripción general

En el panorama ministerial actual, la distancia física ya no tiene por qué significar desconexión. Las videoconferencias permiten que iglesias y ministerios funcionen como un solo cuerpo, unificados en visión, estrategia y comunicación. Esta lección se divide en tres secciones principales. La primera sección es una introducción a las videoconferencias y un vistazo a algunos de los principales proveedores. La segunda sección se centra en el equipo y otros factores necesarios para garantizar una experiencia de calidad, y la tercera sección explica cómo configurar y usar la plataforma Zoom.

I. El poder de las videoconferencias

Descripción general: Comprenda por qué las videoconferencias son ahora esenciales para el ministerio moderno y cómo apoyan la comunicación, la unidad y la evangelización.

A. El papel estratégico en el ministerio

1. Permite la colaboración en tiempo real entre campus con múltiples sedes y equipos globales.
2. Brinda apoyo a reuniones de liderazgo, planificación del personal, oración y discipulado digital.
3. Constituye una alternativa rentable a las reuniones presenciales.

B. Testimonios de líderes ministeriales

1. Pastor Miguel Rivera: "Nos conectamos semanalmente, compartimos novedades y mantenemos viva la visión."
2. La pastora Lisa Chang: "La Iglesia es más grande que nuestro edificio; las reuniones virtuales nos lo recuerdan".

II. Panorama general de las plataformas de videoconferencia más populares

Descripción general: Conozca las fortalezas y debilidades de cuatro de las principales plataformas de videoconferencia utilizadas en entornos ministeriales y sin fines de lucro.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

A. Zoom

1. Características
 - a) Vídeo HD, salas de reuniones, pizarras blancas, uso compartido de pantalla, grabación, herramientas de IA
2. Ventajas
 - a) Alta capacidad de usuarios
 - b) Intuitivo y fácil de usar
 - c) Versátil para iglesias de todos los tamaños.
3. Desventajas
 - a) Límite de 40 minutos para las reuniones gratuitas
 - b) Almacenamiento en la nube limitado
4. Precios
 - a) Plan gratuito, Individual: 13,33 \$/mes; Empresa: 18,32 \$/mes (mínimo 10 usuarios)

B. Google Meet

1. Características
 - a) Basado en navegador, integración con Google Workspace, subtítulos en tiempo real, sugerencias de IA.
2. Ventajas
 - a) Interfaz sencilla
 - b) Ideal para usuarios de Google
 - c) Soporte de correo electrónico personalizado para ministerios
3. Desventajas
 - a) Las salas de grupos solo están disponibles en los planes de pago.
 - b) Funciona mejor en Chrome.
4. Precios
 - a) Gratis para reuniones de 1 hora (hasta 100 personas); Empresas: entre 7 y 14 dólares al mes.

C. Microsoft Teams

1. Características
 - a) Integrado con Microsoft 365, incluye AI CoPilot, Teams Phone y almacenamiento en la nube.
2. Ventajas
 - a) Seguro y confiable
 - b) Notas generadas por IA
 - c) Popular en entornos empresariales
3. Desventajas
 - a) Algunos problemas técnicos o de memoria
 - b) Puede requerir muchos recursos.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

4. Precios
 - a) Nivel gratuito (100 participantes); De pago: entre 4 y 10 dólares al mes, según el plan.

D. GoTo Meeting

1. Características
 - a) Herramientas de colaboración, modo presentación, herramientas de dibujo, modo viajero
2. Ventajas
 - a) Orientado a la productividad
 - b) Estable y fácil de usar
 - c) Transcripciones y almacenamiento en la nube
3. Desventajas
 - a) Informes de mal servicio al cliente
4. Precios
 - a) Gratuito: 100 participantes; De pago: Desde 12 \$/mes por usuario

III. Opciones adicionales para videoconferencias

Descripción general: Explore otras alternativas viables para los ministerios que necesiten herramientas de videoconferencia especializadas o económicas.

A. Otras plataformas destacables

1. **Brevo**– Planificador de reuniones con integración de Zoom
 - a) Plan gratuito disponible; Pro: 12 \$/mes por usuario.
2. **Botón Azul Grande**– Diseñado para la educación y formación en línea.
 - a) Requiere conocimientos técnicos; precios a consultar.
3. **Vaqueros azules**– Cuenta con la confianza de las empresas; ideal para el sector sanitario y las grandes organizaciones.
 - a) Entre 10 y 20 dólares al mes; prueba gratuita de 14 días.
4. **Flojo**– Ideal para la colaboración en equipo con un 99,99 % de tiempo de actividad.
 - a) Planes gratuitos y premium; descuentos para organizaciones sin fines de lucro
5. **Cisco Webex**– Ofrece herramientas interactivas y un plan gratuito con vídeo en HD.
 - a) Reuniones de hasta 100 participantes; límite de 40 minutos para las reuniones gratuitas.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

6. **Reunión de Jitsi** Plataforma de vídeo HD encriptada, gratuita y de código abierto
 - a) No se necesita cuenta; más de 20 millones de usuarios mensuales.
7. **Reunión de Zoho**— Una opción económica y con muchas funciones.
 - a) Gratis hasta 100; Pro: \$1–\$3 por anfitrión/mes

IV. Elegir la plataforma adecuada para su ministerio

Descripción general: Evalúe la herramienta adecuada para las necesidades de su ministerio en función del tamaño, el presupuesto y el nivel de familiaridad técnica.

A. Preguntas clave a considerar

1. ¿Cuál es el tamaño típico de las reuniones de su ministerio?
2. ¿Necesitas herramientas de IA, salas de reuniones virtuales o integración con otros programas?
3. ¿Cuál es su capacidad técnica y su base de voluntarios?
4. ¿Con qué frecuencia se reunirán y durante cuánto tiempo?

B. Adaptar las plataformas a los tipos de ministerios

1. Iglesias pequeñas: Google Meet, Jitsi, Zoho
2. Grandes ministerios: Zoom, Microsoft Teams, GoTo Meeting
3. Educación y formación – BigBlueButton, Webex
4. Misiones basadas en la colaboración: Slack, Brevo

V. Implementación de videoconferencias en entornos ministeriales

Descripción general: Pasos prácticos e ideas creativas para aplicar herramientas de videoconferencia en diversos contextos eclesiales o de organizaciones sin ánimo de lucro.

A. Usos comunes en el ministerio

1. Reuniones de personal y desarrollo del liderazgo
2. Formación e incorporación de equipos remotos
3. reuniones de oración y grupos de discipulado
4. Planificación de la labor de extensión con misioneros globales

B. Configuración de un sistema

1. Empieza con planes gratuitos y amplíalos según sea necesario.
2. Capacitar a líderes y voluntarios en el uso básico de la tecnología.
3. Programar reuniones virtuales periódicas para construir cultura

VII. Reflexiones finales: Las videoconferencias como multiplicador del ministerio

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

Descripción general: Las videoconferencias son más que una herramienta tecnológica: son un puente espiritual que fomenta la unidad global y amplía el impacto del Reino.

