

**UNIVERSIDAD PANAMERICANA
GUATEMALA
FACULTAD DE TEOLOGÍA
Doctorado en Teología Aplicada**



**COMUNICACIÓN Y EVANGELIO EN GUATEMALA
UN ESTUDIO TEOLÓGICO Y PASTORAL
(TESIS)**

Lic. MA. Rigoberto M. Gálvez Alvarado

Guatemala, Agosto de 2006



UNIVERSIDAD PANAMERICANA FACULTAD DE TEOLOGÍA

ACUERDO DE APROBACIÓN E IMPRESIÓN DE DISERTACIÓN

El estudiante **RIGOBERTO M. GÁLVEZ ALVARADO**, de la carrera de Doctorado en Teología Aplicada, de la Facultad de Teología, ha presentado trabajo de investigación, con título de Disertación.

DOCTORADO EN TEOLOGÍA APLICADA

El Decano de la Facultad de Teología

CONSIDERANDO

Primero: Que ha tenido a la vista el informe de disertación, donde consta que el estudiante en mención realizó la investigación de rigor, atendiendo a un método y técnicas propias de la facultad, según dictamen emitido por el asesor y el revisor para el programa de **DOCTORADO EN TEOLOGÍA APLICADA**.

Segundo: Que dicho trabajo reúne las cualidades básicas de una investigación post-grado.

POR LO TANTO

Emite **ACUERDO DE APROBACIÓN E IMPRESIÓN DE LA DISERTACIÓN “COMUNICACIÓN Y EVANGELIO EN GUATEMALA, UN ESTUDIO TEOLÓGICO Y PASTORAL”**, para que continúe con los trámites de rigor.

Dado en la ciudad de Guatemala, a los veinticinco días del mes de Agosto del año dos mil seis.

Dr. Samuel Berberían Mavromatis
Decano Facultad de Teología

c.c. Estudiante
Archivo

Guatemala, 21 de Agosto de 2006

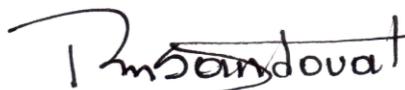
Doctor
Samuel Berberían
Decano Facultad de Teología
Universidad Panamericana
Ciudad.

Respetable Señor Decano:

Por este medio hago constar que he revisado la DISERTACIÓN DOCTORAL intitulada **“COMUNICACIÓN Y EVANGELIO EN GUATEMALA, UN ESTUDIO TEOLÓGICO Y PASTORAL”**, presentada por el Licenciado MA **RIGOBERTO M. GÁLVEZ ALVARADO**, previo a optar al título de Doctor en Teología Aplicada; quien ha realizado todas las correcciones recomendadas.

Por lo anteriormente manifestado, presento el presente informe a fin que pueda continuarse con el trámite de ley.

Atentamente,



Licda. Margarita Sandoval Madrid de Rodríguez
Revisora



DICTAMEN DE ASESOR DE TESIS DOCTORAL

Nombre del estudiante: **Rigoberto Gálvez**

Titulo de la tesis **"LA COMUNICACIÓN Y EVANGELIO EN GUATEMALA"**

El Asesor de la Tesis antes aludida,

Considerando:

Primero: Que ha leído el informe de tesis, donde consta que el estudiante en mención realizo la investigación de rigor, atendiendo a un método y técnicas propias de su campo.

Segundo: Que dicho trabajo reúne las calidades necesarias de una Investigación de Doctorado.

Por tanto,

En su calidad de Asesor de Tesis, emite **DICTAMEN FAVORABLE** para que continúe con los trámites de rigor.

Guatemala 17 de julio del 2,006


Doctor José Ramiro Bolaños Rivera
Asesor de Tesis

C.c. Estudiante
C.c. Archivo

Solamente el autor es responsable de los conceptos expresados en esta disertación. Su aprobación en manera alguna implica responsabilidad para la Universidad.

**ACTO DE GRADUACIÓN DEL LIC. MA. RIGOBERTO MANUEL GÁLVEZ ALVARADO
DOCTORADO EN TEOLOGÍA APLICADA**

ACTO QUE DEDICO

A DIOS MI PADRE CELESTIAL, A JESUCRISTO MI SEÑOR Y SALVADOR Y AL ESPÍRITU SANTO:
FUENTE DE PODER Y DE TODA SABIDURÍA.

A TODAS LAS PERSONAS QUE DE UNA MANERA U OTRA ME HAN AYUDADO A QUE TERMINE
ESTA ETAPA DE ESTUDIOS DOCTORALES.

EN ESPECIAL A MI MADRE ARSENIA ALVARADO GARCÍA VIUDA DE GÁLVEZ QUE HACE
TREINTA Y SIETE AÑOS, EN MEDIO DE UNA SITUACIÓN PRECARIA DECIDIÒ INSCRIBIRME EN
LA ESCUELA PARA QUE YO APRENDIERA A LEER Y A ESCRIBIR. ESTO HA SIDO LA MEJOR
HERENCIA QUE HE RECIBIDO.

INDICE

MARCO CONCEPTUAL

1. INTRODUCCIÓN
2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA
3. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO
4. OBJETIVO GENERAL DEL TRABAJO
5. OBJETIVO ESPECÍFICO
6. METODOLOGÍA
7. DELIMITACIÓN DEL TRABAJO

MARCO TEORICO

PRIMERA PARTE

FUNDAMENTO TEOLÓGICO DE LA COMUNICACIÓN

1. LA CREACIÓN: PUNTO DE PARTIDA DE LA REVELACIÓN Y COMUNICACIÓN DE DIOS.....	1
1.1. La Revelación: Acto de Comunicación.....	1
1.2. La Revelación Fundamento de La Comunicación.....	5
1.3. Revelación y Compromiso.....	9
1.4. Alianza y Comunicación.....	9
1.5. Alianzas y Signos.....	10
2. LA CAIDA Y LAS IMPLICACIONES EN LA COMUNICACIÓN.....	14
Las formas del mensaje después de la caída.....	15
2.1 La Comunicación entre Dios y hombre en la época de los Patriarcas.....	15
2.2 Profetas en el tiempo de los patriarcas.....	16
2.3 La comunicación de Dios durante el Éxodo del pueblo de Israel...	16
2.4 La comunicación de Dios por medio de Moisés y la Ley.....	17
2.5 La comunicación de Dios durante la época de los Jueces.....	18
2.6 La comunicación de Dios en el periodo de la Monarquía.....	18
2.7 La comunicación de Dios en el periodo del cautiverio y en el período de la restauración de Israel.....	18
2.8 El uso del Urin y Tumin.....	19

2.9	La trinidad y la comunicación.....	19
3.	LA REDENCIÓN Y LA COMUNICACIÓN.....	22
3.1.	Jesús es la comunicación: Él es la palabra.....	23
3.2.	Trasfondo Judío de la idea del “Verbo” y de la “Palabra”.....	23
3.3.	Trasfondo Griego.....	24
3.4.	Jesucristo paradigma de la revelación y la comunicación.....	26
4.	LA CONSUMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.....	29

SEGUNDA PARTE CIENCIA Y FE

1.	LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN, LA FE Y EL EVANGELIO.....	32
	Dialogo Ciencia y Fe.....	32
2.	DEFINICIONES Y FUNCIONES BÁSICAS DE LA CIENCIA Y DE LA FE.....	33
	Fe.....	35
3.	UNA PERSPECTIVA HISTÓRICA DEL DIÁLOGO, CONCILIACIÓN Y RUPTURA ENTRE CIENCIA Y FE.....	39
4.	LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN, LA FE Y EL EVANGELIO.....	43
4.1	El concepto de las ciencias “Del espíritu o de la cultura”.....	44
4.2	Objeto de Estudio de la Ciencia de la Comunicación.....	44
4.3	Tipos de comunicación.....	45
4.3.1	Comunicación.....	45
4.3.2	Comunicación Grupal.....	45
4.3.3	Comunicación Social.....	45
4.3.4	Comunicación Masiva.....	45
4.4	Metodología de la Ciencia de la Comunicación.	46
4.4.1	Método Semiológico.....	46
4.4.2	El análisis fenomenológico.....	46
4.4.3	El método lógico-empírico.	46
5.	LA PARTE CIENTÍFICA DE LA COMUNICACIÓN Y SU APLICACIÓN EN EL CAMPO PASTORAL.....	46
5.1	La Teoría de H.D. Lasswell.	47
	Aplicación.....	47
5.2	Las Teorías de Shannon y Weaver.....	49
	Aplicación.....	49
5.3	La Teoría de Jakobson.	49
	Aplicación.....	50
5.4	Teoría de la Agenda Setting.	51
	Aplicación.....	51
5.5	Teoría de la Regresividad.....	52
	Aplicación.....	52

5.6 Teoría Psico-cibernética.....	53
Aplicación.....	53
5.7 Teoría de la Exposición Selectiva.....	54
Aplicación.....	54
5.8 Teoría de la Evitación Defensiva.....	55
Aplicación.....	55
5.9 Teoría del Fedd Back.....	55
Aplicación.....	56
5.10 Teoría del Entretenimiento.....	56
Aplicación.....	56
5.11 Teoría Estímulo-Respuesta.	57
Aplicación.....	57
5.12 Teoría Efecto Boomerang.	58
Aplicación.....	58
5.13 Teoría del Efecto Controlado.	58
Aplicación.....	59
5.14 Teoría de la Catarsis.	59
Aplicación.....	59
5.15 Teoría de la Disonancia Cognitiva.....	60
Aplicación.....	60
5.16 Teoría de la Catálisis.	60
Aplicación.....	60
5.17 Teoría de la Erosión Cultural.....	61
Aplicación.....	61
5.18 La Teoría de la Sedentarización.....	61
Aplicación.....	61
5.19 Teoría de la Difusión de Innovaciones.....	62
Aplicación.....	62
5.20 Teoría de la Dependencia en el sistema Mediático.....	62
Aplicación.....	63
5.21 Teoría del Rumor.....	63
Aplicación.....	63
5.22 Teoría de la “Masa Crítica”	64
Aplicación.....	64
5.23 Teoría del Nuevo Orden Informativo.	64
Aplicación.....	65
5.24 Teoría de la Atribución.	65
Aplicación.....	65
5.25 Teoría de la Comunicación Alternativa.....	65
Aplicación.....	66
5.26 Teoría de la Comunicación Popular.....	66
Aplicación.....	66
5.27 Teoría de la Expectativa.....	66
Aplicación.....	66
5.28 Teoría de las Necesidades.....	67
Aplicación.....	67
6. LOS PARADIGMAS DE LA COMUNICACIÓN.....	68

6.1 Definición de Paradigma.....	68
6.2 El paradigma Cibernético.....	68
6.3 El Paradigma Sociológico.	68
6.4 El Paradigma Antropológico.....	69
6.5 El Paradigma Semiótico.....	69

TERCERA PARTE

COMUNICACIÓN, PASTORAL Y EVANGELIO EN GUATEMALA

1.	LA PASTORAL GUATEMALTECA A LA LUZ DEL EVANGELIO Y LA COMUNICACIÓN.....	70
2.	DEFINICIONES FUNDAMENTALES.....	70
	Definición de Pastoral.....	70
	Definición de Evangelio.....	70
	Definición de Comunicación.....	70
	Definición de Pastoral de la comunicación.....	70
3.	LA REALIDAD DEL EVANGELIO, LA COMUNICACIÓN Y LA PASTORAL EN GUATEMALA EN LAS ÚLTIMAS DÉCADAS.....	71
4.	APATÍA POR EL ESTUDIO DE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y EL USO DE LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS EN LA PREDICACIÓN DEL EVANGELIO.....	72
5.	LA PASTORAL EN EL ANTIGUO TESTAMENTO.....	73
6.	LA PASTORAL EN EL NUEVO TESTAMENTO.....	76
	Jesús el pastor perfecto.....	77
	Da amor sacrificial.	77
	Él da su propia Vida.....	77
	Da vida a sus ovejas.....	78
	Les da protección.....	78
	Conoce sus necesidades.....	78
	Vigila sus almas.	78
7.	EL LLAMADO PASTORAL.....	78
	Bases Bíblicas Del Ministerio Pastoral.....	80
	El Kerigma.	80
	El Matheteuo.....	81
	La Terapeia.....	84
	La Didaskalía.....	87
	La Liturgia.....	88
	La Koinonía.....	88
	La Martiría.....	90
	La Diakonía.....	94
	La Daimonía exérchomai	96

CUARTA PARTE

PROPUESTAS Y DESAFIOS

1. PROPUESTAS Y DESAFÍOS EN LOS CAMPOS DE LA TEOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN; LA CIENCIA Y LA FE Y LA PASTORAL.....	98
1.1 Prepararse en todos lo ámbitos de la comunicación humana.....	98
1.2 Percatarse que existe todo un fundamento bíblico y teológico en las Sagradas Escrituras.....	98
1.3 Aceptar y utilizar los conocimientos de la ciencia de la Comunicación en la predicación del evangelio y la acción pastoral.....	99
1.4 Responder al desafío del uso de los medio masivos de comunicación	99
 2. DESAFÍOS Y PROPUESTAS CON RELACIÓN AL BINOMIO CIENCIA-FE EN LA PREDICACIÓN DEL EVANGELIO.....	 100
2.1 La necesidad de la preparación académica.....	100
2.2 Hacer uso del conocimiento de las otras ciencias que nos ayude a la proclamación y la enseñanza del evangelio.....	100
2.3 Apertura a las otras ciencias en general.....	100
2.4 Aceptar las asignaturas pendientes que nos han lanzado las Ciencias Sociales.....	101
2.5 Conocer la historia de la iglesia para no repetir los mismos errores.....	101
2.6 Reconocer que el conocimiento de la ciencia y de la fe se complementan.....	101
2.7 Reconocer las mutuas influencias entre la ciencia y la fe.....	101
2.8 Tomar en cuenta que la verdad es una, aunque se puede ver desde distintas perspectivas.....	101
2.9 La conectividad y la relación de la fe con las otras ciencias debe darse en plena libertad y no en obligatoriedad dictatorial.....	102
2.10 La ciencia y la fe deben aceptar la crítica limpia la una de la otra.....	102
2.11 En el conocimiento espiritual la primacía la tiene la teología en relación a las otras ciencias.....	102
2.12 Debemos revisar la educación cristiana, bíblica y teológica.....	102
2.13 Hacer uso de los medios masivos de comunicación.....	104
2.14 Usar los mejores métodos de evangelización.....	105
2.15 Hacer el mejor uso del canal que dispongamos.....	108
2.16 Hagamos el mejor uso del “código” en la comunicación del evangelio..	109
2.17 Demos la Importancia necesaria a los destinatarios en la Comunicación y el evangelio.....	110
2.18 La importancia de la audiencia para el comunicador.....	111
 3. PROPUESTA PASTORAL PARA ANALIZAR Y RESPONDER AL	

DESAFÍO DE LOS CONTENIDOS INADECUADOS EN LA COMUNICACIÓN.....	111
El consumo de las masas.....	112
La cultura de masas.....	112
Información o comunicación de masas.....	113
El medio es el mensaje.	114
El poder de los medios.	114
La manipulación en los medios.	115
La Persuasión en los medios.	116
El contenido y la Influencia de los Medios.....	117
La publicidad y los medios.....	118
La familia y los medios de comunicación masiva.....	119
Los niños y los medios masivos.....	119
El joven y los medios masivos.....	120
La mujer y la televisión.....	122
El hombre y los medios masivos.....	122

4. LOS PRINCIPIOS DE LA PASTORAL APLICADOS EN LA COMUNICACIÓN Y LA PREDICACIÓN DEL EVANGELIO, A TRAVÉS DE DIVERSOS MEDIOS.....	124
Alimentar espiritualmente.....	124
Conducir al reposo.....	124
Llevar aliento.....	124
Instruir sobre lo recto.....	125
Acompañar al solitario.....	125
Dar consuelo.....	125
Conducir hacia el éxito.....	125
Fortalecer.....	125
Proveer refugio.....	126
Dar amor.....	126
Dar la vida misma.....	126
Proteger.....	126
Suplir Necesidades.....	126
Cuidar y orientar.....	127

CONCLUSIONES GENERALES.....	127
------------------------------------	------------

BIBLIOGRAFÍA

MARCO CONCEPTUAL

1. INTRODUCCIÓN

La conectividad y la mutua influencia entre comunicación y evangelio han estado ligadas desde el mismo inicio de la revelación cristiana y su respectiva predicación. En esencia conforman lo mismo. Son dos caras de la misma moneda. Tanto la comunicación como el evangelio han estado involucrados en una dimensión existencial comunitaria: Por un lado se trata de una exigencia humana en la que se expresa el espíritu, el alma, las emociones, los sentimientos para consigo misma y sus semejantes. En consecuencia si no fuese posible la comunicación el hombre quedaría bloqueado en su propia estaticidad. Y si no fuese posible la comunicación del Evangelio, Dios quedaría como un Dios lejano, trascendente, “sin rostro” y por ende el hombre sin salvación. Por otro lado trata lo que Dios ha revelado y se nos ha encomendado comunicarlo, expresando amor, misericordia, compasión, esperanza, justicia, perdón, salvación, restauración para aplicarlo a las necesidades concretas de los hombres, lo cual viene a ser la esencia de la labor pastoral.

La comunicación ha formado parte de la historia del hombre desde que Dios lo creó y tuvo comunión con él. Es por eso que la comunicación no ha dejado de ser, sino que ha ido evolucionando, estructurando y perfeccionándose de la tal manera, que hoy podemos hablar de la comunicación como ciencia y como un instrumento al servicio de la sociedad. Los términos: Comunicación, Ciencias de la comunicación, Mass Media ya no deben ser ajenos a nadie, pues han facilitado extraordinariamente la vida, en cuanto que el desarrollo de la comunicación ya no está ligado sólo en función del progreso científico o tecnológico, sino también al ámbito social, cultural, psicológico y espiritual. Es por eso que hoy más que nunca debemos estar conscientes de la necesidad de la comunicación como vehículo de la revelación cristiana y la aplicación correcta en la pastoral, que dicho sea de paso “es toda aquella acción que busca correlacionar el evangelio o la fe cristiana con las situaciones concretas del diario vivir, sirviendo de puente para la experiencia de la fe en la vida cotidiana”¹.

Por lo anteriormente expresado, la pastoral no se puede dar el lujo de ignorar el fenómeno de la comunicación y su relación intrínseca con el evangelio. Pues el evangelio es comunicación *per se* y está fundamentado sobre la comunicación misma de lo que Dios puede dar en beneficio y en función antropológica. Pues si bien es cierto, el evangelio nos habla sobre Dios, Jesucristo, Espíritu Santo, iglesia, arrepentimiento, salvación, justificación, redención, reconciliación, regeneración, liberación, fe, esperanza, amor, restauración, etc., todas esas enseñanzas espirituales están conectadas directamente con las necesidades del hombre y para el hombre, con el propósito de encontrar el verdadero propósito de su existencia y pueda así enfrentar con fe y esperanza, las vicisitudes de la vida y las realidades últimas que vendrán: la vejez, la enfermedad, la muerte y la realidad después de la muerte.

¹ Cf. COSTAS, ORLANDO., *En Biblioteca de Teología y Psicología Pastoral I*, Clie, España, 1993,11

2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La ausencia de una visión integral de la interrelación de la teoría de la comunicación y la comunicación divina (teología de la comunicación), la predicación del evangelio y su contextualización en la Pastoral, en este caso la Pastoral Guatemalteca.

3. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

El presente trabajo obedece no sólo a la exigencia académica de la Facultad de Teología de la Universidad Panamericana previo a optar al grado académico de Doctor en Teología aplicada, sino a una auténtica preocupación teológica y pastoral que a la hora de proponer soluciones, ayude a corregir el desconocimiento, casi generalizado, el fundamento teológico de la comunicación; la conexión e interrelación entre comunicación y evangelio y la correcta contextualización en la pastoral guatemalteca.

4. OBJETIVO GENERAL DEL TRABAJO

Llevar a cabo una investigación del fundamento teológico de la comunicación y de la relación entre la ciencia de la comunicación y el evangelio para aplicarlo en la pastoral

5. OBJETIVO ESPECÍFICO

Presentar una propuesta que apunte a una solución al aparente abismo entre ambas disciplinas: La teología y la comunicación y aplicarlo a la pastoral guatemalteca.

6. METODOLOGÍA

El presente trabajo demanda el empleo por lo menos de los siguientes métodos: histórico, teológico, inductivo y sistemático. Dependiendo de la fase de investigación, así será la preponderancia del método.

7. DELIMITACIÓN DEL TRABAJO

Ámbito Territorial: Ciudad de Guatemala, Guatemala, C.A.

Ámbito Eclesiástico Religioso: La Iglesia Evangélica de Guatemala

MARCO TEÓRICO

PRIMERA PARTE

FUNDAMENTO TEOLÓGICO DE LA COMUNICACIÓN

1. LA CREACIÓN: PUNTO DE PARTIDA DE LA REVELACIÓN Y LA COMUNICACIÓN DE DIOS.

El Dios trino prepara el escenario que será el centro de reunión y comunicación con el hombre: La tierra, el paraíso. En ese contexto Dios habla. Su palabra es suficiente para crear de la nada y en medio de las tinieblas la luz: “sea la luz; y fue la luz” (Gn. 1:3). Su palabra también fue suficiente para separar las aguas y dejar en su lugar lo que llamó cielo, lo que llamó tierra y mares. El ambiente iba tomando orden, sustancia y forma. Luego en su secuencia perfecta vendrían las hierbas, los árboles y vegetales que obedecen a la palabra de Dios al brotar de la tierra con su simiente respectiva y aunque, como dice Barth: “no es la única criatura viva pero es la primera de ellas y condición previa de las demás”² Pues las otras criaturas que serían creadas después como los peces y los pájaros que viven en el mar y en el espacio aéreo, luego los animales terrestres todos, todos encuentran su alimento en la creación previa vegetal. Incluso el hombre como el culmen de su creación.

Otro detalle interesante que observa Barth es el hecho de que el orden en que se desarrolla la creación, hace además imposible toda arrogante intervención del ser humano. Las hierbas, los árboles y las plantas existen sin él y antes de que él fuera. Sólo después de ellos, fue creado el ser humano por la soberana voluntad de Dios. Y el hecho que después el hombre tuviera señorío sobre ellos, implicaría más bien agradecimiento a Dios porque él puede vivir al alimentarse de ellos.³

Vemos pues, que Dios hizo una buena creación. Preparó el cimiento, la casa, la mesa, el alimento antes de crear al hombre, para que este no esté preocupado en buscarlo. Un lugar y un entorno hermosos y apropiados para una comunión y comunicación perfectas. Es en ese entorno seguro y en ese contexto de provisión y comodidad en el que Dios creara y formara al hombre a su imagen y a su semejanza, quien sería su socio, su amigo y su interlocutor: Una comunión y una comunicación sin barreras, sin obstáculos de ninguna índole entre Dios y el hombre.

