



Guía de medios sociales de la Iglesia Nueva Apostólica



Contenidos

Prólogo del Apóstol Mayor Jean-Luc Schneider	3
Fundamentos de la comunicación	4
La Iglesia en nacworld.net	6
La Iglesia en Facebook	7
La Iglesia en Instagram y en YouTube	8
La Iglesia en Twitter y en Pinterest	9
Potencial	10
Puntos a considerar	11
Limitaciones	12
Instrucciones para la comunicación interna	13
Perfiles oficiales de la Iglesia	14
Perfiles de personas que cumplen funciones en la Iglesia	14
Páginas de personas que cumplen funciones en la Iglesia	14
Grupos	14
Indicaciones para asistentes espirituales	15
Autorretrato	16
Manejo de temas de asistencia pastoral	16
Recomendaciones para miembros de la Iglesia	17
Esfera privada	19
Guía de medios sociales	21





Apóstol Mayor Jean-Luc Schneider

Con respeto y responsabilidad

¿Por qué pautas para el uso de los medios sociales? Muchos usuarios de Facebook pueden hacerse esta pregunta. Es muy simple. No todos se sienten seguros o han aprendido a usar los nuevos medios sociales. Y en especial debido a que los límites se han desdibujado entre su uso en el ámbito privado, profesional y de la Iglesia, surgen las preguntas que eran impensadas hace unos pocos años atrás.

Siervos y colaboradores en la Iglesia, y también miembros, se profesan a a su fe en línea con bastante naturalidad. Deberían saber cuál es la posición de la Iglesia Nueva Apostólica con respecto a las actividades en los medios sociales.

Lo importante es que todos sean conscientes de las consecuencias de sus enunciados y se comporten de manera apreciable y respetuosa, conforme al Evangelio.

Los medios sociales con frecuencia tienen sus propias reglas. La presente Guía de medios sociales de la Iglesia Nueva Apostólica no tiene la intención de reemplazar estas reglas. Por el contrario, las complementa explicando la posición de la Iglesia y brindando información sobre beneficios y riesgos.

Utilicemos los medios sociales con responsabilidad y ponderemos cuidadosamente el uso de nuestro tiempo y de nuestras palabras.

Con cordiales saludos, vuestro

Jean-Luc Schneider





Fundamentos de la comunicación



Fundamentos

Como miembros de nuestra comunidad local y de la Iglesia Internacional, como siervos o colaboradores voluntarios, le damos a nuestra Iglesia una cara pública. Esto se aplica a lo que hacemos en nuestra vida real y también a las diversas actividades en el mundo virtual de Internet.

Como individuos, como así también miembros de la Iglesia y colaboradores, podemos quedar atrapados entre la libertad de expresión y la lealtad a nuestra Iglesia o empleador. Cuando estamos activos en línea como miembros o siervos de la Iglesia, se desdibujan los ámbitos de la vida privada, la profesión y la Iglesia. ¿Cuándo hablamos por nuestra cuenta y cuando lo hacemos por la Iglesia? Los terceros tienen que poder reconocer si nuestros enunciados se hacen como una persona en particular o en carácter de colaboradores en la Iglesia Nueva Apostólica.

La Iglesia Nueva Apostólica enfrenta los desafíos y expectativas de esta nueva era de la comunicación y utiliza las oportunidades de los medios sociales. Con sus recomendaciones e informaciones, la Guía de medios sociales de la Iglesia Nueva Apostólica debería facilitar el uso de los medios sociales y brindar confianza a voluntarios como así también a empleados de tiempo completo de la Iglesia y siervos.

Una nueva era de la comunicación

Anteriormente, la comunicación implicaba que organizaciones y empresas informen a las personas a través de publicaciones impresas, radio y televisión. Eran raras o técnicamente imposibles reacciones por parte de lectores, oyentes y televidentes.

En la actualidad, la comunicación proviene en su mayoría de las propias personas: ellos hacen preguntas, demandan respuestas y hacen pública su opinión –a veces de manera positiva y a veces de forma negativa. La comunicación ya no es un monólogo, sino un diálogo, con un número infinito de lectores en cualquier lugar y en cualquier momento.