A. Visión por encima de la ubicación

1. Las reuniones virtuales potencian la colaboración global.
2. La tecnología cierra la brecha entre la oración y la acción.

B. Aliento para los líderes ministeriales

1. No te dejes intimidar: empieza con algo sencillo y ve aumentando la dificultad con el uso.
2. Las herramientas virtuales te ayudan a discipular, liderar y llegar de forma más eficaz.
3. Aprovecha las herramientas para cumplir la Gran Comisión, sin importar dónde te encuentres.

“Cuando nos reunimos virtualmente, recordamos que la Iglesia es más grande que nuestro edificio”. — Pastora Lisa Chang

VIII. Preguntas para la revisión y el debate

1. ¿Por qué las videoconferencias se han convertido en una herramienta esencial para las iglesias y ministerios modernos? ¿Cómo pueden las videoconferencias ayudar a los ministerios?
2. ¿De qué maneras pueden las videoconferencias fortalecer el liderazgo ministerial y la colaboración en equipo? Proporcione ejemplos: reuniones de personal, grupos de discipulado, etc.
3. Compara dos de las principales plataformas analizadas (Zoom, Google Meet, Microsoft Teams o GoTo Meeting). Analiza las ventajas y desventajas de cada una.
4. ¿Qué factores debe tener en cuenta una iglesia al elegir una plataforma de videoconferencias?
5. Piensen en maneras en que estas herramientas podrían usarse para la evangelización, el discipulado, la capacitación o las misiones globales, y analicen cómo las herramientas digitales pueden expandir el alcance y la influencia de la iglesia más allá de sus muros físicos.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

LECCIÓN DIEZ

Guía para videoconferencias – Segunda parte

Cómo optimizar tu experiencia en reuniones virtuales

Resumen de la lección

Para llevar a cabo una reunión virtual exitosa, los participantes deben asegurarse de contar con el hardware, el software, la conexión a internet y el espacio de reunión adecuados. Esta lección describe los componentes esenciales para configurar un entorno de videoconferencia eficaz y ofrece recomendaciones prácticas para optimizar sus reuniones virtuales, ya sea en casa, en la iglesia o en la oficina.

I. Conexión a Internet estable

Descripción general: Una conexión a internet fiable es fundamental para cualquier reunión virtual. Garantiza una calidad de vídeo y audio fluida y evita interrupciones.

A. Importancia de la estabilidad

1. Evita bloqueos, almacenamiento en búfer y llamadas interrumpidas.
2. Admite audio nítido y comunicación ininterrumpida.

B. Requisitos de ancho de banda (Directrices generales)

1. 1 Mbps para 480p (Definición estándar)
2. 2 Mbps para 720p (Alta Definición)
3. 4 Mbps para 1080p (alta definición completa)

C. Opciones de conexión a Internet

1. Las conexiones Ethernet cableadas ofrecen mayor fiabilidad.
2. Se recomienda conexión 5G o Wi-Fi potente.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

3. La LAN (Red de Área Local) puede utilizarse para reuniones seguras y de alto rendimiento.

II. Dispositivos para videoconferencias

Descripción general: Seleccionar el dispositivo adecuado es fundamental para garantizar la calidad de vídeo y audio. Las opciones varían en rendimiento, portabilidad y funcionalidad.

A. Computadoras de escritorio

1. Procesadores potentes y gráficos superiores
2. Requiere periféricos adicionales (cámara web, micrófono, altavoces).
3. Ideal para reuniones de grupo de alta resolución.

B. Computadoras portátiles

1. Cámara web, micrófono y altavoces integrados.
2. Ideal para la flexibilidad y la movilidad.
3. Debe contar con suficiente RAM, CPU y SSD para una transmisión fluida.

C. Comprimidos

1. Portátil y compacto, con cámara y micrófono integrados.
2. Ideal para profesionales que se desplazan constantemente.
3. Limitaciones: Menos puertos, menor potencia de procesamiento.

D. Teléfonos móviles

1. Conveniente para acceder sobre la marcha
2. Cámara y micrófono integrados de alta calidad.
3. Limitaciones: Pantalla pequeña, multitarea limitada; no es ideal para reuniones profesionales.

III. Software o navegador para reuniones virtuales

Descripción general: Las reuniones virtuales requieren un software fiable o acceso a un navegador, además de la creación de una cuenta para organizar y participar en las sesiones.

A. Opciones de software

1. Zoom, Google Meet, Microsoft Teams, etc.
2. Debe ser compatible con su dispositivo y sistema operativo.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

B. Creación de cuenta

1. Necesario para organizar reuniones y acceder a las funciones de la plataforma.
2. Algunas plataformas permiten registrarse sin cuenta, pero las funciones pueden ser limitadas.

IV. Sistemas de audio y micrófonos

Descripción general: Un audio nítido es esencial para una comunicación eficaz. Elija la configuración de sonido adecuada según el espacio de la reunión y sus necesidades.

A. Auriculares y audífonos

1. Las opciones de cancelación de ruido permiten una escucha más concentrada.
2. Se prefieren los auriculares USB inalámbricos por su comodidad y claridad.

B. Auriculares o audífonos

1. Ligero y portátil
2. Ideal para uso personal o viajes; compruebe la calidad y comodidad del micrófono.

C. Altavoces externos

1. Útil para salas grandes con varios participantes.
2. Debe utilizarse con un micrófono independiente para audio bidireccional.

D. Altavoces

1. Combina altavoz y micrófono en un solo dispositivo.
2. Compatible con USB o Bluetooth: ideal para configuraciones limpias y eficientes.

E. Micrófonos

1. Los micrófonos USB son fáciles de usar y de alta calidad.
2. Tipos: Brazo articulado, micrófono de techo, micrófono USB inalámbrico

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

3. Elige en función de tu entorno y tus necesidades de movilidad.

V. Sistemas de visualización y vídeo

Descripción general: La claridad visual mejora la comunicación. Invierte en una buena pantalla y cámara para una mejor colaboración.

A. Monitores de pantalla

1. Las pantallas grandes mejoran la visibilidad y la capacidad de realizar varias tareas a la vez.
2. Excelente para presentaciones grupales y colaboración remota.

B. Bares de vídeo

1. Dispositivo todo en uno: cámara, micrófono y altavoz.
2. Perfecto para salas de conferencias y espacios de reunión.
3. Configuración sencilla y mínimo desorden.

C. Cámaras web y cámaras

1. Imprescindible para la transmisión de vídeo; a menudo está integrado o se puede conectar mediante USB.
2. Se recomienda el uso de cámaras web de alta resolución para fines profesionales.
3. Las cámaras web externas pueden ofrecer mejor calidad y capacidad de ajuste que las integradas.