En otras palabras el Dios trino desde su esencia y su interacción trinitaria, quiere ser Dios en comunidad no en soledad. Él deseó compartir con el hombre y la mujer que creó sus atributos, incluso su imagen y semejanza. Es por eso que en el

² Cf. BARTH KARL., *Instantes, Textos para la reflexión escogidos por Eberhard Busch.*, Sal Térrae, España, 2005, 49.

³ Cf. *Ibid*,

libro de Génesis, la comunicación se nos muestra abierta, libre como iniciativa y un acto divino más que humano. Es Dios quien se da a conocer a sí mismo. Al leer el texto parece que no sucedía de otra manera, aunque Dios es eterno, todo lo sabe y es mucho más trascendente que todas las cosas, se abajó y dialogó con sus criaturas. Se puede entrever un yo y un tú en una auténtica comunicación de dos vías.

La Creación es otra de las manifestaciones de la auto-comunicación de Dios. En ésta se manifiesta claramente el carácter abierto de Dios. Él no está cerrado en sí mismo. Es un Dios extrovertido. Él crea algo distinto de Él y mantiene una relación y una comunicación permanente con sus criaturas. Los relatos bíblicos de la creación recogen bien el carácter comunicativo del acto creador. En estos relatos ocupa un lugar central la Palabra. Dios crea por la Palabra. La creación es el resultado de esa palabra viva y eficaz. La creación no es otra cosa que el producto del amor de Dios, su pensamiento y su acción.⁴

El mundo y todo lo creado tienen las huellas de Dios. Nos muestran, nos narran, nos dicen algo del Ser de Dios. Si bien es cierto que se trata de un develar fragmentario, no por ello deja de ser un testimonio, ni deja de emitir el mensaje comunicado por Dios a través de ella. Se hace visible a los hombres el hecho que Dios nos está mostrando destellos, vestigios de su poder en la creación. El texto bíblico es muy claro en este aspecto:

“Porque las cosas invisibles de Él, su eterno poder y deidad, se hacen claramente visibles desde la creación del mundo, siendo entendidas por medio de las cosas hechas, de modo que no tienen excusa.”⁵

Dentro de la creación de Dios destaca el hombre. Este es la corona de la creación. El relato lo coloca en el centro de la misma. En el hombre hay un vestigio de las huellas y el testimonio de su poder, pero además, una verdadera imagen y semejanza de Dios:

“Entonces dijo Dios: Hagamos al hombre a nuestra imagen, conforme a nuestra semejanza; y señoree en los peces del mar, en las aves de los cielos, en las bestias, en toda la tierra, y en todo animal que se arrastra sobre la tierra. Y creó Dios al hombre a su imagen, a imagen de Dios lo creó; varón y hembra los creó.”⁶

Y es que Dios creó al hombre inteligente, espiritual, libre y en amor para que pudiera existir una comunión con él. Estas características reflejan las relaciones de entendimiento y amor que constituyen la base comunicativa de la Trinidad con el hombre. Si existe imagen y semejanza de Dios en el hombre, entonces puede existir comunicación entre Dios y el hombre. De manera que el hombre viene a ser interlocutor de Dios. Un interlocutor creado para convivencia y comunión. La comunicación está en el centro de su naturaleza.⁷

⁴ Cf. Biblia Reina-Valera. La Epístola a los Romanos 1:20.

⁵ Cf. Romanos 1:18-25.

⁶ Cf. Biblia Reina-Valera, Génesis 1:26-27.

⁷ Cf. VA. *Introducción a los Medios de Comunicación*, Paulinas, Madrid, 1990,423.

Aunque también la comunicación con los primeros patriarcas fue más o menos directa de parte de Dios, ésta siempre aparece ligada a agentes y medios reveladores como la palabra misma. En el paraíso, antes de la caída no era así. En Génesis 3:1 podemos deducir esta realidad en la pregunta que hizo la serpiente a Adán y Eva: ...Conque Dios os ha dicho...” de ahí que Satanás conocía de alguna manera la manera en que Dios se comunicaba con Adán y Eva.

En consecuencia se puede afirmar que la manera en que Dios se comunicaba con Adán era un “cara a cara”. Por supuesto que esta expresión es un hebraísmo, pero de todas maneras indica un tipo de comunicación íntima. El texto dice que oyeron la voz de Jehová que se paseaba en el huerto, al aire del día. Parece ser que esta era una comunicación espontánea y continua. Creemos que el concepto de la comunicación extraordinaria y con mediaciones fue dándose a medida que el hombre cayó en abierta desobediencia. Ya no hubo una comunicación fluida y libre. Sin embargo el parámetro perfecto de revelación, comunión y comunicación acontece en el paraíso en el contexto de la creación

Por tanto, no podemos perder de vista, como afirma Spikman, la importancia del “renovado aprecio del orden de la creación como el marco permanente para toda la revelación continuada al arrojar luz sobre la historia cósmica”⁸

1.1 LA REVELACION: ACTO DE COMUNICACIÓN

La revelación es el acto más específico de la comunicación divina en la historia del hombre. Es el encuentro de Dios con el hombre a través de la historia de salvación: la creación, como hemos indicado, en la que hubo un tipo de comunicación muy especial, luego en el éxodo cuando Dios en su libre iniciativa confirma la alianza con el hombre, dándole la oportunidad que el hombre se volviera a Él, además para que el pueblo de Israel supiera que estaba en las manos del Señor. Para que Israel entendiera que, a pesar de todo, el Dios trascendente demuestra su proximidad, su búsqueda de una comunión personal con el hombre y con su pueblo. Colle⁹, afirma que este conocimiento de este designio se encuentra claramente expresado en la carta a los Hebreos:

“En tiempos antiguos Dios habló a nuestros antepasados muchas veces y de muchas maneras por medio de los profetas. Ahora en estos tiempos, nos ha hablado por su hijo, mediante el cual creó los mundos y al cual ha hecho heredero de todas las cosas” (He. 1:1-2 NVI).

En ese sentido podemos decir que hablar de comunicación es hablar de Dios mismo y del hombre mismo. Es hablar de una historia de la salvación, que nos

⁸ Cf. Op.Cit. SPYKMAN GORDON., *Teología Reformacional*, 11.

⁹ Cf. COLLE RAYMOND., *La comunicación divina, vista desde la teoría de la comunicación*, Santiago, 2003,9.

testifica desde la creación, en el paraíso, en el éxodo, en la ley y los profetas, en el mismo pueblo de Dios y principalmente por medio de Cristo como don del Padre dado al hombre en un marco eminentemente de comunicación. En efecto, Dios se ha revelado desde el principio de la creación comunicándose a los primeros testigos, ahora por medio de Cristo en un ámbito trinitario y en el círculo más amplio que engloba a sus hijos por adopción: por medio de su pueblo, su iglesia en el poder de su espíritu.¹⁰

En consecuencia podemos decir que al hablar de comunicación, también estamos hablando del hombre mismo, que fue hecho a la imagen y semejanza de Dios; En cuanto que se reconoce universalmente que comunicar es un hecho inherente a la naturaleza humana que Dios creó. En esa dirección, la comunicación ha sido desde el principio la base del desarrollo. El desarrollo conlleva socialización y ambos están dentro de una dimensión comunitaria existencial. Sin embargo, se trata al mismo tiempo una exigencia divina y humana. En el primer caso por la necesidad de la proclamación. En el segundo caso porque el hombre necesita expresar su espíritu, su alma, sus sentimientos, sus emociones para consigo mismo y sus semejantes dando testimonio de lo que ha recibido de Dios: amor, fe, gracia, misericordia, justicia, consuelo y ante el asombro de los atributos incommunicables de Dios. Todo esto con el propósito de vivir en comunión y en solidaridad con sus semejantes. Por lo tanto el hombre no puede vivir sin la comunicación. Pues sin ésta el hombre se anularía a sí mismo y no podría ser sujeto de la proclamación del evangelio de Cristo e instrumento en el Reino de Dios.¹¹

Si al hablar de comunicación hablamos de Dios mismo y del hombre mismo, tenemos que puntualizar que es Dios quien ha hablado primero al hombre y solo entonces el hombre puede discurrir acerca de Dios. Dios se ha revelado por medio de la comunicación directa antes de la caída y por medio de otros agentes después de la misma. El hombre ha sido el destinatario de esa comunicación. Si Dios es quien ha creado todas las facultades humanas, en consecuencia Él es sobradamente capaz de enviar un mensaje que el hombre puede percibir. Al contemplar el hecho de que Dios tiene las características de persona y no de un autómatas, busca las formas y los métodos que se adapten a los individuos y personas con las cuales Dios se quiere comunicar.¹²

1.2 LA REVELACIÓN FUNDAMENTO DE LA COMUNICACIÓN

El fundamento de una teología de la comunicación, es la revelación y la comunicación que vienen de Dios. La una y la otra van siempre de la mano. Sin embargo dentro de un contexto de teología de la comunicación es la revelación la que precede a la comunicación. Esos dos aspectos entran dentro de la soberanía de

¹⁰ Cf. VA., *Diccionario Teológico Interdisciplinario I-II*, Verdad e Imagen, Sígueme, España, 1977,628.

¹¹ Cf. GALVEZ RIGOBERTO., *Teología de la Comunicación, Un acercamiento bíblico a los medios masivos de comunicación*, Clie, Barcelona, 2001,13.

¹² Cf. CHAFER LEWIS., *Teología Sistemática I*, Publicaciones Españolas, WI,1986, 58.

Dios, que se manifiesta en su libre iniciativa de tener comunión con los hombres para que le conozcan.

Esa revelación comunicativa fue recibida desde el paraíso directamente y por diversas mediaciones a los siguientes testigos y éstos a su vez la transmitieron primero oralmente y luego por escrito. Estos testimonios se fueron agrupando para luego formar, lo que hoy se conoce, como el texto sagrado, depositario precisamente de esa historia sagrada de la salvación en la que Dios ha intervenido con señales, milagros, portentos, visiones, sueños, teofanías y símbolos. En consecuencia reconocemos que Dios se ha auto-comunicado para amar al hombre y salvarlo para reinar con él. Ese es el punto de partida de una teología de la comunicación.¹³

El contenido de una teología de la comunicación es Dios comunicándose en la historia de sus actos. En ella se revela y en ella Él es el que es. Es el Dios que se humilla al mirar al menesteroso y salvar al pecador. Es el Dios del evangelio que no es una cosa u objeto, no es idea o principio, sino el Señor de señores y Rey de reyes que ha venido a comunicar las verdades del Reino de Dios. Y que ha de venir para regir en su segunda venida. Cuando esto suceda será en una dimensión social, antropológica en función, obviamente, de su pueblo y del hombre. Esa es la continuación histórica, no una parte aislada escatológica.

El Dios que se ha comunicado a los hombres no quiere ser Dios sin ellos, encerrado en una omnipotencia solitaria, trascendente y lejana, con un rostro escondido. Tampoco es el dios de los filósofos: absoluto pero inaccesible. No es el *Deus Absconditus* de la Época Medieval al que no se podía tener acceso, sino a través de las reliquias, los santos intercesores, ¡No! Él es un Dios en comunicación libre. Tampoco quiere ser Dios “a costa y en detrimento de los hombres”, sino el Dios junto al hombre, solidario, amoroso, perdonador, compañero y, por si fuera poco, padre, hermano y amigo. Así es nuestro Dios que se ha auto-comunicado en el evangelio a los hombres por medio de Jesucristo.¹⁴

El Dios que se ha auto-comunicado en el evangelio es el *Deus Revelatus* del que hablaba Martín Lutero, el que a pesar de su gloria, majestad, grandeza, santidad, omnipotencia, omnisciencia, perfección, decidió en su libre voluntad: abajarse, anonadarse, y como si fuera poco, habitar entre los hombres tal y como había sido profetizado en la ley:

“Y harán un santuario para mí, y habitaré en medio de ellos... Y pondré mi morada en medio de vosotros, y mi alma no os abominará; y andaré entre vosotros, y yo seré vuestro Dios, y vosotros seréis mi pueblo” (Ex. 25:8; Lv. 26:11-12).

¹³ Cf. KARL BARTH., *Introducción a la Teología Evangélica*, Aurora, Buenos Aires, 1986,31.

¹⁴ Cf. GALVEZ RIGOBERTO., *Teología de la Comunicación, Un acercamiento bíblico al uso de los medios masivos de comunicación*, Clie, Barcelona, 2001, 24.

Es el Emmanuel que fue profetizado en Isaías, que quiere decir “Dios con nosotros”, no Dios sin nosotros, pues él desea vivir en comunión y en comunicación con nosotros. Eso es algo extraordinario:

“No entendemos como es que Dios siendo todopoderoso, santo, perfecto, eterno, grande, majestuoso quiera habitar en y con el hombre que es pecador. Si hablamos en el plano humano, los hombres hacen alianzas con aquellos que tienen características semejantes: Los fuertes con los fuertes, los nobles con los nobles, los sabios con los sabios. Contrariamente a esas realidades humanas, Dios hace alianza con el hombre no porque lo necesite, sino porque lo ama. Esta es la única razón posible.”¹⁵

El nombre Emanuel, designado proféticamente a Jesús, mostró el plan de Dios que en Jesucristo se cumpliera plenamente lo que les había anunciado al pueblo de Israel... *“Y Habitaré en medio de ellos... y andaré entre vosotros, y yo seré vuestro Dios, y vosotros seréis mi pueblo”* Eso es una verdadera comunión y comunicación. Antes de que tuviera pleno cumplimiento en Jesucristo Dios habitó en medio de ellos, junto al tabernáculo su presencia se manifestaba por medio de una nube y columna de fuego para guiarlos por medio de aquel grande y terrible desierto, en el que no había agua ni comida. Sin embargo, Dios les proveyó todo el sustento cada día. Si el pueblo se movía Dios se movía con ellos, si el pueblo, junto con el tabernáculo, se paraba Dios se paraba con ellos. La presencia de Dios les acompañaba literalmente.

La comunicación de Dios reveló para el pueblo de Israel a un Dios vivo, flexible, abierto, vulnerable, solidario, cercano. La historia de Israel es la historia de la revelación y la comunicación de Dios interviniendo a favor de ellos para meterlos a la tierra de Canaán y cuando ya estaban establecidos en el reino, llegó el tiempo de la construcción del santuario dirigido por Salomón, Dios llenó ese templo con su gloria demostrando a su pueblo que estaba con ellos.

No obstante fue en Jesucristo, el Emanuel, el Dios con nosotros que comenzó a cumplirse plenamente de la profecía que hemos mencionado. Es el Dios que era el **verbo** y que se hizo carne y habitó entre nosotros. Juan dice: *“Y Vimos su gloria, gloria como la de unigénito del padre, lleno de gracia y de verdad”*. El apóstol Pablo lo dice de otra manera:

“E indiscutiblemente, grande es el misterio de la piedad: Dios fue manifestado en carne, justificado en el espíritu, visto de los ángeles, creído en el mundo, recibido arriba en gloria” (1 Ti. 3:16)

¹⁵ Cf. Op. Cit. GALVEZ RIGOBERTO., 26.

En consecuencia Jesús es la palabra, el verbo, hecho carne. Si en el Antiguo Testamento la presencia de Dios descendía en medio del tabernáculo, Ahora, en el Nuevo Testamento se nos da testimonio que Dios toma forma de persona, se hace siervo y viene para amar, buscar y salvar lo que se ha perdido.

Otro de los pasajes que nos habla de la auto-revelación y la auto-comunicación de Dios expresada al máximo en la concreción humana es el siguiente:

“Haya, pues, entre vosotros, ese mismo sentir que hubo también en Cristo Jesús, el cual siendo en forma de Dios, no estimó el ser igual a Dios como cosa a que aferrarse, sino que se despojó así mismo, haciéndose obediente hasta la muerte y muerte de cruz.” (Fil. 2:2-8).

Revelación y comunicación son cuestiones básicas para una teología de la comunicación. De hecho son inseparables, pues cuando acontece la primera es en función de la segunda. En el caso específico de la revelación en la historia de la salvación que aquí nos interesa, ya Tomas de Aquino señaló dos aspectos que se relacionan, la revelación con la comunicación y el medio de apropiarse de ellas. El primero con la manifestación de Dios como revelación. Y el segundo relacionado con la obligatoriedad de la fe para percibirlo:

“La revelación judeo-cristiana es una manifestación de Dios a su pueblo y una comunicación de Dios con su pueblo. Pero esa comunicación solo es aceptable, comprensible y creíble desde el presupuesto de la fe”... agrega más adelante...”Claro está que, si el adversario no cree cosa alguna de lo revelado por Dios, no quedan medios para hacerle ver con razones los artículos de la fe...”¹⁶

Por otra parte, no se puede perder de vista lo que afirma Martínez Díez con relación a que la revelación y la comunicación acontecen en función antropológica. Pues estas son aprehendidas por medio de la fe en la que el hombre mismo descubre su vocación, sentido y destino de su vida. En consecuencia, esa revelación y comunicación divina y la respuesta de fe de parte del hombre, son una base suficiente para una teología de la comunicación.¹⁷

Ahora bien, sólo desde la fe sola es posible descubrir la revelación y la comunicación que pretenden una auténtica comunión “personal” entre Dios y el hombre. Pues al hablar de comunicación en el sentido pleno, es un encuentro entre personas. Un encuentro en el que desaparezca el anonimato, que los interlocutores develen sus rostros mostrando la cara y presenten su identidad. Es, en ese sentido,

¹⁶ Cf. AQUINO TOMAS (DE)., *Suma Teológica*, II, 8c.

¹⁷ Cf. MARTINEZ FELICÍSIMO., *Teología de la Comunicación*, BAC, Madrid, 1994, 126.

la historia de la salvación judeo-cristiana, la que da testimonio de un Dios que se revela, se comunica, deja el anonimato, se hace cercano, da “la cara” y se hace enconcordado al hombre malo y pecador indigente de salvación.

Es por ello que nos deslumbra el hecho de que Dios haya revelado su identidad y haya comunicado al hombre intimidades, proyectos y planes que él tiene para la redención final de la humanidad. Muchos son los testimonios en el texto sagrado, en los que Dios toma la iniciativa de buscar al hombre, revelarse a él y mostrarle que es él que lo está llamando. Veamos un ejemplo nada más: Moisés es llamado por Dios, le dice cuales son sus planes para con él y con su pueblo Israel, no se niega a revelar su identidad, cuando Moisés le dice que cuando le pregunten a él quién lo envió, qué va a responder, y Dios le dice, pues dirás que “YO SOY EL QUE SOY” te ha enviado. Ahí comienza una verdadera comunicación y una comunión entre Dios y Moisés y por ende con su pueblo Israel.

Toda esa apertura, esa comunicación libre de Dios, tiene sus propios riesgos para Dios, como lo afirma Martínez, en cuanto que, ellos, como pueblo, comienzan a entender por medio de esa revelación progresiva y esa comunicación que Dios quiso manifestarse así mismo y dar a conocer los eternos decretos de su voluntad para con la salvación de los hombres. Todo eso supera la comprensión de la inteligencia humana. Sin embargo, al Señor no le importa el volverse vulnerable al mostrar su dimensión personal, pues se trata de un encuentro y un diálogo progresivos entre Dios y el hombre. Afirma, además Martínez, que esa revelación, comunicación y encuentro no son meras instrucciones, en base a ideas vagas, o informaciones impersonales, tampoco asuntos puramente doctrinales, es verdaderamente una comunicación con una característica esencialmente personal, es una revelación para el encuentro y la comunicación.¹⁸

Otra vez, el carácter sobrenatural y a la vez personal de la revelación y la comunicación explica claramente la necesidad de la fe por parte del hombre para concretar ese encuentro y esa comunión. Es por eso que Martínez señala enfáticamente que “No hay fe sin revelación, ni hay revelación sin fe. La fe es la apertura de hombre a Dios, que convierte la relación entre ambos en un encuentro, en un diálogo en una comunicación recíproca”.¹⁹

1.3 REVELACIÓN Y COMPROMISO

El que Dios se revele tiene el propósito de darse a conocer y tener comunicación con el hombre, pero también exige una respuesta de compromiso, pues el contacto entre ambos es dinámico no estático. En ese sentido afirma Rudder que se da una colaboración entre el creador y sus criaturas. En

¹⁸ Cf. Ibid., 130.

¹⁹ Cf. Ibid,

consecuencia es una historia dialogada que debe repercutir en un testimonio viviente hablado y vivido de su pueblo para que “todos los pueblos de la tierra sepan que Jehová es Dios y que no hay otro como él” (1 Reyes 8:60). La iniciativa divina de revelarse al hombre debe ser correspondida por el hombre con obediencia y fe en medio del diálogo. En otras palabras, la fe y la obediencia son el *Feed-Back* de la revelación divina.

La revelación es, pues, un proceso de comunicación que tiene una doble finalidad: que el hombre conozca a Dios y tenga comunión con él y que su pueblo de a conocer la Gloria de Dios y el plan de salvación que Dios tiene. Es así como ocurre tanto en el Antiguo Testamento como en el Nuevo. Los primeros testigos de la revelación experimentan el accionar de Dios en sus vidas, así los discípulos y los creyentes de la primera iglesia, experimentan el empuje y el empoderamiento del Espíritu Santo, para cambiar sus vidas y para testificar hasta la último de la tierra que Dios se ha revelado en su hijo Jesucristo.²⁰

1.4 ALIANZA Y COMUNICACIÓN

Las sucesivas comunicaciones de Dios culminan en pactos o alianzas. Martínez, afirma categóricamente que el objetivo, precisamente de la revelación que precede a la comunicación es el objetivo de los pactos que Dios quiso realizar con el hombre como muestra de su decisivo amor y comunión:

*“La alianza es el objetivo terminal de la revelación divina. Es la concreción más perfecta de la comunicación de Dios con su pueblo. En las alianzas la comunicación de Dios con su pueblo se convierte en comunión: “Yo os haré mi pueblo y yo seré vuestro Dios” (Ex. 6:7) Esta fórmula, tan frecuentemente utilizada en la literatura profética, indica claramente el objetivo último de toda revelación divina.”*²¹

Cabe señalar, que el concepto de pacto o alianza en términos modernos es radicalmente distinto al contenido semántico en el contexto de la historia de la salvación. En el primer caso su connotación tiene que ver más con cuestiones utilitarias y acuerdos humanos estratégicos. En el segundo caso su significado es muy rico y amplio, pues significa comunicación entre personas, comunión personal, compromiso conjunto entre Dios y su pueblo encaminados en un proyecto común de salvación, en cuanto que Dios ha decidido conducir a la humanidad a la comunión perfecta con él. En esa última dirección, pacto o alianza significa un acuerdo o compromiso entre dos partes iguales o desiguales, en el que se lleva consigo una promesa o juramento, que se sella con un ritual que luego se convertirá en un símbolo que a su vez se convertirá en un memorial de los compromisos pactados.

²⁰ Cf. Op. Cit, Colle., 11.

²¹ Cf. Op. Cit. Martínez, 140.

