



Escuela Bíblica de Liderazgo

Segundo Año

Programa de Liderazgo en Adoración/Medios

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

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 202

pa' la Iglesia y el Ministerio

Pastor Bruce R. Edwards

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

www.ciudadde laesperanza.com

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

pa' 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 que aparecen en este documento, a menos que se indique lo contrario, corresponden a la versión Nueva Versión King James de la Biblia.
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 201
2 créditos Horas
Instructor: _____

Descripción del curso:

Este curso introduce a los estudiantes a los principios fundamentales de la comunicación digital eficaz en el contexto de una iglesia o ministerio. Aprenderán a comunicarse con claridad, coherencia y empatía — las tres C de la comunicación—, dominando herramientas prácticas como el correo electrónico, los mensajes de texto y las redes sociales. Se hace hincapié en el uso de Facebook, Instagram, X y TikTok para conectar con las congregaciones, compartir el evangelio y potenciar el alcance del ministerio. Mediante ejercicios prácticos, desarrollarán habilidades para crear mensajes significativos, fomentar la conexión y aprovechar las herramientas digitales para apoyar la misión de su iglesia.

Objetivos del curso:

Al finalizar satisfactoriamente este curso, el estudiante podrá:

1. Explique y aplique las tres C de la comunicación eficaz —claridad, coherencia y compasión— en contextos ministeriales.
2. Redacta correos electrónicos y mensajes de texto profesionales, claros y atractivos para fines eclesiásticos y ministeriales.
3. Evaluar las fortalezas y limitaciones de las principales plataformas de redes sociales (Facebook, Instagram, X, TikTok) para la participación en el ministerio.
4. Desarrollar un plan de contenido para redes sociales que se ajuste a la visión de su ministerio y a las necesidades de su audiencia.
5. Demostrar habilidades prácticas en la creación de mensajes digitales que fomenten la participación, la conexión y el crecimiento espiritual.

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
80-89% = 2,5-3,49	= B
70-79% = 1,5-2,49	=C
60-69% = 0,99-0,49	=D
0-59% = 0	=F

F	= Fracaso
S	= Satisfactorio
U	= Insatisfactorio
I	= Incompleto
norte	= Sin créditos

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	PROGRAMA DE ESTUDIO - INTRODUCCIÓN COMUNICACIÓN DIGITAL PARA LA IGLESIA DE HOY	
2	IMPORTANCIA DE UNA CO EFICAZ	
3	LAS 3 C DE LA COMUNICACIÓN	
4	CÓMO USAR EL CORREO ELECTRÓNICO DE FORMA EFICAZ	
5	DOMINANDO EL ARTE DE LOS MENSAJES DE TEXTO	
6	CÓMO USAR WHATSAPP DE FORMA EFICAZ	
7	INTRODUCCIÓN A LAS REDES SOCIALES	
8	EXAMEN DE MITAD DE SEMESTRE	
9	TUTORIAL DE FACEBOOK – PRIMERA PARTE CÓMO USAR FACEBOOK - PERFILES - PÁGINAS - GRUPOS	
10	TUTORIAL DE FACEBOOK – PARTE DOS CÓMO CREAR UNA CUENTA DE FACEBOOK	
11	TUTORIAL DE FACEBOOK – PARTE TRES CÓMO CREAR Y UTILIZAR UNA PÁGINA DE NEGOCIO	
12	TUTORIAL DE FACEBOOK – PARTE CUATRO CÓMO CREAR Y UTILIZAR LA PÁGINA DE UNA ORGANIZACIÓN SIN FINES DE LUCRO	
13	GUÍA PARA PRINCIPIANTES SOBRE EL USO DE INSTAGRAM	
14	GUÍA PARA PRINCIPIANTES SOBRE EL USO DE TWITTER	
15	GUÍA PARA PRINCIPIANTES SOBRE EL USO DE TIKTOK	
16	EXAMEN FINAL	

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

LECCIÓN UNO

Descripción general del curso y fundamentos de la comunicación digital.

Descripción general del curso

- A. Programa de estudios de revisión
 - 1. Descripción del curso
 - 2. Libro de texto
 - 3. Tareas
 - 4. Otra información
- B. Resumen de las lecciones

Fundamentos de la comunicación digital en la iglesia

Resumen de la lección

En el mundo hiperconectado de hoy, la iglesia debe adoptar herramientas de comunicación modernas para mantenerse relevante, eficaz y comprometida con su congregación y comunidad. Esta unidad explora la transición de los métodos de comunicación tradicionales a las plataformas digitales y proporciona a los líderes ministeriales estrategias fundamentales para comunicarse de forma clara, coherente y con impacto. Basándose en la experiencia pastoral y en la opinión de expertos en comunicación, este documento ofrece principios, buenas prácticas y herramientas para un ministerio digital eficaz.

I. La nueva realidad de la comunicación en la iglesia

Descripción general:

Esta sección introduce la necesidad de adoptar la comunicación digital, destaca el cambio de las herramientas impresas a las digitales y explica por qué una comunicación clara y convincente es vital para el ministerio moderno.

A. Un panorama de comunicación transformado

- 1. La era de los boletines y anuncios ha terminado.
- 2. El público actual vive en un ritmo digital de notificaciones, desplazamiento y transmisión en directo.

B. Por qué la comunicación es fundamental

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

1. La visión debe comunicarse claramente para ser captada.
2. La misión debe compartirse de forma constante para mantener el enfoque.
3. Las iglesias deben hablar donde la gente esté escuchando.

C. El propósito del autor al escribir

1. Equipar a pastores y equipos ministeriales con herramientas de comunicación prácticas.
2. Para inspirar la excelencia y la claridad en el ministerio digital.
3. Para ayudar a las iglesias a construir conexiones e impacto a través de los canales digitales.

II. El latido de la conexión

Descripción general:

Esta sección analiza cómo la comunicación impulsa la vida de la iglesia, posibilita la conexión y debe ir más allá de la simple información para lograr una interacción y un compromiso significativos.

A. La comunicación como elemento vital del ministerio

1. Transmite la visión de los líderes a los miembros.
2. Conecta al personal, a los voluntarios y a la comunidad en general.

B. Las nuevas normas de comunicación

1. La interacción digital se produce durante toda la semana, no solo los domingos.
2. Los anuncios se han convertido en conversaciones a través de las plataformas.

C. El desafío: De la comunicación a la conexión

1. Muchas iglesias se comunican, pero pocas realmente se conectan.
2. La conexión genera confianza, crecimiento y compromiso a largo plazo.

NOTAS

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

D. Habilidad de llamada

1. La comunicación no es solo una técnica, es una vocación ministerial.
2. Bien hecho, une y fortalece a la iglesia.

III. Dominando la comunicación digital para la iglesia de hoy

Descripción general:

Este es el núcleo de la unidad. Presenta los principios, herramientas y estrategias principales para una comunicación digital eficaz, haciendo hincapié en el establecimiento de objetivos, el uso de plataformas, la participación y el empoderamiento del equipo.

A. Establecer objetivos de comunicación claros

1. Alinearse con la misión y la visión de su iglesia
2. Define tu público objetivo
3. Establecer resultados medibles

B. Aprovechar estratégicamente las herramientas digitales

1. Elige las plataformas relevantes (Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp, X)
2. Desarrollar una estrategia de comunicación enfocada
3. Utiliza herramientas que se adapten a los hábitos de tu audiencia.

C. Foster Comunicación bidireccional

1. Utilice encuestas, preguntas y respuestas, y comentarios para fomentar la retroalimentación.
2. Fomentar la confianza y la inclusión a través de la interacción.

D. Priorizar la personalización y la relevancia

1. Utiliza análisis para segmentar tu audiencia.
2. Adapte sus mensajes a necesidades específicas.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

3. Hacer que los miembros se sientan conocidos y valorados.

E. Garantizar la coherencia y la puntualidad.

1. Utilice calendarios de contenido para planificar y ofrecer comunicación.
2. Mantente en sintonía con los ritmos estacionales y los momentos del ministerio.
3. Sea predecible y confiable en sus mensajes.

F. Capacita a tu equipo para lograr un mayor impacto.

1. Capacitar al personal y a los voluntarios en las mejores prácticas de comunicación.
2. Crear una cultura de voz compartida y colaboración
3. Multiplica el impacto a través de un mensaje unificado.

G. Aceptar el papel de la tecnología en el ministerio

1. Herramientas como YouTube, Planning Center y los podcasts amplían el alcance.
2. La tecnología mejora, no reemplaza, la comunidad espiritual.

H. Utilizar las redes sociales como catalizador para la participación.

1. Comparte los valores y las historias de la iglesia en todas las plataformas.
2. Utilice eventos, citas, devocionales y testimonios.
3. Amplía tu presencia digital y atrae a nuevas audiencias.

I. Afrontar los retos de la era digital

1. Evite la sobrecarga digital y el consumo pasivo.
2. Utilice la innovación con intencionalidad y propósito.
3. Mantente enfocado en tu misión en medio de las distracciones digitales.

J. Fomentar prácticas digitales responsables

1. Fomentar hábitos digitales saludables y que aporten vitalidad
2. Fomentar el crecimiento espiritual mediante herramientas en línea
3. Equilibrar la creación de comunidades en línea y fuera de línea.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

IV. Conclusión: Esto es solo el comienzo

Descripción general:

Esta sección recuerda a los lectores que la comunicación es fundamental para todo ministerio y los prepara para los capítulos prácticos que siguen.

A. La comunicación es fundamental, no periférica.

1. Influye en todos los ministerios, desde la atención a los huéspedes hasta la evangelización.
2. Determina qué tan bien las personas se mantienen informadas y comprometidas.

B. Se han sentado las bases: herramientas para el futuro

1. Los próximos capítulos guiarán a través de plataformas específicas (WhatsApp, Instagram, etc.).
2. Los tutoriales y ejemplos prácticos ayudarán a convertir las ideas en acciones.

C. Tu mensaje merece ser compartido.

1. Cada iglesia y ministerio tiene una historia que vale la pena escuchar.
2. Una comunicación eficaz ayuda a que tu voz se eleve por encima del ruido.

Cita clave para la reflexión

“Todos se comunican, pocos conectan.”—Dr. John C. Maxwell

Asignación

- Reflexiona: ¿Qué herramientas de comunicación utiliza actualmente tu ministerio de forma eficaz?
- Debate: En tu grupo, compartan un desafío de comunicación al que se enfrenta su iglesia.
- Preparación: Anota dos objetivos que quieras alcanzar para mejorar la comunicación digital en tu ministerio.

NOTAS

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

LECCIÓN DOS

La importancia de la comunicación eficaz en el ministerio

Resumen de la lección

La comunicación es una de las habilidades más importantes que un líder ministerial puede desarrollar. Cada sermón predicado, correo electrónico escrito, reunión dirigida o mensaje compartido en redes sociales representa una oportunidad para influir en las personas y promover la misión del Evangelio. La comunicación eficaz no se trata solo de transmitir información, sino de conectar corazones, clarificar la visión, generar confianza e inspirar a las personas a seguir juntas el propósito de Dios.

En el ámbito ministerial, la comunicación moldea las relaciones, fortalece la unidad y determina la claridad con la que se comprende el mensaje de Cristo. Los líderes que se comunican eficazmente fomentan la colaboración, previenen conflictos innecesarios y guían a sus equipos hacia objetivos comunes. Por el contrario, una comunicación deficiente puede generar confusión, debilitar la confianza y obstaculizar la eficacia incluso de las iniciativas ministeriales mejor intencionadas.

En el mundo digital actual, donde pastores y líderes ministeriales se comunican mediante sermones, transmisiones en vivo, publicaciones en redes sociales, correos electrónicos y plataformas de mensajería, la claridad y la intencionalidad se han vuelto aún más esenciales. Los líderes deben aprender a comunicarse con sabiduría, empatía y precisión para que su mensaje llegue a las personas de manera efectiva y refleje el carácter de Cristo.

Esta lección explora por qué la comunicación es tan importante en el ministerio y examina siete razones clave por las que una comunicación eficaz es esencial para construir equipos sólidos, relaciones saludables e iniciativas ministeriales exitosas.

I. Introducción Por qué la comunicación es importante en el ministerio y en la vida **Descripción general:**

Esta sección presenta el papel fundamental que desempeña la comunicación tanto en el ministerio como en la vida cotidiana. Los estudiantes explorarán cómo la comunicación fortalece las relaciones, genera confianza y une a las personas en torno a

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

una misión compartida. La lección también destaca la importancia de una comunicación clara y con propósito en los entornos ministeriales modernos, donde los líderes deben comunicarse a través de múltiples canales digitales e interpersonales. Comprender este fundamento ayuda a los líderes ministeriales a reconocer que la comunicación no es simplemente una habilidad, sino una responsabilidad esencial del liderazgo.

A. La comunicación genera relaciones y confianza.

1. “Sin comunicación, no hay relación...” – Desconocido
2. La comunicación conecta corazones, alinea visiones y genera confianza.

B. El liderazgo digital requiere una comunicación clara y con propósito.

1. En un mundo de textos, publicaciones, sermones y correos electrónicos, la claridad determina la profundidad y el alcance.
2. Los líderes ministeriales deben comunicarse con empatía y propósito.