VI. Personalización de la configuración

Descripción general: Sus necesidades específicas, presupuesto y entorno determinarán la mejor configuración para su reunión virtual.

A. Configuraciones recomendadas

1. Para particulares: Ordenador de sobremesa o portátil + cámara web USB + auriculares inalámbricos
2. Para uso doméstico: Añada la función de manos libres si utiliza altavoces para la salida de audio.
3. Para oficinas/organizaciones: Se recomienda una barra de vídeo todo en uno.

B. Consideraciones medioambientales

1. La iluminación, el fondo y el control del ruido afectan a la calidad.
2. Siga las normas de etiqueta adecuadas para las reuniones virtuales (silenciar el micrófono, posicionamiento, etc.).

C. Evaluación del presupuesto y las prioridades

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

1. Prioriza las funciones esenciales (claridad de audio/vídeo).
2. Evite compras innecesarias: invierta en lo que mejora el rendimiento.

VII. Resumen y Reflexiones Finales

Descripción general: Una configuración óptima para reuniones virtuales mejora la comunicación, la colaboración y el profesionalismo. No permita que una mala tecnología obstaculice su mensaje.

A. Conclusiones clave

1. Una conexión a internet estable y un equipo de audio/vídeo de calidad son imprescindibles.
2. Elige los dispositivos y accesorios según tu función y contexto.
3. Evalúe periódicamente y actualice cuando sea necesario para obtener los mejores resultados.

B. Preguntas para la revisión y el debate

1. **¿Por qué se considera que una conexión a internet estable es el elemento más importante para el éxito de una reunión virtual?**
2. **¿Qué factores debería tener en cuenta alguien al elegir un dispositivo para videoconferencias (ordenador de sobremesa, portátil, tableta o teléfono)?**
3. **¿Por qué el audio de alta calidad suele ser más importante que el vídeo durante las reuniones virtuales?** Analice el papel de los micrófonos, los auriculares, los altavoces y el control del ruido para garantizar una comunicación eficaz.
4. **¿Qué medidas prácticas puede tomar una persona para mejorar la profesionalidad y la eficacia de su entorno de reuniones virtuales?** Ten en cuenta elementos como la iluminación, la ubicación de la cámara, el fondo, la minimización del ruido y la elección de la configuración de equipo adecuada.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

LECCIÓN ONCE

Guía para videoconferencias – Tercera parte Conceptos básicos de Zoom: cómo configurarlo

Resumen de la lección

Esta lección ofrece una guía paso a paso para configurar y administrar Zoom para reuniones virtuales, especialmente diseñada para iglesias, ministerios y organizaciones sin fines de lucro. Incluye la creación de cuentas, la instalación de la aplicación, la configuración de preferencias, las configuraciones de seguridad y cómo programar y administrar reuniones. Los estudiantes también explorarán los beneficios de usar Zoom como plataforma principal para el ministerio digital.

I. Entendiendo Zoom como plataforma

Descripción general: Adquiera conocimientos básicos sobre Zoom, su compatibilidad, las opciones de planes y por qué es la plataforma preferida en los sectores religiosos y sin fines de lucro.

A. Compatibilidad con dispositivos y plataformas

1. Zoom funciona en Windows, Mac, Linux, iOS y Android.
2. La disposición de los elementos varía ligeramente entre los dispositivos de escritorio y los dispositivos móviles.

B. Opciones del plan Zoom

1. **Plan gratuito**
 - a) Hasta 100 participantes
 - b) reuniones individuales de 30 minutos
 - c) Reuniones grupales de 40 minutos
 - d) Chat privado/grupal
 - e) Únete a través de PC o teléfono.
 - f) Compartir pantalla disponible
2. **Planes de pago: Pro, Business, Enterprise**
 - a) Reuniones de mayor duración
 - b) Grabación/almacenamiento en la nube
 - c) Inicio de sesión único (SSO)
 - d) Transcripciones de reuniones
 - e) Opciones de personalización de marca

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

II. Registro y configuración de Zoom

Descripción general: Aprende cómo crear una cuenta, verificar tu correo electrónico y empezar a usar Zoom, ya sea a través del navegador o de la aplicación.

A. Proceso de creación de cuenta

1. Visita Zoom.us en tu navegador.
2. Elige usar el navegador o descargar la aplicación.
3. Regístrate con tu correo electrónico, Google o Facebook.
4. Utilice el inicio de sesión único (SSO) si lo proporciona su empleador.
5. Confirma tus preferencias para recibir recursos de Zoom.
6. Revisa tu correo electrónico para confirmar y activar tu cuenta.
7. Perfil completo con nombre y contraseña segura.

B. Pasos opcionales después del registro

1. Invita a tus compañeros (o no).
2. Iniciar una reunión de prueba
3. Agregue extensiones o complementos de Zoom para su navegador:
 - a) Google Chrome
 - b) G Suite
 - c) Firefox
 - d) Microsoft Outlook
 - e) Notas de IBM

III. Navegación por el portal web de Zoom

Descripción general: Aprende a configurar los ajustes, administrar tu perfil y proteger tus reuniones a través del portal web de Zoom.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

A. Gestión de perfiles

1. Acceda a “Su cuenta” > pestaña “Perfil”
2. Editar:
 - a) Nombre y foto de perfil
 - b) ID y contraseña de reunión predeterminados
 - c) Huso horario

B. Configuración de ajustes

1. Activar/desactivar el vídeo al unirse
2. Controla si los participantes pueden unirse antes que el anfitrión.
3. Habilitar contraseñas seguras para las reuniones
4. Administrar la configuración predeterminada del código de acceso por motivos de seguridad.

C. Características de seguridad

1. Activar/desactivar el chat (público/privado)
2. Permitir/denegar transferencias de archivos
3. Controlar los permisos para compartir pantalla
4. Habilitar el cifrado de extremo a extremo (requiere verificación telefónica)
5. Bloquear el acceso desde regiones específicas si es necesario.

IV. Uso de la aplicación de escritorio de Zoom

Descripción general: Descubre cómo personalizar las preferencias de tu dispositivo usando la aplicación de escritorio de Zoom.

A. Acceso a las preferencias

1. Abre la aplicación > haz clic en "Preferencias" en la esquina superior derecha.
2. Personalizaciones clave:
 - a) Uso de monitores duales
 - b) Modo de pantalla completa al iniciar
 - c) Prueba de micrófono/altavoz
 - d) Seleccionar tema de color
 - e) Lugar de grabación
 - f) Opciones de accesibilidad

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

V. Programación y gestión de reuniones

Descripción general: Aprende a crear y organizar reuniones, programar sesiones recurrentes y personalizar las invitaciones.

