



Planes y Protocolos de Redes Sociales

Departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas

DRAFT V1

Proyección:

Aquí se estará detallando los protocolos de las Redes Sociales del año 2022-2023.

Metas Principales:

- Objetivo principal: aumentar los próximos pasos dados
 - Los próximos pasos se pueden definir como: participación en las redes sociales, bautizos, actividad en la iglesia, inscripción de grupos pequeños (Dept. Misionero), etc.
 - El barómetro del éxito son los próximos pasos, no la asistencia. La razón es que la asistencia no es una forma de rastrear o medir el cambio de vida, los próximos pasos que se dan sí lo son.
 - La atención es la mayor mercancía en las redes sociales. Para que nuestro contenido llegue nuestra audiencia necesitamos aumentar el compromiso, por lo tanto, aumentar la atención.
 - Inspiración > información - Las personas ya están capacitadas para encontrar información en línea para ellos mismos.
- ❖ Objetivo - Utilizar las redes sociales como su propio ministerio para conectarse con la congregación y la posibilidad nuevos miembros. Queremos proporcionar contenido que no solo informe sino que también provoque práctica espiritual o conversación significativa y aumentar nuestro compromiso y alcance.
1. Los esfuerzos de las redes sociales deben ser informados por Cristo: Jesús dijo que "Id y haced discípulos a todas las naciones" esencialmente diciéndonos que estemos donde está la gente. Las redes sociales son donde están las personas todos los días. Cuando Jesús enseñaba, comunicaba algunas de las verdades más profundas usando ideas mundanas, accesibles para la persona promedio (agricultura, panadería, economía, etc.) Nuestro objetivo es encontrar las intersecciones entre la fe y la cultura. ¿Dónde pueden cruzarse las buenas noticias con las experiencias vividas por nuestra audiencia?
 2. Use las redes sociales para hacer el ministerio, no solo para promover el ministerio: las redes sociales son un ministerio, no solo un vehículo para promover el ministerio. Podemos proporcionar contenido que afecte el corazón y las mentes de las personas todos los días.

3. Detener el desplazamiento: si queremos la atención de alguien, primero necesitamos que deje de desplazarse. Si nuestras publicaciones no detienen el desplazamiento, no tenemos la oportunidad de llegar a tantas personas como podamos.
1. El ministerio tradicional y el ministerio de redes sociales deben trabajar juntos: nuestro objetivo como iglesia es cambiar vidas. Lo que hacemos en línea nunca podrá reemplazar lo que hacemos fuera de línea (servicios religiosos, grupos pequeños, reuniones en persona, etc.) Pero lo que hacemos fuera de línea nunca puede reemplazar lo que hacemos en línea. Los dos deben trabajar en conjunto para llegar y afectar a nuestra audiencia de diferentes maneras, todos los días de la semana.

Horario de publicación semanal (SUJETO A CAMBIOS YA QUE LOS DATOS NOS DICEN CON QUÉ FRECUENCIA PUBLICAR, QUÉ LOS PUESTOS FUNCIONAN Y NO FUNCIONAN, ETC.):

Domingo: **No** relacionado con la fe "Pregunta irresistible" o similar

Lunes: Práctica Espiritual

Martes: "Pregunta irresistible" relacionada con la fe o similar

Miércoles: Alfabetización Bíblica (Biblical Literacy)

Jueves: Práctica Espiritual

Viernes: Invitación/Recordatorio de la Iglesia

Sábado: Video de servicio de la iglesia, saludo Sabatical

Publicaciones promocionales:

Definido como puestos que sólo sirven para el propósito de proporcionar información para un próximo evento o recordar un evento pasado.