II. Siete razones por las que la comunicación es esencial en el ministerio

Descripción general:

Esta sección ofrece perspectivas prácticas sobre cómo la comunicación eficaz fortalece el ministerio de maneras específicas. Los estudiantes analizarán siete beneficios clave de una comunicación sólida: crear entendimiento mutuo, construir relaciones más profundas, resolver conflictos, alcanzar los objetivos del ministerio, fomentar el desarrollo personal, mejorar la toma de decisiones y responder eficazmente ante desafíos o crisis. Cada principio demuestra cómo la comunicación permite que los equipos ministeriales funcionen con unidad, claridad y propósito, reflejando al mismo tiempo el carácter de Cristo en sus interacciones.

En conjunto, estos principios capacitan a los estudiantes para ver la comunicación no solo como una habilidad técnica, sino como una herramienta ministerial vital para el liderazgo, el discipulado y la difusión del mensaje del Evangelio.

A. Entendimiento compartido: Comunicarse para ser comprendido

1. Un ministerio eficaz depende de que todos interpreten el mensaje de la misma manera.
2. Se reducen los malentendidos y aumenta la unidad.
3. *Ilustración* Un viaje misionero bien coordinado necesita instrucciones claras.
4. *Cita* “El mayor problema en la comunicación es la ilusión de que se ha producido.” – GB Shaw

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

NOTAS

B. Relaciones más sólidas: Comunicación con cuidado

1. El ministerio se nutre de las relaciones; las palabras generan confianza.
2. Escuchar es la mitad de la comunicación; Jesús escuchaba atentamente.
3. *Sagrada Escritura* Efesios 4:29 — “Solo lo que es bueno para edificación...”
4. Las herramientas digitales como WhatsApp o Zoom pueden fomentar la conexión cuando se usan correctamente.

C. Resolución de conflictos: Hablar con la verdad en el amor

1. El conflicto es inevitable; la comunicación lo resuelve.
2. *principio bíblico* Proverbios 15:1 — Una respuesta amable calma la ira
3. *Ejemplo* Un líder tranquilo aclara los objetivos durante un desacuerdo.
4. *Cita* “Primero busca comprender...” – Stephen Covey

D. Logro de objetivos: Alinearse con una visión clara

1. La comunicación alinea a los miembros del equipo con su propósito.
2. Sin claridad, la gente vaga; con ella, prospera.
3. *Ilustración* Una carrera de relevos depende de un traspaso claro.
4. *Cita* “La claridad es el oxígeno de un equipo de alto rendimiento.” – Patrick Lencioni

E. Desarrollo personal: Crecer a través de las conversaciones

1. La comunicación revela madurez en el liderazgo.
2. Cada correo electrónico, publicación o sermón fortalece tu voz.
3. *Solicitud* Las herramientas digitales son campos de entrenamiento para el liderazgo.
4. *Sagrada Escritura* Lucas 2:52 — Jesús crecía en sabiduría y gracia

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

F. Toma de decisiones mejorada: compartir lo que más importa

1. Las decisiones acertadas requieren aportaciones compartidas y claridad.
2. *Ejemplo*: Lanzamiento de la aplicación de la iglesia con la participación del equipo y un seguimiento claro.
3. *Sagrada Escritura* Proverbios 15:22 — Con muchos consejeros, los planes tienen éxito.

G. Mejor respuesta a los desafíos: Comunicación de crisis

1. La comunicación clara tranquiliza; los mensajes vagos aumentan el miedo.
2. *Ejemplo* Actualizaciones sobre la COVID-19 a través de transmisión en vivo y correo electrónico.
3. *Cita* “La crisis revela el carácter... y la comunicación revela el liderazgo.” – John Maxwell

III. Principios finales para la comunicación en el ministerio

A. La comunicación es una habilidad del alma.

1. Más que técnica, refleja carácter y vocación.
2. Cada forma (tuit, sermón, video) es un momento de ministerio.

B. El desafío del comunicador cristiano

1. Habla la verdad con amor
2. Practica la claridad y la empatía.
3. Recuerda: No solo estás transmitiendo un mensaje, sino que estás llevando El Mensaje.

C. Fundamento de las Escrituras

1. Colosenses 4:6 — Que vuestras palabras estén llenas de gracia, sazonadas con sal...

Preguntas para el debate

1. ¿De qué maneras puedes mejorar tus habilidades de comunicación digital hoy en día?
2. ¿Cómo puedes asegurarte de que tus mensajes reflejen el carácter de Cristo?

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

3. ¿Qué herramientas puedes aprender para comunicarte mejor en el ministerio en línea?

NOTAS

LECCIÓN TRES

Las 3 C de la comunicación en la iglesia

Claridad, confianza y conexión en la era digital.

Resumen de la lección

En cada generación, la eficacia del mensaje de la iglesia ha dependido no solo de la verdad que proclama, sino también de la claridad y el significado con que se comunica esa verdad. El entorno ministerial actual incluye sermones, transmisiones en vivo, publicaciones en redes sociales, correos electrónicos, podcasts y mensajes de texto, cada uno de los cuales sirve como canal a través del cual la iglesia se comunica con su congregación y la comunidad en general. Por ello, la comunicación se ha convertido en uno de los aspectos más estratégicos del liderazgo ministerial moderno.

La comunicación en la iglesia no se limita a anuncios o intercambio de información; es una herramienta ministerial vital que ayuda a la iglesia a invitar a las personas a Cristo, discipular a los creyentes, inspirar a los voluntarios y movilizar a las comunidades para el servicio. Cuando la comunicación es poco clara, inconsistente o impersonal, puede obstaculizar la participación y limitar el impacto de la misión de la iglesia. Sin embargo, cuando la comunicación es efectiva, genera confianza, fortalece las relaciones y motiva a las personas a participar en la vida y la visión de la iglesia.

Esta lección presenta un marco práctico conocido como las tres C de la comunicación eclesial: Claridad, Confianza y Conexión. Estos tres principios ayudan a los líderes ministeriales a comunicar mensajes fáciles de entender, motivadores y significativos para la vida de las personas. Al aplicar estos principios, los líderes eclesiales pueden asegurar que su comunicación refleje tanto sabiduría estratégica como el cuidado cristiano.

I. Introducción:

Descripción general:

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

Esta sección establece la idea fundamental de que la comunicación no es simplemente una función administrativa, sino un ministerio en sí mismo. Los estudiantes explorarán cómo la comunicación influye en la manera en que la iglesia invita, enseña, discipula y guía a las personas. La introducción también destaca las consecuencias de una comunicación deficiente y enfatiza por qué los líderes ministeriales deben asumir la responsabilidad intencional de cómo se comparten y reciben sus mensajes.

A. La comunicación es un ministerio, no solo una función.

1. Así es como la iglesia invita, enseña, discipula y lidera.
2. Una comunicación deficiente puede limitar el alcance del evangelio y el crecimiento de la iglesia.

B. Cita -“El mayor problema de la comunicación es la ilusión de que se ha producido.” — George Bernard Shaw

II. La primera C: CLARIDAD — Di lo que quieres decir

Descripción general:

Esta sección se centra en la importancia de comunicar mensajes sencillos, comprensibles y que inviten a la acción. Los estudiantes aprenderán que las personas no pueden responder a mensajes que no entienden con claridad. La lección explorará estrategias prácticas como el uso de un lenguaje cotidiano, la priorización de la información clave y la formulación de llamados a la acción claros para que la comunicación de la iglesia fomente la participación en lugar de la confusión.

A. La claridad garantiza la comprensión y la acción.

1. La gente no actúa en función de mensajes que no entiende.
2. Donald Miller: “Si te confundes, pierdes.”

B. Mejores prácticas para la claridad

1. **Utilice un lenguaje sencillo y cotidiano.**
 - Evita el “lenguaje cristiano”.
 - *Ejemplo* Utilice “Oremos juntos” en lugar de “participemos en la oración de intercesión”.
2. **Priorizar y optimizar los mensajes**
 - No satures tus anuncios.
 - *Ejemplo* Una iglesia se centró en tres aspectos destacados y logró un 45 % más de participación.
3. **Incluya llamadas a la acción claras.**
 - Siempre aclara el siguiente paso.
 - *Ejemplos* “Regístrate en línea”, “Envía un mensaje de texto con la palabra ORACIÓN al 55555”

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

III. La segunda C: CONFIANZA — Comunícate como si lo creyeras

Descripción general:

Esta sección examina cómo una comunicación segura refleja un liderazgo sólido y refuerza la credibilidad del mensaje de la iglesia. Los estudiantes aprenderán que las personas se sienten atraídas por los líderes que se comunican con calma, seguridad, coherencia y convicción. La lección destaca cómo mantener un mensaje unificado en todas las plataformas, compartir la visión con pasión y responder con claridad durante las crisis puede inspirar confianza y motivar a otros a seguir la misión de la iglesia.

A. La confianza refleja la credibilidad del liderazgo.

1. La gente sigue las voces claras y tranquilas, especialmente en situaciones de incertidumbre.
2. Confianza ≠ arrogancia; significa seguridad en tu misión.

B. Mejores prácticas para generar confianza

1. **Sé coherente en todas las plataformas.**
 - Refuerza el mismo mensaje en redes sociales, medios impresos y sermones.
 - *Ejemplo* La campaña “Ama nuestra ciudad” tuvo eco en todos los puntos de contacto.
2. **Demuestra tu visión con pasión.**
 - Comparta historias y testimonios con regularidad.
 - *Cita* “La visión se filtra.” – Andy Stanley
3. **Responda a la crisis con calma y claridad.**
 - *Ejemplo* Un vídeo de 2 minutos publicado por un pastor en Facebook movilizó a más de 200 voluntarios durante una inundación.

IV. La tercera C: CONEXIÓN — Hazlo personal

Descripción general:

Esta sección enfatiza la dimensión relacional de la comunicación en el ministerio. Más allá de transmitir información, la comunicación en la iglesia debe crear una conexión genuina con las personas. Los estudiantes estudiarán cómo la narración de historias, la personalización y la autenticidad contribuyen a generar confianza y participación. La sección demuestra cómo la comunicación se vuelve más efectiva cuando refleja cuidado, empatía y un deseo genuino de servir a los demás.

A. Una conexión real genera un impacto duradero en el ministerio.

1. Más allá de los datos y las pantallas, la autenticidad importa.
2. Roosevelt: “A la gente no le importa cuánto sabes hasta que saben cuánto te importa.”

B. Mejores prácticas para construir conexiones

1. **Utilice nombres y mensajes personalizados.**
 - Utilice herramientas como Mailchimp para segmentar y personalizar los mensajes.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

2. Cuenta historias que perduren

- *Ejemplo* Vídeos cortos de testimonios en Instagram

3. Habla con autenticidad

- Evita el lenguaje corporativo: sé auténtico y humano.
- *Cita* “La autenticidad es la práctica diaria...” — Brené Brown

V. Aplicación de las 3 C en la estrategia de comunicación de su iglesia

Descripción general:

Esta sección pasa de los principios a la implementación práctica. Los estudiantes aprenderán a integrar claridad, confianza y conexión en una estrategia de comunicación integral para su iglesia o ministerio. Los temas incluyen la identificación del público objetivo, la selección de los canales de comunicación adecuados, la elaboración de mensajes que conecten con la gente y la creación de sistemas de retroalimentación y mejora continua.

A. Por qué es importante

1. Mala comunicación = faro con bombilla rota
2. La comunicación eficaz crea relaciones, aumenta la participación y amplía el alcance.

B. Pasos para la elaboración de la estrategia

1. **Define tu público objetivo**
2. **Elige los canales adecuados**
 - Utiliza Instagram, mensajes de texto, podcasts, etc.
3. **Crea mensajes con resonancia**
4. **Fomentar la retroalimentación y la transparencia**

C. Herramientas de ayuda

1. Formularios de Google para comentarios
2. Análisis de correo electrónico y redes sociales
3. reuniones de comunicación periódicas

VI. Reflexión final: La comunicación como ministerio

Descripción general:

El objetivo final de esta lección es reforzar el tema central de que la comunicación es una responsabilidad espiritual, además de una habilidad de liderazgo. Se animará a los estudiantes a ver cada mensaje —ya sea un sermón, un correo electrónico o una publicación en redes sociales— como una oportunidad para ministrar a las personas y reflejar el carácter de Cristo. La lección concluye recordando a los estudiantes que la comunicación eficaz transforma los corazones, fortalece la comunidad y promueve la misión del Evangelio.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

A. Deja que la comunicación sea tu herramienta de ministerio.

1. Habla con claridad, confianza y compasión.
2. Refleja la gracia de Colosenses 4:6 en cada palabra.
3. Recuerda: estás moldeando corazones, no solo gestionando medios de comunicación.

NOTAS

LECCIÓN CUATRO

Cómo usar el correo electrónico de forma eficaz

“El mayor problema de la comunicación es la ilusión de que se ha producido.” — George Bernard Shaw

Resumen de la lección

El correo electrónico se ha convertido en una de las formas de comunicación más utilizadas en el ministerio, la educación y la vida profesional. Pastores, líderes ministeriales, personal y voluntarios lo usan con frecuencia para compartir novedades, coordinar eventos, dar seguimiento a las personas y comunicar información importante. Gracias a su rapidez, comodidad y amplio acceso, el correo electrónico constituye una herramienta poderosa para mantener relaciones y apoyar las actividades diarias del ministerio.