A. Programar una reunión

1. Ve a la pestaña "Reuniones" en tu perfil.
2. Haz clic en "Programar una nueva reunión".
3. Personalizar:
 - a) Nombre y descripción de la reunión
 - b) Fecha, hora y zona horaria
4. Habilite la opción "Reunión recurrente" si es necesario.
 - a) Seleccione la frecuencia de repetición (diaria, semanal, mensual)
 - b) Configura cuántas veces al día se repite.

VI. Beneficios del uso de Zoom para el ministerio

Descripción general: Descubre por qué Zoom es la plataforma líder de videoconferencias para iglesias y ministerios.

A. Ventajas clave

1. **Interfaz fácil de usar**
 - a) Sencillo para todas las edades y niveles de conocimientos tecnológicos.
2. **Vídeo y audio de alta calidad**
 - a) Imprescindible para sermones, reuniones de personal y estudios bíblicos.
3. **Accesibilidad del dispositivo**
 - a) Compatible con teléfonos, tabletas y ordenadores.
4. **Herramientas interactivas**
 - a) Compartir pantalla, salas de grupos, encuestas, chat
5. **Capacidad para grupos grandes**
 - a) Desde pequeñas reuniones hasta grandes conferencias

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

6. Grabación y archivo

- a) Guarda las reuniones para acceder a ellas y utilizarlas posteriormente.

7. Planes asequibles

- a) Rentable para iglesias y organizaciones sin fines de lucro.

B. Testimonio del líder del ministerio

“Zoom permitió que nuestra iglesia se mantuviera unida y activa en múltiples sedes y continentes. No solo cubrió la necesidad, sino que amplió nuestro alcance.”

— Pastor Mark Thompson

VII. Reflexiones finales y desafío

Descripción general: Reafirmar el valor estratégico de Zoom y animar a los estudiantes a integrarlo eficazmente en sus ministerios.

A. Las videoconferencias como herramienta ministerial

1. Zoom y otras plataformas expanden el ministerio más allá de las paredes físicas.
2. Las reuniones virtuales fomentan la inclusión, la conexión y la participación.

B. El llamado a los líderes ministeriales

1. Aprovecha las herramientas digitales como amplificadores de la misión.
2. Liderar la integración de la tecnología en las operaciones de la iglesia.
3. Utiliza plataformas como Zoom para ampliar el discipulado y la evangelización.

“El viaje comienza con un solo paso: demos un paso audaz hacia el futuro de la comunicación y el ministerio de la iglesia.”

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

LECCIÓN DOCE

Creación de contenido atractivo – Primera parte

El contenido es el rey

Resumen de la lección

En un mundo digital, el contenido es fundamental para tu estrategia de comunicación. Esta lección explora los principios básicos para crear contenido significativo, atractivo y centrado en la misión para iglesias y organizaciones sin fines de lucro. Desde conocer a tu audiencia hasta contar historias cautivadoras y diseñar imágenes impactantes, esta lección te prepara para comunicarte con claridad, creatividad y un propósito centrado en Cristo.

I. El poder del contenido: por qué es importante

Descripción general Comprenda qué es el contenido, por qué es fundamental para su comunicación y cómo puede mejorar o perjudicar su presencia digital.

A. ¿Qué es el contenido?

1. Mensajes utilizados para comunicarse con una audiencia:
 - a) Palabras: publicaciones, correos electrónicos, devocionales, sermones
 - b) Elementos visuales: fotos, folletos, tarjetas con citas
 - c) Vídeos: retransmisiones en directo, reels, cortos
 - d) Audio: podcasts, mensajes de voz
2. No todo el contenido es buen contenido: la claridad, la veracidad y la coherencia son importantes.

B. Por qué el contenido es la parte más importante

1. Las plataformas son herramientas; el contenido transmite el mensaje:
 - a) Facebook es el micrófono; el contenido es el sermón.
 - b) Instagram es el lienzo; el contenido es el mensaje.
 - c) El sitio web es el escenario; el contenido es lo que llena la casa.
 - d) El correo electrónico es el sobre; el contenido es la carta que hay dentro.
2. Un contenido deficiente socava la credibilidad y el impacto del ministerio.
3. Cita: “El marketing ya no se trata de los productos que fabricas, sino de las historias que cuentas.” — Seth Godin

II. Cinco claves para crear contenido atractivo y apropiado.

Descripción general Aprende cinco principios fundamentales para escribir y compartir contenido atractivo que honre a Cristo en línea.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

A. Conoce a tu público

1. Habla con personas reales, no con datos demográficos abstractos.
2. Asegúrese de que el tono y el humor se ajusten a su plataforma y misión.
3. Regla general: "Si no lo dirías desde el púlpito, no lo publiques en internet".

B. No cambies el significado por la popularidad.

1. Evite sacrificar la claridad o los valores en aras de las modas.
2. Evitar:
 - a) Dobles sentidos engañosos
 - b) Referencias a la cultura pop que generan alienación
 - c) Jerga o sarcasmo inapropiados.
3. Cita: "Nuestro objetivo no es impresionar al mundo, sino influir en él para Cristo."

C. Cuenta historias que inspiren

1. Las historias conectan más profundamente que los anuncios.
2. Utilice testimonios y transformaciones de la vida real.
3. Ejemplo: La historia del bautizo de Jessica comunica más que un simple anuncio.

D. Utilice imágenes impactantes, pero manténgalo limpio.

1. Las imágenes adecuadas y pertinentes mejoran el impacto del mensaje.
2. Consejos:
 - a) Utiliza sitios web de imágenes de archivo gratuitos y seguros (por ejemplo, Unsplash).
 - b) Evite los gráficos recargados o que parezcan memes.
 - c) Mantenga la modestia y el profesionalismo.
3. Cita: "El diseño no es solo cómo se ve. El diseño es cómo funciona." — Steve Jobs

E. Sea coherente con su marca y su tono de voz.

1. La imagen de marca es más que un logotipo: es tu voz, tus valores y tu identidad.
2. Evaluar:
 - a) ¿Nos describimos así?
 - b) ¿Lo entenderán los de fuera?
 - c) ¿Refleja esto a Jesús?
3. Cita: "Tu marca es una promesa. Asegúrate de cumplirla." — Dave Ramsey

III. Errores comunes en el contenido de la iglesia

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

Descripción general Analizar los peligros del contenido que promueve el ego en lugar de a Cristo y cómo evitar momentos incómodos en línea.

A. La trampa del ministerio del “Mírame”

1. Eviten dar demasiada importancia a las personalidades por encima de Jesús.
2. No busques "me gusta", aspira a un cambio en tu vida.
3. Mantente enfocado en la misión: glorificar a Dios, llegar a las personas.

B. Ejemplo de la vida real: El factor de vergüenza ajena

1. Ejemplo: “Ven a la iglesia; tenemos mejor pan que Olive Garden.”
2. Lección: El humor debe ser sagrado, sensible y con un propósito.