Este comportamiento se hace posible a través de redes sociales como Facebook, YouTube, Instagram, como así también una multitud de dispositivos móviles que se han convertido en una parte integral de la vida para la mayoría de las personas. La comunicación en red también se ve favorecida por el acceso considerablemente más fácil a la información. La forma en que las personas se comunican entre sí ha cambiado radicalmente en los últimos años debido a los diversos desarrollos.

Los medios sociales son un espacio público en el que se aplican reglas especiales. Aunque no haya miles de personas mirando lo que escribimos sobre nuestros hombros, el mensaje podrá ser visto por miles de personas unos pocos instantes luego de la publicación.

Cada actividad en línea brinda una imagen de nuestra personalidad. Esta imagen debería reflejar los verdaderos pensamientos y las verdaderas convicciones de nuestra personalidad.

La comunicación es más rápida y más pública. El número de contactos y diálogos se va incrementando. La información y las novedades están visibles y a disposición en la web de los medios sociales, en todo el mundo y sin restricción de tiempo.



La Iglesia en nacworld.net

nacworld.net es la red social de la Iglesia Nueva Apostólica Internacional y ofrece la oportunidad a nivel mundial de contactarse con otros cristianos y hacer amigos. Nacworld.net está dirigida a miembros de la Iglesia Nueva Apostólica. Los miembros de otras Iglesias o comunidades religiosas son de igual forma bienvenidos. Nacworld.net ha sido desarrollada para la Iglesia; no tiene conexión con otros emprendimientos o anunciantes externos.

<https://nacworld.net>



La Iglesia en Facebook

La Iglesia Nueva Apostólica está representada con páginas de seguidores y páginas en Facebook. Miles de miembros comparten novedades del mundo nuevoapostólico diariamente en sus noticias personales. El contenido está moderado por el grupo de Servicios de comunicación. Los informes publicados en nac.org y nac.today se comparten diariamente. La Iglesia Nueva Apostólica tiene una página oficial en Facebook en los cuatro idiomas principales, inglés, alemán, francés y español:

Iglesia Nueva Apostólica Internacional

Inglés: <https://www.facebook.com/newapostolicchurchinternational/>

Alemán: <https://www.facebook.com/neuapostolischekirche/>

Español: <https://www.facebook.com/iglesianuevaapostolica/>

Francés: <https://www.facebook.com/eglisenoeapostoliqueinternationale/>

nac.today: <https://www.facebook.com/newapostolic.nactoday/>

nacworld.net: <https://www.facebook.com/nacworld/>

Apóstol Mayor: <https://www.facebook.com/jeanluc.schneider59/>

Iglesias regionales

INA Hesse/Renania Palatinado/Sarre: <https://www.facebook.com/nakhrs/>

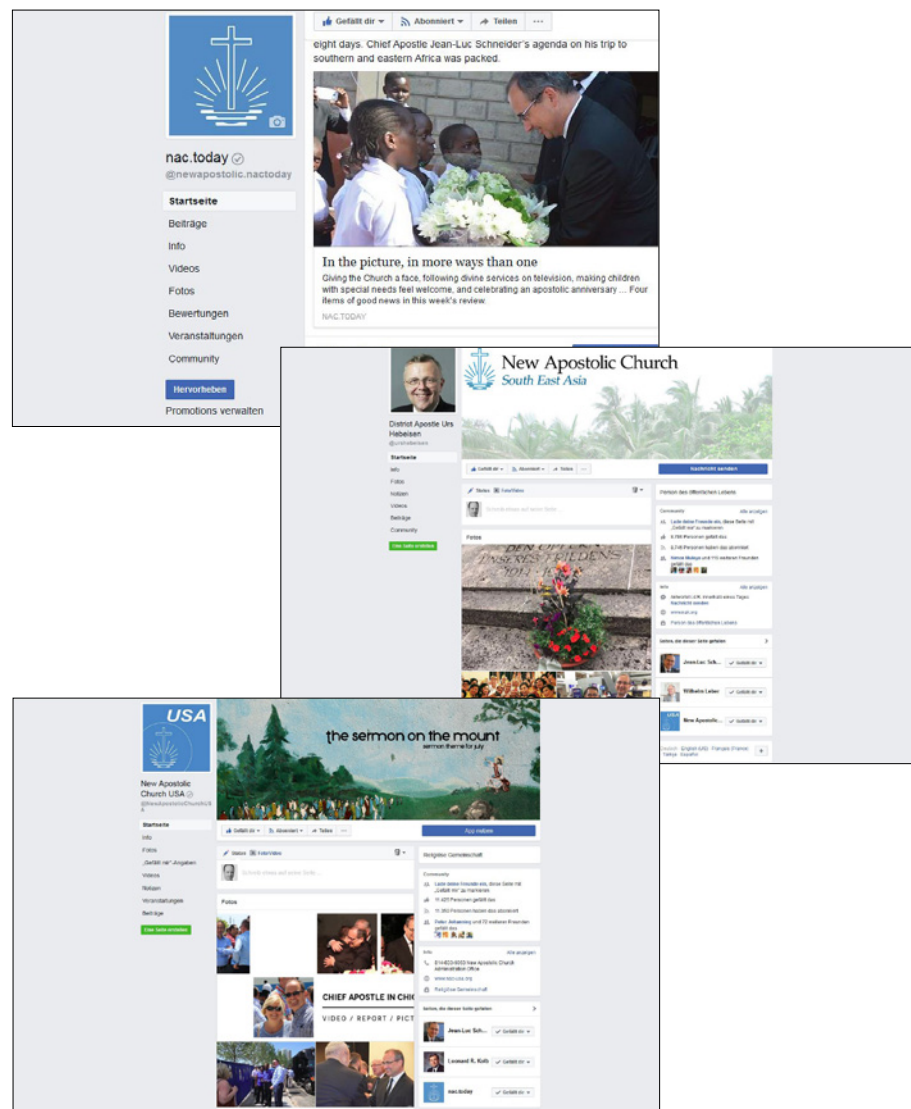
INA Renania del Norte-Westfalia: <https://www.facebook.com/naknrw/>

INA Alemania del Norte y del Este: <https://www.facebook.com/nak.nordost/>

INA Alemania del Sur: <https://www.facebook.com/naksued/>

INA Estados Unidos: <https://www.facebook.com/NewApostolicChurchUSA/>

INA Canadá: <https://www.facebook.com/NACCanada/>



La Iglesia en Instagram y en YouTube

Instagram

La Iglesia Nueva Apostólica publica contenido en Instagram en inglés y en alemán. Se comparten en ambas redes artículos de nak.org y de nac.today. El foco está en imágenes o collages relacionados con la red. Se combinan informes existentes con imágenes individuales, se le da un teaser y luego se comparten. La red se utiliza para expresar “me gusta”, compartir imágenes, al igual que textos cortos y epígrafes.

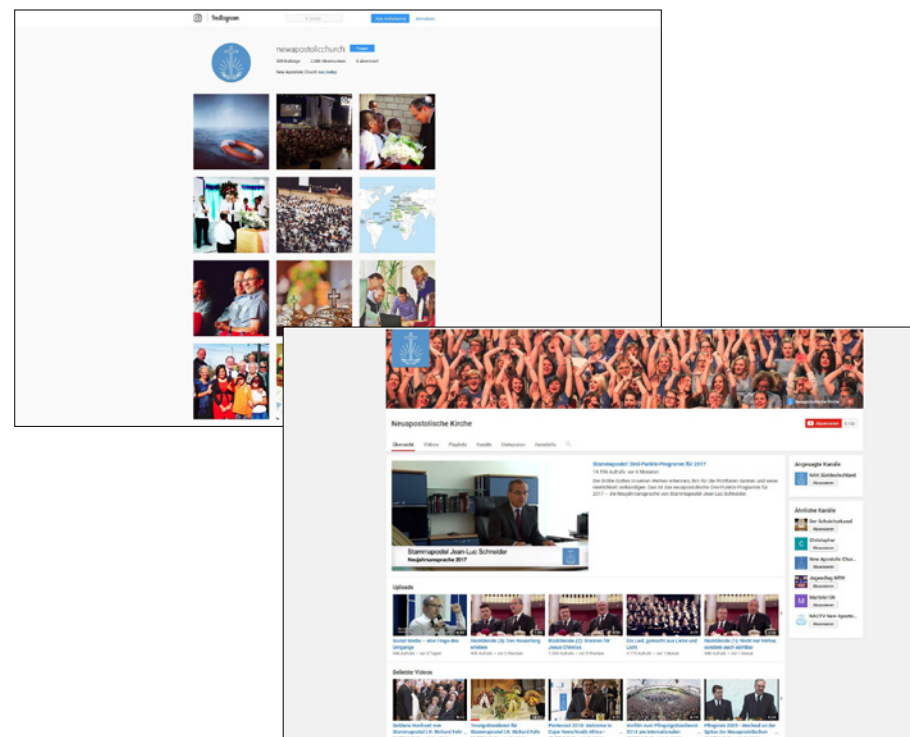
Inglés: <https://www.instagram.com/newapostolicchurch/>