Ese ritual era tomado del trasfondo de las alianzas de las relaciones políticas internacionales o pactos de vasallaje o de las costumbres nómadas, llamadas alianzas de sangre. Precisamente es ese tipo de rituales que emplea en la Escritura, para describir las relaciones de Dios con los hombres. Cuando se hacía el pacto de sangre entre las dos partes, se tomaban animales, se les partía por la mitad y se colocaban las partes unas a la derecha y otras a la izquierda, haciendo un sendero para que pasaran por en medio de los órganos que sangraban y salpicaban a los que iban a ratificar el pacto. Estos decían las siguientes palabras, cada uno en su turno: “esto me acontezca a mí si no cumplo con lo que he jurado” y la sangre que los había salpicado sellaba su pacto. Cada pacto que es mencionado en la Escritura literalmente suele utilizar el siguiente esquema: nombre y título, prólogo histórico, declaración fundamental, cláusulas, bendiciones y maldiciones, juramento de ambos o uno de los pactantes. Donde vemos exactamente el ritual de sangre es el pacto que Dios hizo con Abraham y que lo hizo pasar en medio de las mitades de animales sacrificados, pasando Dios después en forma de una teofanía. La Escritura registra las alianzas de Dios con Noe, Abraham, Moisés y el pueblo en el Sinaí, David, y la nueva alianza en Jesucristo ²²

1.5 ALIANZAS Y SIGNOS

Otro de los aspectos muy significativos, es el que cada alianza de Dios con su pueblo tiene una historia progresiva. Se da en estadios sucesivos que van clarificando y revelando los proyectos de Dios que intensifican la comunicación y la comunión con su pueblo. Las alianzas ocurren precisamente cuando el pueblo o incluso la humanidad están a punto de fracasar. Cada una de las alianzas termina con un signo que hará recordar al pueblo dicha alianza: Por ejemplo el pacto que Dios hizo con Noe después del diluvio, aparece el signo del arco iris reforzando el pacto del Señor, de que nunca volvería a destruir la tierra con agua:

“Y habló Dios con Noe y sus hijos diciendo: He aquí yo establezco mi pacto con vosotros, y con vuestros descendientes después de vosotros; y con todo ser viviente que está con vosotros; aves, animales, y toda bestia de la tierra que está con vosotros, desde todos los que salieron del arca hasta todo animal de la tierra. Estableceré mi pacto con vosotros y no exterminaré ya más toda carne con aguas de diluvio, ni habrá más diluvio para destruir toda la tierra. Y sucederá que cuando haga venir nubes sobre la tierra, se dejará ver entonces mi arco en la nubes y me acordaré del pacto mío que hay entre mi y vosotros...” (Gn 9:8-14).

²² Cf. VA. *Diccionario Terminológico de la Ciencia Bíblica*, Cristiandad, Madrid, 1979, 13.

Vemos pues que toda revelación de Dios conlleva una comunicación y ésta desemboca en una alianza que Dios confirma con un signo o una señal, para que sea reforzada la débil memoria del pueblo, recordando las firmes y fieles promesas de Dios.

En el caso de la alianza de Dios con Abraham, que ya hemos mencionado, es más personalizada, en cuanto que compromete a Dios, pero espera de Abraham y su descendencia una respuesta de fe, y en efecto la Biblia dice que Abraham le creyó a Dios y le fue contado por justicia (Gn 15:6). También la alianza abrahámica tiene un signo recordatorio como señal del pacto hecho con él y con su descendencia: la circuncisión. Ésta era un corte redondo en el prepucio del miembro viril, que también significaba el sello de la justicia que provenía de su fe en las promesas de Dios. De ahí en adelante, todos los varones que descendieran de Abraham, tendrían que ser circuncidados al octavo día de su nacimiento. Esta señal también habría de significar consagración del pueblo de Israel a Dios, separándose del mundo y del pecado.

La alianza que Dios realiza con su pueblo, en medio del desierto en el monte Sinaí, a la memoria de la elección que Dios ha hecho con el pueblo de Israel, su pueblo, que lo ha tomado de entre los pueblos más insignificantes de la tierra. No ha sido por grandeza, valía, conducta o méritos propios que lo escogió, sino por ser indigente y vil. Esa es la gloria de Dios: engrandecer a quien él quiere y humillar a quien él quiere. Dicha elección se consuma con la alianza que compromete a Dios y a su pueblo:

“Ahora, pues, si dieres oído a mi voz y guardareis mi pacto, vosotros seréis mi especial tesoro sobre todos los pueblos, porque mía es toda la tierra. Y vosotros me seréis un reino de sacerdotes, y gente santa. Estas son las palabras que diréis a los hijos de Israel.” (Ex. 19:5-6).

El pueblo al oír las palabras del pacto, respondió al Señor que estaba dispuesto a obedecer las cláusulas del mismo, eso implicaba también fe:

“Entonces vino Moisés y llamó a los ancianos del pueblo, y expuso en medio de ellos todas estas palabras que Jehová les había mandado, y todo el pueblo respondió a una y dijeron. Todo lo que Jehová ha dicho haremos. Y Moisés refirió a Jehová las palabras del pueblo” (Ex. 19:7-8).

En este pacto, el decálogo o los diez mandamientos son el signo o señal de las condiciones de alianza. En estos se encuentran sumariamente los compromisos fundamentales que el pueblo ha de cumplir para permanecer fiel a dicha alianza. Esta alianza se sellaría con rito de comunión o el rito de la sangre:

“Y Moisés vino y contó al pueblo todas las palabras de Jehová, y todas la leyes; y todo el pueblo respondió a una voz y dijo: Haremos todas las palabras que Jehová ha dicho. Y Moisés escribió todas las palabras de Jehová, levantándose de mañana edificó una altar al pie del monte y doce columnas, según las tribus de Israel” (Ex. 24:3-4).

Al celebrarse el rito de sangre para aceptar la alianza manifestada en los diez mandamientos en el Sinaí, viene una significación profunda: la comunión de vida. Dios y el pueblo de Israel se han convertido en miembros de la misma familia con todos los beneficios, derechos y obligaciones de comunicación y comunión propios de una familia.

De manera que la alianza expresa claramente el fin último de la creación y de la historia de la revelación, de la comunicación divina y de las intervenciones salvíficas de Dios a favor de su pueblo. Un proyecto que conlleva un acompañamiento, solidaridad comunión y comunicación constante, pero como afirma Martínez: “Un proyecto que está sometido a las vicisitudes de la libertad humana”. Sin embargo, Dios en su grandeza y su soberanía permanece fiel al pacto a pesar del doble ánimo de su pueblo.

Es cierto que a pesar de la fidelidad de Dios en las alianzas mencionadas, el pecado no fue erradicado. En consecuencia el pueblo pecador perdía la comunicación y la comunión con Dios. Por eso Dios vio la necesidad de ratificar y renovar continuamente la alianza que había hecho con su pueblo. Se hizo de una manera solemne y en momentos muy significativos de la historia del pueblo de Israel. Algunos de los nombres que hacen remembranza de esas renovaciones son: Isaac, Jacobo, Josué, David, Salomón, Josías, Esdras.

No obstante las renovaciones de la alianza Dios para con Israel, hubo épocas en las cuales el pueblo de Israel se había alejado tanto de las promesas de Dios y olvidado su contenido, que perdieron comunicación y comunión a tal punto que Dios se airó con ellos. Pero el amor y la fidelidad de Dios prevalecieron a tal grado, que anuncia una nueva alianza en la que habrá muy pocas posibilidades de fracasar:

“He aquí vienen días, dice Jehová, en los cuales haré nuevo pacto con la casa de Israel y con la casa de Judá... Pero este es el pacto que haré con la casa de Israel después de aquellos días dice Jehová: daré mi ley en su mente, y la escribiré en su corazón; y yo seré a ellos por Dios, y ellos me serán por pueblo. Y no enseñará más a ninguno su prójimo, ni ninguno a su hermano, diciendo: Conoce a Jehová; porque todos me conocerán, desde el mas pequeño hasta el más grande, dice Jehová...” (Jer. 31:31, 33,34).

Esa nueva alianza anunciada por los profetas, abre el camino hacia la plenitud de la revelación y de la alianza que tendría pleno cumplimiento en un descendiente de David: Jesús de Nazareth, quien es el centro y el punto culminante de la máxima revelación y comunicación de Dios, a favor de los hombres. En consecuencia Jesús y la nueva alianza son parte obligada de una teología de la comunicación, que interpreta y filtra toda la historia de alianzas descritas en el Antiguo Testamento.

El signo de la nueva alianza que Dios hace con el hombre, que tiene una actitud de fe, de respuesta y de confianza en su revelación, está descrito en los evangelios y en las cartas del Apóstol Pablo. Este símbolo reza así:

“Y Mientras comían, tomó Jesús el pan, y bendijo, y lo partió y dio a sus discípulos y dijo: tomad, comed, esto es mi cuerpo. Y tomando la copa, y habiendo dado gracias, les dio, diciendo: Bebed de ella todos; porque esto es mi sangre del nuevo pacto, que por muchos es derramada para remisión de pecados” (Mt. 26:26-28)

“Porque yo recibí del Señor lo que también os he enseñado: Que el Señor Jesús la noche que fue entregado, tomó pan; y habiendo dado gracias, lo partió, y dijo: tomad, comed; esto es mi cuerpo que por vosotros es partido; haced esto en memoria de mí. Asimismo tomó también la copa después de haber cenado, diciendo Esta copa es el nuevo pacto en mi sangre; haced esto todas las veces que la bebiereis en memoria de mí” (1 Cor. 11:23-25).

La máxima revelación de Dios en Jesucristo, termina con el nuevo pacto en la sangre de Jesús. El pan y el vino son los signos que nos hacen recordar las extraordinarias bendiciones que hemos recibido en ese nuevo pacto: su muerte que nos trajo vida y su segunda venida que culminará en la instauración del reino de Dios y la liberación total del nuevo hombre:

“Así, pues, todas las veces que comiereis este pan, y bebiereis esta copa, la muerte del Señor anunciáis hasta que él venga” (1 Co. 11:26).

La nueva alianza entre Dios y los hombres en la sangre de Jesús expresa el más alto grado de comunión y comunicación entre Dios y los hombres y dentro del mismo pueblo de Dios:

“La copa de bendición que bendecimos, ¿no es la comunión de la sangre de Cristo? El pan que partimos, ¿no es la comunión del Cuerpo de Cristo? Siendo uno solo el pan, nosotros, con ser muchos, somos un cuerpo, pues todos participamos de aquel mismo pan” (1 Co. 10:16).

Resumamos. La naturaleza y la historia de la alianza ponen de manifiesto el objetivo final de toda auténtica comunicación: la comunicación personal. Si la revelación divina hubiera terminado en la mera instrucción puramente formal de las doctrinas o la voluntad fría de Dios para su pueblo, no podríamos hablar más que de una comunicación fragmentada e impersonal. De ahí que Dios se hizo hombre en Jesús de Nazareth y nos ha dejado a su Espíritu Santo para que vivamos en una auténtica comunicación, por medio de la cual, como del evangelio, llevemos acabo la proclamación. Y, de todas estas cuestiones se ocupa la teología de la comunicación.

2. LA CAIDA Y LAS IMPLICACIONES EN LA COMUNICACIÓN

Enfocaremos, en este apartado, el elemento de nuestro interés: el deterioro de la comunicación entre Dios y el hombre a raíz de la caída de nuestros primeros padres, y cómo surgen otros tipos de mediaciones de comunicación indirectas.

Aunque el pecado tuvo alcances de grandes dimensiones en todos los ámbitos: cósmico, terrestre, humano, nos centraremos en lo indicado:

“Es precisamente el testimonio de la Escritura en cuanto al pecado y sus efectos lo que nos confronta con la terrible realidad de una creación caída”²³.

La Escritura nos muestra que después de la caída se dio una comunicación distanciada. Dios comenzó a usar otras mediaciones que explicaremos más adelante con detalle. Dios se vio “obligado” a usar otros métodos de comunicación para dar a conocer al hombre sus planes para liberarlo, salvarlo y rescatarlo para ponerlo de nuevo en el camino correcto.

El pecado levantó barreras entre el hombre y Dios; el hombre y su compañera, y en su mismo ser, como una unidad sicosomática, en cuanto que su cuerpo, mente, emociones y sentimientos se contaminaron y se empañaron. Se vio dividido, alienado, desconcertado y temeroso. Le vino la muerte espiritual. Ya no pudo pararse frente a Dios con dignidad y libertad, tampoco pudo comunicarse con su mujer con pureza. Y aunque Dios no rompió su comunicación, la comunión plena en libertad se vio perjudicada.

Pese a todo, Dios toma la iniciativa, para restaurar la comunicación y la comunión con su creación. Entra de nuevo en diálogo y aunque no es de manera directa y en otros casos con intermediarios, Dios prosigue el plan en el cual llegará la ocasión de nuevo en que habrá una comunicación y comunión perfectas con su pueblo, en la consumación del Reino. Mientras tanto veamos algunas formas o medios de comunicación que El Señor usó después del pecado “original”.

LAS FORMAS DEL MENSAJE DESPUÉS DE LA CAÍDA

2.1 La comunicación entre Dios y el hombre en la época de los Patriarcas.

En Génesis 6:13 dice que Dios hablaba de manera audible, pero no de la misma manera con la que hablaba con Adán y Eva antes de la caída. En el caso de Noé, un varón justo, entendemos que Dios le habló de manera audible:

“Dijo pues Dios a Noé, he decidido el fin de todo ser porque la tierra está llena de violencia a causa de ellas y he aquí yo los destruiré con la tierra”.

En el tiempo de los patriarcas era común para ellos que Dios estuviera presente, Jehová se había identificado con ellos como su Dios y por lo tanto no era extraordinario que se comunicara. En Génesis 12:1 se nos dice que Abraham tuvo el privilegio de que Dios se comunicara con él: “Pero Jehová había dicho a Abraham vete de tu tierra y parentela, y de la casa de tu padre a la tierra que te mostraré” De

²³ Cf. Op. Cit. Spikman, 333,

igual manera Jehová se le apareció a Isaac para ratificar su promesa de bendición. A Jacob Dios se le aparece no tanto con una voz audible, sino a través de sueños, pero de todas maneras la acción y la presencia de Jehová estaba allí. Dios se comunicó con Jacob de manera personal e individual, a pesar de que la conducta de Jacob no era recta. Este encuentro motivó en Jacob el derramar aceite sobre una piedra como una señal de testimonio.

Si analizamos la vida de José nos damos cuenta que Dios le hacía saber su voluntad de varias maneras: Por sueños, visiones y por las mismas circunstancias. De cualquier manera existía comunicación para que se llevara a cabo el plan perfecto de Dios. En el caso de Moisés, se repite el mismo principio: Dios es quien toma la iniciativa para comunicarse con sus criaturas. Moisés antes de que tuviera un verdadero encuentro con el Señor era, en el sentido negativo, un asesino, un fugitivo. En Éxodo 3:4, sin embargo, Dios se le aparece y se comunica con él por medio de una visión, en la cual oye la voz del Señor que le dice:

“Viendo Jehová que él iba a ver, lo llama Dios en medio de la zarza y dijo Moisés, Moisés, y él respondió heme aquí, quítate las sandalias porque en el lugar que estás parado santo es”.

A Dios no le importa la condición en la que se encuentra Moisés y decide comunicarle cual era su plan: En Éxodo 3:6 agrega: *“Y dijo: Yo soy el Dios de tu padre, Dios de Abraham, Dios de Isaac y Dios de Jacob, entonces Moisés cubrió su rostro, porque tuvo miedo de mirar a Dios”.* De cualquier manera, lo que nos está diciendo el texto es que Dios se está comunicando con Moisés, sea cual sea el medio.

2.2 Profetas en el tiempo de los patriarcas.

Aunque en el tiempo de los patriarcas no se había definido el concepto de profetas, se registra el hecho de que Dios usaba a ciertos hombres para que estos sirvieran de portavoces o intermediarios para dar a conocer su voluntad divina. Como lo hemos indicado, los patriarcas recibieron de parte de Dios mensajes. Pero casi todas las veces tenían que comunicarlos a los demás. Por ejemplo Noé y su familia sirvieron como instrumento para anunciar lo que Dios iba a hacer en la tierra con el diluvio a causa de la maldad de los hombres. Ellos fueron el medio de comunicación entre Dios y los hombres. Dios no iba a permitir el diluvio sin antes anunciarlo a los hombres, de otro modo Dios sería injusto.

En Génesis 18:17 vemos que antes de que ocurriera la destrucción de Sodoma y Gomorra Dios le comunicó a su siervo Abraham: *“Y Jehová dijo: ¿Encubriré yo a Abraham lo que voy a hacer, habiendo de ser Abraham una nación grande y fuerte y habiendo de ser benditas en él todas las naciones de la tierra?”* Abraham recibió el mensaje y a su vez intercedió por su pueblo: *“Jehová se fue, luego que acabó de hablar a Abraham, y Abraham volvió a su lugar”*

En Génesis 35:3, vemos que Jacob le comunicó a toda su familia lo que Dios le había dicho respecto de su viaje a Betel: “Y levantémonos y subamos a Betel y haré allí altar al Dios que me respondió en el día de mi angustia...”

En Números 12:8 vemos que el gran patriarca Moisés recibió mensaje de Dios, en el que le indicaba que él sería el libertador de su pueblo que estaba esclavizado en Egipto. Él se constituyó en un mediador entre Dios y el pueblo hebreo. Todo lo que Dios iba a ser lo decía a Moisés y Moisés se lo decía al pueblo: *“Además, dijo Dios a Moisés, así dirás a los hijos de Israel: Jehová el Dios de vuestros padres, el Dios de Abraham, el Dios de Isaac, el Dios de Jacob me ha enviado a vosotros”*.

Vemos pues que en el tiempo de los Patriarcas la presencia y la comunicación entre Dios y su pueblo era natural y manifiesta. Su comunicación por medio de su voz audible y por visiones era continua para con los patriarcas, para mostrarles su voluntad. Él habló directamente con Adán, Caín, Enoc, Noé Abraham, Isaac, Moisés y otros. Esto nos muestra que Dios se comunica con quien él quiere, revelándose a sí mismo, no importándole la condición del receptor, sean estos justos o injustos.

2.3 La comunicación de Dios durante el Éxodo del pueblo de Israel.

La comunicación de Dios en el éxodo, varía un tanto en comparación como lo hizo en el tiempo de los patriarcas. En el periodo patriarcal lo hizo directamente, aunque no de manera plena como en el huerto, antes de la caída. En el periodo del éxodo lo hace principalmente a través de figuras, visiones y sueños, aunque Moisés fue la excepción: Números 12:6-8 nos confirma lo anterior:

“Oíd ahora mis palabras. Cuando haya entre vosotros profeta de Jehová, le apareceré en visión, en sueños hablaré con él. No así a mi siervo Moisés, que es fiel en toda mi casa. Cara a cara hablaré con él, y claramente, y no por figuras; y verá la apariencia de Jehová, ¿Por qué, pues, no tuvisteis temor de hablar contra mi siervo Moisés?”

2.4 La comunicación de Dios por medio de Moisés y la Ley.

Las distintas leyes y códigos promulgados por Dios en el Antiguo Testamento son un testimonio de la comunicación de Dios. Dios estableció leyes morales,

sacrificiales, económicas y sanitarias. Las leyes morales muestran el carácter santo de Dios y su amor para con su pueblo, pero también poseen un carácter revelador de la naturaleza pecaminosa del hombre. Aunque muchas de estas leyes son de carácter secular, fueron dadas con el propósito de que el pueblo de Israel fuera próspero. Estas leyes no se pueden separar de Dios. Muestran una injerencia directa del Señor en cuanto que todas están amarradas con el pacto que Dios hizo con su pueblo. Dios es parte del pacto y jura de tal manera que se cumpla lo que está estipulado en sus leyes. De cualquier manera, lo que en esencia quiere enseñar la ley es la santidad, la justicia y el amor de Dios, para que el hombre ame a Dios y también a su prójimo. En esto se resume la ley.

En Deuteronomio 9:10 observamos la intervención de Dios para comunicar la ley a su pueblo a través de Moisés: “Y me dio Jehová las dos tablas de piedra escritas con el dedo de Dios; y en ellas estaba escrito según todas las palabras que os habló Jehová en el monte, de en medio del fuego, el día de la asamblea.” Aquí tenemos una auténtica revelación de Dios a su siervo Moisés. La nueva Versión Internacional, dice: “Allí el Señor me dio dos tablas de piedra en las que él mismo escribió todas las palabras...” De manera que no sólo se comunicó audiblemente o verbalmente, por visiones, sueños, sino por escrito.

Posteriormente, aun cuando otras leyes fueron dadas por los sacerdotes o profetas, tienen perfecta unidad con las revelaciones de Dios dadas a Moisés en el Sinaí.

Al principio de la creación, Dios se comunicaba de manera personal con sus criaturas. Siglos más tarde se comunicaba con todo un pueblo, a través de sus siervos los profetas. Luego la máxima expresión de comunicación especial es a través de la encarnación de Jesucristo, la comunicación por medio de la iglesia y el Espíritu. Por esto es importante que la iglesia perciba que para llevar a cabo su misión pastoral de evangelización y discipulado, de mejor manera, necesita regresar al fundamento teológico de la comunicación.

2.5 La comunicación de Dios durante la época de los Jueces.

La comunicación entre Dios y el hombre durante este periodo se hizo todavía más difícil. Debido al pecado continuo del pueblo de Israel y la dureza de su corazón, hicieron que los enemigos se levantaran contra ellos para destruirlos. Sin embargo, cuando ellos clamaban a Jehová y se humillaban, entonces Dios tenía misericordia y les levantaba un juez para liberarlos de la opresión de los enemigos. Por esto Dios se comunicó de manera indirecta.

La Biblia declara que el Espíritu de Dios venía sobre el hombre al que había designado como juez. Entendemos que el Espíritu de Dios se comunicaba, de manera clara, aunque no audible, al corazón, al espíritu y a la mente del elegido, como en el caso de Otoniel, Jefté, Sansón y otros. En el caso del juez Gedeón, el Señor le habló por medio de un ángel.

2.6 La comunicación de Dios en el periodo de la Monarquía

La monarquía comienza con el reinado de Saúl, se estabiliza con el rey David y termina con el reinado de Salomón. En el inicio de este periodo escaseaba la visión como medio de comunicación de parte de Dios. Y fue principalmente a través de sus siervos los profetas que Dios habló. Son Samuel, Natán, Gad y Ahías los protagonistas por medio de los cuales se da a conocer la voluntad de Dios para los reyes de Israel y su pueblo. Las visiones de parte de Dios son esporádicas. En efecto es en ésta época en la que se desarrolla al máximo el profetismo con la creación de escuelas para profetas. Los profetas son la voz de Dios y hablan en nombre de él. Cuando el reino es dividido en el Reino del Norte y en el Reino del Sur, con diez y dos tribus respectivamente, a causa de la desobediencia de Salomón, Dios sigue hablando a través de los profetas.

2.7 La comunicación de Dios en el Periodo de cautiverio y en el periodo de la restauración de Israel.

En estos periodos Dios empieza a comunicarse no solamente por medio de profetas, sino que habla a los mismos hombres por medio de su Espíritu. En Esdras 1:5 se ve que Dios les pone su sentir en el corazón para que ellos actúen: “Entonces se levantaron los jefes de las casas paternas de Judá y de Benjamín, y los sacerdotes levitas todos aquellos cuyo espíritu despertó Jehová...”