La regla del 50%: si no se aplica al 50% o más de nuestra audiencia, no lo hace.

obtener una publicación. Al compartir constantemente información irrelevante, puede accidentalmente condicionar a tu audiencia a ignorar tus publicaciones

La regla de 1 en 5 - Una de cada cinco publicaciones puede ser de naturaleza promocional

Estudios realizados mostraron que las personas no participan en contenido promocional tanto como lo hacen con el contenido orgánico. Este estudio encontró que las iglesias que cumplen con esta regla o cercanas a ella tienen una mayor tasa de compromiso y alcance

¿Que debemos tener y evitar en nuestras redes sociales?:

Evitaremos las siguientes cosas en nuestras publicaciones:

- Joyería
- Tatuajes
- Juegos no apropiados
- Sensualidad (Imágenes sexualmente explícitas de ti mismo o de otros)
- Divulgar Información Personal (suya o de otros)
- Insultos
- Lenguaje vulgar y blasfemias degradantes, prejuicios, racistas, amenazantes o violentos.
- Chismes y Rumores
- Comentarios mezquinos
- Burlarse o avergonzar a otros
- Intimidar, hacer declaraciones falsas contra otros, y cualquier otro comportamiento que cause daño emocional o angustia
- Vestimenta inapropiada de hombre o mujer (ropa modesta only)
- Cosméticos y pintura de uñas
- El uso de un Cristo físico, para evitar confusión
- Imágenes que nos puedan confundir con otra iglesia
- Bebidas alcohólicas, tabaco, drogas, y narcóticos en imágenes
- Ciertos tipos de Música; Musica en publicaciones no deben referirse al mundo o lo que ofrece. La música debe ser apropiada para una iglesia. Música de ciertos géneros no se usarán, algunos son estos: Reggaetón, Salsa, Jazz, Rock, Rock 'n' Roll, Heavy Metal, Disco, etc. Solo son algunos fuera de muchos que no usaremos en ninguna circunstancia. Ninguna música debe tener palabras o frases que un Cristiano diría. Nuestra música debe reflexionar la vida Cristiana en lo mas posible. Ciertas músicas progresivas serán solo usadas en 2 contextos: 1. Para demostrar algo negativo si es necesario, 2. En ciertos videos comparando ciertas cosas del mundo y la Cristiandad.
- Imágenes con carne. Si es representada, no se debe usar carne en la imagen (al menos que se quite por Photoshop), si la imagen tiene un remplazo de carne, se puede usar.
- El uso de feligreses Adventistas censurados o ex-Adventistas o Adventistas en un movimiento u organización divisiva o desleal. Personas negando el reconocimiento de la autoridad de la iglesia debidamente constituida o a someterse al orden y la disciplina de la iglesia.
- El uso de personas que profesan o enseñan doctrinas contrarias a la Biblia y lo que dice la Iglesia
- Cualquier acto de intimididad sexual fuera de una relación matrimonial y / o actos no consensuados de conducta sexual dentro de un matrimonio en una imagen o video
- ---- edited the evitars on bottom
- Evitar Si se publica una foto de una pareja para un tema familiar, tiene que ser entre un hombre biológicamente masculino y una mujer biológicamente femenina en lo que se pueda determinar en el análisis de una imagen.

- Evitar El baile en cualquier forma no será tolerado en ninguna plataforma de la Iglesia Adventista
- La recomendación de la violación de la ley de Dios, tal como la adoración de ídolos, matanza, robo, profanidad, el juego (gambling), el quebrantamiento del sábado y la falsedad deliberada y habitual (mentiras).
- Representaciones de Adulterio
- Representaciones Abuso sexual infantil, incluido el abuso de los vulnerables.
- Representaciones Poligamia
- Representaciones Fornicación
- Representaciones Promiscuidad
- Representaciones Incesto
- Representaciones Sodomía
- Representaciones Bestialidad.
- Representaciones Material pornográfico.
- Evitemos usar personas divorciadas al menos que el cónyuge que ha permanecido fiel al voto matrimonial en un divorcio por adulterio o por perversiones sexuales, o por creencias de fe distintas
- Evitar Violencia física, incluida la violencia dentro de la familia.
- Evitar Fraude o tergiversación intencional en los negocios.
- Evitar Conducta desordenada que trae reproche a la iglesia.
- Evitar El Opera
- Representaciones de Juegos de Cartas
- Evitar Mascarada
- Evitar Política* Con la excepción de eventos reales que ocurren como dicho en la Biblia y las profecías
- Nada en exceso, todo en moderación
- Evitar fotos y publicaciones sensuales.
- No utilizar perfiles de la iglesia o personales para posicionar sobre temas polémicos o criticar proyectos o acciones de la iglesia;
- No hablar mal de cualquier marca/institución y/o servicios en las redes sociales.
- No hacer publicaciones con enojo.
-