IV. Consejos prácticos para escribir publicaciones atractivas en redes sociales

Descripción general Cinco consejos de redacción que ayudarán a que tu contenido destaque y aumente la interacción en las redes sociales.

A. Consejo 1: Escribe para tu público

1. Comprender las preferencias de tono (divertido frente a serio, informal frente a formal).
2. Utilice la segunda persona del singular: “usted”, “su”.
3. Céntrate en tu público objetivo, no en complacer a todo el mundo.

B. Consejo 2: Sé breve e instructivo.

1. Captar la atención en las primeras 3-4 palabras.
2. Cuanto más breve, mejor: evite los bloques de texto extensos.
3. Adaptar al estilo de la plataforma:
 - a) Instagram: imágenes, subtítulos cortos
 - b) TikTok: vídeos cortos y entretenidos
 - c) Twitter/X: análisis concisos y oportunos
 - d) Facebook: narración de historias basada en la comunidad

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

C. Consejo 3: Las palabras poderosas son tus aliadas.

1. Evita las palabras aburridas o genéricas.
2. Utilice un vocabulario emotivo y orientado a la acción para fomentar la participación.

D. Consejo 4: Sé visual

1. Combina textos de calidad con fotografías relevantes y de alta calidad.
2. Pruebe diferentes combinaciones de texto e imágenes para obtener el mejor rendimiento.
3. Incorpore gráficos o colores de marca consistentes.

E. Consejo 5: Añade una llamada a la acción.

1. Dile a la gente exactamente lo que quieres que hagan:
 - a) “Comenta abajo”
 - b) “Haz clic para obtener más información”
 - c) “Comparte tu opinión”
2. Formula preguntas que inviten a la reflexión y al debate.

V. Técnicas para hacer la escritura más atractiva

Descripción general La escritura debe ser clara y convincente. Estas técnicas ayudarán a que tu contenido conecte de forma más profunda con el público.

A. Técnicas basadas en el contenido

1. Apasionate y siente curiosidad por tu tema.
2. Conoce a tu público y aporta valor.
3. Utiliza la narración de historias y tu voz personal.
4. Incluye datos, estadísticas y ejemplos de la vida real.

B. Técnicas basadas en el estilo

1. Ganchos impactantes y titulares atractivos.
2. Varía la longitud de las oraciones para lograr ritmo y énfasis.
3. Utilice la voz activa y elimine la palabrería innecesaria.
4. Incorpora metáforas, humor y un lenguaje vívido.
5. Edita con atención y lee en voz alta para perfeccionar el tono y la claridad.

VI. El papel de los gráficos en las redes sociales

Descripción general Los elementos visuales no son solo decoración, sino que son fundamentales para el alcance, la retención y la identidad de marca en línea.

A. Por qué importan los elementos visuales

1. El contenido visual tiene 40 veces más probabilidades de ser compartido.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

2. Las infografías superan a otros tipos de publicaciones en cuanto a número de comparticiones.

B. Mejora del reconocimiento de marca

1. El color mejora el reconocimiento de marca hasta en un 80%.
2. La coherencia visual mejora la visibilidad y la confianza.
3. Un buen diseño equivale a una buena transmisión del mensaje.

VII. Reflexiones finales: Crear con propósito

Descripción general El panorama digital puede evolucionar, pero el contenido claro y centrado en Cristo sigue siendo la base de una comunicación ministerial eficaz.

A. Principios atemporales

1. Sé fiel a tu mensaje y a tu misión.
2. Prioriza la excelencia, la claridad y la creatividad guiada por el Espíritu.

B. Preguntas para la revisión y el debate

1. **¿Por qué comprender a tu audiencia es el paso más importante para crear contenido atractivo?**

Analice cómo el tono, el humor y los mensajes deben estar en consonancia con las necesidades de la audiencia y la misión del ministerio.

2. **¿Cuáles son algunos ejemplos de contenido vergonzoso en las redes sociales de las iglesias y cómo pueden los ministerios evitar caer en esta trampa?**

Explora la diferencia entre el contenido que glorifica a Dios y el contenido que promueve personalidades o tendencias para llamar la atención.

3. **¿Cómo pueden combinarse la narración de historias y los elementos visuales para crear contenido más atractivo en las plataformas de redes sociales?**

Considere la posibilidad de utilizar testimonios, imágenes de alta calidad, infografías o vídeos cortos para captar la atención del público.

4. **¿Por qué es importante la coherencia en la marca y el tono de voz para el contenido del ministerio, y cómo pueden los llamados a la acción mejorar la participación?**

Analice cómo la claridad en los mensajes, la identidad visual recurrente y las invitaciones explícitas a interactuar (como comentar o compartir) mejoran la conexión con su público.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

LECCIÓN TRECE

El contenido es el rey: cómo crear contenido atractivo - Segunda parte **Consejos esenciales para crear gráficos para redes sociales**

Descripción general

En la siguiente parte de esta lección, analizaremos técnicas avanzadas de diseño gráfico para redes sociales que mejorarán la efectividad, la imagen de marca y la estética del contenido digital. Los temas incluyen calidad de imagen, composición, imagen de marca, equilibrio y estrategias paso a paso para desarrollar gráficos impactantes. Los estudiantes también aprenderán a evitar errores comunes y a aplicar las mejores prácticas para maximizar la interacción en diversas plataformas.

I. Principios clave de diseño para gráficos en redes sociales

Descripción general: Dominar los fundamentos del diseño visual garantiza que tus gráficos sean atractivos, profesionales y estén alineados con tu marca.

A. Calidad y composición de la imagen

1. Utilice imágenes de alta resolución procedentes de fuentes fiables o de profesionales.
2. Aplique la regla de los tercios para lograr interés visual.
3. Asegúrese de que el tamaño de la imagen sea el correcto para la plataforma.

B. Imagen de marca y tipografías

1. Utiliza la paleta de colores de tu marca de forma sutil para lograr coherencia en la identidad visual.
2. Elige fuentes legibles que reflejen tu mensaje y tono.

C. Contraste entre texto y fondo

1. Utilice texto claro sobre fondos oscuros y viceversa.
2. Evite cubrir elementos clave o colocar texto sobre las caras.
3. Utilice frases cortas con fuentes fuertes y legibles.

D. Punto focal y equilibrio visual

1. Establezca un punto focal claro; evite el desorden.
2. Tómese descansos visuales para reevaluar el equilibrio.

E. Técnicas de diseño innovadoras

1. Ajusta la opacidad para crear profundidad o capas.
2. Utiliza estilos de collage para añadir interés con formas o ilustraciones.
3. Enmarca el texto con formas; usa líneas para dividir el contenido.

II. Guía paso a paso para diseñar gráficos para redes sociales

Descripción general: El diseño gráfico es un proceso estratégico que requiere claridad de propósito, conocimiento del público objetivo y dominio de la plataforma.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

A. Define tu objetivo

1. Decide si tu objetivo es informar, promocionar, involucrar o entretener.
2. Adapta tu estilo de diseño a tu propósito.