Es más, en 2 Crónicas 36:22,23 encontramos que Dios habla y comunica su voluntad aún a extranjeros, tal es el caso del rey Ciro “...Jehová despertó el espíritu de Ciro rey de los persas el cual hizo pregonar palabra diciendo...Jehová el rey de los cielos me ha dado todos los reinos de la tierra y me ha mandado que edifique casa en Jerusalén...”

Sin embargo, Dios siguió hablando por medio de profetas antes, durante y después del cautiverio. Los profetas Amós y Oseas anunciaron el cautiverio de Israel y los profetas Isaías, Miqueas, Sofonías, Jeremías, Habacuc y Ezequiel proclamaron que la misma suerte esperaba a Judá.

Después del regreso de la cautividad hasta los días de Juan el Bautista hubo un período de silencio de parte de Dios. No hubo profetas, no hubo mensajes, ni comunicación. A este periodo se le llama período inter testamentario.

2.8 El uso del Urim y Tumim

Aunque no se sabe exactamente en que consistía este instrumento, sí se sabe del uso que se le daba. Formaba parte de la vestimenta del sumo sacerdote y era para consultar la voluntad de Dios en casos dudosos. En Levítico 8:8 dice que se colocaba encima del pectoral del juicio. Parece que el sumo sacerdote lo llevaba siempre con el efod, por cuanto, se usaba encima de éste. Este tipo de comunicación de parte de Dios, se usó principalmente después del exilio. Mientras Dios se valió de sus siervos los profetas, no hubo necesidad del Urim y Tumim. Cuando la época de la profecía prácticamente desapareció, los líderes pidieron otra vez ese tipo de dirección, así lo demuestra Esdras 2:63 y Nehemías 7:65. Es interesante recordar que el uso del Urim y el Tumim no eran para averiguar la voluntad divina en asuntos privados, sino en asuntos nacionales.

Se puede entender que el uso de Urim y Tumim se dio en épocas en las cuales Dios ya no habló audiblemente, por visiones, sueños, ángeles o profetas. Esto puso de manifiesto el deterioro de la comunión del hombre con Dios, a causa del pecado. No obstante, más tarde vendría el periodo de la encarnación de Dios en Cristo Jesús. Este periodo es la culminación de la revelación y la comunicación de Dios para buscar, hablar y salvar a los hombres.

2.9 La Trinidad y la Comunicación.

La Trinidad es para la Teología y la iglesia la fuente, el origen, el modelo y el prototipo de toda comunicación. Esta es una tesis central de la Teología de la comunicación en su Estado actual. A lo menos es lo que presentan los pocos ensayos teológicos sobre la Teología de la Comunicación. En efecto, las tres personas divinas comunican individualmente atributos que pertenecen a la deidad. No obstante, están en una armoniosa y perfecta comunicación para dar a conocer el plan creador de Dios, el sacrificio redentor del Hijo y la obra de convencimiento de pecado y de santificación del Espíritu Santo.

Para acercarse al ministerio de la Trinidad, es pertinente tomar en cuenta la revelación histórica. Sin ésta, el hombre nunca hubiera llegado a percibir la intimidad de Dios. Dios quiso manifestarse en la misma historia humana. La historia de la salvación, que está registrada en la Biblia. Esta singular historia es fundamentalmente narrativa y da testimonio de la intervención de Dios a favor de los hombres. Toda la Escritura no es otra cosa que historia sagrada. Esta revelación ha llegado a la cima en Jesucristo. El Dios de Jesús, el Dios del evangelio se ha revelado y comunicado como un Dios no triteista, sino trinitario. En la Historia de la salvación ha comunicado como Dios Padre, Hijo y Espíritu Santo. Por esto podemos afirmar que el acceso a Dios quedó definitivamente ligado a la Historia por medio de Jesús de Nazaret: "Pero cuando vino el cumplimiento del tiempo, Dios envió a su hijo nacido de mujer y nacido bajo la ley, para que redimiese a los que estaban bajo la ley, a fin de que recibiésemos la adopción de hijos. Y por cuanto sois hijos, Dios envió a vuestros corazones el Espíritu de su Hijo, el cual clama ¡Abba, Padre!"

Con todas las incapacidades del humano entendimiento y con todas las limitaciones del lenguaje humano, la enseñanza trinitaria es básica para

fundamentar el discurso teológico sobre la comunicación. Este es el punto medular sobre el cual debemos recurrir y fundamentar los aspectos trinitarios de la comunicación. Solamente a partir de esa comunión intratrinitaria se puede comprender el proyecto de comunicación que es importante en la fe evangélica.

Son numerosos los pasajes bíblicos donde se describe esta comunión. Entre otros, los que destacan este punto están los siguientes: “Sólo el Padre conoce al Hijo, y sólo el Hijo conoce al Padre” “Si me conocieseis a mí, conoceréis también a mi Padre”; “Yo y el Padre somos uno”. “El Padre está en mí y yo en él”, “Como tú Padre, en mí y yo en ti, que ellos sean también uno en nosotros”. “La Gracia del Señor Jesucristo, el amor de Dios y la comunión del Espíritu Santo sean con todos vosotros. Amén”.²⁴

También Francisco La Cueva presenta estas verdades desde una perspectiva eminentemente bíblica. Se refiere al hecho de que el Hijo y el Padre son un mismo ser individual, para indicar que no son una misma persona, sino una sola esencia, sustancia o naturaleza.²⁵

De tal manera que el texto bíblico afirma que el Hijo solamente puede hacer lo que ve hacer al Padre, pero agrega que el Padre no juzga, sino por el Hijo. Es decir, que todo lo que el Hijo es, hace y procede, le es comunicado por el Padre. Este es el significado del texto: “Todo lo que el Padre hace, también lo hace el Hijo igualmente”, “Mi doctrina no es mía, sino de aquel que me envió”.²⁶ Tampoco el Espíritu Santo obra por su cuenta, independientemente del plan del Padre, la obra del Hijo, antes bien el texto muestra que “todo lo que oyere” del Padre y del Hijo es lo que hace el Espíritu Santo. Esto nos da la evidencia de la interrelación y la intercomunicación *trinitaria*.²⁷

Los pasajes bíblicos y los temas con ellos relacionados que se han presentado, ofrecen una buena muestra de la proyección histórica y doctrinal de misterio trinitario, como modelo de la comunicación humana. Si la revelación en el texto sagrado nos ha develado la intimidad de Dios, la práctica de la comunicación nos ayuda a comprender esa misma intimidad de Dios, pues viene a ser como el reflejo de ella. La vida de Jesús es ejemplar, pero también la vida práctica de Iglesia refleja, de manera imperfecta, el misterio trinitario de comunión y comunicación.

El Dios de la fe cristiana se ha revelado como un Dios trinitario, en el que coinciden la unidad y la pluralidad, un solo Dios tres personas: el Padre, el Hijo, el Espíritu Santo. Este es el fundamento para una Teología de la Comunicación. Solamente a partir de este proyecto se puede entender la comunión y la comunicación, a las que han sido llamadas la Iglesia y la misma humanidad por Dios.

La historia judeocristiana es la historia de la salvación en la que ha existido diálogo entre Dios y el hombre, como hemos indicado, la iniciativa la ha tomado Dios

²⁴ Cf. Mt 11:27, Jn 14:7, 10:30, 10:38, 17:21, 16:14, 2 Cor. 13:14.

²⁵ Cf. La Cueva F. *Espiritualidad Trinitaria*, Clie, Barcelona, 1983, 40.

²⁶ Cf. 18 Cf. *Ibid*, 5:19,22, 7:16, 16:15

²⁷ Cf. La Cueva F., *Espiritualidad Trinitaria*, Clie, Barcelona, 1983,42

por medio de la creación y la auto revelación. La respuesta a esa iniciativa le ha correspondido al hombre. Y ha tenido que ser una respuesta de fe que conduzca a un modo de vida singular. Después de la comunicación intratrinitaria, es la comunicación entre Dios y el hombre la que ocupa un lugar prominente en la Teología de la Comunicación. No obstante, la comunicación específicamente humana, no es desmerecida por las otras, al contrario, su experiencia y práctica hacen que ésta sea la que más se aproxime al conocimiento de la revelación trinitaria.²⁸

La autocomunicación y la revelación de Dios no se limitan a la creación del cosmos o en las intervenciones históricas de Jehová. Estas se complementan con la revelación propia de la palabra profética que clarifica, ilumina, discierne el contenido revelador del cosmos y de los acontecimientos históricos. Se debe entender como palabra profética no un discurso teológico doctrinal, sino, más bien, la palabra que se refiere a un momento histórico del pasado que vuelve a hacerse actual. En otras palabras, es una palabra actualizadora del contenido salvador y liberador de las experiencias históricas, que tiene que ver con distintos aspectos como la denuncia del pecado y de la esclavitud presentes en la historia.

Por estas razones, la palabra profética clarifica la historia despejando su ambigüedad, para permitir que se interprete mejor su mensaje. En consecuencia, la revelación judeocristiana tiene un carácter esencial de comunicación entre Dios y el hombre. Es una comunicación en forma dialogal. El profeta habla en nombre de Dios: "Así dice el Señor". Y al mismo tiempo interpela al pueblo para que el pueblo conteste la respuesta al mensaje de Dios, se da en la esfera de la fe y la obediencia e incluso con protestas. Pero en todo caso, se trata de una comunicación mediada por la palabra profética.²⁹

Resumamos. La comunicación divina se nos presenta como el modelo para la comunicación humana. Es la comunicación trinitaria, específicamente, pese a su complejidad, el primer fundamento teológico de la comunicación. La comunión intratrinitaria tampoco elimina las diferencias, es más, respeta la pluralidad de personas que hacen posible la comunicación. Por otro lado, la comunicación de Dios al hombre a través del testimonio de la creación, afirma que Dios es extrovertido y abierto al diálogo con el otro. Pese a la caída del hombre, Dios inicia un camino a la restauración, libertad, apertura, e iniciativa en el diálogo, para que de nuevo la comunicación divina y humana sea también comunión.³⁰

3. LA REDENCIÓN Y LA COMUNICACIÓN

La redención de Dios en Jesucristo para la humanidad caída, viene a ser la máxima revelación de Dios comunicándose al hombre, ya no a través de profetas, sueños, símbolos, figuras o cualquier otra mediación secundaria, sino del hijo

²⁸ Cf. *Ibid.*,

²⁹ Cf. *Ibid.*, 424.

³⁰ Cf. VA *Introducción a los Medios de Comunicación*, Paulinas, Madrid, 1990, 425.

mismo que es la esencia del Dios único. Es el Emanuel que fue profetizado: “Dios con nosotros”. Es la encarnación misma de Dios.

La redención es el tercer elemento dentro del patrón redentor. Una de las escrituras centrales en cuanto a la redención es la siguiente:

“Pero cuando vino el cumplimiento del tiempo, Dios envió a su hijo nacido de mujer y nacido bajo ley; para que redimiese a los que estaban bajo la ley, a fin de que recibiésemos la adopción de hijos” (Ga. 4:4-5).

En este pasaje se resume la historia de la salvación: el hombre corona de la creación, su caída, la promesa de redención, la ley, la gracia anunciada, la fe, y el cumplimiento de todo lo prometido en Jesús de Nazareth.

Por cientos de años los hombres habían estado esclavizados por el pecado, la maldición de la ley, las huestes satánicas y por los rudimentos del mundo. Sin embargo, cuando llegó el tiempo señalado por el Padre, fue enviado su hijo para que naciera de una mujer y bajo la ley para darle fin a la ley. Para que cumpliera su misión de redimir, es decir pagar un rescate como precio para la liberación de la humanidad, bajo la tutoría de la ley y recibiéramos la adopción de hijos de Dios. El pago del rescate fue la vida misma del Señor Jesús, cuando la entregó en la cruz para morir en nuestro lugar, perdonando nuestros pecados. La redención es una de las expresiones más grandes de amor y de comunicación de Dios.

3.1 Jesús es la comunicación: Él es la Palabra.

Se ha hablado mucho acerca de Jesús como el mejor comunicador que ha existido. Y eso es verdad. Sin embargo, el evangelio de Juan nos lleva más allá en cuanto personifica la comunicación:

Juan 1:1-4 “En el principio era el verbo y el verbo era con Dios y el verbo era Dios. Éste era en el principio con Dios. Todas las cosas por él fueron hechas, y sin él nada de lo que ha sido hecho, fue hecho. En él estaba la vida y la vida era la luz de los hombres.”

Juan 1:14 Y aquel verbo fue hecho carne, y habitó entre nosotros (y vimos su gloria, gloria como del unigénito del Padre), lleno de gracia y de verdad.

Juan 1:1 Lo que era desde el principio, lo que hemos oído, lo que hemos visto con nuestros ojos, lo que hemos contemplado y palparon nuestras manos tocante al Verbo de vida.

Apocalipsis 19:13 Estaba vestido de una ropa teñida en sangre; y su nombre es EL VERBO DE DIOS.

En los versículos anteriores el evangelista Juan declara de manera profunda la gran verdad que va a demostrar a través de sus escritos: que Jesús es el hijo de Dios y un solo Dios con el Padre, el creador de todas las cosas y que ha venido a buscar a los hombres para comunicarles el amor de Dios.

El término griego que se aplica al “Verbo” y a la “Palabra” en los textos anteriores es *Logos*. Y creemos que Juan lo empleó con conocimiento de causa, en cuanto que los griegos y los judíos conocían esta palabra con connotaciones distintas, pero con un significado importante para ambos.

3.2 Trasfondo Judío de la idea del “Verbo” y de la “Palabra”

Aunque no todos los exegetas están de acuerdo, según Barclay³¹ por lo menos existen tres corrientes que contribuían a entender lo que Juan estaba tratando de decir para el hebreo, cuando escribe “*Ó Logos sarx eyeneto*” utilizando el término el “Verbo” y la “Palabra”. A) Para el judío, una palabra no solamente era sonido, sino algo que tenía una fuerza creativa. La palabra hablada representaba algo vivo, y estaba cargada de energía. B) El Antiguo Testamento, muestra la idea general del poder de la palabra.

A manera de ejemplo: Se encuentra el relato en el cual Isaac fue engañado para que bendijera a Jacob en lugar de Esaú. Una vez declarada la bendición, Jacob no se pudo retractar de la misma, sin duda por la creencia que la palabra había salido, había comenzado a operar de tal manera que no se podía detener. C) El término *Logos*, traducido por la palabra también podía entenderlo el hebreo como sabiduría. Dentro de la división del Antiguo Testamento están los escritos llamados literatura sapiencial, que contienen la sabiduría práctica. Dentro de los cuales se destaca el libro de los Proverbios. En ese libro se personifica la sabiduría atribuyéndole un poder misterioso, creativo, vitalizado y eterno. En el Nuevo Testamento Jesucristo encarna a la misma sabiduría. Él ha sido hecho por nosotros sabiduría. Él es la fuente de la sabiduría Colosenses 2:3 “En quien están escondidos todos los tesoros de la sabiduría y del conocimiento”.

Para los hebreos era muy importante, pues, los conceptos “Verbo” “Palabra” y “Sabiduría”, que podían ser aplicados al *Logos* de Juan. Entonces Juan lo que buscó fue presentar la fe cristiana a los hebreos en sus propios conceptos. Juan les estaba diciendo: Si queréis ver esa Palabra de Dios, creadora, viva, dinámica, activa, sabia y poderosa, que ha sido desde el principio, que ha estado con Dios y que es Dios y le ha dado existencia al mundo, vida y luz a los hombres, mirad a Jesucristo. Él es la “Palabra” de Dios que ha venido a habitar entre nosotros.³² ¡Él es la comunicación!

3.3 Trasfondo Griego

³¹ Cf. BARCLAY William. *El Nuevo Testamento Comentado Juan V*, Aurora, 1984, 18ss

³² Cf. *Ibid.*

Juan también quería presentar el evangelio al mundo Helénico. Y era necesario anunciarles que el Verbo de Dios, la Palabra de Dios se había encarnado, que Dios había tomado la iniciativa de comunicarse a los hombres pero ¿cómo contextualizaba la idea de la “Palabra” al pensamiento Griego? La idea de la palabra ya estaba en la mente de los griegos alrededor de los años 560 antes de Cristo. En la Ciudad de Efeso, había un filósofo llamado Heráclito y su idea fundamental era que todo en este mundo es cambiante. El ejemplo clásico que mencionaba Heráclito era que nadie podía bañarse dos veces en el mismo río, porque las aguas habían corrido continuamente. Pero todo este cambio lo atribuía no al azar, sino al control y al orden que siguen un esquema continuo todo el tiempo. Y lo que controla ese esquema es el *Logos*, constituye la esencia más profunda del hombre individual, la comunidad de los hombres y la naturaleza. Este *Logos* es como la Ley para la ciudad, es él mismo la ley, ley suprema que lo rige todo. Además Heráclito sostenía que nada se mueve sin sentido, que todo en la vida tiene un propósito, un plan, un esquema y un designio. En consecuencia, lo que da al hombre la razón, el conocimiento de la verdad y la capacidad de discernir entre el bien el mal es el *Logos*. Y el *Logos* es la palabra que es el juez de la verdad.³³

El pensamiento griego conocía pues, todo lo referente al *Logos*, y veía en éste el poder regidor y creador de un Dios o dioses, aunque de manera abstracta y filosófica. De manera que Juan llegó a los griegos y les dijo: “Durante siglos habéis estado pensando escribiendo y soñando sobre el *Logos* el poder que hizo el mundo, el poder que mantiene el orden del mundo, el poder mediante el cual los hombres se comunican, piensan, razonan y se ponen contacto con Dios. Pues ese *Logos* es Jesús de Nazaret que ha venido a la tierra para comunicar las buenas nuevas de Dios”.

Así las cosas, Jesús es el verbo. Su naturaleza es comunicar y crear por medio de una acción continua sin consideración de principio ni fin a través de la palabra. La Máxima expresión del amor y la comunicación de Dios para con los hombres se encuentra resumida en la frase “Ó *Logos* sarx eyeneto” que significa “Y el verbo se hizo carne”. Aquí se fundamenta la estructura de la comunicación en el sentido teológico. Jesús aquí es definido como la misma palabra. En los evangelios Jesús predica la palabra de Dios, las palabras de Jesús son las palabras del Padre y por eso las palabras de Jesús son espíritu y son vida. La palabra que proclama Jesús es la revelación que Dios hace de sí mismo a los hombres: la palabra de Dios. Pero Jesús es la encarnación de la palabra.

La teología cristiana se centra en Jesús. Jesús es la palabra que da vida y el evangelio anuncia esta buena noticia que trae muchos beneficios y verdades importantes de las cuales mencionaremos tres por lo menos: a) El ser divino y de la palabra y su función de esta palabra como luz, vida y comunicación para el mundo

³³ Cf. ABBGNANO Incola. *Historia de la Filosofía Antigua*, Hora, S.A. Barcelona, 1982 19.

de los hombre, b) lo inesperado y sorprendente de la encarnación del *logos* y c) su aceptación en la fe por parte de los que creen.

La encarnación del verbo y la comunicación de la palabra de Dios, trajo luz verdadera. Ese era el testimonio de Juan el bautista. Y como dice Matthew Henry: “El verbo alumbra en el ámbito de la creación con la luz de la razón, pues de Cristo se derivan el orden y la hermosura que vemos en nosotros mismos e ilumina en el ámbito de la redención dando a conocer el evangelio a todas las razones.” Jesús: como el Logos, da origen a la vida, por que él en sí mismo es la vida. En el sentido estricto tenemos que decir que él no tiene vida, sino Él es la vida.

El concepto del *Logos*, el Verbo y la Palabra, poseen una estructura de base eminentemente comunicativa. Por tanto, si estas verdades son encarnadas en Jesús, Jesús es la esencia, el centro y el origen de la comunicación de Dios. Jesucristo es reconocido como Dios sobre la base de la auto comunicación, en cuanto Dios es Dios con relación a los otros.

3.4 Jesucristo paradigma de la revelación y la comunicación.

La comunicación intratrinitaria se nos ha revelado de manera ejemplar en la vida y el ministerio de Jesús, el Cristo. En Jesús ha tenido lugar la plenitud de la comunicación de Dios a la humanidad. A esta comunicación singular, se le puede presentar como la plenitud de los tiempos en la historia de la salvación: “Dios habiendo hablado muchas veces y de muchas maneras en otro tiempo a los padres por los profetas, en estos postreros días nos ha hablado por el Hijo, a quien constituyó heredero de todo, y por quien asimismo hizo el universo; el cual siendo el resplandor de su gloria, y la imagen misma de su sustancia, y quien sustenta todas las cosas con la palabra de su poder...”³⁴

En la persona de Jesucristo ha conocido el culmen la comunicación, el diálogo, el encuentro entre Dios y el hombre. Él es Dios y hombre. Y como hombre conoce la realidad humana y puede llevar al hombre a Dios a un pleno conocimiento y como Dios puede tomar la iniciativa de salvar al hombre. Él es el misterio de la encarnación. Es el centro de la fe cristiana. Es el mensaje personalizado de Dios a la humanidad. El apóstol Pablo deja entrever una teología de la comunicación cristiana al decir: “Él es la imagen del Dios invisible, el primogénito de toda creación.”³⁵ Detrás de estas afirmaciones están las bases para la comunicación entre Dios y el hombre que exige una mediación de lo visible para el conocimiento de lo invisible, la necesidad de la mediación de la imagen como cauce de comunicación.

³⁴ Cf. Biblia Reina-Valera, Epístola a los Hebreos 1:2-3

³⁵ Cf. Biblia Reina-Valera, Epístola a los Colosenses 1:15.

La función reveladora de Jesús el Cristo, no se limita a la encarnación como una base doctrinal fundamental para la teología de la comunicación, sino se extiende a sus enseñanzas, su didáctica, su ejemplo, que son un modelo singular de comunicación. A Jesús se le puede llamar EL Gran Comunicador. Es un verdadero maestro y excelente orador. Jesús es maestro en técnicas de comunicación. Jesús conoce perfectamente a su interlocutor. Conoce el alma humana, sus necesidades, sus conflictos, sus decepciones, sus frustraciones y sus anhelos. Sobre la base de este conocimiento utilizó los mejores recursos de comunicación a su alcance.

Hoy el evangelio es un libro que contiene la narración de la vida y el ministerio del carpintero de Galilea, pero al principio estas enseñanzas se impartieron en forma de diálogos y conversaciones. Jesús nunca escribió un libro. Sin embargo se comunicaba perfectamente tanto con eruditos, sabios y profesionales como con amas de casa, pastores de ovejas, artesanos, tejedores, comerciantes y pescadores. No obstante, la mayoría de sus oyentes fueron gente del pueblo.