Otra manera fácil para evitar estos problemas es quitadno ciertos objetos de una imagen atravez de edición de imágenes (photoshop)

Redes Sociales:

- Hacer los anuncios de menos de 2 minutos y compartir con el resto del departamento y para el culto
- Tener un ministerio de oración por los que nos escriben a través de las redes sociales y/o transmisiones en vivo

- Postear más seguido y más intencional en nuestras redes sociales. Nuestra misión debe estar bien proyectada en todas las publicaciones que se hagan. Utilizar programas como Envato Elements para descargar templates para fotos, anuncia, y videos.
- Crear y publicar temas de interés través de videos. Ej. Utilizar a los jóvenes para hablar sobre un tema de interés para ellos y crear un pequeño video hablando acerca de ese tema y publicarlo. O utilizar a los ancianos o pastores para tocar un tema de evangelismo de manera dinámica y corta. Usar el estudio.
- Crear el Schedule de posteo
- Establecer ministerio de Tik Tok
- Tener cuidado con los grupos y perfiles que sigue o le gustan en las redes sociales;
- No hacer un diario íntimo de las redes sociales. Pastores, obreros y empleados son personas públicas y representan a la Iglesia delante del público interno y externo;
- Verificar las informaciones antes de divulgarlas. Cuidarse de rumores y teorías de conspiración. Priorizar la divulgación de información verificada por nuestros vehículos oficiales;
- Las asesorías de comunicación deben orientar a los pastores y predicadores a que tengan cuidado con lo que dicen en público, teniendo en cuenta que hoy en día todo lo que se dice puede reproducirse rápidamente y distorsionada en la web;
- Se recomienda que el Departamento de Comunicación provea orientación sobre el uso de las redes sociales en las capacitaciones para obreros, empleados y miembros de iglesia;
- En las áreas de comentarios públicos de sitios de la Iglesia, se debe dejar claro, por medio de un texto, que los comentarios no representan, necesariamente, la opinión de la denominación;
- Hacer uso de las analíticas que ofrecen las redes sociales para saber que tipo de audiencia es la que nos sigue en ellas.
- Utilizar las diferentes redes sociales para alcanzar las diferentes audiencias que nos siguen en ellas.
- Regla 5:1 – Mínimo de 5 Publicaciones de espiritualidad o evangelismo por 1 anuncio/evento

Who's doing what:

Kimberly:

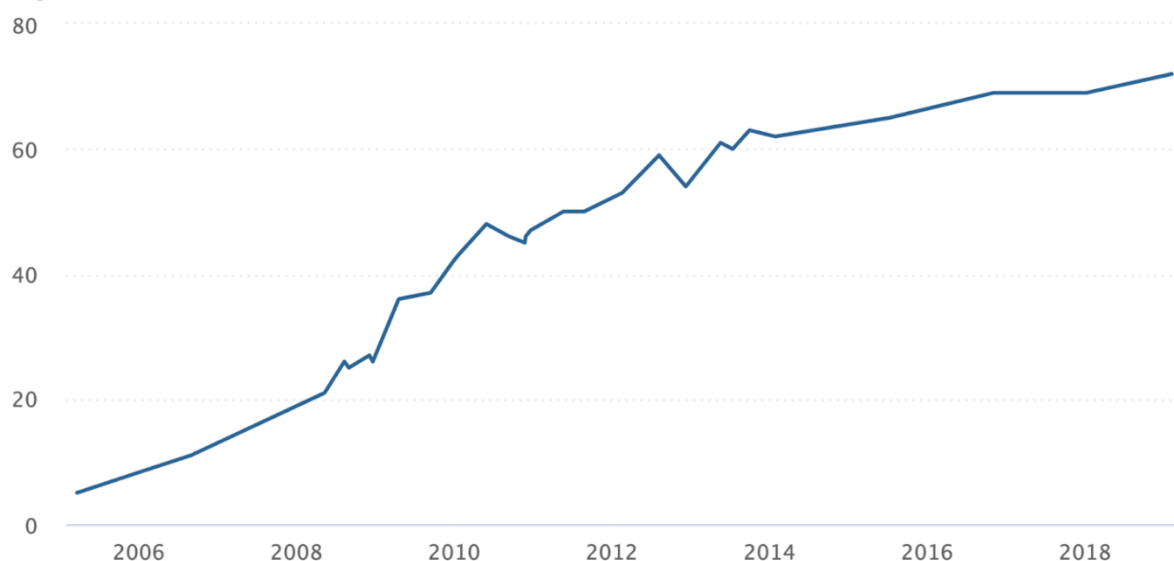
Gaby:

Estrategia de Redes Sociales

Regla #1: Nuestros esfuerzos en las redes sociales deben ser informados por Cristo

Aquí es donde todo comienza y desde donde fluyen todas las cosas. Jesús dijo que "id y haced discípulos a todas las naciones", dándonos el mandato de **estar donde está el pueblo**. En el 2005, solo el 5% de los adultos estadounidenses usaban al menos una plataforma social. Para 2011, esa tasa había aumentado al 50%. ¿Y ahora? Antes de la pandemia, casi 3 de cada 4 adultos estadounidenses usaban al menos un sitio de redes sociales [Fuente: Pew].

% of U.S. adults who use at least one social media site



Está claro que las iglesias necesitan estar presentes en las redes sociales, pero la pregunta lógica es *¿cómo* deben las iglesias usar las redes sociales?

Una vez más, mirando a Jesús vemos que cuando comunicaba las verdades más profundas del reino, a menudo usaba ideas mundanas accesibles a la persona promedio como trampolines. Agricultura, panadería, economía, por nombrar algunos.

El objetivo es encontrar las intersecciones entre la fe y la cultura. ¿Dónde pueden las Buenas Nuevas cruzarse con las experiencias vividas de la persona a la que estás tratando de llegar? Usa a Jesús como tu ejemplo y luego ve y haz lo mismo.

Regla # 2: Use las redes sociales para * hacer * ministerio - no solo * promover * el ministerio

Las redes sociales son un ministerio, no solo es un vehículo para promover el ministerio. Desafortunadamente, la mayoría de nuestras publicaciones son de naturaleza promocional. Sin embargo, para manejar lo social adecuadamente, su primer impulso debe ser hacer el ministerio en lo social, en lugar de promover el ministerio. Entonces, en lugar de invitar a las personas de su iglesia a orar pronto, ¿por qué no invitarlos a orar ahora?

Un ejemplo de esto serían dos publicaciones contrastantes: una que anuncia su próxima reunión de oración en persona y la otra que invita a sus seguidores a orar donde sea que estén cada vez que vean su publicación.

Esto es lo que parece usar lo **social para hacer el ministerio, en lugar de promover el ministerio**. Y aunque puede parecer un poco extraño al principio, una vez que lo haya establecido como un pilar en la política social de su iglesia, estoy seguro de que comenzará a pensar creativamente aquí.

Regla #3: Encuentra un ritmo sostenible para tu iglesia

Las redes sociales son como el ejercicio. Una publicación increíble no logrará mucho, ni tampoco un entrenamiento. La clave del progreso es el esfuerzo sostenido a largo plazo. No se distraiga con los detalles (especialmente al principio). En su lugar, encuentre su ritmo sostenible y apéguese a él. La clave es publicar contenido que sea valioso para su iglesia durante los próximos diez años. ¡Sí, hasta ahí!

Esta regla también debe informar en cuántas plataformas está activa su iglesia, junto con la frecuencia con la que publica en esas plataformas. El hecho de que exista una plataforma no significa que deba estar en ella.

Tampoco necesitas publicar todos los días en las redes sociales. Las plataformas están demasiado saturadas hoy en día para dar algo menos que lo mejor de ti. Las publicaciones desechables pueden llenar una cuota, pero castigarán su efectividad a largo plazo. Encuentre una frecuencia de publicación que sea **sostenible para usted y su iglesia** durante los próximos diez años. Y luego sigue apareciendo cada semana.