Alemán: <https://www.instagram.com/neuapostolischekirche/>

YouTube

La Iglesia Nueva Apostólica publica videos cortos de Servicios Divinos, encuentros y charlas en un canal dedicado de YouTube con audio y textos en inglés y alemán.

<http://youtube.de/neuapostolisch>



La Iglesia en Twitter y Pinterest

Twitter

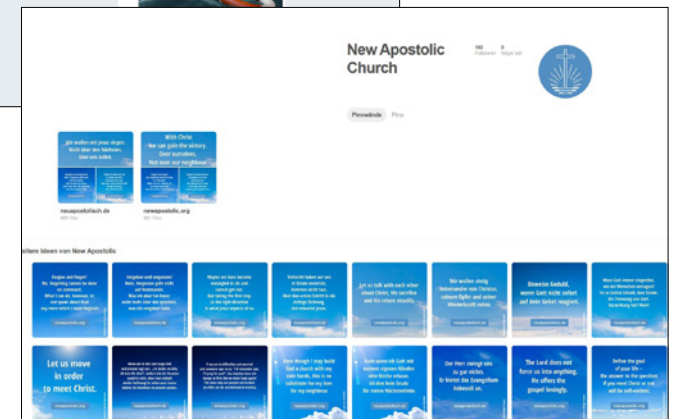
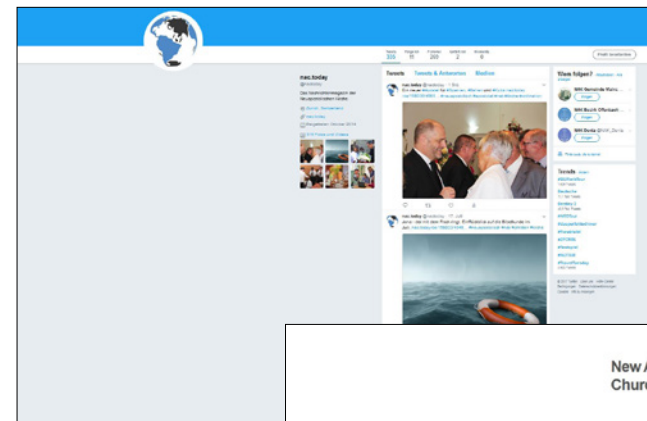
La Iglesia Nueva Apostólica utiliza una cuenta de Twitter en idioma alemán para publicar contenido de nac.today.

<https://twitter.com/nactoday>

Pinterest

La Iglesia Nueva Apostólica utiliza Pinterest con una cuenta en inglés y en alemán para publicar citas de Apóstoles que fueron publicadas en neuapostolisch.de/newapostolic.org.

<https://www.pinterest.de/neuapostolisch/>



Potencial

Como cristianos somos llamados a tener un diálogo con otras personas. Los medios sociales nos respaldan en esta tarea, pero no remplazan el contacto personal. Es por ello que nosotros como Iglesia, en principio, apoyamos las actividades en los medios sociales. Reconocemos los múltiples usos de los medios sociales para la Iglesia y para otras personas:

1. Queremos cumplir con el enunciado de la misión. Ir hacia todas las personas para enseñarles el Evangelio de Jesucristo y bautizarlas con agua y con el Espíritu Santo. Ofrecer asistencia espiritual y cultivar una estrecha comunión en la cual cada uno experimente el amor de Dios y la alegría de servir a Él y a los demás.