Sin embargo, la eficacia de la comunicación por correo electrónico depende en gran medida de la atención y la intención con que se utilice. Los correos mal redactados pueden generar confusión, dar una imagen poco profesional e incluso dañar las relaciones. Por otro lado, una comunicación por correo electrónico clara y respetuosa puede fomentar la confianza, fortalecer la colaboración y reflejar el carácter de Cristo en las interacciones cotidianas.

Esta lección enseña a los estudiantes a usar el correo electrónico de manera inteligente y eficaz como herramienta de comunicación ministerial. Aprenderán cuándo es apropiado usar el correo electrónico, cuándo otras formas de comunicación son más adecuadas y cómo estructurar los correos electrónicos para que sean claros, profesionales y respetuosos. La lección también enfatiza la importancia de comprender a la audiencia, mantener el tono correcto y comunicarse con gracia y propósito en toda comunicación escrita.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

En definitiva, los estudiantes descubrirán que incluso algo tan rutinario como escribir un correo electrónico puede convertirse en una oportunidad para representar bien a Cristo, construir relaciones sólidas y comunicarse con excelencia en entornos ministeriales.

NOTAS

I. El poder y el propósito del correo electrónico en el ministerio

Descripción general:

Esta sección presenta el correo electrónico como una valiosa herramienta de comunicación ampliamente utilizada en contextos ministeriales. Los estudiantes explorarán cómo el correo electrónico facilita tareas como el seguimiento, la evangelización, la comunicación en equipo y el intercambio de información importante. Asimismo, se enfatiza la importancia de redactar correos electrónicos con atención, ya que reflejan tanto el profesionalismo del remitente como su carácter cristiano.

A. El correo electrónico como herramienta común del ministerio

1. Se utiliza para seguimientos, divulgación, solicitudes y conexiones amistosas.
2. Rápido, conveniente y ampliamente aceptado.

B. Importancia de escribir correos electrónicos reflexivos que honren a Cristo

1. Genera o destruye confianza y credibilidad.
2. Refleja tu carácter y el de Cristo.

II. Cuándo el correo electrónico es la herramienta adecuada

Descripción general:

Esta sección explica las situaciones en las que el correo electrónico es el método de comunicación más eficaz. Los estudiantes aprenderán que el correo electrónico es ideal para mensajes no urgentes, enviar documentos o archivos adjuntos, comunicarse con personas difíciles de contactar por teléfono y crear un registro escrito de la comunicación. El objetivo es ayudar a los estudiantes a elegir el correo electrónico estratégicamente, en lugar de usarlo automáticamente.

A. Situaciones apropiadas para el uso del correo electrónico

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

1. Contactar a alguien difícil de localizar por teléfono (por ejemplo, misioneros, profesores, personal a tiempo parcial). 2. Enviar mensajes no urgentes. 3. Adjuntar y enviar documentos o archivos. 4. Crear un registro escrito para futuras consultas. 5. Enviar mensajes grupales como actualizaciones, anuncios o peticiones de oración.

III. Cuando el correo electrónico NO es la herramienta adecuada

Esta sección ayuda a los estudiantes a reconocer situaciones en las que el correo electrónico puede dificultar la comunicación. Los temas delicados, las conversaciones emotivas, los asuntos confidenciales o las conversaciones complejas suelen manejarse mejor mediante llamadas telefónicas o reuniones presenciales. Comprender estas limitaciones ayuda a los líderes a evitar malentendidos y a mantener relaciones saludables.

A. Evite usar el correo electrónico en estas situaciones.

1. Temas delicados o con carga emocional (en su lugar, utilice el teléfono o la comunicación cara a cara). - Cita: “El correo electrónico no es el lugar para procesar emociones...” – Michael Hyatt
2. Discusiones largas o complicadas.
3. Conversaciones confidenciales (por ejemplo, asesoramiento o asuntos financieros).

- Nota: El correo electrónico no es privado ni seguro.

IV. Conoce a tu público

Descripción general:

Esta sección destaca la importancia de adaptar el tono, el estilo y la formalidad según el destinatario del mensaje. Los estudiantes aprenderán a escribir de forma apropiada para profesores, pastores, líderes religiosos o compañeros, manteniendo la profesionalidad y la claridad. Al comprender a su audiencia, quienes se comunican pueden garantizar que sus correos electrónicos sean respetuosos, claros y eficaces.

A. Considere al destinatario

1. ¿A quién le escribe? (Profesor, pastor, compañero, etc.) 2. ¿Qué tan formal debe ser el tono?

B. Ejemplo de un correo electrónico deficiente

- “Hola, profesor... ¿Qué pasó?... Gracias.” - Problemas: falta de contexto, tono informal, abreviaturas en el texto.

C. Ejemplo de un correo electrónico profesional

- “Estimado profesor Smith, espero que se encuentre bien...” - Características: saludo respetuoso, propósito claro, despedida cortés. - Cita: “Cada correo electrónico que envías es un reflejo de quién eres...” – Dra. Cheryl Hall

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

V. Componentes de un correo electrónico eficaz

Esta sección ofrece instrucciones prácticas sobre cómo estructurar un correo electrónico eficaz. Los estudiantes estudiarán los elementos clave de los correos electrónicos efectivos, como asuntos claros, saludos apropiados, contenido conciso, llamadas a la acción claras, cierres profesionales y el uso adecuado de los campos CC y CCO. Estos componentes ayudan a garantizar que los mensajes sean fáciles de leer y comprender.

NOTAS

A. Línea de asunto

1. Claro y conciso. 2. Evite palabras vagas (Mal: “Hola” | Mejor: “Seguimiento de la reunión de presupuesto – 12 de junio”).

B. Saludo

1. Utilice saludos apropiados según la relación. 2. Evite los saludos demasiado informales o demasiado formales.

C. Cuerpo del correo electrónico

1. El mensaje principal debe ser claro, conciso y estar bien estructurado.

D. Llamada a la acción (Opcional)

1. Indica claramente qué quieres que haga el destinatario a continuación.

E. Cierre

1. Incluye una despedida cortés e información de contacto.

F. Uso de CC y BCC

1. CC: para transparencia: todos ven quién recibió el mensaje. 2. CCO: para privacidad: los destinatarios permanecen ocultos entre sí.

VI. Consejos adicionales para escribir correos electrónicos eficaces

A. Piensa antes de escribir.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

1. Define tu propósito. 2. Considera a tu público. 3. Organiza tus puntos principales antes de escribir.

B. Presta atención al tono.

1. Evita el sarcasmo o un lenguaje demasiado informal. 2. Léelo en voz alta o pide opiniones si no estás seguro.

C. Comunícate de forma clara y concisa.

1. Empiece con el propósito en la primera oración. 2. Proporcione el contexto necesario. 3. Separe los temas no relacionados. 4. Termine con un siguiente paso claro.

D. Que sea fácil de leer

1. Utilice espacios en blanco y saltos de párrafo. 2. Utilice viñetas para facilitar la lectura rápida. 3. Utilice negrita o mayúsculas con moderación.

VII. Una perspectiva del Reino sobre la comunicación

Descripción general:

Esta sección anima a los estudiantes a considerar la comunicación por correo electrónico desde una perspectiva bíblica y espiritual. La comunicación escrita debe reflejar gracia, sabiduría e integridad, demostrando un carácter semejante al de Cristo incluso en las interacciones digitales. Se les recuerda a los estudiantes que cada mensaje que envían representa tanto su credibilidad personal como su testimonio cristiano.

A. Colosenses 4:6 – “Que vuestro hablar sea siempre amable...”

B. Escribir correos electrónicos es una herramienta del ministerio.

1. Refleja el corazón y el carácter de Cristo. 2. Genera confianza con aquellos a quienes sirves. 3. Honra a Dios incluso en los espacios digitales.

VIII. Lista de verificación resumida: Antes de pulsar Enviar

- ✓ ¿Es el correo electrónico la mejor manera de comunicar este mensaje?
- ✓ ¿El tono es apropiado para la audiencia?
- ✓ ¿El mensaje es claro y conciso?
- ✓ ¿Has revisado la gramática y la ortografía?
- ✓ ¿Refleja el correo electrónico su profesionalismo y su carácter cristiano?

“No hay una segunda oportunidad para causar una buena primera impresión.” —Will Rogers

Versículo para memorizar

“Que vuestra conversación sea siempre amable y sazonada con sal...” — Colosenses 4:6

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

NOTAS

LECCIÓN CINCO

Dominando el arte de la mensajería de texto

Resumen de la lección

Los mensajes de texto se han convertido en una de las formas de comunicación más utilizadas en la sociedad actual. Gracias a su rapidez, sencillez y alta tasa de respuesta, se han convertido en una herramienta poderosa tanto para la comunicación personal como profesional. Para los líderes religiosos, los mensajes de texto ofrecen una oportunidad única para mantenerse conectados con las personas durante toda la semana, brindarles apoyo y compartir información importante de forma rápida y eficaz.

A diferencia de formas de comunicación más extensas como el correo electrónico o las cartas formales, los mensajes de texto están diseñados para una interacción breve y directa. Si se usan con prudencia, permiten a los pastores y líderes ministeriales mantener el contacto personal, enviar recordatorios, fomentar el crecimiento espiritual y responder con rapidez a las necesidades de su congregación. Sin embargo, debido a que los mensajes de texto carecen de tono, lenguaje corporal y expresiones faciales, también requieren una atención especial a la claridad, la oportunidad y la pertinencia.

Esta lección ayuda a los estudiantes a comprender tanto las oportunidades como los desafíos de los mensajes de texto como herramienta de comunicación ministerial. Aprenderán estrategias prácticas para redactar mensajes claros y respetuosos, adaptar su estilo de mensajería a diferentes audiencias y utilizar los mensajes de texto de manera efectiva para fortalecer las relaciones y apoyar las iniciativas ministeriales.

Al dominar el arte de los mensajes de texto, los líderes ministeriales pueden utilizar este método de comunicación sencillo pero poderoso para animar a las personas, mantener

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

conexiones significativas y extender la atención pastoral más allá de los servicios dominicales.

I. Introducción a la mensajería de texto como herramienta de comunicación

Esta sección presenta los mensajes de texto como una forma importante de comunicación moderna, utilizada tanto en el ámbito personal como profesional. Los estudiantes explorarán cómo los mensajes de texto se integran de forma natural en la vida cotidiana y por qué los líderes ministeriales deben aprender a comunicarse de manera clara y eficaz a través de este medio.

NOTAS

A. El papel central de los mensajes de texto en la actualidad

1. Una forma de comunicación rápida y flexible que se utiliza tanto en el ámbito personal como profesional.
2. Se integra a la perfección en la vida diaria, ideal para actualizaciones rápidas y conversaciones en curso.

B. Preguntas clave para los líderes ministeriales

1. ¿Estás enviando mensajes de texto de forma eficaz?
2. ¿Tu comunicación por mensaje de texto está enfocada en el ministerio, es clara y tiene un gran impacto?

II. El poder de los mensajes de texto

Esta sección analiza por qué los mensajes de texto son una herramienta de comunicación tan eficaz. Los estudiantes aprenderán cómo su inmediatez y accesibilidad los hacen ideales para actualizaciones rápidas y mensajes personales, al tiempo que reconocerán sus limitaciones, como la falta de tono y la posibilidad de malentendidos.

A. Por qué los mensajes de texto son tan efectivos

1. Es instantáneo y no intrusivo.
2. Permite la intimidad sin interrupciones.
3. Perfecto para seguimientos personales o relacionados con el ministerio.

B. Limitaciones de la mensajería de texto

1. Carece de tono muscular, lenguaje corporal y expresiones faciales.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

2. La mala interpretación es común.
3. El tono emocional puede malinterpretarse.

C. Perspectiva de la comunicación

- “La gente puede oír tus palabras, pero siente tu actitud.” — John Maxwell

III. Beneficios de los mensajes de texto

Esta sección destaca las ventajas de los mensajes de texto para las relaciones personales, la comunicación profesional y la labor pastoral. Los estudiantes descubrirán cómo los mensajes de texto permiten una comunicación rápida, fortalecen los vínculos y constituyen una forma muy eficaz de compartir información y brindar apoyo.

A. Comunicación personal

1. Fomenta los registros de entrada frecuentes y breves.
2. Facilita las relaciones a pesar de las agendas apretadas y las diferentes zonas horarias.

B. Comunicación Profesional

1. Eficiente para confirmaciones, recordatorios y actualizaciones de equipo.
2. Reduce la necesidad de reuniones largas.

C. Uso en marketing y ministerio

1. Tasa de apertura superior al 90%, significativamente mayor que la del correo electrónico.
2. Ideal para anuncios, invitaciones y peticiones de oración.

“Los mensajes de texto son la forma más directa de comunicación digital: son breves, inmediatos y captan la atención.” — Nancy Harhut

IV. Desafíos comunes de la mensajería de texto

Esta sección aborda los posibles problemas relacionados con los mensajes de texto, como malentendidos, falta de sincronización, uso excesivo y mensajes poco claros. Los estudiantes aprenderán cómo estos desafíos pueden afectar las relaciones y cómo evitar errores comunes al enviar mensajes de texto.

