



Citas de Apóstoles en las redes sociales

La Iglesia Nueva Apostólica comienza un nuevo proyecto: mediante los medios sociales compartirá a partir del 1º de marzo de 2016 diariamente frases destacadas de las prédicas. Las mismas serán publicadas en alemán e inglés en neuapostolisch.de y newapostolic.org así como en Facebook, Twitter, Instagram y Pinterest. Responsable del emprendimiento es la Iglesia Nueva Apostólica de Alemania del Norte.

La prédica tiene mucho valor en los Servicios Divinos de la Iglesia Nueva Apostólica: "Aquí oímos la palabra y la voluntad de Dios, aquí se ve lo que creen los cristianos nuevoapostólicos, cómo somos y cómo nos movemos", dice Björn Renz, director del proyecto piloto de los medios sociales en la Iglesia Nueva Apostólica de Alemania del Norte. Además, los Servicios Divinos son públicos. "La prédica es la palabra de Dios, nos concierne a todos".

Mayor presencia en los medios sociales

Desde hace algunos meses, Björn Renz, anterior director creativo de una agencia internacional de comunicación y publicidad, se está ocupando del interrogante de cómo la Iglesia puede estar más presente en los medios sociales, y con qué contenidos. Pues hasta ahora las actividades se limitaban ante todo a emitir noticias de las páginas de Internet de la Iglesia. Además, el Apóstol Mayor y algunos Apóstoles de Distrito sostienen páginas propias en Facebook, a través de las cuales se mantienen en contacto con los miembros y les informan sobre sus actividades.

La nueva página de Internet con las citas de prédicas se apoya en proyectos similares como mademyday.com, en el cual frases o dichos graciosos se incluyen en una imagen y se publican. Precisamente las publicaciones llenas de humor y emoción son las que tienen miles de "me gusta" en las redes sociales y son las que se comparten.

Las fuentes son el Apóstol Mayor y los Apóstoles de Distrito

"Por qué no compartir alguna vez una afirmación significativa de la prédica", dice el llamado de Björn Renz. Los destinatarios de neuapostolisch.de no son exclusivamente los creyentes nuevoapostólicos, sino todos los cristianos, así como el público interesado. Las fuentes para empezar son los Servicios Divinos del Apóstol Mayor y los Apóstoles de Distrito.

Configuración discreta en azul cielo

¿Si la diferencia de palabras bíblicas y otros dichos en el rápido y fugaz consumo de los medios es lo suficientemente grande como para que llamen la atención las citas de los Apóstoles? "Eso no se sabe", dice, "pero es seguro de que no llamamos la atención si por la preocupación de no ser vistos ni oídos ni siquiera empezamos".

Llamar la atención no es aquí el único criterio, afirma Björn Renz, quien como miembro del grupo de trabajo Relaciones públicas Europa también es corresponsable de los carteles de las vitrinas de cada año. "Para la estructura y el contenido siempre se trata primero la pregunta: ¿Qué viene de la marca, qué se adapta a la marca? Entonces, ¿qué se adapta a la Iglesia Nueva Apostólica?". Así, finalmente se tomó la decisión de elegir como fondo para las citas imágenes del cielo, que llaman menos la atención, pero que se adaptan a la Iglesia. "Y quizás entonces pronto ya no escuchemos que el azul de INA es frío, sino tan azul como el cielo".

En dos idiomas en el sitio web y en cuatro canales

El núcleo del nuevo proyecto son las páginas de Internet neuapostolisch.de (alemán) y newapostolic.org (inglés). Desde allí se emiten a los canales de las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y Pinterest. Más adelante, eventualmente, habrá más idiomas, dependiendo de la resonancia del proyecto.

En ambas páginas de Internet se podrán ver las citas en galerías con solo echar un vistazo, pudiendo elegir si es en alemán o inglés. Además se podrán elegir las citas por fechas, por cantidad de llamados o según 20 categorías, por ejemplo: Evangelio, alegría, fe, Iglesia y amor.

La misión de la Iglesia como la mayor meta

Asimismo, en neuapostolisch.de y newapostolic.org es posible compartir las citas específicamente dirigidas a las propias páginas de las redes sociales, descargarlas y enviarlas por e-mail a amigos. "Compartir, me gusta y comentar se desean expresamente", dice Björn Renz.

Su objetivo mensurable es tener a fin de año unos 6.000 fans en las páginas de Facebook en alemán e inglés. Su mayor meta: "Levantar interés por la Iglesia Nueva Apostólica, despertar curiosidad por los Servicios Divinos y las prédicas y ante todo:

cumplir una parte de la misión de nuestra Iglesia". Pues. ¿dónde hoy se podría ir mejor "a todas las naciones" que a través de las redes sociales?

1 de marzo de 2016