2. Queremos profesar nuestra fe. Con publicaciones, expresando “me gusta” y compartiendo artículos, los cristianos nuevoapostólicos dan testimonio a sus amigos y conocidos de manera activa y de este modo hacen su parte en el trabajo en la viña moderno, como así también en las relaciones públicas para la Iglesia.

3. Queremos fortalecer la comunión. A través de los medios sociales, los cristianos nuevoapostólicos se sienten parte de una comunión más amplia que atraviesa países y límites nacionales, y se extiende más allá de sus comunidades generalmente pequeñas.

4. Queremos ser visibles. Los medios sociales son parte de la vida cotidiana para cada vez más gente. Quienes no están presentes en los medios sociales no existen para una gran cantidad de personas. Una representación moderna fortalece la imagen, en especial para los jóvenes. La Iglesia debe estar donde está la gente.

5. Queremos que los miembros se sientan conectados con su Iglesia. Los artículos en los medios sociales resaltan los desarrollos y aspectos positivos de la Iglesia. Esto fortalece la confianza de los miembros y los ayuda a identificarse con la Iglesia.

6. Queremos asegurar la soberanía de la información. La información y las noticias de la Iglesia se pueden difundir de manera efectiva y eficiente. Otras personas también realizan investigaciones en los medios sociales. Nosotros ofrecemos acceso a información confiable y posicionamos a la Iglesia y sus contenidos doctrinarios en el espacio digital.

7. Queremos brindar una oportunidad para promover el diálogo sobre la Iglesia y la fe. Los medios sociales fortalecen el diálogo. Podemos conversar sobre temas cristianos y eclesiológicos, como así también sobre temas centrales nuevoapostólicos en las redes que también utilizan otras Iglesias.

8. Queremos ofrecer ayuda y respuestas. Los medios sociales permiten un diálogo rápido y directo con personas que tienen preguntas y preocupaciones.

9. Queremos conectar a las personas dentro de la Iglesia. Los medios sociales alientan a la conexión de personas que utilizan su conocimiento y habilidades dentro de la Iglesia.

10. Queremos difundir buenas noticias. En una era en la que los titulares negativos reciben la mayor atención, queremos brindar buenas noticias.



Puntos a considerar

1. Planificar los recursos. La Iglesia sólo tiene recursos financieros y humanos limitados. Por lo tanto, se deben utilizar de manera eficiente. Un concepto de medios sociales con procedimientos operativos transparentes y estructuras claras asegura que la Iglesia no abarque demasiadas cosas al mismo tiempo o de repente no gaste más de lo esperado. El concepto de medios sociales se revisará una vez al año y se evaluará conforme a los desarrollos corrientes (nuevas tendencias, nuevas redes).

2. Mantener el control. Cualquier persona que se involucre en los medios sociales se abre a la comunicación directa con el usuario. Esto trae aparejados ciertos riesgos y peligros. No obstante, si la Iglesia no se involucra en los medios sociales, lo harían terceros en nombre de la Iglesia (perfiles falsos), y por ende se incrementarían los riesgos potenciales. No existe un control real en Internet. Sin embargo, por medio de un concepto claro de medios sociales –en conjunto con un concepto de redacción– la Iglesia puede controlar la comunicación en los medios sociales y/o influir en ella de manera positiva.

3. Comunicar con autoridad. Los comentarios y las preguntas de los usuarios, y las respuestas a las mismas, son públicos. En casos individuales, los comentarios pueden bloquearse o se puede bloquear a los usuarios. No obstante, el objetivo de los medios sociales es el diálogo y la cultura del intercambio. Además, las inquietudes de los usuarios también llegan a la Iglesia a través de la función de mensajes. En primer lugar, estas conversaciones son privadas, pero al igual que cualquier email, también pueden hacerse públicas más tarde. Por lo tanto, se requiere una regulación clara en cuanto a quién habla por la página/Iglesia y quién responde a las solicitudes. De este modo, los administradores son conscientes de su responsabilidad de no hablar por ellos mismos o en nombre de su Iglesia regional, sino que en nombre de la Iglesia en su totalidad. Al igual que con los emails que llegan a INAI a través de su página de Internet: nak.org, las consultas en los medios sociales también se responden a través de voceros de la Iglesia o su equipo de comunicación. Las consultas personales pueden enviarse a la persona en la Iglesia regional que sea responsable de la comunicación. Este procedimiento no se ha modificado.