Regla #4: Llegar públicamente; conectarse personalmente

Sus dos responsabilidades como creador / director de redes sociales en su iglesia son **llegar públicamente y conectarse personalmente**. Si no estás haciendo ambas cosas, la presencia social de tu iglesia siempre estará incompleta. La mayoría de nuestras iglesias entienden el elemento de **alcance público** de las redes sociales, es decir, publicar publicaciones en sus páginas y perfiles que puedan ser vistos por el mundo. Esa es la parte de lo social que es visible para que podamos simplemente seguir las señales de lo que otros están haciendo. El elemento **de conexión personal** es donde a menudo luchamos, pero las organizaciones e individuos que están construyendo comunidades vibrantes en línea lo están haciendo, conectándose personalmente detrás de escena, lo que significa mensajes *directos, correos electrónicos, chats, etc.*

Regla #5: Detener el desplazamiento

Estamos compartiendo la mejor historia de todos los tiempos. ¡Pero no importa cuán increíble sea nuestro mensaje si nadie está escuchando! Es por eso que toda estrategia inteligente de redes sociales necesita estas tres palabras: Stop The Scroll.

Si desea llamar la atención de alguien, **primero necesita que deje de desplazarse**. Una de las mejores maneras de detener el desplazamiento es usar fotos de personas en sus publicaciones sociales. Esta es una técnica atemporal que hace una gran diferencia porque nosotros, como humanos, somos una especie social: nos conectamos con otros humanos a nivel instintivo.

Una vez que haya detenido el desplazamiento, tiene la oportunidad de compartir Las Buenas Nuevas con alguien, pero primero debe hacer que deje de desplazarse.

Regla #6: Repite lo mejor; olvídate del resto

Cuando te encuentres con un tipo de publicación que resuene con tu audiencia, úsala de nuevo. Y otra vez. ¡Y otra vez! Y sigue tirando de ese pozo hasta que se seque. Por ejemplo, si ves un gran compromiso en las publicaciones de citas, dales un lugar permanente en tu calendario social. Por otro lado, si sigues publicando citas y no las ves resonando, no sigas forzándolas.

Para averiguar qué tipo de publicaciones están funcionando, debe comparar sus publicaciones con sus publicaciones, no una de sus publicaciones con una publicación similar de una iglesia diferente. Aquí hay una ecuación simple que puede usar para darle a cada una de sus publicaciones sociales una puntuación: **compromiso dividido por alcance**.

[En WPS publicaciones de eventos alcanzan a una gran parte de nuestra audiencia]

Así que cuenta todos tus me gusta, comentarios, acciones, guardados, etc. y divide ese número total por alcance: el número de personas que realmente vieron esa publicación. Haga eso para cada una de las publicaciones que ha publicado en las redes sociales para una plataforma determinada en los últimos 90 días y vea cuáles son sus mejores resultados.

Regla # 7: El ministerio fuera de línea y en línea debe trabajar juntos como aliados, no adversarios

Es posible que esté pensando para sí mismo: "Las redes sociales no pueden reemplazar las reuniones en persona". Estoy totalmente de acuerdo.

Pero aquí está la cosa: lo que hacemos fuera de línea nunca puede reemplazar lo que hacemos en línea. Tu semana tiene 168 horas. Para la mayoría de las iglesias, aproximadamente una de esas horas se dedica a un servicio en persona, pero eso aún deja 167 horas más allá de eso, donde no se reunirá en persona con su iglesia.

¡Pero aún puedes conectarte con ellos en línea! Esta es la razón por la cual el ministerio en línea y el ministerio fuera de línea deben trabajar juntos. La misión de nuestras iglesias no es organizar un servicio, ni publicar en las redes sociales. La misión de nuestras iglesias es afectar el cambio de vida. Tanto el ministerio fuera de línea como el en línea juegan un papel único en hacer que eso suceda.

In English/Original Document:

[<https://docs.google.com/document/d/1SUCWhJT3GbWroIPzxr4UvptVOCB6U57oWqZXlpeRmM/edit#>]