El lenguaje que Jesús utilizó era el que la gente común y corriente entendía. Jesús les habló no como quien escribe un libro denso, de difícil lectura, sino como alguien que dialoga amigablemente. Como alguien que tiene cosas muy importantes que comunicar. Por eso sus parábolas, historias y ejemplos inquietan aún al hombre moderno. Invitan a ser leídas por los niños, los jóvenes, los adultos y los ancianos. Éstas suenan como noticias del día que se escuchan a través de la radio, la prensa o la televisión.³⁶

Aunque en los tiempos de Jesús no existió la radio, el cine, la televisión o la prensa escrita, Jesús supo cautivar a sus oyentes con un lenguaje inigualable. Fue extraordinariamente efectiva su comunicación. La hermosura, nobleza, sencillez y profundidad de su mensaje llegó a los corazones de todas las personas que lo escucharon. Es cierto que unos rechazaron su mensaje, pero no fue por que no entendieron, sino porque endurecieron su corazón. No obstante, éstos mismos, admiraban la doctrina de Jesús y la forma de comunicarla. Algunos de ellos dijeron frases como éstas: “Nadie ha hablado como este”, “Jesús enseña como con autoridad y no como los escribas.”

Jesús utilizó los mejores recursos didácticos y las mejores técnicas de comunicación para ser efectivo en su mensaje de las “buenas noticias” que trae el evangelio. Usó las parábolas, que son ejemplos de la vida diaria para enseñarnos verdades espirituales del Reino. Parábolas tan bellas como la del sembrador, la del hijo pródigo, la oveja perdida. Usó el símil, que consiste en una comparación formal entre dos objetos, tal como lo muestra el pasaje en que Jesús se lamenta sobre Jerusalén ¡Cuántas veces quise juntar a tus hijos, como la gallina junta a sus polluelos debajo de sus alas y no quisiste!³⁷

Jesús también utilizó la metáfora, que es una comparación implícita que no se extiende formalmente como el símil, no aparece la palabra “como”, pero sí es más

³⁶ Cf. JARAMILLO L. *Un tal Jesús*, Vida, Florida, USA, 1998,65.

³⁷ Cf. Biblia Reina Valera Evangelios San Juan 15, y Mateo 23:27

breve y en consecuencia, más aguda.³⁸ Jesús usó principalmente las metáforas para describir características esenciales de su persona: “Yo soy la luz del Mundo”, “Yo soy la puerta”, “Yo soy el Buen Pastor”³⁹ La hipérbole fue una de las figuras del lenguaje preferidas por Jesús. La hipérbole es una exageración evidente que tiene por objeto aumentar el efecto de lo que se dice.⁴⁰ Unas de las más conocidas son las siguientes; “Hay también muchas otras cosas que Jesús hizo, las cuales si se escribieran una por una, pienso que ni aun en el mundo cabrían” (Jn. 21:25). “Y ¿por qué miras la paja que está en el ojo de tu hermano y no echas de ver la viga que está en tu propio ojo?” (Mt. 7:23) “¡Guías ciegos, que coláis el mosquito y tragáis el camello! (MT. 23:24)”.

Además, Jesús usó de la alegoría. Esta es una sucesión de metáforas, generalmente combinadas en forma de narración, de cuyo significado literal se prescinde.⁴¹

En el ejemplo de la alegoría del buen “pastor” en Juan (10:7-18) se observa que las palabras claves son otras metáforas: “oveja”, “rebaño”, “ladrones” y “bandidos”, “asalariado”. Cada una de estas expresa figuradamente una realidad de diferente tipo. Aun cuando el Señor usaba figuras del lenguaje, buscaba las más sencillas. Basta leer la manera en que hablaba con los pescadores acerca de cosas tan comunes para ellos. “Remiendos nuevos en vestidos viejos”. “Lámparas que no encienden para luego colocarlas debajo de la mesa o la cama o cajón”, “Sal de la tierra y luz del mundo”.

Otros de los recursos que usó Jesús frecuentemente fueron el diálogo y los proverbios.⁴² En cuanto al primero, Él tenía la tremenda capacidad para escuchar, interrogar, inquietar y provocar respuestas. Este método ya lo había usado Sócrates en su tiempo. Y se ha afirmado que el famoso “psicoanálisis” tiene su germen aquí. Dentro de los diálogos que Jesús llevaba acabo siempre hizo sacar a sus mismos interlocutores, la conclusión de su enseñanza, simplemente preguntándoles. Tal es el caso de Simón el fariseo al cual le contó la historia de los dos deudores a quien el prestamista condonó sus deudas de 500 y 50 denarios o monedas de plata, al final Jesús le preguntó: “Ahora dime, ¿Cuál de ellos le amaré más? Respondiendo Simón, dijo: Pienso que aquel a quien perdonó más, y él le dijo rectamente has juzgado. En seguida Jesús hizo el contraste entre la conducta indiferente de Simón y el de la mujer despreciada. El otro ejemplo es el de aquellos que se acercaron para tentarlo preguntándole: “¿Es lícito dar tributo al César?” Él es respondió con una petición y una pregunta: “prestadme una moneda” y luego les dijo: “¿De quién es esta inscripción?” Ellos le respondieron: “del César, a lo que Él les contestó:” “Dad, pues al César lo que es del César.” En cuanto al uso de los proverbios, Él utilizó los que se decían ya por tradición.

³⁸ Cf. MARTINEZ J., *Hermenéutica Bíblica, como interpretar las sagradas Escrituras*, Clie Barcelona, 1987, 163

³⁹ Cf. Biblia Reina Valera, 1960, Evangelio San Juan 6:35, 8:12, 10:7,

⁴⁰ Cf. MARTINEZ J., *Hermenéutica Bíblica, como interpretar las sagradas Escrituras*, Clie, Barcelona, 1987, 163.

⁴¹ Cf. MARTINEZ J., *Hermenéutica Bíblica, Como interpretar las sagradas Escrituras*, Clie Barcelona, 1987, 169

⁴² Cf. Ibid. El proverbio es un refrán, terso, breve, punzante y refleja la experiencia popular, algunas veces es jocoso. Por ejemplo el referido a la enfermedad del cuerpo en aquellos que se dedican a curar las enfermedades: “Médico cúrate a ti mismo”

Jesús también es un comunicador maestro del contraste. Éste funciona a la perfección cuando se refiere a los religiosos legalistas de su tiempo. Los religiosos imponen pesadas cargas a los demás, pero ellos no quieren tocarlas ni siquiera con un dedo. Estos mismos son los que “cuelan el mosquito y se tragan el camello”. Por eso vienen a ser como sepulcros blanqueados: “Limpios por fuera y sucios por dentro”.⁴³

Jesús es el Maestro comunicador especialista en el uso de comparaciones e imágenes tomadas de la vida real. Él habla de los cuervos que ni siembran ni siegan, ni recogen en graneros, pero que Dios los alimenta. Igualmente menciona a los lirios blancos del campo, que no hilan ni tejen, pero que se visten aun con más gloria que Salomón. Hecha mano de las imágenes del rayo que resplandece de un extremo a otro extremo, los zorros del campo con cuevas, y de los pájaros con sus nidos. Jesús saca de la vida humana una cantera de imágenes como instrumento de su comunicación. En sus relatos aparecen los siervos fieles e infieles, los mayordomos, los pastores, las viudas, los trabajadores, los labradores, los muchachos, los padres y los hijos.⁴⁴

Jesús no solamente ha sido el mejor comunicador que ha existido por sus técnicas y recursos empleados, sino porque su comunicación lleva una implicación “vivencial”. Es una comunicación existencial. Ésta corre pareja con la vida y la actividad de los oyentes. Invita a vivir el mensaje. Es parte misma del que comunica y del que está dispuesto a recibirlo. Expresiones como estas: “Ve tú y haz lo mismo”, “Vengan a ver con sus propios ojos” cuando se referían a la forma y el lugar donde vivía Jesús; “Vayan y cuénteles a Juan lo que están viendo y oyendo” cuando las personas estaban recibiendo beneficios al creer en el evangelio. La comunicación vivencial de Jesús se manifestó vívidamente cuando tuvo un encuentro con la samaritana, en el pozo de Jacob; con Zaqueo, el recaudador de impuestos arrepentido de su mala actuación, con la mujer adúltera, con Bartimeo el ciego. En fin, Jesús vive lo que *comunica*. Porque la proclamación de su mensaje no se limita a enseñar verdades o teorías que él mismo no vive. Él afirma ser el Hijo de Dios y el Salvador del mundo. Tanto sus palabras como sus hechos demuestran que Él es el Dios que se hace hombre para salvar al hombre.⁴⁵

Toda la comunicación de Jesús estuvo orientada al hombre. Su función fue eminentemente antropológica. Todos los hombres se podían sentir como tales ante Jesús. Tanto los nobles como los plebeyos, los ricos como los pobres, Judíos y griegos, sanos y enfermos podían encontrar comprensión, misericordia gracia y amor. Incluso las mujeres y los niños eran tomados en cuenta por Jesús, pese a que la sociedad de ese tiempo los marginaba. A todos comunicaba con sabiduría su mensaje de oportunidad y salvación. En Jesús pueden encontrar perdón, salud y esperanza. Por todo ello el evangelio que comunicó Jesús no pierde vigencia hoy. Todavía siguen siendo buenas noticias para el que las quiere escuchar. El mensaje de Jesús conserva todavía su elocuencia comunicativa que fascina por su sencillez y

⁴³ Cf. VIRKLER H., *Hermenéutica, Principios y procedimientos de interpretación Bíblica*, Vida, Florida 1981, 136

⁴⁴ Cf. JARAMILLO L., *Un tal Jesús*, Vida, Florida, 1998,67

⁴⁵ Cf. *Ibid.*

claridad. Jesús es el auténtico comunicador. Es el paradigma perfecto para todo aquel que piensa que tiene algo que comunicar hoy al hombre moderno.⁴⁶

4. LA CONSUMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

El cuarto paso del patrón redentor presentado por Spikman, tiene que ver con la plena restauración de todas las cosas. Con la revelación plena del Reino de Dios, el Señorío y develación del poder y la autoridad del Rey de reyes y Señor de Señores Jesucristo, y la manifestación gloriosa de los hijos de Dios. En fin, la consumación de todas cosas que están anunciadas en la ley, los profetas, los salmos, en la vida y enseñanza de Jesús, en la enseñanza de los apóstoles Pablo, Pedro y Juan. En otras palabras: “esta historia del tiempo final lleva adelante la historia de la creación, caída, y redención, reuniendo la totalidad de sus diversos elementos en una serie de fantásticos hechos culminatorios”⁴⁷

Es interesante que aunque la Biblia contiene dos terceras partes de sus escritos relacionados con la doctrina de las “últimas cosas” o la Escatología; parece ser, según estudiosos, la doctrina más importante después de la doctrina de la salvación, es precisamente con esa doctrina con la que existe más confusión, por un lado, y por otro, se le ha tomado con bastante ligereza. Es en esa dirección que Barth señala que a la escatología se le ha tratado como “un capítulo breve y completamente inofensivo”⁴⁸

Por otra parte, en la línea de nuestro interés que es la comunicación, en la etapa de la consumación, vemos que se cierra el paréntesis de las formas de comunicación a través de mediaciones de toda índole: profetas, visiones, sueños, figuras, símbolos, escritos, la ley, milagros, señales, prodigios y se restaura la perfecta y plena comunicación y comunión entre Dios y su pueblo. Ya no existen barreras, no hay intermediarios, no existen tiempos y espacios para una comunicación entrecortada o dirigida por un emisor, por medio de un canal que necesita un código que es descifrado por el receptor, para luego enviar la retroalimentación.

En consecuencia, la comunicación es libre, abierta, pura, eterna, sin confusión, no es necesaria sólo la palabra, el espíritu, la presencia de Dios, su gloria, su majestad, su luz, su santidad, la comunicación y comunión manifestadas a su pueblo y en su pueblo y éste da una respuesta de amor, honra, obediencia gratitud, adoración, alabanza al Dios Trino.

La tentación, el pecado, las obras de la carne: Adulterio, fornicación, inmundicia, lascivia, idolatría, hechicerías, enemistades, pleitos, celos, iras, contiendas, disensiones, herejías, envidias, homicidios, borracheras, y cosas semejantes a éstas, ya no forman parte de estos nuevos cielos, nueva tierra, de la

⁴⁶ Cf. Op. Cit. GALVEZ Rigoberto., *Teología de la Comunicación*.

⁴⁷ Cf. Op. Cit. Spikman, 571.

⁴⁸ Cf. Ibid.,

nueva creación. El Diablo con sus maquinaciones, estorbos, dardos, tropiezos, engaños y acusaciones ya no tiene parte. La enfermedad, la vejez y la muerte también han sido superadas, por lo tanto ya no tienen más poder y ya no son barreras para esa comunicación libre y amorosa entre Dios y el hombre, se ha terminado la distorsión, la manipulación, encubrimiento de la verdadera comunión y comunicación. Existe el amor perfecto y la perfecta y libre comunicación.

Todo lo anterior se describe en el libro de Apocalipsis por medio de figuras y lenguaje apocalíptico, mostrando la restauración de la comunicación, en buena medida, al estado original de paraíso y el hombre antes de la caída. Muchos elementos que se encuentran descritos en el libro de Génesis, también se reencuentran descritos en el libro de Apocalipsis, pero ya restaurados.

Veamos algunos de estos elementos:

- Primero, se ve un cielo nuevo y una tierra nueva en Génesis 2:1 y 2:4 “fueron pues acabados los cielos y la tierra...estos son los orígenes de los cielos y de la tierra cuando fueron creados, el día que Jehová Dios hizo la tierra y los cielos y en Apocalipsis 21:1-6 se describen los nuevos cielos y la nueva tierra en medio del gozo de la esposa y el tabernáculo de Dios.
- Génesis 2:7 el hombre sale del polvo de la tierra, y lo mismo sucederá en el fin, en la Resurrección. (Compare Daniel 12:2 y Apocalipsis 20:6.)
- En Génesis 3:21 el Señor le dio al hombre vestido, algo que lo cubriera. En Apocalipsis 19:8 Dios da otra vestidura: “Y a ella se le ha concedido que se vista de lino fino, limpio y resplandeciente”.
- También, en Génesis 2:8 Dios planta un huerto. De ese huerto fluye un río de vida, y allí está, también el árbol de vida (Gén. 2:9-10). También Apocalipsis 22:1-2 revela un huerto con un río de vida y un árbol de vida.
- En Génesis 2:18-25 aparece el primer matrimonio entre un hombre y una mujer, y en Apocalipsis 19:7,21:9 y 22:17 aparece el último matrimonio espiritual. 1 Corintios 15:45 explica que el Esposo celestial de El Apocalipsis es el postrer Adán, ¡y lo enlaza con el Adán que se ve en Génesis!

Es así como nos lo muestra el cuadro glorioso de la consumación en las Sagradas Escrituras: Comunión y comunicación eternas entre el Dios Trino y su pueblo.

SEGUNDA PARTE

1. LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN, LA FE Y EL EVANGELIO

1.1 DIÁLOGO CIENCIA Y FE

La fe y la ciencia son dos modos de conocer distintos. El primer modo de conocer, es atenerse confiadamente a la revelación que Dios nos ha querido revelar de sí mismo, en la historia sagrada del pueblo de Israel relatada en el Antiguo Testamento, en la escritura del Nuevo Testamento, alcanzando la máxima expresión de su revelación en Jesús de Nazareth, el Cristo, que dio a conocer las buenas nuevas del reino de Dios, que ofrece un plan de salvación para el hombre caído.

El segundo modo de conocer, es por medio de la razón (racionalismo), las ideas (idealismo), la experiencia (el empirismo), el escepticismo (duda metódica), el sentimiento (la subjetividad), y la investigación humana por medio de instrumentos o medios que permiten obtener conocimientos ciertos.⁴⁹

Con relación a estos dos modos de conocer, binomio fe y ciencia, existen, fundamentalmente tres posturas, Trevijano las deja entrever en su libro *Fe y Ciencia* que ya hemos citado. Veamos:

En primer lugar podemos mencionar el grupo de los fundamentalistas. Estos admitirán únicamente como verdaderos conocimientos los de la fe, los espirituales. Afirman que todos los conocimientos fuera de los mencionados anteriormente son engañosos, inciertos, no confiables, pues lo único confiable es lo que conocemos por el espíritu.

⁴⁹ Cf. TREVIJANO MANUEL, *Fe y Ciencia, Antropología, Verdad e Imagen, Sígueme, Salamanca*, 1996, 73.

El segundo grupo es el de los que niegan la existencia de Dios y por lo tanto los conocimientos espirituales que vienen de una revelación divina. Estos rechazan la existencia de una sobrenaturalidad de un conocimiento que proviene del espíritu y es recibida por medio de la fe. Reducen, entonces, todos los conocimientos a los naturales, cuya culminación son los conocimientos científicos.

El tercer grupo es aquel que ha querido buscar el equilibrio y la conciliación de la fe y la ciencia. Una tarea nada fácil. Han procurado, en consecuencia, que si ha habido una revelación divina, es necesario tomarla seriamente en cuenta, de tal manera que no podemos prescindir de ella (pues desoír la palabra de Dios es dirigir nuestras propias vidas, darle la espalda a Dios y su plan. Precisamente, en esencia, en eso consiste el pecado) y reconocer que los conocimientos naturales, los científicos, son una de las cualidades más nobles y superiores de la naturaleza humana. La parte difícil ha sido darle justamente el lugar y la primacía correcta en los casos necesarios a la fe o la ciencia.

2. DEFINICIONES Y FUNCIONES BÁSICAS DE LA CIENCIA Y DE LA FE

En el pensamiento griego ya existía el concepto de ciencia. Aristóteles ya entendía como ciencia tres clases de saberes que se subdividían a su vez en tres categorías de ciencia: a. Episteme o scientía, un saber teórico o por razonamiento; b. Frónesis, prudentia, un saber práctico, que actúa por prudencia. C. Téjne, ars, un saber por sagacidad o arte.⁵⁰

En el sentido estricto la definición de ciencia es un “tipo de conocimiento sistemático y articulado que aspira a formular, mediante lenguajes apropiados y rigurosos, recurriendo en lo posible a la matematización, las leyes que rigen a los fenómenos relativos a un determinado sector de la realidad”.⁵¹

En el sentido amplio, ciencia, dice Pannenberg,⁵² es no sólo síntesis del saber, sino al mismo tiempo, camino hacia un saber que aún no se ha alcanzado definitivamente, en esa definición se tienen presente, cuando la unidad de la ciencia se entiende no como una síntesis de lo conocido solamente, sino como una unidad del camino o método que progresivamente amplía el círculo del saber.

Además, de las definiciones básicas veamos a continuación los rasgos esenciales de lo que se llama ciencia que se ha descrito en el libro: *Teología de la Comunicación, un acercamiento bíblico al uso de los medios masivos de comunicación*, del mismo autor de esta presentación.

Dentro de las características generales, una de las primeras es la que dice que la ciencia tiene que ser universal. Esta tiene que trascender los límites del

⁵⁰ Cf. MARTÍNEZ LUIS, *Los Caminos de la Teología, Historia del Método Teológico*, BAC, Madrid, 1998, 8.

⁵¹ Cf. VA. *Diccionario Enciclopédico, Océano Barcelona*, 2000, 215

⁵² Cf. PANNENBERG WOLFHART, *Teoría de la Ciencia y Teología*, Cristiandad, Madrid, 1981, 3.

tiempo y del espacio. No se puede circunscribir a una región, país o continente, ni siquiera a nuestro planeta tierra. Es ciencia en cualquier parte del universo.

La ciencia ha de ser inteligible. Ésta tiene que presentarse de una manera explícita para que, por lo menos, todos los practicantes de la ciencia calificados la entiendan. Maneja un vocabulario que es comprensible a los que la estudian. Si bien es cierto utiliza tecnicismos, que son propios de puro conocimiento, pero se entienden clara y distintamente.

La ciencia ha de tener relevancia empírica. Es decir, que todos puedan evaluar la correspondencia entre sus teorías y sus implicaciones prácticas. No puede existir divorcio entre teoría y práctica.

La ciencia ha de ser objetiva. Tiene que buscar el más alto grado de objetividad. Todos sabemos lo que se quiere decir con “ser objetivo”: es aproximarse a la realidad, sin ningún tipo de inclinación. Todo esto pese a que nunca se podrá ser objetivo totalmente.⁵³

La ciencia descubre. Un conocimiento que no descubre y que solamente repite, no es ciencia. La ciencia, en este sentido, logra acumular el conocimiento establecido, pero, de hecho, está obligada a aumentarlo. Precisamente el desarrollo de una ciencia está en el conocimiento acumulado, corregido y aumentado.

La ciencia mide. Esta posee conocimientos y tecnología que le permiten hacer mediciones exactas. La ciencia también utiliza la observación junto con la medición. La observación es complemento de la medición. La rama del saber que no puede medir y observar no puede considerarse ciencia.

La ciencia inventa teorías. Las teorías permiten que se pueda explicar el cómo y el por qué de las cosas. El crear teorías es posible para la ciencia, cuando ya ha desarrollado, investigado y confirmado hipótesis y tesis. Además, inventa técnicas y herramientas. Propone y dispone.⁵⁴

La ciencia hace hipótesis. Esta ensaya, se plantea “supuestas proposiciones”, se hace preguntas y trata de encontrar respuestas por adelantado. Luego procede al camino que se ha trazado para ir descubriendo causas y razones. La ciencia hace conjeturas, refuta, confirma o no confirma.⁵⁵

También son importantes otras características de la ciencia que tienen que ver con la moralidad. Veamos algunas.

La ciencia procura la honestidad intelectual. Hace “culto a la verdad”. Desprecia la mentira. Se para sobre lo que es correcto en la razón y el intelecto, aunque no sea agradable o esté en oposición a la emoción, el sentimiento, y la opinión popular. Muy de la mano con la rectitud intelectual es la independencia de

⁵³ Cf. RICHARDS, S. *Filosofía y Sociología de la Ciencia, Siglo XXI*, México, 1987,40.

⁵⁴ Cf. *Ibid*,

⁵⁵ Cf. WARTOFSKY, Marx. *Introducción a la Filosofía de la Ciencia. Alianza Editorial, Madrid España*, 1987, 2, 17.

juicio. Esta característica habla del hábito de buscar pruebas en lugar de rebajarse a la autoridad.⁵⁶

La ciencia tiene amor por la libertad. La base de la libertad es no hacer lo que se quiere, sino hacer lo que se debe hacer. La práctica de la ciencia conduce a despreciar toda autoridad infundada, sea intelectual, política, religiosa. En fin, todo poder injusto. La libertad reina por la justicia. No existe libertad sin justicia. La primera sin la segunda es libertinaje, y la segunda sin la primera es alcahuetería. La ciencia tiene sentido de justicia en la disposición de tomar en cuenta las opiniones y sentimientos justos del prójimo.⁵⁷

Después de enumerar las principales características de lo que se puede llamar “ciencia”, miremos los elementos constitutivos de ésta. Los elementos pueden variar dependiendo del ramo de ciencias que se esté hablando.

El primer elemento fundamental es el objeto de estudio. En el caso de las ciencias del espíritu o “ciencias de la cultura”, el objeto de estudio es la realidad histórico-social⁵⁸.