A. Mala interpretación del tono

1. Palabras como "Claro" pueden malinterpretarse.
2. El humor o el sarcasmo a menudo no se traducen bien.

B. Uso excesivo o mala sincronización

1. Los mensajes de texto a altas horas de la noche o en exceso tensan las relaciones.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

2. Puede parecer invasivo si se ignoran los límites.

C. Falta de claridad

1. Los mensajes vagos generan confusión.
2. Resulta especialmente problemático en entornos profesionales o religiosos.

NOTAS

V. Cómo enviar mensajes de texto como un profesional

Esta sección ofrece estrategias prácticas para redactar mensajes de texto eficaces. Los estudiantes aprenderán a elaborar mensajes claros y concisos, a utilizar la etiqueta adecuada y a comunicarse con profesionalismo manteniendo un tono conversacional natural.

A. Redactar mensajes claros y concisos.

1. Trata los textos como si fueran titulares: cada palabra importa.
2. Evite el argot y las abreviaturas.
3. Utilice signos de puntuación y espacios para mayor claridad.

«La brevedad es la esencia del ingenio, pero la claridad es la esencia de los mensajes de texto.» — Adaptado de Shakespeare

B. Usa los emojis con criterio

1. Ayuda a transmitir el tono, pero debe usarse con moderación.
2. Evitar en entornos profesionales o inciertos.

C. Practica la buena etiqueta

1. Ten en cuenta el momento oportuno (evita enviar mensajes de texto durante las reuniones y por la noche).
2. Responda en un plazo de 24 horas para una comunicación profesional.
3. Respeta las preferencias de la plataforma (algunos prefieren llamadas/correos electrónicos).

VI. Adaptar tu estilo a la audiencia

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

Esta sección enseña a los estudiantes cómo adaptar su estilo de mensajería de texto según el destinatario. La comunicación profesional o ministerial puede requerir un tono más formal, mientras que la comunicación personal permite un estilo más relajado y cercano.

A. En entornos profesionales

1. Utilice oraciones completas, gramática correcta y un tono cortés.
2. Evite los emojis o el lenguaje informal a menos que sea culturalmente apropiado.

B. En Comunicación Personal

1. Tono más relajado, se aceptan emojis.
2. Prioriza las relaciones y la autenticidad.

“La comunicación eficaz no se trata de lo que dices, sino de lo que la gente entiende.” — Dr. Tony Alessandra

VII. Dominando la mensajería de texto para el ministerio

Esta sección final se centra en cómo se pueden usar los mensajes de texto estratégicamente en el ministerio. Los estudiantes explorarán cómo las iglesias utilizan los mensajes de texto para involucrar a los miembros, fomentar el crecimiento espiritual, comunicar actualizaciones urgentes y brindar atención pastoral, lo que en última instancia ayuda a los ministerios a fortalecer las relaciones y ampliar su alcance.

A. Por qué los mensajes de texto son importantes en el ministerio

1. Alta visibilidad y tasas de apertura (más del 98%).
2. Ofrece acceso directo a los corazones y los hogares de las personas.

“Los mensajes de texto son la puerta de entrada de hoy en día. Es donde comienzan las conversaciones.” — Nona Jones

VIII. Los beneficios de enviar mensajes de texto en el ministerio

A. Fortalece la conexión y el discipulado

1. Mantiene a la gente entretenida durante la semana.
2. Permite una atención pastoral personalizada.

B. Herramienta flexible y versátil

1. Pasajes bíblicos, recordatorios, palabras de aliento.
2. Comunicación eficaz con individuos y equipos.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

“¿Cómo puedo orar por ti?” es más poderoso de lo que muchos creen. — Pastora Jennifer Reyes

IX. Desafíos comunes en el envío de mensajes de texto para el ministerio

A. Falta de claridad o exceso de comunicación

1. Evite párrafos largos y una intención poco clara.

NOTAS

B. Tono y ritmo deficientes

1. Escribe siempre con calidez y respeto.
2. Siempre que sea posible, respete el horario comercial (de 8:00 a 20:00).

C. Violación de la privacidad

1. Evita compartir información personal o sensible en los mensajes de texto grupales.
2. Solicita permiso antes de enviar mensajes de texto personales de seguimiento.

X. Seis maneras en que las iglesias exitosas utilizan los mensajes de texto.

A. Involucrar a la gente entre domingos

1. Reflexiones de lunes, devocionales de mitad de semana, recordatorios.

B. Conectar con los visitantes

1. Mensaje de bienvenida cordial con enlaces de seguimiento o invitaciones a eventos.

C. Fomentar el crecimiento espiritual

1. Series automatizadas: Serie para nuevos creyentes, consejos matrimoniales, devocionales semanales.

D. Comunicar información urgente

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

1. Cancelaciones, cambios de ubicación, avisos de oración.

E. Organizar equipos ministeriales

1. Confirmar horarios, delegar funciones, compartir informes de reconocimiento.

F. Fomentar las relaciones

1. Controles de atención personal, peticiones de oración, pasajes bíblicos.

XI. Etiqueta en el uso de mensajes de texto para el ministerio

A. Hacer:

1. Personaliza los mensajes.
2. Utilice un tono amigable y pastoral.
3. Obtén el consentimiento para los mensajes de texto grupales.

B. No hagas lo siguiente:

1. Texto excesivo o spam.
2. Enviar mensajes de texto en momentos inapropiados.
3. Utilice un lenguaje emocionalmente sensible sin añadir nada más.

XII. Herramientas y servicios para el envío de mensajes de texto al ministerio

A. Servicios de mensajería de texto gratuitos

1. **Clearstream**– Mensajes gratuitos hasta 50 al mes.
2. **Texto**– Ideal para la participación y la difusión.
3. **GiveLively.org**– Donaciones y captación de fondos gratuitas a través del móvil.

B. Servicios de bajo costo

1. **Twilio/Twilio.org**– Plataforma escalable, precios para organizaciones sin fines de lucro.
2. **ExpertTexting**– Precios por mensaje muy asequibles.
3. **Mensajería de Tithe.ly**– Diseñado específicamente para iglesias.

XIII. Reflexiones finales: El impacto de los mensajes de texto en el ministerio.

“Puede que la gente ignore tus correos electrónicos. Puede que pasen por alto tus publicaciones. Pero leerán tu texto.” — Brady Shearer

A. Enviar mensajes de texto no es solo comunicación, es conexión.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

1. Enviar mensajes de texto es algo personal y poderoso cuando se hace correctamente.
2. Un ministerio de mensajería de texto estratégico y bien pensado mejora la atención pastoral.

B. Desarrollar hábitos para el dominio

1. Sé intencional.
2. Respetuoso.
3. Claro.

NOTAS

LECCIÓN SEIS

Todo sobre WhatsApp

Descripción general

WhatsApp es una de las herramientas de comunicación gratuitas más potentes disponibles en la actualidad. Con más de dos mil millones de usuarios en todo el mundo, permite enviar mensajes de texto, realizar llamadas, videollamadas, compartir contenido multimedia y mucho más, todo ello protegido por cifrado de extremo a extremo. Esta lección explorará cómo usar WhatsApp de forma eficaz tanto para la comunicación personal como para la de ministerios u organizaciones sin fines de lucro, e introducirá WhatsApp Business como herramienta para la mensajería oficial de ministerios.

I. Introducción a WhatsApp

Descripción general: WhatsApp es una aplicación de mensajería gratuita que combina funciones de mensajería de texto, llamadas telefónicas, redes sociales y uso compartido de archivos en una plataforma integrada.

A. Características principales de WhatsApp

1. De uso gratuito, con la única excepción de posibles cargos por datos.
2. Fiable a través de las fronteras internacionales.
3. Disponible en más de 180 países.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

4. Ofrece mensajería de texto, llamadas de voz y video, y la posibilidad de compartir archivos.
5. Multiplataforma: funciona en teléfonos, ordenadores de escritorio y navegadores.
6. Permite enviar documentos de hasta 100 MB.

B. Por qué es tan popular

1. Sin cuotas de suscripción ni cargos por llamadas de larga distancia.
2. Compatible con Android y iPhone.
3. Proporciona una experiencia de mensajería completa.

NOTAS

II. Funciones principales de WhatsApp

Descripción general: WhatsApp ofrece herramientas de comunicación esenciales, como llamadas, mensajes y chats seguros, todas ellas vinculadas directamente a tus contactos telefónicos.

A. Llamadas y videollamadas

1. No se necesitan nombres de usuario; utiliza los contactos de tu teléfono.
2. Fácil acceso a las llamadas a través del chat o la pestaña Llamadas.
3. Las llamadas realizadas a través de Internet son gratuitas.

B. Funciones de mensajería

1. Inicia chats individuales o grupales.
2. Mensajes seguros cifrados de extremo a extremo.
3. Envía contenido multimedia (fotos, vídeos, GIF, etc.).

C. Personalización

1. Establece tonos únicos para cada contacto.
2. Habilita el modo oscuro para usarlo en condiciones de poca luz.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

3. Ajustar la configuración de notificaciones.

D. Controles de privacidad

1. Controla quién ve tu foto de perfil, tu estado y tu información.
2. Opción de acceso mediante Face ID.
3. Personaliza la privacidad en la configuración de la aplicación.

III. Primeros pasos con WhatsApp

Descripción general: Instalar y configurar WhatsApp es rápido y sencillo; con solo unos pocos pasos podrás empezar a chatear con amigos o compañeros de equipo.

A. Instalación de la aplicación

1. Descárgala desde la App Store o Google Play.
2. Sigue el enlace de descarga correspondiente a tu dispositivo.

B. Configuración de su cuenta

1. Acepta los Términos de Servicio.
2. Ingrese el país y el número de teléfono.
3. Añade tu nombre y una foto de perfil opcional.
4. La aplicación se abre en la página principal de Chats.

IV. Uso de WhatsApp para la comunicación

Descripción general: Aprende a enviar mensajes de texto, archivos y realizar llamadas utilizando la interfaz de chat intuitiva de WhatsApp.

A. Envío de mensajes

1. Abrir el panel de Chats.
2. Pulsa el nombre del contacto o utiliza el icono de nuevo mensaje.

B. Comprensión de la interfaz de chat

1. Utilice la barra de mensajes para escribir.
2. Pulsa enviar para entregar el mensaje.
3. Adjunte archivos multimedia, audio o documentos según sea necesario.

C. Realizar llamadas de voz

1. Desde un chat, pulsa el icono de llamada.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

2. Utilice la pestaña Contactos o Llamadas para realizar una llamada.
3. Las opciones disponibles durante la llamada incluyen silenciar, altavoz y mensaje.

D. Recepción de llamadas

1. Las llamadas de WhatsApp se muestran como "Audio de WhatsApp".
2. Conteste como si fuera una llamada telefónica normal.

V. WhatsApp y el impacto social

Descripción general: WhatsApp desempeña un papel vital en las comunidades, especialmente en áreas donde la comunicación tradicional es limitada.

A. Conexión con la comunidad

1. Comunicación asequible.
2. Ayuda a organizar eventos y a difundir mensajes.
3. Fortalece los lazos sociales, especialmente en las regiones en desarrollo.

VI. Aplicación WhatsApp Business

Descripción general: WhatsApp Business está diseñado para que iglesias, ministerios y pequeñas organizaciones se comuniquen de manera profesional y eficiente.

A. Propósito y beneficios

1. Separado del WhatsApp personal.
2. Diseñado para organizaciones sin fines de lucro y ministerios.
3. Ofrece herramientas profesionales como respuestas automáticas.

B. Principales funciones de WhatsApp Business

1. Crea un perfil oficial para tu empresa o ministerio.
2. Utilice números de teléfono fijo o móvil.
3. Utiliza dos aplicaciones de WhatsApp en un mismo dispositivo.
4. Utilice la versión web para la comunicación desde el ordenador.
5. Configura respuestas rápidas y etiquetas para una mejor organización.
6. Automatice los mensajes de bienvenida y de ausencia.
7. Consulta las estadísticas básicas del chat.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

VII. Decisiones importantes antes de la instalación

Descripción general: Antes de configurar WhatsApp Business, tome decisiones clave para un uso óptimo y una comunicación clara.

A. Elige el número correcto

1. Debe ser fácil de compartir y de recordar.
2. Debe destinarse al uso del ministerio.

B. Elija el dispositivo adecuado

1. Puede utilizar un teléfono móvil o una tableta básicos.
2. Preferiblemente separado del teléfono personal.
3. Delegación, seguimiento y organización más sencillos.

C. Asignar a la persona adecuada

1. Seleccione a alguien que se comunique con regularidad.
2. Asegúrese de que respondan con rapidez y profesionalidad.
3. Configura respuestas automáticas para fuera del horario laboral.

VIII. Configuración de WhatsApp Business

Descripción general: Una vez tomadas las decisiones, el proceso de configuración es sencillo.

A. Configuración paso a paso

1. Descarga la aplicación (solo para Android por ahora).
2. Instalar y aceptar los términos.
3. Otorgar permisos de contacto/medios de comunicación.
4. Verifica el número por SMS o llamada.
5. Ingrese el nombre del ministerio y una foto (use su nombre completo/legal).
6. Configurar las funciones relacionadas con el chat.
7. Configura la privacidad y los ajustes generales.