B. Conoce a tu público

1. Investigar las preferencias de la audiencia y el comportamiento social.
2. Elige imágenes, fuentes y colores que conecten contigo.

C. Elija la plataforma adecuada

1. Sigue las especificaciones de cada plataforma (por ejemplo, Instagram = formato cuadrado, Twitter = formato centrado en texto).
2. Adapta tu estilo a la cultura de la plataforma.

D. Comience con una plantilla o desde cero.

1. Las plantillas ahorran tiempo y ofrecen ideas.
2. Los diseños personalizados ofrecen originalidad y coherencia.

E. Incorporar elementos de la marca

1. Utilice de forma consistente los colores, las fuentes y los logotipos de la marca.
2. Asegúrese de que los elementos de la marca estén bien ubicados y tengan un propósito.

F. Utilice imágenes y gráficos de alta calidad.

1. Prioriza las imágenes originales o libres de derechos.
2. Evite problemas de pixelación o derechos de autor.

G. Optimiza tu texto

1. Sé claro y conciso.
2. Elige fuentes de alto contraste y fáciles de leer.

H. Añadir una llamada a la acción (CTA)

1. Haz que la llamada a la acción sea efectiva y persuasiva.
2. Colócalo de forma clara y visible.

I. Revisar y ajustar

1. Garantizar el atractivo visual y la alineación con tu objetivo.
2. Prueba de legibilidad y compatibilidad en diferentes dispositivos.

J. Prueba e itera

1. Comparta sus diseños para recibir comentarios.
2. Ajustar en función de los datos o las respuestas.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

III. Errores comunes que se deben evitar en el diseño gráfico para redes sociales

Resumen: Evitar estos errores mejorará la claridad, la profesionalidad de la marca y la interacción con la audiencia.

A. Sobrecargar su diseño

1. No sobrecargues el gráfico con elementos.
2. Deje espacio en blanco para mayor claridad.

B. Usar demasiadas fuentes

1. Evite la inconsistencia con múltiples fuentes.
2. Utiliza solo 1 o 2 fuentes alineadas con tu marca.

C. Ignorar las especificaciones de la plataforma

1. Conozca el tamaño y el formato de imagen de cada plataforma.
2. Manténgase al día con las especificaciones actuales.

D. Descuidar la optimización para dispositivos móviles

1. Comprueba cómo se ve tu gráfico en los smartphones.
2. Diseñar pensando en los usuarios de dispositivos móviles.

E. Imagen de marca inconsistente

1. Garantizar el uso coherente de los elementos visuales de la marca.
2. Mantén un estilo unificado en todas las publicaciones.

IV. Conclusión: El poder de los gráficos bien diseñados

Resumen: Los gráficos impactantes son esenciales para cualquier estrategia en redes sociales y desempeñan un papel clave en el éxito de la marca.

1. Utilice tamaños de imagen adecuados para la plataforma.
2. Mantén la coherencia con la identidad de tu marca.
3. Manténgalo simple y legible.
4. Garantizar la accesibilidad y la claridad.
5. Aprovecha las herramientas y plantillas de diseño.
6. Prueba y realiza iteraciones para mejorar.
7. Recuerda: Un buen diseño hace que tu mensaje destaque.

"El diseño es el embajador silencioso de tu marca." – Paul Rand

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

CAPÍTULO CATORCE

Comprender la IA en el contexto del ministerio digital

Resumen de la lección:

En esta lección, los estudiantes explorarán los fundamentos de la Inteligencia Artificial (IA), sus componentes, sus aplicaciones tanto en el ámbito secular como en el ministerio, y las consideraciones teológicas y éticas que rodean su uso. Se prestará especial atención a la IA generativa y su aplicación práctica en el ministerio digital, junto con advertencias y enseñanzas de las Escrituras sobre cómo administrar estas herramientas. Se animará a los estudiantes a pensar críticamente, liderar con creatividad y considerar la IA como una herramienta al servicio del Evangelio, no como un sustituto del discernimiento espiritual.

I. Panorama general de la inteligencia artificial

Descripción general:

Esta sección define la IA y describe sus funciones principales. Los estudiantes aprenderán cómo la IA imita el pensamiento humano mediante tareas específicas como la comprensión del lenguaje y el reconocimiento de patrones.

A. Definición y tareas principales

1. Comprender el lenguaje
2. Tomar decisiones
3. Reconocer patrones
4. Resolver problemas

B. Contexto histórico y pioneros

1. Definición fundamental de John McCarthy
2. La evolución de la IA en la tecnología (por ejemplo, Siri, Netflix)

II. Las capas de la IA: Más que una simple palabra de moda

Descripción general:

La IA no es una herramienta aislada, sino un conjunto de tecnologías interconectadas. Esta sección explica las diferencias entre aprendizaje automático, aprendizaje profundo y procesamiento del lenguaje natural.

A. Aprendizaje automático (ML)

1. Algoritmos que aprenden de los datos a lo largo del tiempo.

B. Aprendizaje profundo

1. Imita las redes neuronales del cerebro para tareas complejas.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

C. Procesamiento del Lenguaje Natural (PLN)

1. Permite que herramientas como ChatGPT procesen y generen lenguaje

D. Consideraciones éticas

1. La IA como caja de herramientas, no como sustituto de la sabiduría humana.

III. Los 4 tipos de inteligencia artificial

Descripción general:

Los estudiantes examinarán los cuatro tipos reconocidos de IA, desde la básica hasta la especulativa. Estas clasificaciones ayudan a definir las capacidades actuales y las posibilidades futuras de la IA.

A. Máquinas reactivas

1. Responda únicamente a entradas específicas.
2. Sin memoria ni aprendizaje (por ejemplo, Deep Blue de IBM).

B. Memoria limitada

1. La memoria a corto plazo mejora la toma de decisiones (por ejemplo, en los coches autónomos).

C. Teoría de la mente (experimental)

1. Inteligencia artificial hipotética que comprende las emociones y las señales sociales.

D. Inteligencia Artificial Autoconsciente (Futurista)

1. Concepto de ciencia ficción; máquinas autorreflexivas y conscientes.

IV. Beneficios de la IA en el mundo real (y en el ministerio)

Descripción general:

La IA ofrece herramientas poderosas para la productividad y la comunicación. Esta sección explora cómo las iglesias y los ministerios ya utilizan la IA para mejorar su alcance y eficiencia.

A. Ejemplos prácticos del ministerio

1. Transcripciones automatizadas de sermones
2. Programación inteligente de eventos
3. Asistentes virtuales para el estudio de la Biblia
4. Predicción de asistencia con análisis

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

B. Ilustración del Ministerio: El Felipe Digital

1. Al igual que Felipe en Hechos 8, la IA puede ayudar a transmitir el mensaje correcto en el momento adecuado, en línea.