El segundo elemento importante de la ciencia es la estructura interna. Ésta se refiere al proceso que le ha permitido ir tomando y creando, definiciones, conceptos, categorías, teorías, leyes. En otras palabras tiene que tener un sistema que le dé coherencia y soporte hacia fuera.⁵⁹

El tercer elemento es el método. En la ciencia “del espíritu” o ciencias “de la cultura” a las cuales pertenece la comunicación como ciencia, se usan, entre otros, los siguientes métodos: fenomenológico, hermenéutico, histórico, histórico-sistemático, analítico.⁶⁰

En la Ciencia de la Comunicación específicamente se usan métodos y teorías más propios de ésta: Funcionalismo, estructuralismo, semiológico, lógico-empírico, cualitativo, cuantitativo y conductista.⁶¹

La ciencia o conocimiento dentro de las ramas de las ciencias que se les ha llamado exactas y que proveen conocimientos naturales, científicos, tienen como objeto y función el dominar la naturaleza, transformarla en beneficio de todos los seres humanos. De igual manera las ciencias de la cultura o del “espíritu” sirven para que la vida del hombre sea más digna, manejando resultados concretos y esperados.

Por medio de esos conocimientos el hombre puede triunfar sobre todos los desafíos que superan la tecnología y el conocimiento de las realidades sociales en

⁵⁶ Cf. Ibid,

⁵⁷ ARISTOTELES, PLANK, GORTARI, JASPERS, HEISEMBERG, COPI, JORDAN, BUNGE, BUTENAND, CAWS. *Filosofía de la Ciencia*, Editorial Universitaria, Guatemala, 1974, 152,.

⁵⁸ PANNEMBERG, Wolfhart, *Teoría de la Ciencia, Cristiandad*, Madrid, 1991, 79,.

⁵⁹ Ibid,

⁶⁰ SEIFFERT, Helmuth. *Introducción a la Teoría de la Ciencia*, Barcelona España, 1977, 219ss.

⁶¹ BENITO, Angel. *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Paulinas, Madrid España, 1991, 807ss.

todas las áreas del conocimiento humano, la medicina, la ingeniería, historia universal, la arqueología, los medios de transporte y de comunicación.

2.1 FE

En cuanto a la definición de fe, es la Biblia misma la que nos la provee una definición:

“Es, pues, la fe la certeza de lo que se espera, la convicción de lo que no se ve” (Heb. 11:1).

Desde el punto de vista bíblico Neotestamentario, existen básicamente dos palabras para designar fe: *Pistis* como sustantivo y como verbo de la misma raíz *pisteuein*. Estas dos palabras tienen significados distintos dependiendo de la ocasión y el contexto en que aparecen.⁶² A pesar de la diversidad de significados y connotaciones de la palabra fe (*pistis*), generalmente se une en un sentido activo con los siguientes significados:

a) Una convicción intelectual que descansa sobre el testimonio de otro. En consecuencia está fundamentada en la confianza de ese otro, más que por la propia investigación.

b) Una actitud confiada en Dios que se ha revelado en Jesús el Cristo. Sobre estos dos significados y las epístolas de Pablo, Berkof formula dos cosas. La primera es que en la mayoría de los pasajes donde aparecen los términos relacionados con la fe, hablan más de la confianza en Cristo que de la intelectual que cree por un tercero, mencionada en la literal a). La segunda es que se desprenden naturalmente las etapas sucesivas de la fe: a) Confianza general en Dios y Cristo; b) Aceptación de su testimonio sobre la base de aquella confianza; y c) Sumisión a Cristo y confianza en Él para la salvación del alma. Esta última se le conoce específicamente como la fe salvadora: la salvación otorgada por Dios en Cristo al hombre “Por Medio de la fe”: *“Porque por gracia sois salvos por medio de la fe; y esto no de vosotros, pues es don de Dios; no por obras para que nadie se gloríe”*.⁶³

Desde los tiempos de la Iglesia primitiva, la fe era considerada como la condición más esencial para la salvación, por una parte, y por otra el arrepentimiento. No obstante se careció de reflexión sobre la naturaleza de la fe, de tal manera que había una tendencia a usar la palabra fe para denotar la aceptación sobre la base del testimonio. También se le empleaba como el sometimiento a la verdad recibida de manera intelectual.⁶⁴

Si lo vemos desde una perspectiva histórico-teológica, ya los alejandrinos contrastaban *pistis* con *gnosis*, considerando la primera (más filosófica que teológicamente) como un conocimiento inicial. Tertuliano, uno de los padres de la

⁶² Cf. BERKOF L., *Teología Sistemática*, T.E.L.L. Michigan, 1995, 590.

⁶³ Cf. Ef. 2:8-9

⁶⁴ Cf. Berkof Op. Cit. 594

iglesia, reconocía la fe que se basa sobre autoridad divina, no garantizada por la razón humana. También usó la fe en un sentido objetivo, como designación de algo que debe ser creído (regula fidei) Agustín de Hipona habló de la fe en más de un sentido: Algunas veces la consideró como un mero asentimiento intelectual; a la fe evangélica o justificante como que incluía el sometimiento y el amor. También se inclinaba a creer que la fe y la justificación con la santificación. Tomás de Aquino define la virtud de la fe como: Un hábito de la mente, por razón de la cual la vida eterna tiene su irrupción en nosotros, hasta donde hace que el intelecto dé su asentimiento a las cosas que no se ven⁶⁵. Sobre la base de lo mencionado, es necesario diferenciar la *fides* histórica, que se aplica al dogma y a la escritura de la fe como una relación personal del hombre con el Dios personal. Porque la fe que justifica, no se reduce al conocimiento histórico, sino consiste en prestar anuencia y plena confianza en la promesa de Dios en la que se nos ofrece gratuitamente, por causa de Cristo, la remisión de los pecados.

Por otra parte, se ha hablado del sujeto de la fe y el objeto de la fe. El primero viene a ser el hombre. El segundo es Dios, el cual es el fundamento de la fe. Las Sagradas Escrituras como regla de fe y el dogma como reflexión sobre éstas dan testimonio, cada uno a su manera, del único objeto de la fe, pero no son por sí mismos ese objeto por lo que no deben confundirse. En ese sentido no se puede aceptar una fe de autoridad histórica como la norma (más bien es un punto de apoyo); de ser así, sería una verdadera desviación de la fe como relación personal con Dios. No se puede estar a favor de una doctrina que pone en lugar de Dios, a la Biblia, o los mismos dones al servicio de la Iglesia. En suma, no es la relación de fe con la Iglesia principalmente sino con aquel a quien ella anuncia. No con la Biblia que puede degenerar en “bibliolatría”, sino con aquel de quien ésta da testimonio. No con la herencia doctrinal, sino con aquel que ella trasmite: Dios revelado en Jesucristo.

Sin embargo, es menester no olvidar la íntima relación fe-escritura. No hay fe sin Escritura, ni Escritura sin fe. Para obtener fe instituyó Dios el ministerio de la predicación del Evangelio. La fe viene por el oír, pero no oír cualquier cosa, por inefable que ésta sea, sino el oír la Palabra de Dios.⁶⁶ De aquí que la fe no tenga su origen en el hombre, sino en la palabra dada por Dios en un acto libre de amor. En otras palabras, la fe es un regalo de Dios: *“Porque por gracia sois salvos por medio de la fe y esto no de vosotros pues es don de Dios no por obras para que nadie se gloríe”*⁶⁷

Una fe que no tiene origen en la Palabra debe ser considerada, con respecto a la fe cristiana, como religiosidad que viene a ser lo que comúnmente se ha llamado el conocimiento natural de Dios. Allí no puede haber una relación personal en Jesucristo, sino con el Dios sin rostro, que es aterrador y místico a la vez. Cuando hablamos de sujeto y la naturaleza de la fe podemos decir que la fe es el acto de un sujeto. La fe en Dios reclama la fe del hombre, pues Dios se abre al hombre en Jesucristo y luego el hombre da una respuesta integral a Dios. Esto

⁶⁵ Cf. Ibid.,

⁶⁶ Cf. Rom.

⁶⁷ Cf. Ef. 2:8-9

expresa el carácter dialógico de las relaciones Dios-hombre, Cristo-creyente, por la fe sola.⁶⁸

Cabe señalar, por otra parte, que sin el acto de fe, el objeto y el fundamento de la fe son inoperantes. La fe es ciertamente obra de Dios, pero Dios quiere atraer al hombre a esta obra. Así, el sujeto es llamado a creer, sobre la base de la fe que Dios ha creado en él. Sin este acto de fe, Dios se convierte en un extraño para el sujeto. Pero precisamente el acto de fe hace que Dios venga a ser un Dios para el creyente. De tal suerte que tener un Dios no es sino creer en Él de todo corazón y de todo corazón poner en Él la confianza; como se ha afirmado suficientemente, que “la confianza y la fe del corazón hacen al Dios y al ídolo”.

Esta correlación entre el acto de fe y su objeto se expresa también en la confianza, que está basada en la misericordia prometida por Dios, la fe entonces es confianza y ésta no es sino un riesgo. Es fe a pesar de todo, esperanza contra esperanza, es “la certeza de lo que se espera, la convicción de lo que no se ve”⁶⁹. Este acto hace al hombre confiar, vivir en medio de un mundo convulsionado e inestable y relacionarse con los demás hombres que existen en la tierra. Así, la fe en su naturaleza es asunto de todo el hombre que es una unidad psicósomática. He aquí que el carácter integral de ésta no concierne sólo a tal o cual función particular del hombre: Estética, afectiva, intelectual o moral, sino a todas sus funciones iluminadas por “la sola gracia”, en Cristo Solo”.⁷⁰

Al hablar de la fe no podemos dejar por un lado la justificación por la fe, que es precisamente la obra de Cristo: su encarnación, vida, muerte y resurrección, para reconciliarnos y redimirnos de pecado. Esto se llama adopción filial. La justificación es la absolución de la sentencia pronunciada por la ley, es la justificación del pecador y esto implica que ésta sea “forense”. No procede del hombre, sino de Dios. Dios declara justo en su hijo Jesucristo, al hombre que sigue teniendo una naturaleza pecaminosa. Esta justificación, a su vez, es por la “gracia sola” que entraña la “fe sola”. Delante de Dios los hombres no pueden ser justificados por sus propias fuerzas, méritos u obras, sino que son justificados gratuitamente a causa de Cristo por la sola fe. La fe tiene así por fundamento y por objeto la persona y la obra de Cristo testimoniados en el Evangelio que revela el amor de Dios en Cristo.⁷¹

La fe, pues, sirve más para clarificarnos cuál es el propósito de Dios para el hombre, ¿quién es Dios?, ¿en qué consiste el plan soberano de salvación?; también nos señala el camino para seguir la misión que ha sido encomendada a todos aquellos que formamos parte de su iglesia. Sirve para que podamos descubrir cómo podemos amar a Dios y al prójimo, cómo podemos vencer lo que nos ha alienado: el pecado, el mundo y Satanás. Nos ayuda a transformar nuestras vidas, purificar nuestras intenciones, a vivir una vida espiritual que gobierna la natural, a que seamos fuertes en medio de nuestra debilidad. La fe y la revelación nos conducen a ver la esencia de Dios y su relación con la creación. En este ámbito, el conocimiento

⁶⁸ Cf. GOMEZ HERAS., *Teología protestante Sistema e Historia*, BAC., Madrid, 1972, 31.

⁶⁹ Cf. He. 11:1

⁷⁰ Cf. GOMEZ HERAS., *Op. Cit.* 44.

⁷¹ Cf. VA., *Diccionario de Teología*, TELL., Grand Rapids, Michigan 1985, 306

científico no tiene la primacía, pues no corresponde a su campo. Como lo afirmó Heidegger al hablar de la filosofía como ciencia y la fe como teología:

“El preguntar es propio de la ciencia y el creer es propio de la teología, éstas son dos actitudes irreconciliables que se excluyen mutuamente.”⁷²

Si bien es cierto que esa afirmación y observación penetrante que hace Heidegger, es puntualmente cierta entre la filosofía y la teología, poniendo en evidencia las dos formas de conocer difíciles de conciliar, no lo es aplicable a las ramas del conocimiento humano que hemos mencionado anteriormente, en las cuales sí es factible encontrar la conciliación con la fe.

Decimos eso porque la otra afirmación (una piedra fundamental de la razón de ser de la Filosofía) de Heidegger: ¿Por qué razón hay algo y no más bien nada? No tiene nada que ver con la razón de ser de la teología, la revelación y la fe. Pues el creyente tiene ya la respuesta a tal pregunta.

3. UNA PERSPECTIVA HISTÓRICA DEL DIÁLOGO, CONCILIACIÓN Y RUPTURA ENTRE CIENCIA Y FE.

A lo largo de la historia de la iglesia, las doctrinas y la teología, ha habido hombres que se han inclinado sólo a la fe, a la ciencia o conocimiento humano, y a la conciliación de ambos. Escogeremos algunos que sean representativos y nos ilustren ese diálogo, ruptura y conciliación que ha habido entre ciencia y fe.

Uno de los teólogos más representativos en cuanto a la reflexión binomio ciencia y fe, (dándole la primicia a la fe y relegando al segundo plantel al conocimiento que viene por medio de las capacidades humanas) es Agustín de Hipona. Uno de los escritores que más representa su formulación metodológica y la conciliación fe y ciencia es su escrito “Doctrina Cristiana”. En este escrito encontramos su proceso hermenéutico asociado a una filosofía “del signo” en el cual desarrolla una especie de dinamismo filosófico teológico, para interpretar las Sagradas Escrituras. Con ese hecho pone de manifiesto su sugerencia de recurrir a todas las ciencias auxiliares posibles: gramática, ciencias naturales, simbólica de los números, música, historia y sobre todo la filosofía.

No obstante en él encontramos una ya incipiente conciliación en unos aspectos y separación en otros, entre lo que se conocía como ciencia, desde el punto de vista griego y la fe desde el punto de vista de la revelación. Hay una dialéctica en él: es la fe la que abre los ojos interiores del alma, y la que también nos puede curar. Esta también alarga y profundiza el espíritu. Pero todo ello requiere un

⁷² Cf. ALFARO JUAN, *Revelación Cristiana, Fe y Teología*, Verdad e Imagen, Sígueme, Salamanca, 1985, 123

esfuerzo de inteligencia y de contemplación al mismo tiempo. Por eso él afirma. “Cree para entender, entiende para creer y para amar”.⁷³

Es pues en la fe, según Agustín, por la que se puede vivir la forma total de la vida humana y por la que el hombre puede experimentar la gloria, e ir en pos de la perfección e incluso en su inteligencia humana, creyendo y obedeciendo a la fe. Agustín tampoco separa el conocimiento de la moral. Sin embargo cabe mencionar que este teólogo, propuso un muy basto plan de estudios profanos, con el fin incluso de aplicarlos a las Sagradas Escrituras. Por ejemplo: lenguas, dialéctica, elocuencia.

Ahora comprendemos porqué él hacía una separación en la definición de las dos formas de conocer: la ciencia como la ratio inferior, es decir, conocimiento por la razón de las cosas del mundo sensible, fruto precisamente de la ciencia. Por otro lado, el señalaba que la sabiduría que es “el saboreo” desde Dios, según el apóstol Pablo: Ratio superior, es el conocimiento de las realidades del mundo suprasensible y de las realidades eternas, a las que se tiene acceso únicamente por medio de la fe, la revelación, la oración, la meditación y la contemplación.⁷⁴

Hugo de San Víctor trató de conciliar la fe con la razón. Él sugirió pasar de la fe a la inteligencia de la fe, haciendo todo el esfuerzo posible para comprender lo que se cree. Él decía que se debían tener por insuficientes las ideas que provienen de la fe, en lo concreto, era necesario profundizar, dentro de los límites de lo lícito y posible, el captar por la razón aquello de lo que estamos convencidos por la fe:

“Nos debe, pues, parecer poca cosa tener una fe auténtica en las realidades eternas, si no nos es dado corroborar estas verdades de la fe por el testimonio de la razón. Sin satisfacernos con el conocimiento de lo eterno que sólo otorga la fe, procuremos alcanzar lo que da la inteligencia, si todavía no somos capaces del conocimiento que concede la experiencia”⁷⁵

En esa dirección, encontramos también en Pedro Abelardo el germen de conciliar la filosofía, la razón (ciencia), con la fe. No obstante, para él es correcto tener cierto conocimiento o razón previos a la fe. Él quiere un diálogo entre ciencia y fe pero partiendo de la razón hacia la fe. Él afirma: *“No se puede creer sino lo que previamente se ha comprendido... Solamente los ignorantes recomiendan la fe antes de comprender.”*

Sin embargo, es Tomás de Aquino quien perfeccionara esta postura, con sus tres pasos famosos descritos en la Suma Teológica: a. Exposición contradictoria de autoridades y razones aducidas. b. Análisis riguroso aclarando el sentido, definiendo los términos, resolviendo las dificultades. c. Intento final de aproximación al misterio.⁷⁶

⁷³ Cf. MARINEZ RAUL., *¿Qué es la Teología? Una Aproximación a su identidad y a su método*, Descleé de Brouwer, Bilbao, 1999, 40.

⁷⁴ Cf. Op. Cit, MARTINEZ, 18.

⁷⁵ Cf. BOFF CLODOVIS, *Teoría del Método Teológico*, Dabar, México, 2001,12,

⁷⁶ Cf. Ibid.

Cabe mencionar, la formación filosófica de Tomás previa a la formación teológica: Él estudia Letras, Gramática, Música, Salmodia, Retórica, Dialéctica, Aritmética, Geometría, Astronomía. De esa manera iría incorporando el *corpus aristotelicum* usando la razón y la filosofía como vehículos en la progresión del conocimiento teológico, tratando de conciliar ciencia y fe.

Él mismo lo expresa con las siguientes palabras: “Los dones de la gracia se añaden de tal forma a la razón que no lo suprimen, sino que la perfección en gran manera; *no destruye la luz del conocimiento racional existente en nosotros por naturaleza*”⁷⁷

Él insiste en que no debe establecerse dicotomía inmaridable, entre el camino de la sabiduría divina y el del conocimiento racional en las cosas de Dios. Al contrario la sabiduría y la fe debe injertarse en la ciencia. Pues, según él la fe no se opone a la ciencia, como entre dos opuestos, (*sapientia contra scientiam dividitur, sed sapientia est divinarum; non ergo scientia*) sino que se relacionan por adición a la ciencia.

Por otra parte, es Rene Descartes quien lleva hasta las últimas consecuencias la separación entre razón y fe, abrazando la filosofía y la razón como fundamentos de toda epistemología. Es por eso que ha sido llamado, y con razón, el padre de la filosofía moderna.

En el sentido opuesto, Martín Lutero, lleva al extremo el hiato insalvable entre ciencia y fe, razón y fe, abierto por Escoto, seguido por Ockam, reafirmado por Gabriel Biel. Lutero lo expresa con las siguientes palabras:

*“Hay dos clases de conocimiento de Dios: por la ley y por el evangelio. Pero no hay verdadero conocimiento por la ley de Moisés o de la Naturaleza porque el hombre corrompido no lo sigue... La razón no sabe ni una jota de Dios... me doy satisfecho con la sola palabra de Dios sin que me interese como pueda conciliarse con la razón (prostituta diabólica) pues en las cosas de Dios camina con la misma torpeza que un caballo ciego, todo cuanto comenta y resuelve es falso y erróneo”*⁷⁸

Es así como Lutero separa irreductiblemente lo natural de lo sobrenatural, la razón de la fe, la ciencia de la revelación. Pues a Dios, afirma, se puede tener acceso únicamente por Cristo y su justicia que nos salva por medio de la fe, la revelación que está en la dimensión de lo sobrenatural. Y, si alguien quiere pensar o razonar cumplidamente sobre Dios, debe dejar todo a un lado, excepto la humanidad de Cristo.

Aunque no podemos pasar revisión a todos los teólogos, tanto los que han tomado la opción de la fe sin conciliarla, con la ciencia o la razón como los que toman la opción de la razón sin conciliarla con la fe, o los que han tratado de conciliar ambas, por lo menos, abordaremos algunos más que trataron de conciliar la fe con la ciencia. Veamos:

⁷⁷ Cf. Op. Cit. MARTINEZ, 53

⁷⁸ Cf. BUZZI F., Martín Lutero, SC. 1994, 265

Pierre de Chardín interesado en los descubrimientos paleontológicos, elaboró una teoría general a partir de sus investigaciones biológicas, geológicas unidas a sus estudios teológicos, pero también en la fe cristiana intentó conciliar ambos buscando un punto de encuentro en la ciencia y la fe; lo humano y lo cristiano, la creación y la evolución, lo natural y lo sobrenatural. En esa dirección afirmó que la evolución debe ser convergente, nunca divergente, y que la creación del universo es consistente en Cristo, por lo que se puede hablar de un pancristismo, según él para darle coherencia a las afirmaciones de la fe con las teorías de la ciencia.⁷⁹

Rudolf Bultman al igual que Chardin, intentó un encuentro con el mundo científico de su momento en busca de una nueva comprensión de la fe. Dio un nuevo giro a la tradición esciturstica que le antecedía. En ese sentido Bultman afirmó que no se puede seguir creyendo hoy, un mundo moderno, científico y tecnológico, al igual que se creía en los tiempos bíblicos en espíritus, demonios y milagros. En consecuencia afirma que su misión es hallar el kerigma del mensaje de Cristo, de los apóstoles y profetas que está soterrado y envuelto por la cultura pre-científica llena de mitos.⁸⁰

Independientemente de los resultados, peligros y aciertos de ambos (Chardin y Bultman) procuraron conciliar la ciencia y la fe tratando de hacer asequible el mensaje del evangelio a los hombres y mujeres de la época moderna, aunque en muchos casos en detrimento de la fe.

Los teólogos debemos estar vigilantes para que no nos acontezca un disparate parecido al que ocurrió en el año de 1633, cuando algunos teólogos por unanimidad sin dar la ventaja de la duda, decidieron condenar los descubrimientos de Galileo Galilei. Estos teólogos no lograron comprender que, si bien es cierto la ciencia y la fe pueden conciliarse, hay aspectos en los que la ciencia tiene la primacía y la fe acepta. Es así como los hechos lo demuestran y no tanto los aspectos proféticos y teológicos.⁸¹ No es correcto que algunos cristianos no puedan discernir la autonomía de la ciencia en su propio campo. Galileo al ser condenado, entre otras cosas dijo lo siguiente:

*Tomad nota Teólogos de que, en vuestro deseo de convertir en materia de fe posiciones relativas a la ciencia, corréis el peligro de tener que acabar condenando por herejes a quienes mantengan que la tierra está inmóvil y que es el sol el que se mueve.*⁸²

Lo que trataba de afirmar Galileo era que la Física no podía explicarse desde la Metafísica, porque en lo referente a las realidades del universo, las apariencias engañan. La triste realidad es que no fue escuchado, tampoco los inquisidores y teólogos aprendieron la lección de diferenciar la cosmología de la teología. Galileo insistía a los teólogos que fiaran lo que veían en el telescopio, pero los teólogos no querían pruebas, sino razones.⁸³

⁷⁹ Cf. HOHANN F. *Manual de Historia de la Filosofía*, Herder, Barcelona, 1986, 122.