IX. Reflexiones finales

Descripción general: WhatsApp no es una aplicación de mensajería más, sino una plataforma segura, global y versátil para la comunicación ministerial.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

A. ¿Por qué destaca WhatsApp?

1. Fácil de usar y navegar.
2. Compatible con diferentes dispositivos y plataformas.
3. Con la confianza de usuarios de todo el mundo.
4. Protegido con cifrado de extremo a extremo.
5. Mejora continua con nuevas herramientas.

Ya sea que administre una iglesia, dirija una organización sin fines de lucro o coordine un equipo, WhatsApp y WhatsApp Business le brindan las herramientas para comunicarse de manera efectiva, conectar profundamente y operar profesionalmente en el mundo digital actual.

NOTAS

LECCIÓN SIETE

Introducción a las redes sociales

Resumen de la lección

En la primera parte de esta lección, presentaremos el concepto y la influencia de las redes sociales en la vida y el ministerio modernos. Los estudiantes explorarán la definición de redes sociales, su distinción de los medios tradicionales y su creciente papel en la comunicación de iglesias y organizaciones sin fines de lucro. Con perspectivas prácticas y orientación bíblica, esta lección ayuda a los futuros líderes a abordar las redes sociales con intencionalidad, autenticidad y propósito espiritual. En la última parte de esta lección, analizaremos cómo usar WhatsApp de manera efectiva.

I. Entendiendo las redes sociales

Descripción general Define qué son las redes sociales, en qué se diferencian de los medios tradicionales y por qué son una herramienta de comunicación tan poderosa.

A. ¿Qué son las redes sociales?

1. Definido como “conversación en línea” y diálogo interactivo.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

2. Permite la creación, el intercambio y la compartición de contenido generado por el usuario.
3. Las funciones incluyen: comentarios, me gusta, votación, compartir y calificación.

B. Medios tradicionales frente a redes sociales

1. Tradicional: comunicación unidireccional (televisión, radio, periódicos).
2. Redes sociales: multiparticipativas, en tiempo real y atractivas.

C. Tipos de plataformas de redes sociales

1. Blogs, microblogs, foros de mensajes, wikis, podcasts, fuentes RSS.
2. Plataformas como Facebook, WhatsApp, YouTube, X (Twitter), Instagram.

II. Las redes sociales en el ministerio

Descripción general Explora cómo las iglesias y los ministerios pueden usar las redes sociales de manera efectiva, evitando los errores comunes.

A. La espada de doble filo

1. Oportunidades para conectar, difundir información e inspirar.
2. Peligros de la distracción, la comparación y la desinformación.

B. Adoptar una mentalidad centrada en Cristo

1. Alinear la presencia en línea con los valores bíblicos.
2. Utiliza plataformas para el ministerio, el ánimo y el crecimiento espiritual.

III. El papel de las redes sociales en el ministerio eclesiástico

Descripción general Formas prácticas en que las iglesias pueden usar las redes sociales para construir comunidad, involucrar a los miembros y difundir el evangelio.

A. Más allá de los anuncios: una extensión del ministerio

1. Cuenta la historia de tu iglesia a través del contenido.
2. Fortalecer las relaciones y aumentar la visibilidad.

B. Tres pilares del uso de las redes sociales

1. **Impulsar los esfuerzos**– Muestra lo que está haciendo tu iglesia.
2. **Desarrollo de la narrativa**– Cuenta historias conmovedoras basadas en la fe.
3. **Interactuar directamente**– Involucre a sus seguidores en conversaciones bidireccionales.

IV. ¿Por qué debería una iglesia estar presente en las redes sociales?

Descripción general Describe los principales beneficios y propósitos de mantener una presencia en las redes sociales.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

A. Participación comunitaria

1. Mantiene a los miembros conectados durante toda la semana.
2. Proporciona puntos de contacto para el aliento y la oración.

B. Alcance digital

1. Funciona como una “puerta de entrada” digital para los visitantes.
2. Comunica la cultura, la misión y los valores de la iglesia.

C. Apoyo al crecimiento espiritual

1. Ofrece devocionales, publicaciones bíblicas y reflexiones sobre sermones.
2. Refuerza la fe durante la semana.

D. Reforzar los mensajes dominicales

1. Resaltar las ideas principales y las citas del sermón.
2. Difundan el mensaje más allá de los servicios dominicales.

NOTAS

V. Estrategia y propósito del contenido

Descripción general Fomenta la creación de contenido intencional que refleje la misión, inspire fe y aporte valor.

A. Antes de publicar, pregunta:

1. ¿Esto ayudará a alguien a acercarse más a Dios?
2. ¿Podría esto inspirar a alguien a unirse a nuestra comunidad?
3. ¿Esto le aporta algo positivo al día de alguien?

B. Contenido centrado en las personas

1. Presentar a los miembros y momentos reales de la iglesia.
2. Utiliza fotos de servicios, grupos pequeños y actividades de divulgación.

C. Reflejar la cultura y la autenticidad de la Iglesia.

1. Resaltar la adoración, el servicio y la comunión.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

2. Aprovecha los momentos genuinos, espontáneos y alegres.

VI. Gráficos que conectan

Descripción general: Enseña a los estudiantes a crear gráficos que no solo sean visualmente atractivos, sino también espiritualmente impactantes.

A. Diseño con propósito

1. Debe inspirar fe y fomentar la conexión.
2. Evita el contenido superfluo: céntrate en el contenido que aporta valor.

B. Gráficos orientados a la acción

1. Sugerencias para la oración, devocionales o enlaces a sermones.
2. Invitaciones a grupos pequeños o eventos próximos.

C. Ideas creativas para el contenido gráfico

1. Puntos del sermón en carrusel.
2. Puntos de oración diarios o semanales.
3. Reflexiones y devocionales sobre las Escrituras.

VII. El vídeo como discipulado digital

Descripción general Explica el poder único del vídeo para una conexión personal, auténtica y espiritual.

A. Contenido de vídeo auténtico

1. Concéntrate en los testimonios, las oraciones y las reflexiones espirituales.
2. Utiliza entornos informales para crear un ambiente más cercano.

B. Ideas para contenido de vídeo

1. Aspectos destacados del sermón y sus aplicaciones.
2. Historias de fe y transformación de nuestros miembros.
3. Devocionales dirigidos por el personal desde lugares cotidianos.

C. Consistencia y frecuencia

1. Publica vídeos semanalmente o cada dos semanas.
2. Mantén el contenido auténtico, alineado con la misión y sincero.

VIII. Consejos prácticos para construir una sólida presencia en las redes sociales

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

Descripción general Ofrece consejos sencillos y prácticos para mantener una estrategia de redes sociales coherente y eficaz.

A. Consistencia por encima de la cantidad

1. Elige un calendario de publicaciones sostenible.
2. Céntrese en contenido reflexivo y de gran valor.

B. Interactúa con tu audiencia.

1. Responder a comentarios y mensajes.
2. Haz preguntas y fomenta la interacción.

C. Utilizar análisis para mejorar la estrategia.

1. Realiza un seguimiento de la interacción y el rendimiento del contenido.
2. Ajustar el enfoque en función de los datos obtenidos.

D. Aprovecha las historias y los vídeos cortos.

1. Destacar momentos entre bastidores y la vida de la iglesia.
2. Úselo para devocionales rápidos o avances de eventos.

IX. Construyendo comunidad a través de las redes sociales

Descripción general Se centra en el uso de las redes sociales para fomentar el sentido de pertenencia, inspirar la fe y reflejar los valores de la iglesia.

A. Las redes sociales como herramienta ministerial

1. Comparte palabras de aliento, testimonios y recursos.
2. Esté presente diariamente en la vida digital de las personas.

B. Cada publicación refleja la misión.

1. Reforzar los valores de la iglesia mediante imágenes y voz.
2. Invita a las personas a tener una relación auténtica con Cristo y con la comunidad.

C. Evalúe y mejore su estrategia.

1. Pregunta: ¿Nuestro contenido refleja quiénes somos?
2. Mejora las áreas débiles para lograr un mayor impacto.

X. Conclusiones clave y perspectivas de futuro

Descripción general: Resume el capítulo y ofrece un adelanto de los próximos capítulos específicos para cada plataforma.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

A. Resumen de los puntos clave

1. Las redes sociales son poderosas cuando se usan con un propósito.
2. La autenticidad, la coherencia y un enfoque centrado en Cristo son vitales.
3. La creación de comunidad debe ser el eje central de su estrategia.

B. Preparación para los próximos capítulos

1. Explorarás plataformas como WhatsApp, Facebook, YouTube, X, Instagram.
2. Aprenda estrategias, herramientas y funciones específicas de la plataforma.
3. Elige las plataformas en función de tu público objetivo, tus objetivos y tu mensaje.

Desafío para los estudiantes

¿Estás listo para potenciar tu presencia en redes sociales? Recuerda que cada publicación es una oportunidad para reflejar a Cristo, invitar a otros y construir comunidad.

NOTAS

LECCIÓN OCHO

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

MIDTERM PROJECT

Asignación:

1. Identifica 3 maneras en que tu ministerio puede comenzar o mejorar el uso de mensajes de texto hoy mismo.
2. Redacte un texto de bienvenida o de seguimiento para los visitantes.
3. Investiga un servicio de mensajería de texto y compara sus características.

LECCIÓN NUEVE

Guía para principiantes: Cómo usar Facebook - Parte uno

Descripción general

Esta lección introduce a los estudiantes a la plataforma de Facebook, centrándose en sus funciones principales: Perfiles, Páginas y Grupos. Aprenderán a crear una cuenta, explorarán funciones clave como publicar actualizaciones, gestionar la privacidad y usar Facebook para fines personales o relacionados con el ministerio. La lección incluye instrucciones para crear una cuenta de Facebook en la web y en dispositivos móviles, consejos para publicar y la diferencia entre "Me gusta" y "Seguir". Concluye con una descripción general de las herramientas de privacidad y las mejores prácticas para compartir contenido.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

I. Introducción a Facebook

Descripción general: Comprender la relevancia y la estructura de Facebook, incluyendo su empresa matriz Meta y la transición hacia la realidad virtual y aumentada.

A. ¿Qué es Facebook?

1. Tercer sitio web más visitado a nivel mundial.
2. Aún se utiliza ampliamente a pesar del auge de otras plataformas.

B. Facebook y Meta

1. Meta es la empresa matriz (desde 2021).
2. La plataforma de Facebook permanece sin cambios.
3. Meta es propietaria de Oculus, Instagram y WhatsApp.
4. Meta se centra en las tecnologías sociales y virtuales.

NOTAS

II. Las tres características principales de Facebook

Descripción general: Descubre las principales herramientas que Facebook ofrece a sus usuarios (Perfiles, Páginas y Grupos) y en qué se diferencian en cuanto a su propósito y función.

A. Perfil de Facebook (Cuenta personal)

1. Diseñado para conexiones personales
2. Requiere aprobación mutua de un amigo.
3. Privacidad personalizable (Amigos/Público/Personalizado)
4. Un solo usuario; sin análisis ni monetización.
5. Ideal para compartir novedades de la vida con familiares y amigos.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

B. Página de Facebook (Presencia pública/comercial)

1. Creado para marcas, empresas y figuras públicas.
2. Siempre público; cualquiera puede seguirlo
3. Múltiples roles de administrador (Administrador, Editor, Analista)
4. Acceso a herramientas de análisis y monetización
5. Ideal para la difusión pública, la promoción y el intercambio de contenido.

C. Grupos de Facebook (Espacios comunitarios)

1. Creado para el debate en grupo y la creación de comunidad.
2. Puede ser público, privado u oculto.
3. Gestionado por administradores y moderadores.
4. Estadísticas de participación limitadas; sin monetización.
5. Excelente para intereses comunes y debates especializados.

III. Perfiles vs. Páginas vs. Grupos

Descripción general: Profundiza en los propósitos y fortalezas específicas de cada función de Facebook, especialmente en entornos ministeriales o sin fines de lucro.

A. Más información sobre los perfiles de Facebook

1. Sin fines comerciales; solo contenido personal.
2. Visibilidad controlada e interacción basada en amigos
3. Consulta las actualizaciones de otros y comparte tus propias publicaciones.

B. Más información sobre las páginas de Facebook (Empresas/Ministerios)

1. De cara al público; ideal para iglesias, ministerios y marcas.
2. Necesario para la gestión de anuncios, tiendas o grupos de Facebook.
3. Los seguidores pueden dar "Me gusta" y seguir (o dejar de seguir más tarde).

C. Diferencias clave: "Me gusta" vs. "Seguir"

1. Darle "Me gusta" a una página también significa seguirla por defecto.
2. Los usuarios pueden dejar de seguir a alguien sin darle "me gusta".
3. El contenido debe mantenerse interesante para retener a los seguidores.

D. Beneficios de la página frente a los beneficios del perfil

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

1. Mayor alcance con visibilidad pública
2. Mayor potencial de participación y conversión.
3. Acceso a miles de millones de usuarios y herramientas de Facebook

E. Páginas de la comunidad (Grupos)

1. Menos formal que las Páginas de Negocios
2. Fomenta el debate sobre la promoción
3. Requiere menos mantenimiento, pero ofrece menos funciones analíticas.