V. Peligros potenciales de la IA: Una advertencia bíblica

Descripción general:

Si bien la IA ofrece grandes beneficios, también presenta peligros reales. Los estudiantes explorarán los riesgos y los desafíos éticos, recurriendo siempre a la verdad bíblica en busca de orientación.

A. Riesgos espirituales y éticos

1. Pérdida de discernimiento
2. Sesgo de datos y desinformación
3. Desplazamiento laboral
4. Preocupaciones sobre la privacidad y el plagio

B. Perspectiva bíblica

1. 1 Corintios 10:23 – No todo lo que es lícito es útil.

VI. Piensa críticamente, lidera con creatividad.

Descripción general:

Se anima a los estudiantes a convertirse en administradores responsables de la tecnología, utilizando la IA no solo de manera eficiente, sino también con sabiduría y creatividad en contextos ministeriales.

A. Adoptar la administración digital

1. Comprenda las herramientas, pero mantenga la autoridad espiritual.

B. Aprende del ejemplo de Pablo

1. Él utilizó las carreteras y el lenguaje de su época; usemos la IA en la nuestra.

VII. Comprensión de la inteligencia artificial generativa

Descripción general:

Los estudiantes se adentrarán en la IA generativa, un potente subconjunto de la IA que crea contenido nuevo como texto, imágenes y música, y sus aplicaciones en el ámbito ministerial.

A. ¿Qué es la IA generativa?

1. Crea contenido nuevo a partir de sugerencias (por ejemplo, bosquejos de sermones, devocionales).
2. Utiliza modelos de lenguaje a gran escala (LLM, por sus siglas en inglés).

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

B. Herramientas reales para el ministerio

1. ChatGPT – borradores de estudios, mensajes
2. Microsoft Copilot: boletines informativos y diapositivas
3. Google Gemini: recursos para traducir y resumir

VIII. ¿Qué lo hace “generativo”?

Descripción general:

Esta sección explica en qué se diferencia la IA generativa de la IA tradicional: no solo analiza datos, sino que crea algo nuevo a partir de ellos.

A. Del análisis a la creación

1. Compone canciones, oraciones o devocionales a partir de información sencilla.

B. Ilustración: El Timothy digital

1. Al igual que Timoteo con Pablo, la IA generativa es una "herramienta", no la fuente de sabiduría.

IX. ¿Pero es realmente pensar?

Descripción general:

Aunque parezca inteligente, la IA en realidad no “piensa” ni comprende la verdad. Los estudiantes aprenderán a distinguir entre la apariencia y la realidad.

A. Ilusión de comprensión

1. La IA utiliza la probabilidad, no la conciencia.

B. Perspectiva teológica

1. La IA no tiene alma; es una herramienta, no un profeta.
2. John Lennox: “La IA no entiende a Dios ni la verdad”.

X. Por qué es importante para los estudiantes de seminarios bíblicos

Descripción general:

Esta sección relaciona el estudio de la IA con el futuro papel del estudiante como comunicador del Evangelio.

A. Discernir sabiamente

1. Conozca las fortalezas y limitaciones de la IA.

B. Crear de forma eficiente

1. Deja que la IA te ayude con el contenido, pero no que reemplace el estudio bíblico.

C. Liderar con responsabilidad

1. Integridad del modelo en el uso del ministerio digital

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

XI. Reflexión bíblica: “Examinadlo todo” (1 Tesalonicenses 5:21)

Descripción general:

Se recuerda a los estudiantes que deben usar el discernimiento bíblico al utilizar la IA. Que algo sea impresionante no significa que sea beneficioso o verdadero.

A. Pruebas espirituales

1. No todo el contenido generado es bíblicamente preciso.
2. Siempre compare y pruebe con las Escrituras.

XII. Conclusión: Una herramienta, no un maestro.

Descripción general:

La IA es poderosa, pero limitada. Los estudiantes deben seguir siendo comunicadores guiados por el Espíritu Santo, utilizando la IA para servir al mensaje de Cristo, no para reemplazarlo.

A. La IA como medio

1. Al igual que la imprenta o el micrófono, es una herramienta de difusión.

B. Tú eres el mensajero

1. Dios llama a los seres humanos —no a las máquinas— a predicar el Evangelio.

XIII. Beneficios y peligros potenciales de la IA en la sociedad

Descripción general:

Esta sección final ofrece un panorama equilibrado del impacto social más amplio de la IA, ayudando a los estudiantes a evaluar cómo puede afectar a su mundo y a su ministerio.

A. Beneficios potenciales

1. Eficiencia, precisión, personalización, creatividad

B. Peligros potenciales

1. Pérdida de empleo, prejuicios, ciberseguridad, preocupaciones éticas

Desafío final para los estudiantes:

El Evangelio no ha cambiado, pero la forma en que lo compartimos sí. Usemos las herramientas de hoy con sabiduría, oración y creatividad, para la gloria de Dios.

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

CAPÍTULO QUINCE

Primeros pasos con ChatGPT:

En esta lección, exploraremos ChatGPT, una potente herramienta conversacional basada en inteligencia artificial creada por OpenAI. Explicaremos qué es ChatGPT, cómo funciona y cómo puede utilizarse para apoyar el ministerio, el trabajo académico y el crecimiento personal. Los estudiantes aprenderán habilidades prácticas como crear una cuenta de ChatGPT, elaborar preguntas efectivas y explorar aplicaciones básicas y avanzadas. La lección concluye con importantes advertencias y pautas éticas para garantizar un uso responsable y guiado por el Espíritu Santo de la IA en el ministerio.

I. Entendiendo ChatGPT y su potencial ministerial

Descripción general: Esta sección ofrece una introducción a ChatGPT, su propósito y por qué es importante para los estudiantes de teología y los comunicadores digitales.

A. ¿Qué es ChatGPT?

1. Asistente conversacional impulsado por IA desarrollado por OpenAI
2. Construido sobre el modelo GPT (Generative Pre-trained Transformer).
3. Entrenado con conjuntos de datos masivos: libros, artículos, diálogos.

B. Relevancia del Ministerio

1. Apoya la redacción de sermones, el estudio teológico y la creación de contenido.
2. Piénsalo como un becario digital: rápido, incansable y con gran capacidad de adaptación al contexto.

C. Por qué es importante para los estudiantes de seminarios bíblicos

1. Mejora la productividad y la creatividad.
2. Ayuda a administrar el tiempo y las ideas de manera eficiente en la preparación del ministerio.

II. Primeros pasos con ChatGPT

Descripción general: Esta sección describe cómo acceder a ChatGPT y comenzar a usarlo por primera vez.