4. Conservar la soberanía de la información. Los sitios web oficiales de la Iglesia constituyen la fuente primaria de información para las noticias importantes de la Iglesia. Solamente para aquellos temas que tengan poca o ninguna relevancia para la Iglesia y sus políticas habrá medios sociales exclusivos. De esa manera, la soberanía de la información queda en el Apóstol Mayor o los Apóstoles de Distrito. Los medios sociales acompañan a la comunicación de la Iglesia.



Limitaciones

1. Concentración. En todo el mundo hay cientos de redes sociales. Debido a sus recursos limitados, la Iglesia debe concentrarse en aquellos que brindan mayores beneficios.

2. Automatización. Los “teasers” son utilizados para estimular el interés y pueden ser automatizados completa o parcialmente. Si son producidos por un grupo de redactores usando una herramienta editorial, los diferentes canales de medios sociales también pueden ser medios eficientes de comunicación.

3. No es un canal primario. Los medios sociales no son el canal primario para nuestras noticias. Esto no se debe a la complejidad de algunos temas, sino al hecho de que ante todo sólo tenemos el control sobre la información si está en nuestro propio sitio web. Esto significa que si publicásemos exclusivamente en Facebook un artículo, el algoritmo de Facebook podría limitar o bloquear el acceso a la información en cualquier momento y en segundo lugar, podría excluir a determinadas personas que no estuviesen registradas en Facebook y no quisieran usarlo en una forma pública y no registrada. Reglas similares también se aplican a otras redes.

4. Asistencia espiritual. A veces llegan a la Iglesia consultas sobre asistencia espiritual a través de las redes sociales. La asistencia espiritual, sin embargo, debe seguir siendo personal, por lo que en esos casos se ofrece una conversación o el contacto con asistentes espirituales.

5. Grupos. Los muchos cientos de “grupos de conversación” que existen en las redes sociales, especialmente en Facebook, no pueden ser controlados o manejados. Cualquiera los puede iniciar. Muchas veces los grupos no son de libre acceso, es decir, que no son públicos. En algunos casos, los siervos de la Iglesia y los colaboradores pertenecen a los equipos administradores de determinados grupos.





Instrucciones para la comunicación interna



Instrucciones para la comunicación interna

Un equipo de medios sociales bajo el techo del grupo de Servicios de comunicación INAI, conducido por el vocero de la Iglesia, modera las actividades de la Iglesia en las redes sociales. Acompaña en la redacción de las publicaciones. Además, responde a consultas y las transmite, si fuese necesario, a los responsables en las Iglesias regionales.

1. Perfiles oficiales de la Iglesia. La Iglesia Nueva Apostólica Internacional y las Iglesias regionales mantienen sus perfiles de Facebook. El estilo de las publicaciones es objetivo y orientado a las noticias. A los informes especiales de las respectivas páginas de Internet se les agregan “teasers”. Se informa con mayores detalles sobre los grandes acontecimientos de la Iglesia. En forma análoga a las páginas de Internet, para la Iglesia Nueva Apostólica Internacional el punto central está en temas nacionales e internacionales, para las Iglesias regionales en temas regionales. Las redes están unidas entre ellas en forma selectiva. Básicamente, las noticias importantes de la Iglesia están primero en los sitios web de la Iglesia; la función predominante de las redes sociales consiste en unir y compartir estas noticias. Concentrando los informes en estas páginas, podemos alcanzar e informar a usuarios que no visitan regularmente una gran cantidad de sitios web en forma directa. La aprobación de páginas de Facebook en los distritos y comunidades es responsabilidad de las Iglesias regionales. Los requerimientos para que puedan operar son los mismos que para los sitios web. Esto significa observar las guías de Internet y redacción existentes, tener un pie de imprenta, un concepto claro, así como responsabilidades establecidas.

2. Perfiles de personas que cumplen funciones en la Iglesia. El que se quiere presentar en Facebook como persona de interés público debe utilizar para ello una página conforme a las condiciones de usuario. Los perfiles son sólo para uso privado. Si se viola esta regla, Facebook se reserva el derecho de cerrar la cuenta. Sin embargo, es posible mover el perfil privado a otra página manteniendo todos los contenidos. Entonces será administrado por el director comercial o un perfil privado. Un perfil privado debe regular claramente el entorno de privacidad.