⁸⁰ Cf. VA. *Diccionario de Teología Fundamental*, Paulinas, Madrid, 1992, 169.

⁸¹ Cf. PÉREZ DE ANTÓN FRANCISCO; *El Gato en la Sacristía, Cuenta y Razón del declive de la Iglesia católica en El mundo*, Taurus Madrid 2003 Pag. 22

⁸² Cf. Stillman Draker, *Galileo* Alianza Editorial, 1983, 100, en Op. Cip. *El gato en la Sacristía*

⁸³ Cf. Op. Cip. *El gato en la Sacristía*, 23.

Por otra parte, desde hace algunas décadas se ha mantenido la idea de que la mayoría de los científicos, si no todos, son ateos. Quizá una de las razones es que también en las últimas décadas ha habido un extraordinario progreso, especialmente en la Física, la Genética, la Medicina y la Astronomía.

Es cierto, sin embargo, que unos cuantos se han declarado abiertamente ateos y otros cuantos agnósticos, pero la realidad es otra. Muchos de los científicos, si bien no profesan activa y públicamente sus creencias o la fe en un Dios creador, poco a poco se ha ido descubriendo que son más los científicos creacionistas de lo que nos imaginamos. Uno de esos casos es el del científico Albert Einstein. Por un lado algunos han asumido que él era ateo. Por otro lado tenemos el testimonio de él mismo que evidencia que no lo era:

“La opinión generalizada según la cual yo sería un ateo, se funda en un gran error. Quien lo deduce de mis teorías científicas, no las ha comprendido. No sólo me ha interpretado mal, sino que me hace un mal servicio si él divulga informaciones erróneas a propósito de mi actitud para con la religión. Yo creo en un Dios personal y puedo decir, con plena conciencia, que en mi vida jamás me he suscrito a una concepción atea”.

Einsten aseguraba que cuanto más estudiaba la ciencia más creía en Dios. El era de origen judío y aunque nunca manifestó practicar el judaísmo, muchas de sus teorías partían de la existencia de un ser supremo creador de todo lo existente. Einsten dijo, como en todas sus afirmaciones, con inusitada claridad, sencillez y profundidad: *“Lo más incomprensible del universo es que él es comprensible”*

Einstein no sólo creía en un Dios personal, sino tenía confianza en la capacidad del hombre, ambas cosas sumadas al conocimiento adquirido respecto del universo lo llevaron a consolidar su creencia en un único Dios en quien concentraba el poder, la razón y la causa de todas las cosas que había dado todo para que el hombre pudiera dominarlo y progresara.⁸⁴

Tal y como lo afirma Castillo del Carmen, en el artículo citado, esta clase de científicos no sólo tienen la capacidad de moverse dentro de la ciencia en la que todo tiene una explicación y sentido, pero también en la razón más profunda, la belleza, el orden, el equilibrio del universo, que patentiza la experiencia religiosa. Es decir, en palabras del propio Einsten:

“No puede haber contradicción real entre la ciencia y la fe, ya que toda realidad procede, de un ser supremo: Dios Creador”⁸⁵

4. LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN, LA FE Y EL EVANGELIO

⁸⁴ Cf. Ibid.

⁸⁵ Cf. Ibid.

Se ha tratado las características universalmente aceptadas y los elementos que componen la ciencia. En cuanto a la triada que se refiere a los elementos constitutivos fundamentales, consideramos que en cualquier grupo de ciencias, no puede faltar ni uno de éstos. La estructura de la ciencia está soportada por estos tres. Hemos investigado las características generales y la estructura, el objeto, y los métodos de la ciencia. También hemos descrito, de manera general el ámbito de la fe. Ahora nos corresponde probar y argumentar si la comunicación es una ciencia y luego, por qué se ubica en las “ciencias del espíritu”, para combinarla y usarla en el ámbito de la fe y la predicación del evangelio.

4.1 El concepto de las ciencias “Del espíritu o de la cultura”

En el sentido negativo, esta clasificación pertenece al campo de las ciencias que no son exactas, ni pertenecen a la naturaleza. En el sentido positivo, esta clasificación es propia de las ciencias que tienen como objeto de estudio, la realidad histórico-social. La comunicación como ciencia tendría que colocarse en las ciencias “del espíritu”.

Wilhelm Dilthey en su libro “Introducción a las Ciencias del Espíritu” compendió bajo este nombre “el conjunto de las ciencias que tienen por objeto la realidad histórico social”⁸⁶. Según esta concepción, al campo de las ciencias del espíritu pertenecen, no sólo, las disciplinas de la interpretación del mundo en el lenguaje, el arte, la religión, la filosofía y la ciencia, sino también aquellas que tienen por objeto “las instituciones de la vida en el estado: La sociedad, el derecho, la moral, la educación, la economía, y la técnica”. El nombre global de “ciencias del espíritu” para todo este grupo de disciplinas lo justificó Dilthey basándose en sus comunes diferencias respecto de las ciencias de la naturaleza⁸⁷.

Sin embargo, el origen de esta separación se remonta a la división estoica de las ciencias de la lógica, física y ética. La lógica y la física eran las dos ciencias prácticas, pero a la ética se le asigna todo lo que tiene que ver con el comportamiento de los hombres y con el mundo histórico. Más adelante se sustituyó el nombre de “ciencias del espíritu” por “ciencias de la cultura” Fue Rickert quien introdujo este concepto, porque según él, el otro era muy dudoso.⁸⁸

4.2 Objeto de Estudio de la Ciencia de la Comunicación.

La ciencia de la comunicación como ciencia “del espíritu” o “de la cultura”, tiene su hermenéutica. Y la hermenéutica como metodología busca la comprensión de sentido. Y este es precisamente el objeto de estudio de las ciencias del espíritu: el buscar esa comprensión en la realidad histórico-social a través de los distintos métodos. Para Dilthey, tienen un puesto especial las “ciencias del espíritu” en

⁸⁶ PANNENBERT, WOLFHART, *Teoría de la Ciencia, Cristiandad, Madrid, 1981, 79.*

⁸⁷ Ibid, 81

⁸⁸ Op.Cit. 25.

cuanto a la temática del sentido de la experiencia humana, el hecho de la acción dotada de sentido y también de la experiencia de sentido y de significado que exige, tanto subjetivamente como objetivamente, apreciar cada uno de los fenómenos en el conjunto del todo del que forma parte, según pues, Dilthey es necesario una consideración totalizadora, que no es sustituible por una descripción analítico-casual. Este es uno de los presupuestos básicos del método hermenéutico.⁸⁹

4.3 Tipos de comunicación

4.3.1 Comunicación:

En el sentido general, la comunicación “es el proceso en el cual un sistema fuente influye en otro sistema llamado destino, mediante la manipulación de señales alternativas que pueden trasmitirse por el canal que está conectándolas”. Este proceso implica, por lo menos, cuatro componentes: algo que se va a comunicar sea una idea o pensamiento, la intención del hablante de transmitir esa idea, la utilización de un lenguaje, y un oyente que intenta comprender este mensaje.⁹⁰

4.3.2 Comunicación Grupal:

Es una comunicación interpersonal que se realiza en el seno de los grupos humanos, con un sistema estructurado y, además, jerarquizado. Esta no posee la espontaneidad del diálogo comunicativo. Es la manera de comunicación característica de los seminarios, reuniones de trabajo organizaciones, empresas e instituciones. También se le ha llamado a esta comunicación, comunicación institucional⁹¹

4.3.3 Comunicación Social:

“Es la transmisión, mediante fenómenos representativos en el emisor y perceptivos en el receptor, de contenidos de conciencia, estados de ánimo, noticias y otros, de un miembro de la sociedad a uno o más miembros de la sociedad”.⁹²

4.3.4 Comunicación Masiva:

Es la que se establece entre un solo emisor y un gran número de receptores por medio de canales técnicos. Estos canales producen y distribuyen productos comunicativos. La información que se utiliza en la comunicación masiva, es acorde a los medios que se usan: cine, radio, televisión y prensa. Además, esta comunicación reduce o elimina las relaciones interpersonales en el proceso de comunicación.

⁸⁹ Op.Cit.137.

⁹⁰ Cf. BELTRAN J., *Para comprender la Psicología*, Verbo Divino, Navarra, 1994, 205

⁹¹ Cf. VA. *Introducción a los Medios de Comunicación*, Paulinas, Madrid, 1990, 23.

⁹² Cf. ROSSI-VALSECCHI, *Diccionario Enciclopédico De Teología Moral*, Paulinas, España, 1986, 91.

Los receptores generalmente son usuarios heterogéneos. Pertenecen a diferentes estratos sociales, niveles culturales, profesiones u oficios. No obstante, la comunicación masiva tiende a imponer modelos económicos, sociales y culturales.⁹³ Es interesante también la definición de Wright, que es antigua, pero no anticuada: “Comunicación de masas es la comunicación organizada, costosa, pública, rápida y transitoria que se destina a un auditorio grande, heterogéneo y anónimo, con tres objetivos fundamentales: información, cultura y entretenimiento”.

4.4 Metodología de la Ciencia de la Comunicación.

Ya desde 1567, Flacius, En la *clavis Scripture sacrae*, distinguió dos métodos científicos que se pueden aplicar en las “ciencias de la cultura” o “ciencias del espíritu”. El método sintético, que construye el objeto de investigación sobre la base de sus elementos, principios o causas, y el método analítico, que parte de la referencia del objeto a su uso, luego de aquí vuelve a sus raíces y elementos últimos. Otros de los métodos propios de la comunicación son los siguientes.

4.4.1 Método Semiológico:

Proviene del campo literario lingüístico y busca los elementos: el significante, el significado, el sistema que da significado a los signos, los códigos existentes y los aspectos ideológicos, culturales y sociales.

4.4.2 El análisis fenomenológico:

Que nos ayuda a comprender todos los aspectos y hechos de la realidad comunicacional.

4.4.3 El método lógico-empírico.

Este método es el más aceptado tanto en el campo comercial, como en la investigación académica en la ciencia de la comunicación.⁹⁴

5. LA PARTE CIENTÍFICA DE LA COMUNICACIÓN Y SU APLICACIÓN EN LA MISIÓN DE LA IGLESIA

En la predicación del evangelio es importante considerar, además del amor de Dios, la obra del Espíritu Santo, la Palabra de Dios y el sacerdocio del creyente, la comunicación como un instrumento. Principalmente los modelos de teorías que han sido probadas en el campo de la comunicación. Mal haríamos si las ignoramos o las

⁹³ Cf. DE LA TORRE ZERMEÑO, *Taller de Análisis de la Comunicación 1*, McGraw Hill México 1,998, 68

⁹⁴ Benito Angel, *Diccionario de Técnicas y Ciencias de la Comunicación*, Paulinas, Madrid España, 1991, 807,812, 816.

menospreciamos. Puesto que en esencia el evangelismo es comunicación. Es necesario que usemos todos los recursos que nos sean de mucha utilidad. Si hemos utilizado las técnicas exegéticas, hermenéuticas y homiléticas, para presentar un mensaje bien centrado y coherente, por ejemplo, ¿por qué no vamos a usar los principios que nos proporcionan las teorías científicas de la comunicación humana para ser más efectivos? Bien, confiamos que El Espíritu Santo nos guíe a usar correcta y eficazmente estas teorías de la comunicación.

A continuación presentamos la parte científica de la comunicación y cómo puede aplicarse en el ámbito de la fe y la predicación del evangelio. Se describen las teorías que han sido comprobadas en su efectividad en las diversas formas de comunicación que existen y la necesidad de aplicarlas en la proclamación del evangelio del reino de Dios. Dichas teorías las encontramos en el libro: Teología de la comunicación, del mismo autor de la presente investigación.⁹⁵

5.1 La Teoría de H.D. Lasswell.

Para Lasswell el describir correctamente un proceso de comunicación, implica necesariamente plantearse las siguientes preguntas: ¿Quién dice que, en qué canal, a quién y con qué efecto? Estas simples preguntas nos señalan las líneas fundamentales de los análisis comunicativos. Al responder la pregunta ¿Quién dice que? Se estará analizando el control de la información.

En este primer paso no importa qué dice quién, sino quién lo dice. Al responder la segunda pregunta surgirá el análisis de contenido. El análisis de los medios se pondrá de manifiesto al contestar ¿Por qué canal? Si respondemos a la pregunta ¿Con qué efectos? Habremos señalado el análisis de los mismos.⁹⁶

En el planteamiento de Lasswell se destaca a la persona como un elemento esencial del proceso comunicativo. También supone que el emisor siempre tiene en mente influir sobre el receptor. Además, afirma que todos los mensajes tienen efectos que se necesitan considerar. Este modelo se ha usado en una comunicación unidireccional que ha sido característica en la comunicación política. Aunque esta fórmula ha sido superada, es un punto de partida para otros estudios de comunicación colectiva.⁹⁷

Aplicación:

En la proclamación del evangelio se debe tomar en cuenta por lo menos algunos elementos del modelo mencionado, para que el proceso de comunicación del mensaje cristiano sea correcto. En la predicación sí es importante *Quién es el que está comunicando*, es decir, quién es el que tiene el control de la información. No puede ser cualquier persona. No es como el caso del que enseña filosofía, que

⁹⁵ Cf. Op. Cit. GALVEZ RIGOBERTO, *Teología de la Comunicación, un acercamiento bíblico al uso de los medios masivos de comunicación*, Clie, Barcelona, 2001.

⁹⁶ Cf. LASWEELL H., *Estructura y Función de la comunicación en la sociedad*, en *Introducción a los Medios de Comunicación*, VA. Paulinas, 1990, 32,

⁹⁷ Cf. *Ibid.*,

puede vivir perfectamente desligado de sus propias enseñanzas. El que predica el evangelio es necesario que viva el evangelio. Si no, no tiene autoridad.

La segunda pregunta “*qué*” tiene que ver con el análisis del contenido del mensaje. Esto es pertinente en nuestro contexto. Tenemos que analizar cuál es el contenido de nuestros mensajes en las predicaciones, en las enseñanzas, en la evangelización. Debemos revisar si éstos están fundamentados realmente en el texto sagrado, si han pasado por el proceso de la exégesis, la hermenéutica y la homilética, sin descuidar la oración y la guía del Espíritu. La razón de revisar es porque en las últimas dos décadas, en algunos casos, se ha estado predicando mensajes con muy poco contenido bíblico. Han sido mensajes humanísticos, más que espirituales. En otros casos, los mensajes son más anti-bíblicos que bíblicos.

La siguiente pregunta que nos provee este modelo de comunicación es *¿qué canal?* En otras palabras, ¿qué canal es el más conveniente para utilizar de acuerdo a los objetivos? La iglesia tiene que actuar con sabiduría en este aspecto. Si se trata de enseñar y edificar a los que ya son creyentes, pues hay que seguir enseñando en los templos. Si se pretende alcanzar a los vecinos, amigos y familiares de los que asisten a una iglesia, lo adecuado sería organizar grupos familiares o casas de estudio bíblico en las casas de los que son cristianos. Si el objetivo es evangelizar masivamente a los empresarios, vendría muy bien hacer uso de la prensa. Si se quiere llegar a aquellos que viven en la ciudad pero no se puede tener contacto directo con ellos, la televisión sería el mejor canal. Si la visión es llegar a los que viven en el interior del país, que son mayoría los que no leen o no tiene televisión, la radio es el mejor instrumento. O si queremos hacer una evangelización masiva generalizada, pues el cine, la radio, la prensa, y la televisión local, por cable o vía satélite, vendrían a darnos un excelente soporte. Este es el verdadero desafío para la iglesia en esta época cibernética.

Otra de las preguntas claves dentro de la teoría de Lasswell es “*a quién*” se le transmitirá el mensaje. La palabra “quién” corresponde al análisis de las audiencias. Si algo debemos tener presente es la clase de audiencia que tenemos o queremos llegar. Debíamos analizar, entonces, quienes son los que leen la prensa, los que oyen la radio, y los que ven la televisión, para que usemos el lenguaje, las técnicas y las teorías adecuadas.

La última pregunta para cerrar el proceso de comunicación que ofrece este modelo es la pregunta *¿con qué efecto?* Esta pregunta tiene que ver con el análisis de los resultados del mensaje. Aunque se ha discutido mucho al respecto de que cuando se utilizan los medios de comunicación masiva, para comunicar un mensaje, no se pueden medir resultados con exactitud. Esto es verdad. Pero de todas maneras necesitamos medir resultados, a lo menos, por aproximación. Es ahí donde las empresas especializadas en medir audiencias y usuarios nos pueden proveer información para medir el impacto que estamos teniendo. Por otra parte, el resultado se mirará indirectamente por el crecimiento y la presencia de creyentes, en las fábricas, el sector gubernamental, profesional y empresarial. Y, por supuesto, en la multiplicación en el número de iglesias evangélicas. De cualquier manera es importante que tengamos en mente el principio de crecimiento de Dios: “unos sembramos, otros riegan, pero el crecimiento lo da Dios”.

5.2 Las Teorías de Shannon y Weaver.

Estas investigaciones se realizaron desde la Física y la Ingeniería. En el campo de la transmisión de los mensajes se analiza el proceso comunicativo. Se utilizan los métodos de “suerte” y “juegos”. Ellos proponen que toda comunicación parte de una fuente de información, que emite mensajes, que un transmisor al codificar y modular, convierte en ciertas señales adecuadas. Un canal físico transporta las señales hasta llegar al receptor, que las descodifica. De esta manera reconstruye el mensaje original. En este modelo, la comunicación se concibe en una secuencia lineal. Se extiende en una única dirección.⁹⁸

A este modelo de comunicación le fue añadido el concepto de *feed-back* o retroalimentación. Este elemento vino a enriquecer y a completar este modelo. Además, ha proporcionado a otros estudios de la comunicación, nuevos conceptos que han sido incorporados para crear teorías modernas. Las teorías de Shannon y Weaver están catalogadas para el uso de la comunicación colectiva.⁹⁹

Aplicación:

Este modelo nos recuerda el proceso correcto de comunicar el evangelio. La fuente de donde tenemos que tomar, para formular nuestro mensaje, es la Palabra de Dios. No podemos beber de otra fuente. Es en ella que encontramos palabras de vida y respuestas a las preguntas existenciales. Ella es fuente de luz, sabiduría, fe, esperanza, consuelo, fortaleza. La Biblia contiene el plan de salvación que Dios ha hecho para el hombre.

El contenido del mensaje tiene que provenir de la fuente de información que es la palabra de Dios. El mensaje que predicamos no es nuestro. No lo fabricamos, tampoco lo inventamos. Únicamente somos el “transmisor”. Transmisores que emitimos palabras o “señales”. Nuestra congregación o audiencia son “el receptor”. El receptor obtiene el mensaje. Este llega a su destino. Pero el receptor debe estar en la capacidad de reproducir el mensaje que ha recibido.

5.3 La Teoría de Jakobson.

Esta formulación es eminentemente lingüística. Según esta perspectiva, todo acto comunicativo tiene que contar con los siguientes elementos fundamentales: un destinador, un destinatario, un mensaje, un contexto de referencia, un canal y un código.¹⁰⁰ La existencia de estos elementos nos lleva a los distintos niveles que deben estar presentes en todo acto comunicativo. Estos son: a) El nivel social y

⁹⁸ Cf. SHANNON Y WEAVER, *Teoría Matemática de la comunicación, en Introducción a los Medios de Comunicación*, VA. Paulinas, 1990,33.

⁹⁹ Cf. SHANNON Y WEAVER, *Teoría Matemática de la comunicación, en Introducción a los Medios de Comunicación*, VA. Paulinas, 1990,33.

¹⁰⁰ Cf. JAKOBSON R., *Ensayos de Lingüística General, en VA., Introducción a los Medios de Comunicación*, Paulinas, 1990,34

humano que está formado por los elementos que se comunican: el emisor y el receptor. b) El nivel extra comunicativo se refiere a aquello de que se habla. Esto es el referente. c) El nivel tecnológico de transmisión que es el canal. d) El nivel lingüístico que está compuesto por signos. Este tiene la función de significar.

Jakobson describe las funciones del mensaje como “aquellas” que se definen por su relación con los demás elementos que hay que tomar en cuenta en la comunicación. Dentro de las funciones principales menciona éstas: a) La función referencial, llamada también denotativa y connotativa. Esta hace la función primaria de toda comunicación y se origina de la relación entre el mensaje, el objeto y la idea de referencia. b) La función expresiva o emotiva, define las relaciones del mensaje con el emisor. Ésta debe ofrecer una actitud adecuada del hablante ante aquellos a quienes habla. c) La función connotativa define las relaciones entre el mensaje y el receptor. Ésta establece el paso final de la comunicación. La función connotativa se dirige ya al raciocinio, ya al corazón. El primer caso trata de organizar coherentemente el mensaje, sin lugar a interpretaciones incorrectas. El segundo, intenta conseguir su participación en el mensaje. Un ejemplo del primero sería la señalización de tránsito, un ejemplo del segundo la música. d) La función estética. Está basada sobre la relación del mensaje consigo mismo. Esta función se aplica donde el referente se confunde con el mensaje. e) La función fática, está en relación del mensaje con el canal. Ésta tiene por objeto consolidar, detener o mantener la acción de la comunicación. Es una manera de comprobar el buen funcionamiento del canal de comunicación. Frases como ésta: ¿Me escuchas? ¿Se oye bien? Son algunas formas de la función fática. f) La función metalingüística, es la que se da entre el mensaje y el código. Se realiza al hablar y al explicar el mensaje mismo. Cuando se habla del mensaje para explicarlo o para analizarlo, estamos siempre haciendo uso de esta función. Cualquier explicación del lenguaje es un metalenguaje. Las funciones de Jakobson son inseparables. Estas se dan en toda narración comunicativa. Y tienen un relevante interés en los análisis comunicativos.¹⁰¹

Aplicación.

Para la proclamación del evangelio también se pueden tomar algunos elementos fundamentales de este modelo. En esa dirección, el destinador vendría a ser todo creyente como sacerdote que es. Pues todos los creyentes hemos sido capacitados para divulgar el mensaje. El destinatario es todo ser humano. Marcos 16:15 nos habla del objeto de la misión: “Id por todo el mundo y predicad el evangelio a toda criatura”. El mensaje obviamente es el evangelio que significa “buenas noticias de Dios”. El contexto de referencia es la contextualización de nuestro mensaje. Este elemento es importante puesto que el evangelio está constituido por fundamentos de carácter universal, pero que se tienen que adecuar a las realidades de cada país y cada cultura, sin comprometer los principios fundamentales del evangelio. Lo que significa que cada cultura debe ser probada y juzgada a la luz de las Sagradas Escrituras, pero sin prejuicios de superioridad de una cultura sobre otra. El

¹⁰¹ Cf. Ibid.,

evangelio juzga con sus criterios de verdad y propone principios morales absolutos, respectivamente en cada cultura.¹⁰²

Luego el canal que hay que usar. En este caso, según nuestra perspectiva, es urgente usar la radio, la prensa, la televisión, e incluso el cine. Por último el código, que vendría a ser el lenguaje que usamos. Éste siempre debería ser sencillo, claro, común y acorde al nivel cultural de cada región. Jesucristo nos dio el ejemplo perfecto, pues, siempre supo comunicarse. Es más, el Nuevo Testamento fue escrito en el lenguaje más corriente de la época, llamado *Koiné*.¹⁰³ Todos podían “descifrar” esos códigos. No se usó los lenguajes cultos.