IV. Aplicación práctica

A. Familiarizándose con Facebook

1. Abre Facebook en tu teléfono
2. Explora algunas páginas, tanto de negocios como personales.

B. Abrir la página de Facebook de City of Hope

C. Preguntas y respuestas

NOTAS

LECCIÓN DIEZ

Guía para principiantes: Cómo usar Facebook - Segunda parte

I. Creación de una cuenta de Facebook

Descripción general: Instrucciones paso a paso para configurar un perfil personal de Facebook en diferentes dispositivos y plataformas.

A. Vía Facebook.com (Web)

1. Visita www.facebook.com
2. Haz clic en “Crear nueva cuenta”.
3. Ingrese su nombre, correo electrónico, contraseña, fecha de nacimiento y género.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

4. Confirma tu correo electrónico o número de teléfono móvil.

B. Uso de la aplicación de Facebook – Android

1. Abre la aplicación y pulsa “Crear nueva cuenta”.
2. Ingrese nombre, fecha de nacimiento, género
3. Proporcione su correo electrónico o número de teléfono.
4. Establece una contraseña y confirma tu cuenta.

C. Uso de la aplicación de Facebook – iPhone/iPad

1. Instalar y abrir la aplicación
2. Pulsa “Registrarse” y sigue las instrucciones.
3. Ingrese nombre, fecha de nacimiento, género
4. Añade los datos de contacto y la contraseña.
5. Confirma tu correo electrónico o número de teléfono.

D. Usar una cuenta de Instagram para crear una cuenta de Facebook

1. Abre Facebook en el dispositivo vinculado a Instagram.
2. Selecciona la cuenta de Instagram que deseas sincronizar.
3. Elige si deseas sincronizar la información o introducirla manualmente.
4. Acepte los términos y complete la configuración.

V. Navegando por Facebook

Descripción general: Aprende a moverte por la plataforma y familiarízate con las áreas principales de interacción.

A. La página de inicio (Sección de noticias)

1. Aparece después de iniciar sesión.
2. Muestra publicaciones de amigos y páginas seguidas.

B. La cronología (Página de perfil)

1. Dónde se muestran tus publicaciones e información
2. Tus amigos pueden publicar en tu muro.

C. Carretes

1. Contenido de vídeo de formato corto (menos de 60 segundos)
2. Incluye música, efectos y remezclas.
3. Creado mediante cámara o clips subidos

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

4. Compartido con público público o personalizado.

VI. Otras funciones de Facebook

Descripción general: Descubre las herramientas adicionales que Facebook ofrece más allá de la publicación básica.

- A. Juegos**– Juega solo o con amigos.
- B. Grupos**– Únete a comunidades basadas en intereses comunes.
- C. Eventos**– Organizar y promover reuniones
- D. Mercado**– Compra/vende con otros usuarios
- Mensajero electrónico**– Función de chat para mensajería en tiempo real

VII. Compartir y privacidad

Descripción general: Comprenda cómo se comparte el contenido y cómo administrar la configuración de privacidad para proteger su información personal.

A. Cómo funciona la función de compartir en Facebook

1. Actualizaciones de estado, fotos y enlaces
2. El contenido compartido es más público que el correo electrónico o los mensajes de texto.

B. Por qué importan las configuraciones de privacidad

1. Proteger la información personal (por ejemplo, fecha de nacimiento, lugar de residencia).
2. Prevenir riesgos para la reputación o compartir información en exceso.
3. Controla quién ve tu contenido.

C. Comprender las opciones básicas de privacidad

1. Solo yo
2. Amigos
3. Amigos excepto...
4. Público
5. Listas personalizadas

D. Ejemplo: Visibilidad de la línea de tiempo

1. Los amigos pueden ver todo el contenido compartido.
2. El público solo ve la foto de perfil y la foto de portada.

E. Privacidad más allá de Facebook

1. Otros sitios web se conectan a través de la plataforma de Facebook.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

2. “Iniciar sesión con Facebook” utiliza información del perfil público.

VIII. Mejores prácticas para el uso de Facebook

Descripción general: Consejos sencillos para maximizar la participación y la efectividad en Facebook, especialmente para ministerios y organizaciones sin fines de lucro.

A. Consejos para páginas y grupos de negocios

1. Publica regularmente para mantener la participación.
2. Responda rápidamente a las consultas.
3. Mantengamos las conversaciones constructivas.
4. Utilice análisis para evaluar el rendimiento.
5. Participa en conversaciones relevantes.
6. Promociona tu página más allá de Facebook.
7. Invitar y responder a los comentarios

Conclusión

Facebook sigue siendo una de las herramientas digitales más poderosas para la comunicación personal, ministerial y de organizaciones sin fines de lucro. Con un conocimiento básico de perfiles, páginas, grupos y configuración de privacidad, los usuarios pueden construir con confianza su presencia en línea. Este capítulo ha sentado las bases; las lecciones futuras le guiarán en estrategias efectivas de Facebook para la interacción, el alcance y el impacto ministerial.

NOTAS

LECCIÓN ONCE

Guía para principiantes: Cómo usar Facebook - Tercera parte Cómo crear una página de negocios en Facebook

Resumen de la lección

Esta lección ofrece una guía completa paso a paso sobre cómo crear, personalizar y administrar una página de Facebook para empresas. Está diseñada específicamente para líderes de ministerios y organizaciones sin fines de lucro, pero también es aplicable a empresas y organizaciones de todo tipo. Aprenderás las diferencias entre una página

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

oficial, una página de comunidad y un grupo de Facebook, lo que te permitirá elegir la plataforma adecuada para tus objetivos de difusión.

I. Comprender el proceso de configuración de una página de negocios en Facebook

Descripción general: Aprende los pasos básicos para crear una página de negocios en Facebook a través de tu perfil personal y personalizarla para la interacción con el público.

A. Paso 1: Elige o crea un perfil de Facebook.

1. Inicia sesión en tu perfil personal de Facebook (o crea uno).
2. Navegue hasta “Crear una página” o acceda al menú “Páginas”.
3. La información personal no se muestra en la página de la empresa.

B. Paso 2: Ingrese la información de su empresa

1. Ingrese el nombre de la página (use el nombre de la empresa o ministerio).
2. Seleccione hasta tres categorías relevantes.
3. Redacta una biografía concisa (recomendada para el SEO en redes sociales).
4. Haz clic en “Crear página” para continuar.

NOTAS

C. Paso 3: Agregar datos de contacto

1. Introduzca su número de teléfono y/o dirección de correo electrónico (opcional, pero público).
2. Indique la ubicación y el horario comercial, si corresponde.
3. Haz clic en “Siguiendo” para continuar.

D. Paso 4: Subir imágenes y añadir botón CTA

1. Sube una foto de perfil (se recomienda un tamaño de 170 x 170 píxeles).
2. Sube una foto de portada (se recomienda un tamaño de 851 x 315 píxeles).

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

3. Visualiza las imágenes en las versiones de escritorio y móvil.
4. Agregue un botón de llamada a la acción (CTA) (por ejemplo, "Reservar ahora", "Comprar", "Llamar", etc.).

E. Paso 5: Conéctate a WhatsApp (Opcional)

1. Introduce tu número de WhatsApp.
2. Verifica con un código de confirmación.
3. O bien, omite este paso para configurarlo más adelante.

F. Paso 6: Invita a tus amigos

1. Haz clic en “Invitar amigos” para aumentar tu número inicial de seguidores.
2. Pide a los miembros del equipo que hagan lo mismo.

G. Paso 7: Configurar las preferencias de notificación

1. Habilita las notificaciones de la página a través de tu perfil personal.
2. Puedes activar o desactivar las actualizaciones promocionales.
3. Haz clic en “Listo” para finalizar.

H. Paso 8: Comience a publicar contenido.

1. Publica texto, imágenes, Reels, Stories o haz una transmisión en vivo.
2. Sé coherente y basa tu contenido en valores.

II. Agregar administradores y miembros del equipo

Descripción general: Delege responsabilidades asignando funciones a otras personas de confianza.

A. Cómo agregar un administrador

1. Ve a Configuración de página → Acceso a la página.
2. Seleccione el tipo de acceso:
 - Acceso a Facebook (nivel de administrador)
 - Acceso a tareas (funciones específicas)
 - Acceso para el administrador de la comunidad (solo moderación)
3. Busque y seleccione a la persona adecuada.
4. Asigne los roles y haga clic en “Otorgar acceso”.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

III. Familiarizándonos con las páginas de negocios – En clase

Instrucciones: elijan un negocio local y una marca nacional con una página activa en Facebook. Los estudiantes explorarán las páginas y responderán las preguntas a continuación.

- A.** Localice la siguiente información en ambas páginas de negocios.
1. Nombre de la empresa
 2. Imagen de perfil (¿Qué tipo de imagen se utiliza?)
 3. Foto de portada (¿Qué comunica la foto de portada sobre la marca?)
 4. Categoría de negocios
 5. Ubicación / Información de contacto
 6. Enlace al sitio web
 7. ¿Qué tipo de publicaciones comparte la empresa con mayor frecuencia?
 - Fotos, vídeos, promociones, anuncios, contenido educativo.
- B.** Preguntas para la discusión en grupo
1. ¿Qué aprendiste sobre cómo las empresas utilizan Facebook para comunicarse con sus clientes?
 2. ¿Qué página de empresa logró atraer más atención? ¿Por qué?
 3. ¿Qué tipo de contenido pareció generar mayor interacción?
 4. Si estuvieras a cargo de esta página de negocios, ¿qué mejorarías?

NOTAS

LECCIÓN DOCE

Guía para principiantes: Cómo usar Facebook - Parte cuatro Cómo crear y usar una página para organizaciones sin fines de lucro

I. Creación de una página de Facebook para organizaciones sin fines de lucro

Descripción general: Aprenda cómo las iglesias y los ministerios pueden crear una página de Facebook adaptada a la comunicación y la difusión de información para organizaciones sin fines de lucro.

A. Paso 1: Configuración inicial

1. Visita facebook.com/pages/create.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

2. Ingrese el nombre de la organización y la categoría (por ejemplo, Iglesia, Organización sin fines de lucro).
3. Rellene la descripción (límite de 255 caracteres).
4. Añade un logotipo (foto de perfil) y una imagen de portada.
5. Conéctate a WhatsApp si lo deseas.

B. Paso 2: Completar la sección “Acerca de”

1. Añade ubicación, horario, sitio web, teléfono y correo electrónico.
2. Actualizar la descripción de la organización en “Más información”.

C. Paso 3: Publicar el contenido inicial

1. Mensaje de bienvenida del fundador.
2. Vídeo de sensibilización o historia de impacto.
3. Publicaciones o fotos en formato carrusel de eventos pasados.
4. Comparte de qué trata tu organización.

D. Paso 4: Crea una base de seguidores

1. Anuncia tu página de Facebook por correo electrónico, sitio web y boletines informativos.
2. Utiliza los anuncios de Facebook para atraer nuevos seguidores.
3. Invita a las personas manualmente a través de las invitaciones de Facebook.

NOTAS

II. Personalización y gestión de tu página de Facebook

Descripción general: Lleva la página de tu organización sin fines de lucro al siguiente nivel con secciones, llamadas a la acción y narración visual.

A. Personalizar el diseño de la página

1. Crea una sección "Acerca de" atractiva que describa tu misión.
2. Agregue y complete pestañas como Servicios, Eventos, Fotos y Videos.
3. Utilice botones de acción para fomentar la participación (por ejemplo, "Donar", "Registrarse", "Ser voluntario").

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

B. Siga las mejores prácticas

1. Publica con regularidad: historias, vídeos, artículos, contenido entre bastidores.
2. Responder a mensajes y comentarios.
3. Fomentar el diálogo y la creación de comunidad.

III. Herramientas y perspectivas para organizaciones sin fines de lucro

Descripción general: Utiliza las herramientas integradas de Facebook para medir el éxito y optimizar la interacción.

A. Utilizar herramientas de recaudación de fondos

1. Solicita las herramientas de Meta Fundraising (los requisitos de elegibilidad dependen del país y del registro).
2. Inscríbete en PayPal Giving Fund.
3. Organizar campañas de recaudación de fondos y fomentar las donaciones entre pares.

B. Utilice la segmentación de audiencia y los análisis.

1. Segmentación por datos demográficos, ubicación e intereses.
2. Revisa Facebook Insights para monitorear:
 - a) Alcanzar
 - b) Compromiso
 - c) Datos demográficos de la audiencia

C. Evaluar y ajustar la estrategia

1. Crea un calendario de contenidos para mantener la coherencia.
2. Utilice los datos de rendimiento para perfeccionar el enfoque.
3. Pruebe los tipos de contenido y los formatos de anuncios.

IV. Entendiendo los tipos de páginas: Página oficial vs. Página de comunidad vs. Página de grupo

Descripción general: Conozca las diferencias entre las opciones de página de Facebook para elegir el formato adecuado para su ministerio o causa.

A. Página oficial

1. Ideal para empresas, organizaciones sin ánimo de lucro y figuras públicas.
2. El administrador tiene control total y puede publicar anuncios.
3. Seleccione la categoría más precisa (por ejemplo, marca, negocio local).