3. Páginas oficiales de personas que cumplen funciones en la Iglesia.

Como figuras públicas, a los Apóstoles de Distrito, así como los Apóstoles y Obispos si fuese necesario, se les aconseja crear una página oficial de Facebook. Esto requiere un concepto de cómo será el diseño de su redacción. La administración debería estar a cargo de varios administradores, para que se puedan garantizar reacciones más rápidas. Los administradores deben tener la correspondiente autorización (proceso de autorización independiente, fuera de Facebook). Cada página debe disponer de un pie de imprenta o bien referirse a uno. Las páginas de las personas se pueden diseñar en forma más personal. También es posible incluir comentarios y opiniones, por ejemplo, el agradecimiento a los colaboradores después de un gran evento, una invitación a un Servicio Divino por transmisión, etc.

4. Grupos. Para los debates, la Iglesia Nueva Apostólica mantiene su propia red social: nacworld. Por eso, en Facebook o en otras redes sociales no hay grupos oficiales de la INA.





Indicaciones para asistentes espirituales

Iglesia Nueva Apostólica
Internacional



Indicaciones para asistentes espirituales

En las redes sociales también se encuentran muchos portadores de ministerio de la Iglesia y aquellos que reciben encargos especiales. Algunos llaman la atención a su compromiso voluntario y en parte utilizan estas redes simplemente para propósitos privados.

1. Autorretrato. Las personas que cumplen una función en la Iglesia no se pueden olvidar que también en las redes sociales son percibidos como ejemplos, asistentes espirituales o docentes. Sus posteos o comentarios son evaluados como tales. Por eso se recomienda examinar su configuración privada o bien restringirla, para que los contenidos privados no pueden ser vistos por todos. El rol público debe ser ejercido, ante todo por los portadores de ministerio, de acuerdo con la Guía de orientación existente para los portadores de ministerio.

2. Manejo de temas de asistencia espiritual. En tanto la asistencia espiritual se desempeñe con medios de comunicación técnicos, el portador de ministerio activo en la asistencia espiritual debe ocuparse de que se mantenga la confidencialidad en la mayor medida posible. En caso de consultas sobre asistencia espiritual a través de redes sociales, los asistentes espirituales deberían pasar a otro camino de comunicación más directo, ejemplo una conversación personal, llamada por teléfono o email. En el manejo de todo tipo de datos concernientes a la asistencia espiritual hay que garantizar que se tengan en cuenta las disposiciones de la Iglesia y del estado sobre la protección del secreto de los asistentes espirituales y los requerimientos de derechos de autor en la Iglesia.



Recomendaciones para miembros de la Iglesia

Iglesia Nueva Apostólica
Internacional



Recomendaciones para miembros de la Iglesia

Se solicita a los miembros de la Iglesia Nueva Apostólica expresar sus opiniones como persona privada y no en el nombre de la Iglesia. Una excepción es cuando recibieron un encargo para cumplir determinadas funciones, por ejemplo, para las relaciones públicas. Si existe necesidad de un grupo o una parte, se deberían considerar en todos los casos las presentes recomendaciones de la Iglesia.

Los encargados de comunicaciones son interlocutores

Los medios sociales ofrecen muchas posibilidades, pero también hacen surgir preguntas, ante todo son un poderoso instrumento de comunicación que se encuentra en cambio constante. ¡La Iglesia Nueva Apostólica lo quisiera aprovechar!

La Iglesia invita a los miembros y colaboradores a compartir ideas y experiencias en forma constante. Además de ello, los responsables de comunicaciones de las Iglesias regionales reciben preguntas y sugerencias. Sus nombres e información de contacto pueden solicitarse en la respectiva administración de la Iglesia.



