How to Improve Community Perception of Your Church

Cómo mejorar la percepción que la comunidad tiene de tu iglesia

***Por Richard Castillo***

Mientras me desempeñaba como director de comunicación para la Conferencia de Oklahoma, creamos un comercial de 30 segundos con una de nuestras maestras. Ella fue presentada como una persona ocupada y trabajadora que elegía equilibrar su agitada semana laboral con el estudio de la Biblia, la adoración y el descanso en el día de reposo. Personas amables con rostros sonrientes asistían a la iglesia con ella. El mensaje del comercial se centró en la felicidad y satisfacción que se encuentran en un estilo de vida adventista.

También compramos de 15 a 20 carteles con mensajes similares en Tulsa, Oklahoma, y ​​ publicidad en Internet. Los anuncios publicitarios, carteles y anuncios en la internet remitieron a los espectadores a un sitio web que ofrecía información sobre nuestras creencias, así como la ubicación de las iglesias en Tulsa que ofrecían estudios bíblicos y seminarios.

Para medir la reacción de nuestra campaña, contratamos una empresa de investigación de mercado. Ellos prepararon una encuesta en línea y pidieron a 200 personas que respondieran preguntas antes y después de ver nuestro comercial de 30 segundos.

De las 200 personas que hicieron la encuesta, dos eran adventistas del séptimo día y 180 eran cristianos profesos. Los resultados de la encuesta fueron esclarecedores. Antes de ver el comercial, la mayoría de los participantes, el 88 por ciento, creían que la Iglesia Adventista del Séptimo Día enseñaba principios de estilo de vida saludable. Sin embargo, el 63 por ciento pensaba que nuestra iglesia era una comunidad cerrada que ofrecía sus aspectos positivos solo a los miembros. Más del 50 por ciento veía a los miembros de la iglesia como críticos y poco acogedores.

Después de ver el comercial de 30 segundos, la idea de ser una comunidad cerrada pasó del 63% al 21%. La idea de que somos críticos como iglesia disminuyó del 53% al 16%. La idea de que podríamos ser una comunidad abierta y acogedora aumentó del 48% al 66%.

Nos sentamos y sacudimos la cabeza. El narcisista en nosotros quería decir: "Qué fantástico video produjimos" pero nos dimos cuenta de la realidad: muchas de las personas que respondieron la encuesta no estaban bien informadas sobre los adventistas.

Eso significa que tenemos que informarlos.

**Cómo contar nuestra historia**

1. **Se constante e intencional:** usa las redes sociales para compartir constante y consistentemente una impresión positiva de tus ministerios.
2. **Elabora cuidadosamente tu mensaje:** rostros sonrientes y diversos son más valiosos que muchas palabras.
3. **El hambre y la necesidad pueden ser cosas buenas:** suena extraño, pero las personas tienen hambre de una vida mejor y más saludable. Es posible que no se acerquen a tu iglesia por su teología, pero pueden acercarse porque esta está ofreciendo una manera de experimentar salud y felicidad.
4. **Gasta dinero:** si vale la pena publicarlo, vale la pena pagar para llegar a más personas que no te conocen. La buena noticia es que el mercado de las redes sociales sigue siendo bastante económico.
5. **Mantente simple:** el diseño simple e intencional siempre triunfará sobre los volantes llenos de texto. La capacidad para que se te conozca como la iglesia que ama más que la iglesia que informa te permitirá alcanzar los corazones para Jesús de una manera tangible.

*Richard Castillo se desempeña como pastor para los medios de comunicación y divulgación en la Iglesia Adventista del Séptimo Día de Sligo en Takoma Park, Md.*