B. Página de la comunidad

1. Creado por fans para debatir intereses comunes.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

2. Cualquiera puede publicar y participar.
3. Menos ideal para la imagen de marca de la organización.

Grupo de Facebook C.

1. Comunidades cerradas o abiertas centradas en el debate.
2. Cualquiera puede publicar; útil para la colaboración exclusiva entre miembros.
3. Ideal para conversaciones privadas, no para promoción a gran escala.

V. Conclusión: Maximizar el impacto del ministerio a través de Facebook

Descripción general: Mediante el uso eficaz de las páginas de Facebook, las iglesias y las organizaciones sin fines de lucro pueden llegar a un público más amplio, construir relaciones y expandir su presencia digital.

A. Resumen

1. Facebook es una poderosa herramienta de difusión.
2. Elige el tipo de página adecuado para tu misión.
3. Participa de forma constante y utiliza los datos para mejorar.

B. Desafío

Esta semana, dedica tiempo a crear la página de Facebook de tu ministerio o a optimizar la que ya tienes. Analiza tus próximos pasos: ¿publicarás un anuncio, iniciarás una serie de videos o invitarás a nuevos miembros al equipo para que administren el contenido?

NOTAS

LECCIÓN TRECE

Guía para principiantes de Instagram

Resumen de la lección

En la primera parte, aprenderás cómo usar Instagram como una poderosa herramienta de comunicación y difusión digital, especialmente para iglesias, ministerios y organizaciones sin fines de lucro. Se explica cómo funciona Instagram, cómo crear y optimizar una cuenta, cómo interactuar eficazmente con los seguidores y cómo crear contenido que fomente la

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

comunidad. Adquirirás habilidades prácticas y conocimientos estratégicos para aprovechar Instagram y ampliar el impacto de tu ministerio.

I. Introducción a Instagram

Descripción general: Comprenda qué es Instagram, cómo funciona y por qué es esencial para la labor de difusión del ministerio.

A. ¿Qué es Instagram?

1. Una plataforma de redes sociales diseñada principalmente para dispositivos móviles, destinada a compartir fotos y vídeos.
2. Propiedad de Meta, con más de 2 mil millones de usuarios activos mensuales.
3. Permite la interacción del usuario mediante "me gusta", comentarios, comparticiones y guardados.

B. ¿Cómo funciona Instagram?

1. Los usuarios crean cuentas privadas o públicas.
2. Las cuentas pueden representar a personas físicas o jurídicas.
3. Los usuarios siguen, interactúan y comparten contenido visual.

C. Dispositivos compatibles

1. Disponible para iOS, Android y Windows 11.
2. También accesible a través del navegador de escritorio.

D. Términos clave de Instagram

1. *Manejar*: Tu nombre de usuario, idealmente acorde con tu marca/ministerio.
2. *Carrete*: Un vídeo corto de entre 15 y 90 segundos.
3. *Historia*: La foto o el vídeo serán visibles durante 24 horas y se pueden guardar como momentos destacados.

NOTAS

II. Primeros pasos con Instagram

Descripción general: Aprende a crear y configurar correctamente una cuenta de Instagram.

A. Cómo crear una cuenta de Instagram

1. Regístrate a través de la aplicación o en Instagram.com.
2. Puedes registrarte a través de Facebook o con tu correo electrónico/teléfono.
3. Crea un nombre de usuario y una contraseña, y luego completa tu perfil.

B. Pasos para registrarse (según el dispositivo)

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

1. En Android: “Regístrate con tu correo electrónico o número de teléfono”.
2. En iPhone: “Regístrate”.
3. Versión de escritorio: Inicia sesión con Facebook o completa el formulario de registro.

III. Optimización de tu perfil de Instagram

Descripción general: Crea un perfil profesional y atractivo que refleje tu ministerio.

A. Agregar o editar foto de perfil

1. Utilice una foto de rostro o un logotipo nítido y de alta calidad.
2. Navega a Perfil > Editar perfil > Cambiar foto > Subir.

B. Añadir una biografía

1. Ve a Editar perfil > Biografía.
2. Utiliza el límite de 150 caracteres con prudencia: indica quién eres, qué haces y por qué la gente debería seguirte.

C. Agregar un enlace al sitio web

1. Ve a Editar perfil > Enlaces > Agregar enlace externo.
2. Añade la URL del sitio web de tu ministerio u organización.

IV. Cómo usar Instagram de forma eficaz

Descripción general: Comprenda la cultura de Instagram y cómo publicar contenido relevante y atractivo.

A. Contenido de la publicación

1. Sigue y serás seguido.
2. Comparte publicaciones interesantes con regularidad.

B. Tipos de contenido para ministerios

1. Educativo: Consejos, instrucciones, devocionales.
2. Entretenimiento: Humor religioso, memes.
3. Interactivo: encuestas, preguntas en Stories.
4. Vídeo en directo: Interacción y eventos en tiempo real.

V. Instagram para iglesias y ministerios

Descripción general: Estrategia para usar Instagram para aumentar la presencia en línea y el impacto espiritual de tu iglesia.

A. Estrategia de contenido

1. Atractivo visual: Utilice imágenes de alta calidad y consistentes.
2. Publicaciones interesantes: Comparte historias reales, citas y avances de eventos.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

3. Variedad: Utiliza una combinación de imágenes, vídeos, historias y vídeos en directo.
4. Promoción de eventos: Anuncio de servicios y transmisiones en vivo.
5. Presenta a las personas: Muestra los rostros de tu comunidad.

B. Estrategia de publicación

1. Publica contenido con regularidad para mantener el interés.
2. Utiliza las Historias para publicar actualizaciones y contenido entre bastidores.
3. Participa en los comentarios y comparte el contenido de los usuarios.
4. Utiliza hashtags relevantes para aumentar la visibilidad.

C. Construyendo comunidad

1. Resaltar testimonios de miembros.
2. Anima a los miembros a etiquetar la iglesia y compartir contenido.
3. Interactúa con otras iglesias y ministerios.

D. Ideas de contenido específicas

1. Promociones de servicios y momentos destacados del sermón.
2. Mensajes de ánimo diarios y versículos bíblicos.
3. Artículos y publicaciones de agradecimiento a los voluntarios.
4. Listas de canciones y adelantos de los conciertos de alabanza.
5. Imágenes entre bastidores y momentos de planificación.
6. Comparte contenido generado por los usuarios y usa Instagram Live de forma creativa.

NOTAS

E. Mejores prácticas

1. Conoce a tu público: Adapta el contenido en consecuencia.
2. Sea profesional: mantenga un tono acorde con sus valores.
3. Seguimiento de métricas: Utilice la información obtenida para supervisar el rendimiento y realizar ajustes.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

VI. Navegación de Instagram

Descripción general: Aprenda la interfaz de la aplicación y cómo utilizar las funciones principales.

A. Iconos del menú principal (Parte inferior de la aplicación)

1. *Hogar*: Fuente principal de las cuentas seguidas.
2. *Explorar*: Descubre nuevos contenidos/cuentas.
3. *Nueva publicación (+)*: Subir contenido.
4. *Bobinas*: Mira y participa en Reels.
5. *Perfil*: Consulta y edita tu propio perfil.

B. Iconos de la esquina superior derecha

1. *Corazón*: Notificaciones de "me gusta", seguidores y comentarios.
2. *Mensajero*: Mensajes directos (MD).

VII. Cómo subir, editar y publicar una imagen

Descripción general: Aprende paso a paso cómo publicar contenido multimedia en Instagram de forma correcta y eficaz.

A. Subir una publicación

1. Haz clic en el icono "+" > Pulsa "Publicar".
2. Elige un archivo multimedia: de la galería o selecciona uno nuevo.

B. Edición de medios

1. Aplica filtros para mejorar las imágenes.
2. Utilice la opción "Editar" para ajustar el brillo, el contraste y la estructura.

C. Finalizando tu publicación

1. Añade un pie de foto, etiqueta a las personas, añade la ubicación.
2. Compartir en cuentas vinculadas (por ejemplo, Facebook).
3. Pulsa "Compartir" para publicar.

D. Mejores prácticas para publicar

1. Evita publicar con demasiada frecuencia.
2. Utilice publicaciones en carrusel para imágenes relacionadas.
3. Busca la variedad estética en tu perfil.

VIII. Resumen y reflexiones

Resumen: Instagram es una poderosa herramienta de comunicación para los ministerios cuando se usa intencionalmente.

A. Beneficios clave para las iglesias

1. Gran alcance de audiencia e interacción diaria.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

2. Fomenta la comunidad, la conexión y la transparencia.
3. Amplifica visualmente eventos, mensajes e historias.

B. Frases para recordar

- Pastor John Doe: "Instagram nos ayuda a llegar más allá de los muros de nuestra iglesia".
- Jane Smith, estratega: "Ofrece a las iglesias una plataforma para compartir su misión a nivel mundial".
- Mark Johnson: "El atractivo visual aporta autenticidad a los eventos de la iglesia en línea."

C. Reflexiones finales

Instagram no es solo una plataforma de moda; es una herramienta para el ministerio. Usada con sabiduría y propósito, te permite conectar, animar y discipular a personas de todo el mundo, una publicación, una historia, un seguidor a la vez.

IX. Actividad práctica en clase: Familiarizándonos con Instagram

- A. Los estudiantes eligen una cuenta comercial y una cuenta personal de creador y completan las siguientes tareas.
 1. ¿Qué tipo de contenido publica con más frecuencia cada cuenta? (fotos, reels, historias, etc.)
 2. ¿Cuántos seguidores tiene cada cuenta?
 3. ¿Qué está escrito en la biografía?
- B. **Interactúa en Instagram** La clase sa completa estas acciones:
 - Dale "Me gusta" a una publicación - Deja un comentario positivo en una publicación - Mira al menos dos Reels
- C. **Preguntas para el debate**
 1. ¿Qué tipo de publicación pareció generar mayor interacción?
 2. ¿Qué hizo que el contenido fuera interesante o efectivo?
 3. ¿Qué aprendiste sobre cómo las personas o las empresas utilizan Instagram?

NOTAS

LECCIÓN CATORCE

Guía para principiantes de X (anteriormente Twitter)

Resumen de la lección

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

Esta lección introduce a los estudiantes a X (antes Twitter) como una herramienta estratégica para el ministerio. Aprenderán a crear y optimizar el perfil de su iglesia, desarrollar rutinas de publicación efectivas, interactuar con su audiencia, promocionar eventos y medir el impacto mediante análisis de datos. El enfoque se centra en usar X como una plataforma de comunicación en tiempo real que crea puentes digitales para el crecimiento espiritual y la evangelización.

I. Por qué las iglesias deberían estar en X

Descripción general: Descubra la importancia estratégica de X como plataforma en tiempo real para conectar con la cultura actual y ampliar el alcance del ministerio.

A. El valor de la interacción en tiempo real

1. X es la plaza pública moderna: interactiva e inmediata.
2. A diferencia de Facebook o Instagram, X fomenta la conversación continua y el diálogo público.

B. Aplicaciones del Ministerio de X

1. Comparta pasajes bíblicos, palabras de aliento y reflexiones bíblicas.
2. Anuncie los servicios, eventos y aspectos más destacados del ministerio.
3. Participe en conversaciones de actualidad con relevancia espiritual.
4. Utiliza X para discipular más allá de las cuatro paredes de la iglesia.

II. Involucrar al campo de la misión digital

Descripción general: Aprende a ver X como una herramienta para la difusión, la conexión y el discipulado en los espacios digitales.

A. Mentalidad ministerial para las redes sociales

1. Cada tuit es un mini sermón: breve, contundente y con un propósito claro.
2. X proporciona acceso a las almas más allá de la presencia física.

B. Creación de puntos de contacto digitales

1. Los tuits fomentan la confianza y la curiosidad.
2. Las respuestas y las menciones crean oportunidades para establecer relaciones.
3. Una presencia constante genera credibilidad digital.

III. Primeros pasos: Configurando el perfil X de su iglesia

Descripción general: Guía paso a paso para crear un perfil eclesial sólido y estratégico en X.

A. Elegir un nombre de usuario memorable (@nombredeusuario)

1. Utilice el nombre o la abreviatura de su iglesia.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

2. Sé breve, coherente y acorde con la marca.

B. Selección de una foto de perfil de alta calidad

1. Utilice un logotipo reconocible o una fotografía profesional de la iglesia.
2. Garantizar la claridad y la coherencia de la marca en todas las plataformas.

C. Redacción de una biografía concisa y clara

1. Comunica quién eres, qué haces y dónde estás.
2. Incluye un enlace a tu sitio web.

D. Enlace a su sitio web

1. Fomentar la inscripción al evento, las donaciones y una mayor conexión.

IV. Optimización para la facilidad de búsqueda y descubrimiento

Descripción general: Aprende a aumentar la visibilidad y la facilidad de búsqueda mediante palabras clave y hashtags.

A. Uso de hashtags estratégicos

1. Incluye hashtags como #ServicioDominical, #AdoraciónEnVivo o el nombre de tu ciudad.
2. Aprovecha las tendencias o las etiquetas relevantes para ampliar tu alcance.