A. Tipos de acceso

1. Versión gratuita: ideal para la redacción e investigación básicas.
2. ChatGPT Plus: acceso a GPT-4o y funciones avanzadas.
3. Planes de equipo y empresariales para equipos ministeriales

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

B. Pasos para comenzar

1. Visita chat.openai.com
2. Crear una cuenta
3. Comienza a chatear: escribe o di tu mensaje.
4. Explora aplicaciones para móviles, ordenadores de escritorio y extensiones de navegador.

III. Cómo funciona ChatGPT (en términos sencillos)

Descripción general: Esta sección explica cómo ChatGPT procesa y responde a la información introducida por el usuario.

A. Proceso de tres pasos

1. Haz tu pregunta: escribe o di una pregunta.
2. Piensa: utiliza algoritmos para interpretar y analizar la entrada.
3. Responde: devuelve una respuesta similar a la humana y que tiene en cuenta el contexto.

B. Ilustración clave

1. Las indicaciones son semillas: Específicas = resultados fructíferos; Vagas = resultados débiles

IV. Usos prácticos para estudiantes de seminario bíblico

Descripción general: Esta sección explora las aplicaciones prácticas de ChatGPT en el ámbito académico, ministerial y personal.

A. Ayuda académica

1. Resume capítulos o doctrinas bíblicas.
2. Explica los términos teológicos (por ejemplo, justificación, santificación).
3. Sugiera esquemas o estructuras para ensayos y sermones.

B. Contenido del Ministerio

1. Escribe devocionales, anuncios y publicaciones para redes sociales.
2. Ideas para temas y títulos de series de sermones
3. Genera versículos para memorizar para niños o contenido para el ministerio.

C. Crecimiento personal

1. Pide sugerencias para la oración o preguntas para escribir en tu diario.
2. Practica idiomas extranjeros (español, griego, hebreo)
3. Participa en sesiones de preguntas y respuestas teológicas para tu desarrollo personal.
- 4.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

V. Funciones y herramientas avanzadas

Descripción general: A medida que los estudiantes ganan confianza, pueden explorar funciones más avanzadas de ChatGPT.

A. Aplicaciones técnicas

1. Aprende a programar o a crear scripts.
2. Depurar sitios web o crear soluciones tecnológicas para las necesidades de la iglesia.

B. Liderazgo y Administración

1. Borradores de propuestas, informes y correos electrónicos
2. Simular conversaciones y decisiones de liderazgo

C. Contenido creativo y visual

1. Utilice DALL·E para generar imágenes para sermones o diapositivas.
2. Crea contenido multimedia personalizado utilizando sugerencias creativas.

D. Búsqueda e interacción por voz

1. Modo de búsqueda de GPT-4o: obtiene datos actuales con fuentes
2. Modo de voz: hable con ChatGPT para generar ideas o practicar la predicación.

VI. Cómo obtener mejores resultados con ChatGPT

Descripción general: Aprende a elaborar preguntas eficaces y a adaptar las respuestas de ChatGPT a tus necesidades.

A. Conceptos básicos de ingeniería rápida

1. Sea específico: incluya nombres, cronogramas y formatos.
2. Solicita esquemas, puntos clave o puntos de vista comparativos.

B. Personalización de tono y estilo

1. Solicita una voz específica (por ejemplo, "Escribe como Max Lucado").
2. Cambiar el idioma o el público objetivo (por ejemplo, jóvenes, ancianos).

NOTAS

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

C. Utilice preguntas de seguimiento.

1. Aclarar o ampliar la respuesta
2. Explorar tangentes o puntos de vista alternativos

VII. Personalización y gestión de la configuración de ChatGPT

Descripción general: Esta sección explica cómo personalizar tu experiencia con ChatGPT para mayor comodidad y seguridad.

A. Configuración de usuario

1. Cambiar idioma y opciones de visualización
2. Habilitar/deshabilitar el entrenamiento de datos
3. Activar la autenticación de dos factores (2FA)

B. Accesos directos

1. Mac: Opción + Espacio
2. Windows: Alt + Espacio

VIII. Desafíos, precauciones y uso ético

Descripción general: Si bien ChatGPT es una herramienta poderosa, los usuarios deben ser conscientes de sus limitaciones y responsabilidades éticas.

A. Limitaciones

1. Inexactitudes ocasionales o “alucinaciones”.
2. Puede presentar datos desactualizados o sesgados.

B. Consideraciones éticas

1. Nunca utilices la IA para plagiar o falsificar trabajos originales.
2. Siempre verifique los hechos bíblicos e históricos.
3. Utilice la IA para ayudar, no para reemplazar, el estudio personal y la oración.

C. Perspectiva bíblica

“La IA puede apoyar el conocimiento bíblico, pero no puede reemplazar la madurez espiritual”. — Dr. Trevin Wax

IX. Explorando alternativas a ChatGPT

Descripción general: Dependiendo de su enfoque o de la tecnología que utilice, es posible que otras herramientas se ajusten mejor a las necesidades de su ministerio.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL 20

A. Microsoft Copilot

1. Integrado con las aplicaciones de Microsoft (Word, Excel, Teams).
2. Bueno para la productividad y la administración de la iglesia.

B. Google Gemini

1. Fuerte en búsqueda y resumen.
2. Integrado en las herramientas de Google Workspace

C. Claude (por Antropic)

1. Se centra en la seguridad y el razonamiento de formato largo.
2. Ideal para generar contenido reflexivo y ético.

X. Conclusión: Dejemos que la IA nos ayude, pero dejemos que el espíritu nos guíe.

Descripción general: Se anima a los estudiantes a utilizar ChatGPT como una herramienta, no como un sustituto, para su vocación y desarrollo espiritual.

A. La IA como compañera del Ministerio

1. Te ayuda a pensar, escribir y comunicarte más rápido.
2. Fomenta la creatividad y la productividad en el ministerio.

B. Mantente guiado por el Espíritu y con los pies en la tierra.

1. El Espíritu Santo es tu guía supremo.
2. ChatGPT puede apoyar, pero nunca reemplazar, tu vida de oración, la Biblia o tu propósito.

“La Iglesia siempre ha utilizado las mejores herramientas de cada época: tinta, imprenta, radio, cine. La IA no es diferente. Úsenla bien, úsenla éticamente y úsenla para glorificar a Dios.”— Pastor tecnológico anónimo

Mensaje final de ánimo para los estudiantes:

Explora con curiosidad. Crea con valentía. Comunícate con claridad. Y siempre guíate por Cristo.

NOTAS



**Escuela
Bíblica
de Liderazgo**

SEGUNDO AÑO

ESCUELA BÍBLICA DE LIDERAZGO

Guía de Estudio

"Transformando a la Próxima Generación de Creyentes en Líderes"

- LÍDERES EN EL HOGAR
- LÍDERES EN LA IGLESIA
- LÍDERES EN EL MERCADO
- LÍDERES EN EL GOBIERNO
- LÍDERES EN EDUCACIÓN
- LÍDERES EN LA COMUNIDAD