Esfera privada



Esfera privada

Las configuraciones cambian tan a menudo en el curso de un año, que no pueden ser actualizadas lo suficiente. Por eso es necesario examinar continuamente las configuraciones de privacidad y, si fuese necesario, cambiarlas. Lo que hay que hacer en detalle, está descrito en las distintas redes (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest, nacworld.net) en forma más amplia y actualizada que lo que puede hacerse en este documento.



denk ihr / die ihr doch arg seyd / Kind 24
dennoch ewren Kindern gute Gabe ge-
ben / Wie viel mehr wird ewer Vater im
Himmel gutes geben / denen die ihn bit. 25
ten.
Alles nu / dz ihr wollet / das euch
die Leute thun sollen / das thut ihr ihnen /
Das ist das Gesetz vnd die Prophe. 26
ten.

Luc. 6. v. 31.

12

thet ein durch die enge Pforten /
Pforte ist weit / vnd der 27
damnis ab-

Drumb wer diese
vnd thut sie / den
klugen Man / der
Felsen bauet.
sich / vnd ein
die Winde
sies do
nen F
mein
de



Guía de medios sociales

1. Respetamos al prójimo. Mantenemos un tono respetuoso y somos conscientes de que estamos comunicándonos con otras personas. Tenemos consideración con sus emociones y sentimientos. Por eso nos abstenemos de toda expresión que podría percibirse como racista, violenta, extremista, fanática, sexista, discriminatoria u ofensiva de cualquier manera. Sólo publicamos aquello que también le diríamos al receptor en una conversación personal.

2. Somos amables. Un lenguaje claro, comprensivo, libre de ironía, sarcasmo y provocación, es la base para un intercambio de pensamientos constructivo. Ira, enojo y frustración no hacen avanzar. La crítica es posible en tanto no hiera o sea personal. Los problemas con otras personas no los hablamos públicamente. Mantenemos la tranquilidad, aunque otros estén intranquilos.

3. Somos honestos y auténticos. Mencionamos nuestro nombre y no engañamos. En tanto no tengamos un encargo para prestar un servicio para la Iglesia en los medios sociales, cada uno decide por sí mismo si en su perfil menciona que está activo voluntariamente/con dedicación completa en la Iglesia Nueva Apostólica.

4. Respetamos la propiedad intelectual de otros. Los contenidos en general, sean textos o imágenes, sólo pueden ser publicados si lo permiten los derechos de autor. Si se cita a terceros, estas citas deben estar marcadas claramente y se debe mencionar la fuente de la cita. Las citas siempre se usan para completar las ideas propias (derecho a la cita). Si se publican imágenes o videos, las personas fotografiadas deben estar de acuerdo (derecho a la propia imagen).

5. Actuamos con responsabilidad. Cada uno es responsable por sí mismo del contenido que publica en los medios sociales. No especulamos y no hacemos suposiciones. La comunicación en Internet muchas veces es sencilla, a veces banal. Siempre que se trate de temas de la Iglesia, tratamos de comunicar en un nivel alto.

6. Difundimos buenas noticias. Somos testigos de nuestra fe y la cara de nuestra Iglesia. Con nuestras actividades en los medios sociales sentamos una señal para los valores cristianos.

7. Protegemos la esfera privada. Somos conscientes de que en Internet básicamente comunicamos en forma pública. Aunque la visibilidad de las actividades en los medios sociales se puede restringir a determinadas personas, los contenidos en todo momento se pueden transmitir sin querer o a propósito y de esa manera, hacer públicos. Lo confidencial debe seguir siendo confidencial; pertenecen a ello entre otros, los datos personales, así como los contenidos sujetos al deber de guardar el secreto.

8. Mantenemos separada la política y los negocios del compromiso en la Iglesia. En el marco de las actividades de los medios sociales para la Iglesia nos abstenemos de toda exteriorización sobre partidos políticos. Asimismo, separamos todo compromiso voluntario o dedicado a la Iglesia, de los intereses comerciales o profesionales.

9. Se cuenta con nosotros. Una utilización responsable de los medios sociales durante el horario de trabajo puede ser posible. Con nuestro superior dejamos claro en qué medida podemos mantener contactos, aumentar nuestros conocimientos y desarrollar las redes.

10. No tenemos que saber todo. Si estamos inseguros, consultamos al interlocutor competente. No avivamos rumores. Si cometemos errores, los reconocemos, pedimos perdón y aprendemos de ellos.



Iglesia Nueva Apostólica Internacional
Servicios de comunicación
Überlandstr. 243
8051 Zúrich
Suiza
Teléfono +41 43 299 4100
Email info@nak.org