B. Incorporación de palabras clave

1. Incluye palabras relacionadas con tu ministerio en tu biografía y en tus tweets.

C. Fijar tuits importantes

1. Resaltar información sobre servicios, transmisiones en vivo o series de sermones.
2. Haz que el contenido clave sea la primera impresión que cause tu perfil.

V. Mejores prácticas: Cómo construir una estrategia eficaz

Descripción general: Aprende a diseñar y ejecutar una estrategia de contenido que fomente un crecimiento y una participación constantes.

NOTAS

A. Desarrollar un ritmo de publicación

1. Empieza con 3-5 tuits a la semana.
2. Ritmo de muestra:

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

- Lunes: Resumen del sermón
- Miércoles: Motivación
- Viernes/Sábado: Invitación al servicio
- Domingo: Tweets en directo o resúmenes

B. Publicar contenido de calidad

1. Crea contenido motivador, informativo y visual.
2. Utilice imágenes, gráficos y vídeos cortos para aumentar el impacto.

C. Participar activamente

1. Responde a los comentarios, retuitea y dale "me gusta" a las publicaciones de otros.
2. Tratar la participación como atención pastoral.

VI. Utilizar X para compartir y promocionar eventos

Descripción general: Descubre cómo generar expectación y aumentar la participación mediante la promoción estratégica de eventos en X.

A. Anuncio y promoción de eventos

1. Comparta los temas de la serie, las oportunidades de difusión y los enlaces de inscripción.

B. Creación de contenido de cuenta regresiva y detrás de cámaras.

1. Publica tweets diarios con la cuenta regresiva hasta el evento.
2. Comparte imágenes y etiqueta a los líderes del ministerio para generar impulso.

VII. Midiendo lo que importa: Analítica y perspectivas

Descripción general: Aprende a utilizar el análisis de datos para guiar tus decisiones sobre contenido y mejorar los resultados de tu ministerio.

A. Acceso a las analíticas integradas

1. Supervise las impresiones, las interacciones y las tendencias de rendimiento.

B. Utilizar los datos para fundamentar la estrategia

1. Identifica el contenido con mejor rendimiento.
2. Ajusta los horarios de publicación y los tipos de contenido según corresponda.

VIII. Ejemplos de iglesias que prosperan gracias a X

Descripción general: Analice ejemplos reales de iglesias que utilizan eficazmente X para discipular e involucrar a sus audiencias.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

A. @HillsongUSA

1. Combina citas, pasajes bíblicos y contenido de adoración.

B. @ThePorch

1. Llega a los jóvenes adultos mediante memes, encuestas y preguntas.

C. @ElevationChurch

1. Utiliza eficazmente imágenes impactantes y fragmentos de sermones.

IX. Reflexiones finales: La voz de su iglesia importa.

Descripción general: Anímense a utilizar X con audacia como plataforma digital para cumplir la Gran Comisión en un contexto moderno.

A. Abraza tu voz única

1. Todas las iglesias, independientemente de su tamaño, tienen influencia en internet.

B. Tuitea con propósito y fe.

1. Deja que tu voz digital refleje la verdad y el amor de Dios.

C. Herramientas modernas, misión atemporal

1. X no sustituye al ministerio, sino que lo multiplica.

X. Preguntas de reflexión para pastores y líderes

Descripción general: Reflexión práctica para ayudar a aplicar lo aprendido y crear un plan de acción.

A. Consideraciones estratégicas del ministerio

1. ¿Cómo sería tratar a X como una extensión de tu ministerio?

B. Delegación y participación del equipo

1. ¿Quién podría ayudar a administrar la cuenta X de su iglesia?

C. Reutilización de contenido

1. ¿Qué sermón o contenido devocional se puede adaptar para X?

D. Participación comunitaria

1. ¿Cómo puede tu iglesia utilizar X para escuchar a tu ciudad, en lugar de solo hablar?

NOTAS

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

LECCIÓN QUINCE

Guía para principiantes de TikTok

Resumen de la lección

TikTok se ha convertido rápidamente en una de las plataformas más influyentes para la comunicación y la creatividad, especialmente entre las generaciones más jóvenes. En este capítulo, los estudiantes explorarán qué es TikTok, cómo funciona, cómo crear contenido efectivo y cómo las iglesias pueden usar TikTok estratégicamente para su ministerio. La lección combina instrucciones prácticas de configuración con una visión misional.

I. Entender qué es TikTok

Descripción general: Esta sección presenta las funciones principales de TikTok y cómo funciona como una plataforma de descubrimiento de contenido en lugar de un feed social tradicional.

A. El auge de TikTok

1. Más de 1.500 millones de usuarios en todo el mundo
2. Quinta plataforma más utilizada en el mundo
3. No es una moda pasajera, sino una herramienta de comunicación digital dominante.

B. ¿Qué hace que TikTok sea único?

1. Contenido seleccionado automáticamente mediante algoritmo.
2. Interacción mediante gestos de deslizamiento en la página Para ti (FYP).
3. Diseñado para facilitar la creación de vídeos con herramientas integradas de música y edición.

II. Cómo funciona TikTok

Descripción general: Descubre cómo TikTok selecciona el contenido y ayuda a los nuevos creadores a ganar visibilidad.

A. El poder de la página "Para ti" (FYP)

1. Herramienta principal de descubrimiento para usuarios
2. Un algoritmo personalizado ofrece contenido basado en intereses.
3. Permite que creadores sin seguidores se vuelvan virales

B. Visibilidad para nuevos usuarios

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

1. Incluso las cuentas nuevas pueden recibir una alta interacción.
2. El comportamiento del usuario (tiempo de visualización, me gusta, comentarios) impulsa el alcance.

III. La cultura de TikTok: lo que necesitas saber

Descripción general: Descubre qué hace que TikTok sea atractivo: autenticidad, música, tendencias y conexión emocional.

A. Captar la atención con contenido atractivo.

1. Utilice la emoción, el humor o la inspiración.
2. El objetivo es provocar reacciones y respuestas.

B. El poder de la música

1. La música conecta emocionalmente
2. Se recomienda su inclusión en vídeos y se integra fácilmente.

C. Enfatizar la autenticidad

1. Los espectadores quieren confianza y transparencia.
2. Las historias personales crean conexiones más profundas.
3. El contenido entre bastidores fortalece la comunidad.

IV. Configurar tu cuenta de TikTok

Descripción general: Guía paso a paso para crear y personalizar tu perfil de TikTok.

A. Descarga y regístrate

1. Instalar desde la App Store
2. Regístrate con tu correo electrónico, teléfono o cuentas de redes sociales.
3. Verifica tu cuenta con un código.

B. Completa tu perfil

1. Añade una foto de perfil (imagen o GIF)
2. Escribe una biografía (máximo 80 caracteres)
3. Personaliza tu nombre de usuario (handle)

NOTAS

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

V. Construyendo un perfil sólido

Resumen: Consejos para crear un perfil memorable y profesional que respalde la marca de su ministerio.

A. Foto de perfil

1. Toca la imagen → editar icono
2. Elige una imagen que refleje tu marca o misión.

B. Biografía y marca

1. Usa 80 caracteres con prudencia.
2. Describe claramente tu misión o enfoque.

C. Nombre de usuario

1. Único, memorable y acorde con la marca.
2. Si es posible, intenta que los nombres de usuario coincidan en todas las plataformas.

VI. Creación de vídeos para TikTok

Descripción general: Aprende a crear, grabar y publicar contenido atractivo utilizando las herramientas integradas de TikTok.

A. Grabación de un vídeo

1. Pulsa el botón “+” para comenzar.
2. Seleccione la duración del vídeo (15 s, 60 s, 3 min)
3. Pulsa grabar para iniciar/detener los clips.
4. Utilice la barra de línea de tiempo y la tecla de retroceso para gestionar los clips.

B. Edición de vídeo

1. Pulsa la marca de verificación para comenzar a editar.
2. Agrega una descripción, hashtags y elige si deseas publicar o guardar como borrador.

VII. Cómo mejorar el contenido con las funciones de TikTok

Descripción general: Explora filtros, efectos, sonidos y transiciones para mejorar la narrativa de tus vídeos.

A. Filtros vs. Efectos

1. Filtros = superposiciones de vídeo completo

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

2. Efectos = mejoras y transiciones animadas

B. Uso de sonidos de TikTok

1. Pulsa “añadir sonido” para explorar el audio.
2. Sincroniza los clips con el ritmo de la música.
3. Ajusta los clips para que coincidan con el ritmo durante la edición.

C. Vídeos de costura

1. Utilice hasta 5 segundos de otro vídeo.
2. Añade tu propio comentario o mensaje.
3. Ideal para estar al tanto de las tendencias o iniciar conversaciones.

VIII. TikTok para el ministerio: ¿Deberían las iglesias usarlo?

Resumen: Un análisis de las ventajas, los riesgos y las oportunidades que TikTok ofrece a las iglesias.

A. Preocupaciones válidas

1. Riesgos de privacidad y contenido (comunes a todas las plataformas)
2. Propiedad controvertida e incertidumbre jurídica

B. Mandato de la Gran Comisión

1. Marcos 16:15 – “Id por todo el mundo...”
2. TikTok forma parte del mundo actual.
3. Miles de millones de personas en TikTok necesitan escuchar el Evangelio.

C. Se busca contenido cristiano.

1. #ChristianTikTok tiene más de 15 mil millones de visualizaciones
2. Alto nivel de interacción con contenido espiritual.
3. Ejemplos de relatos que llegan a miles de personas para Cristo

IX. Por qué TikTok es valioso para la labor de evangelización de la iglesia.

Descripción general: TikTok es un espacio para llegar a la próxima generación con contenido breve y de gran impacto.

NOTAS

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

A. Un público numeroso y joven.

1. La Generación Z y los Millennials son los principales usuarios.
2. Excelente manera de complementar las actividades de divulgación tradicionales.

B. TikTok como herramienta ministerial

1. Educar, inspirar y conectar digitalmente
2. Utiliza fragmentos de sermones, citas y publicaciones creativas.

C. Promover a Jesús, no solo a la Iglesia.

1. Evite la publicidad excesiva.
2. Céntrate en contenido significativo y centrado en Cristo.

X. Cómo empezar tu iglesia en TikTok

Descripción general: Pasos y consejos para lanzar la presencia de tu iglesia en TikTok.

A. Planifica tu estrategia de contenido

1. Explora qué funciona en la aplicación.
2. Céntrate en la participación, no en la perfección.

B. 4 tipos de vídeos para empezar

1. **De moda**
 - a) Utiliza canciones/sonidos populares.
 - b) Sigue las tendencias actuales para una mayor visibilidad.
2. **Dueto**
 - a) Reacciona a los vídeos de otros
 - b) Añade humor, acuerdo o contraste.
3. **Enseñanza**
 - a) Comparte breves fragmentos de sermones.
 - b) Utilice títulos y superposiciones de texto para mayor claridad.
4. **Divertido**
 - a) Utiliza el humor para romper barreras.
 - b) Mantén el contenido ligero y con el que te puedas identificar.

XI. Conclusión: Usando TikTok para la gloria de Dios

Resumen: TikTok es una herramienta poderosa; cuando se usa con sabiduría y propósito, puede convertirse en un campo de misión moderno.

A. Palabras de aliento finales

1. No temas a las nuevas plataformas; explóralas con espíritu de oración.

COMUNICACIÓN DIGITAL BÁSICA 201

2. Mantente auténtico y alineado con la misión de tu iglesia.
3. Los mensajes deben ser breves, impactantes y centrados en Cristo.

B. Consejos prácticos para la participación

1. Publica con regularidad y experimenta con diferentes estilos.
2. Usa hashtags relevantes como #ChristianTikTok
3. Deja que tu luz brille de maneras creativas y significativas.

Versículo para memorizar:

«Id por todo el mundo y predicad el evangelio a toda criatura.» — Marcos 16:15

Asignación:

Crea una idea de video de TikTok para tu iglesia utilizando uno de los cuatro tipos de contenido mencionados (Moderno, Dúo, Educativo o Divertido). Escribe una descripción de 150 palabras sobre el mensaje, el público objetivo y el impacto deseado.

Preguntas para debatir sobre redes sociales

1. ¿Cuáles son las ventajas únicas de TikTok, Instagram y X para el ministerio? ¿Cómo podría cada plataforma ayudar a una iglesia a llegar a diferentes audiencias?
2. ¿Qué tipo de contenido funciona mejor en cada plataforma (vídeos cortos, gráficos inspiradores, mensajes breves, testimonios, etc.) y cómo podría una iglesia utilizar ese contenido para compartir el Evangelio?
3. ¿Cómo pueden las iglesias utilizar los comentarios, las publicaciones compartidas, las historias y las funciones en directo de TikTok, Instagram o X para construir comunidad y fomentar la interacción con las personas en línea?
4. ¿Por qué plataformas como TikTok e Instagram son especialmente eficaces para llegar a las generaciones más jóvenes, y cómo podrían las iglesias comunicar la verdad bíblica de una manera que conecte con ellas?
5. ¿De qué manera pueden las plataformas de redes sociales como X, TikTok e Instagram ayudar a las iglesias a expandir su influencia más allá de la congregación local y llegar a personas que tal vez nunca asistan a la iglesia en persona?

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