5.4 Teoría de la Agenda Setting.

Esta teoría ha evolucionado. Al principio consideró que los medios de comunicación imponían los temas a tratar en la sociedad, de la cual eran parte. Ya políticos, ya económicos. Esta formulación se hizo porque estos medios juegan un papel fundamental en el desarrollo de una sociedad. En un momento dado, se creyó que tenían un poder maligno sobrenatural, de tal manera que podían subyugar a todos los habitantes del planeta. Actualmente, aunque se reconoce que los que dirigen dichos medios tienen injerencia en los temas más importantes de la sociedad, no se les atribuye un poder ilimitado. Ya nadie cree que los medios de comunicación pueden arrastrar sin límites la voluntad y la acción social colectiva, sin que medien las demandas reales. Estos más bien reciben presión de las necesidades públicas.¹⁰⁴

Aplicación.

Si los medios de comunicación tienen injerencia en los temas de interés general, pero también reciben la demanda y la presión de la sociedad, para que no hagan lo que quieren, entonces el evangelio tiene que tener presencia tanto en los medios de comunicación, como en la sociedad. La iglesia evangélica debe generar más hechos que a su vez generen más noticias. Hechos dignos de conocerse como, campañas masivas de evangelización en todas las ciudades, departamentos, municipios y aldeas con jornadas médicas, fortalecer la educación cristiana en todos los niveles, fundar más templos, más colegios cristianos, orfanatorios, hogares de ancianos y, por supuesto, mostrar un excelente testimonio moral, ético y cívico. De esta manera cumplimos con la misión de la iglesia, pero también ejercemos presión sobre los medios de comunicación y ayudamos a que en la agenda nacional se tome en cuenta la realidad de la iglesia evangélica. Por el otro lado, es necesario que la iglesia tenga presencia desde los medios. Por tanto debe procurar adquirir frecuencias de televisión, radio, e invertir en la fundación de periódicos, aunque sean grandes esfuerzos. Estos se pueden realizar si la iglesia está unida y con una misma visión respecto del uso de los medios de comunicación. Por supuesto que esto es un gran desafío. Si la iglesia posee estos

¹⁰² Cf. ESCOBAR S. *Evangelio y Realidad Social, Ensayos*, C.B.P. El Paso Tx., 1988, 230.

¹⁰³ Cf. HARRISON E. *Introducción al Nuevo Testamento*, T.E.L.L., Grand Rapids, MI, 1980, 49.

¹⁰⁴ Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala 1999, 49.

medios, o por lo menos tiene acceso, puede expresarse, promulgar el evangelio y además tendrá injerencia sobre la vida espiritual o “religiosa” de toda una sociedad.

La iglesia no puede aislarse. Tiene que ser luz en medio de la sociedad, en cuanto que la misma está expresada en congregaciones locales ubicadas en pueblos, comunidades y ciudades específicas. Sin embargo, no puede perder su identidad. Identidad que, según Barrientos, no se puede vincular con filosofías o ideologías, no importando qué situaciones históricas le toque vivir. El mensaje del evangelio no es, en principio, equivalente al capitalismo liberal, ni a la democracia burguesa o socialista, ni a cualquier otro sistema político.¹⁰⁵ Pero este mensaje tiene que ser coherente con la forma de vida de la iglesia frente a las necesidades integrales del hombre, en medio de la sociedad. Hechos 2:43-45 deja en claro que la iglesia primitiva no pasaba desapercibida, infundía respeto, aunque era cuestionada. Esta influenciaba y hacía impacto en la sociedad de su tiempo. Creo que imponía la agenda de la nación en los aspectos espirituales y éticos, estuvieran de acuerdo o no.

5.5 Teoría de la Regresividad.

Ésta es exactamente contraria a la teoría de la Agenda Setting. Afirma que los medios ejercen influencia en las decisiones de carácter colectivo. Sin embargo, los que terminan siendo presionados e influenciados por las demandas de la sociedad, son los mismos medios de comunicación. Lo que quiere decir que son los distintos sectores nacionales quienes determinan la agenda informativa. Dentro de esta perspectiva, el medio no está en la capacidad de determinar los temas de interés público, sino es el público el que puede expresar sus necesidades. Si habláramos comercialmente diríamos “El cliente es quien tiene la última palabra.”¹⁰⁶

Aplicación:

El sector evangélico en América Latina ha crecido considerablemente.¹⁰⁷ Guatemala es uno de los países que va a la cabeza en este crecimiento. Ya no se puede ignorarlo. Encontramos evangélicos definidos en todos los sectores del País: gubernamental, empresarial, comercial, industrial, bancario, agrario, académico, profesional, obrero y en la población en general. Por lo tanto, la iglesia evangélica tiene que hacer oír su voz y su voto ante cualquier decisión de cualquier índole, de interés nacional. Este pronunciamiento obedece a los intereses del Reino de Dios, los cristianos y de la misma población. La iglesia no debe quedarse al margen. Esta postura es la que tiene que reflejarse en los medios de comunicación. La iglesia protestante evangélica, como un sector importante en el ámbito espiritual religioso, puede determinar algunos temas de la agenda informativa.

¹⁰⁵ Cf. BARRIENTOS A. *Teología de la liberación, Una respuesta Pastoral*, Unilit, Miami, 1991, 147.

¹⁰⁶ Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala 1999, 50.

¹⁰⁷ Cf. STOLL D. *¿América Latina se vuelve Protestante? Las políticas del crecimiento evangélico*, Abya-Yala, Cayambe, Ecuador, 1990.

5.6 Teoría Psico-cibernética.

Teoría que está basada en teorías de la psicología y de la informática. Ésta nos explica que el cerebro recibe los mensajes en varias memorias. El cerebro posee varios niveles de información. Dentro de éstos están el Consciente y el Inconsciente. El primero se divide a su vez en el Consciente operativo y el Preconsciente. El Consciente operativo sirve para que funcionemos diariamente. Éste es como la memoria “Ram” de la computadora, lo que tenemos en la pantalla. El Preconsciente guarda la información que se necesita para operar en el futuro a corto, mediano y largo plazo. Son exactamente como los archivos que guardan, la memoria de la computadora, que cuando los necesitamos los extraemos.

El Inconsciente se subdivide en dos: El Inconsciente como tal, y el Subconsciente. El primero archiva información negativa. Todo lo que nos puede causar daño de alguna manera, está guardado ahí. Ésta quiere salir a flote por medio de los sueños. Los sueños regularmente son símbolos que representan información anterior. De igual manera, la computadora en la pantalla muestra símbolos, que son mensajes que la máquina descifra en su propio lenguaje. El segundo, llamado subconsciente, archiva la información negativa, dañina en extremo para nuestra salud mental. Los traumas, los sufrimientos y las situaciones que causan angustia mental, son considerados por el cerebro como desechos, pero aún así, no se pierde esa información. Ésta queda almacenada en alguna parte recóndita del cerebro.¹⁰⁸

Aplicación.

Esta teoría muestra que tenemos cerebros y mentes con mecanismos de defensa para mantener la salud mental. Pero la salud mental no basta. El hombre necesita una salud integral. Es imposible tener salud mental sin salud emocional. Se necesita salud en el espíritu, en el alma, las emociones, los sentimientos y la conciencia. Por eso, nuestros mensajes deben ser integrales.

Si bien es cierto que la predicación va dirigida principalmente al corazón, al espíritu y a la conciencia de los hombres, el mensaje es interpretado en la mente. Por ello, nuestros mensajes deben apelar también a la razón. Un tema pertinente, un título adecuado, una introducción interesante, un desarrollo lógico con verdades centrales, una conclusión aguda y una aplicación adecuada, son los pasos fundamentales para que un sermón sea penetrante.¹⁰⁹ Estos harán que el mensaje se agrave en el preconsciente. Será el archivo que el Espíritu Santo utilizará para recordarle que es necesario reconciliarse con Dios por medio del Señor Jesucristo.

En cuanto a la información que el inconsciente guarda en sus dos “gavetas” mentales, Jesucristo y su palabra pueden hacer algo extraordinario. Toda la información que se relacione con los sufrimientos extremos, los problemas emocionales, los traumas psicológicos, la culpa, el sentimiento de culpa, “todo lo negativo” que pueda almacenar nuestro subconsciente, y que se revelan en nuestros sueños, con la fe en Jesucristo puede cambiar esta situación. Jesucristo opera un

¹⁰⁸ Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala 1999, 51.

¹⁰⁹ Cf. ARRASTIA C. *Teoría y Práctica de la Comunicación*, Caribe, Nashville, TE, 1993, 2, 128.

milagro en la esfera espiritual, psicológica y mental de las personas. Esta quita la culpa, pues dice la Biblia que la sangre de Jesucristo purifica nuestras conciencias. Toda información de resentimiento, odio, amargura, ansiedad, sufrimiento, ya no afecta nuestros sueños. Ya no tenemos pesadillas. El amor y el perdón de Dios en Jesucristo son la solución. Y si todavía persiste alguna información “negativa”, nuestro punto de vista sobre ésta cambia.

La información dañina para nuestra salud mental, es archivada en alguna parte del subconsciente. Según esta teoría, esta información es considerada como desechos por nuestro cerebro, pero nunca se pierde. De cualquier manera, el creer el mensaje de Jesucristo nos produce un cambio de mente. Se opera un milagro en la mente natural, de tal manera que podemos tener una mente renovada por el Espíritu de Dios, a través de la palabra de Dios. La Biblia dice que los cristianos tenemos la mente de Cristo.

5.7 Teoría de la Exposición Selectiva.

Esta teoría manifiesta que únicamente nos exponemos a aquellos aspectos de la vida que confirman nuestra visión y nuestros intereses del mundo. Cuando las personas están comprometidas con una idea o visión, están más predispuestas a prestar atención cuando tales ideas se transmiten. Los que ya están comprometidos e interesados con una cierta clase de vida, son los que están dispuestos a observar y actuar según la información. Ejemplos de esta teoría son los que compran una mercancía, y por ello se predisponen a identificar rápidamente información al respecto. En otras palabras, miran lo que quieren ver porque les interesa.¹¹⁰

Aplicación.

Con el evangelio se cumple esta teoría en el sentido negativo. Sucede que las personas que no lo han creído, en general no le ponen atención porque no les interesa. Creen que son asuntos anticuados de religión, y que para sólo cierta clase de personas es. Ante esta realidad, ratificamos que únicamente el Espíritu de Dios es quien puede convencer de pecado y de juicio, cuando las personas escuchan la predicación del evangelio. Nuestra responsabilidad es, pues, predicar; la del Señor es convertir.

5.8 Teoría de la Evitación Defensiva.

Esta teoría es lo opuesto a la exposición selectiva. Ésta afirma que en general las personas no se colocan voluntariamente en situaciones que les provoquen incomodidad aludiendo su conducta o sus errores. En este sentido, todos los seres humanos actúan en función al principio de “pérdidas y ganancias”. En el sentido amplio, es pérdida o ganancia emocional lo que puede producir una

¹¹⁰ Cf. ELLIS McCLINTOCK, *Teoría y práctica de la Comunicación humana*, Paidós, España, 1993, 48.

información. Si nos produce satisfacción, viene a ser una ganancia. Si va en contra de lo que nos gusta o preferimos, es una pérdida. Un ejemplo clásico de la operación de esta teoría es el de “Aquel fumador que, leyendo en los periódicos todos los días, suficiente información sobre que fumar produce cáncer, dejó de leer los periódicos.” En esa misma dirección, son considerados los sermones reiterativos, los consejos asfixiantes de los parientes, los ofrecimientos gubernamentales. Cuando estos no son reestructurados y se prolongan el resultado es el de la “evitación defensiva”.¹¹¹

Aplicación:

Esta teoría se cumple, en parte, en la predicación del evangelio en el sentido positivo. En primer lugar con las personas que todavía no son creyentes. Buena parte de ellos se niegan a asistir a los templos para escuchar al predicador. El pastor se entera de muchos familiares de los que sí asisten a una iglesia, que dicen que evitan ir porque los pastores los va a “regañar”, los va aludir y los va a ofender. En ese sentido la iglesia tiene que trabajar, además, una evangelización “sin templos” y hacerlo en las propias casas de los creyentes para que inviten a amigos, familiares y vecinos para que escuchen la palabra de manera amigable e informal. En segundo lugar con los propios creyentes se puede dar la evitación defensiva: tanto el pastor insiste en algo, habla sobre lo mismo, se vuelve muy repetitivo, sin la guía del Espíritu, que ya no asisten a la iglesia. También puede darse en las predicaciones que se ven en la televisión y se escuchan por la radio.

5.9 Teoría del Fedd Back.

Teoría que se conoce en español con el nombre de la *teoría de la retroalimentación*. Ésta se basa en el esfuerzo de presentar una cadena de elementos que afecta elementos subjetivos de la personalidad como: instintos, necesidades, motivaciones, actitudes, opiniones, acciones, comportamientos, conductas, que culminan en la acción retroalimentadora. Para poner en marcha la cadena se puede accionar en cualquiera de los mencionados elementos, aunque los resultados pueden variar. Esta teoría explica que si se da un estímulo X en ciertas condiciones y bajo ciertas compensaciones positivas, entonces se ocasiona, tanto en un ser humano como en un animal, conductas reiterativas. Esto viene a reforzar la necesidad por el estímulo original.¹¹²

Aplicación.

Como pastores, líderes y predicadores necesitamos tener retroalimentación del trabajo ministerial que estamos realizando. Si desconocemos cómo está llegando nuestro mensaje, cómo es recibido y cómo es evaluado de parte de nuestros receptores, no podremos avanzar eficazmente en la tarea que se nos ha encomendado. Sufriremos muchas decepciones, frustraciones y sinsabores si no detectamos, por medio de la retroalimentación, las cosas que necesitamos cambiar e implementar. Para comenzar podríamos pedirle a unos dos o tres hermanos

¹¹¹Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala 1999, 52.

¹¹² Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala, 1999, 53.

maduros en la fe y amigos sinceros que nos dirán la verdad, para que nos den su opinión acerca de nuestras predicaciones, enseñanzas y aún los proyectos que hemos puesto ante el Señor. Si dos o más nos dicen que estamos equivocados, pongamos atención, y pidamos al Señor que nos dé humildad para reconocerlo y sabiduría para reorientar lo que sea necesario.

5.10 Teoría del Entretenimiento.

Esta teoría expone que los mensajes de entretenimiento en los medios de comunicación masiva, son capaces de gratificar a los participantes debido a sus propiedades intrínsecas que los caracterizan, así como por las valoraciones idiosincráticas que los participantes les otorgan. El entretenimiento, según esta teoría, regula la excitación y el afecto asociado a la misma. Produce un contagio de alegría a aquellas personas que necesitan superar un estado de desazón. El fenómeno mejor documentado al respecto es el que la risa ajena propicia la risa del consumidor. Incluso la risa enlatada provoca, según experimentos, mayor hilaridad, tanto en audiencias infantiles como adultas. Aumenta en la mayoría de los casos, la capacidad de disfrutar de la programación. El aplauso funciona de manera análoga como respuesta a las actuaciones e intervenciones ante una audiencia. El consumo del entretenimiento, más que ningún otro, es para obtener beneficios como la distracción en momentos de pesar y de aburrimiento, para levantar el ánimo, para calmarse. Una persona que llega a casa agotada, tensa, de mal humor, buscará el entretenimiento. Empero, si se abusa del entretenimiento se puede desembocar en el escapismo. Gran parte del consumo del entretenimiento se debe a que se ha comprobado que se pueden cambiar estados de ánimo, afectos y emociones con una regularidad considerable. A pesar de lo dicho, los expertos de esta teoría, sugieren más exploración en la experiencia del entretenimiento, con sus consecuencias de bienestar emocional, pero con el riesgo de caer en el “escapismo”¹¹³

Aplicación.

El evangelio es mucho más que entretenimiento. Es una verdadera transformación. Este trae vida en abundancia llena de plenitud y verdadero gozo, que sobrepasa todo entendimiento humano. El creyente puede tener completa paz en medio de problemas. Esto es lo extraordinario del evangelio de Jesucristo. Estamos de acuerdo, sin embargo, que el creyente también necesita distracción y entretenimiento, pero estos son secundarios. Además, el entretenimiento tiene que ser sano y no pecaminoso, por convicción, testimonio, y porque ya no necesitamos meras entretenciones. Cristo nos ha libertado. Ya no buscamos entretenimientos malsanos, no por represión, sino por libertad.

5.11 Teoría Estímulo-Respuesta.

Esta teoría es una de las más antiguas. Su origen se remonta a los

¹¹³ Cf. BRYANT-ZILLMANN, *Los Efectos de los Medios de Comunicación, investigaciones y Teorías*, Paidós, Barcelona, 1996, 596.

experimentos realizados por el fisiólogo ruso Ivan Pavlov en el siglo XIX. Él es el descubridor del reflejo condicionado. Posteriormente los científicos norteamericanos, comenzando con Benjamín Watson, siguieron los experimentos en la misma línea. La fórmula base de la teoría del Estímulo es la siguiente: E-O-R, es decir, Estímulo Organismo Respuesta. Tanto los estudios de Pavlov, como de Watson, demostraron que un organismo vivo sometido a determinado estímulo, reacciona con una respuesta "X". No obstante, para que la respuesta sea unívoca, inequívoca y repetitiva, el organismo sometido al estímulo "Y", es necesario sumarle un cuarto elemento denominado "recompensa". Esto significa que la fórmula completa es E-O-R-R. Un estímulo "A" en un ser humano trae una respuesta basada, no solamente por el mismo estímulo, sino por la recompensa. Las recompensas se dan en sentido amplio. Éstas obedecen a satisfactores primarios como la bebida y la comida, pero también a satisfactores de alto nivel como superación personal, posición social, política y económica.¹¹⁴

Los mensajes que están basados en la teoría del Estímulo – Respuesta son de estructura simple. Estos manejan lo que se llama "operadores semánticos", de gran poder como lo son los colores, sabores, olores, formas y palabras claves. Esta teoría y sus mensajes han sido utilizados ampliamente en el campo de la propaganda política y principalmente en la publicidad comercial.

Aplicación.

El evangelio opera más en el espíritu del hombre que en la esfera del alma, las emociones, y los sentimientos. En ese sentido más bien hablaríamos de estímulo del Espíritu Santo al espíritu humano. Pero para que esto suceda, el que está comunicando un mensaje tiene que ser espiritual, correcto, ético para que haga impacto en la vida de las personas. Ahora bien, puesto que el hombre es una unidad fundamental y no podemos caer en un dualismo y olvidar de la parte meramente anímica, tenemos que tocar aspectos humanos. En consecuencia, todo lo que mejore nuestro mensaje externamente y semánticamente en el púlpito, la prensa, la radio y la televisión, hay que hacerlo con diligencia.

5.12 Teoría del Efecto Boomerang.

Esta teoría afirma que todo mensaje produce efecto en el receptor, pero también ocasiona un efecto en el emisor. Este puede ser a la inversa de lo proyectado. Es un error, pues, considerar que un mensaje hace impacto únicamente en el destinatario. Esta teoría se puede ver demostrada en algunos casos de mensajes políticos y mensajes publicitarios que tienen resultados contraproducentes. Esto sucede por el descuido de la escala de valores morales, prejuicios, factores culturales. El elaborar mensajes con la certeza de vender y producir el efecto sin tomar en cuenta los elementos mencionados, conduce a la

¹¹⁴ Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala, 1999, 54.

pérdida de clientela, en lugar de ganar más.¹¹⁵

Aplicación.

Los que predicamos y enseñamos debemos tomar muy en cuenta esta teoría, en cuanto contiene una gran verdad. Los mensajes que predicamos tienen efecto, no solamente en nuestros oyentes, sino que en nosotros y se revierten en nosotros mismos. Si predicamos santidad, humildad, entrega, diligencia, servicio, amor y nosotros no lo vivimos, entonces perdemos credibilidad y miembros. Razón tenía Pablo al decirle al creyente: “Tú pues que enseñas a otro, ¿no te enseñas a ti mismo? Tú que predicas que no se ha de robar ¿robas? Tú que dices que no se ha de adulterar ¿adulteras?” (Romanos 2:21-22a).

5.13 Teoría del Efecto Controlado.

Esta teoría señala que la gente cambia sus actitudes de acuerdo a los estímulos recibidos. Pero es necesario trabajar con el análisis de audiencia, que viene a ser una condición previa para difundir un mensaje. En este proceso el comunicador tiene que ser parte de los estímulos, para que pueda generar credibilidad. Además, se requiere que este sea experto y confiable.

Si todo mensaje se pone a prueba, entonces se puede determinar sus “pro” y sus “contra” en relación con los objetivos propuestos. En ese sentido, es necesario que todo mensaje sea validado o testeado para que esté acorde con el mensaje. Esta afirmación desmorona la postura de quienes “confían” mucho en sus percepciones y valoraciones respecto de su audiencia o receptores de sus mensajes. Esta teoría se ha hecho muy popular. Se ha multiplicado la literatura al respecto. Se encuentran libros que muestran desde los modelos más complicados, hasta los modelos de educación popular.

Los estudios de efectos controlados de comunicación, pueden identificar las consecuencias que una audiencia X pueda experimentar respecto de un mensaje recibido. Es posible prever ciertas conductas que se desean lograr en los individuos con un mensaje estructurado. Dentro de estas conductas o efectos se pueden mencionar algunos niveles: efectos en el conocimiento, en las emociones, en las actitudes, en las opiniones, en el comportamiento, en la conducta.¹¹⁶

Aplicación.

La aplicación de esta teoría encajaría más en la predicación a través de la radio o la televisión. Creemos que es correcto que se hagan análisis previos de audiencias para conocer los pro y los contra, las necesidades insatisfechas, para una efectiva comunicación. Además, esto ayudaría a producir programas variados y dirigidos a audiencias específicas: amas de casa, niños, jóvenes, universitarios,

¹¹⁵ Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala 1999, 55.

¹¹⁶ Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala 1999, 55.

empresarios, capacitación, profesores de educación cristiana.

5.14 Teoría de la Catarsis.

Esta teoría afirma que los medios de comunicación también provocan en los usuarios un efecto nocivo narcotizante. Esto ocurre principalmente con los mensajes aparentemente sin trascendencia, pero que a la larga producen un efecto adormecedor de conciencia. Ejemplos ordinarios son los programas de entretenimiento, las telenovelas, las películas “rosa”, los “*talk shows*”, que alejan a los receptores de sus problemas reales. Estos los someten a un proceso de “enajenación” colectiva por medio de los medios masivos de comunicación. La teoría de la catarsis, en general, afirma que todos los efectos secundarios que apartan a los usuarios de sus realidades, son catárticos. Estos conducen a los consumidores hacia la “solución” en pantalla. Es más, los desvía a que se preocupen por resolver los problemas ajenos. Tal es la enajenación, que se encuentran involucrados mental, emocional y sentimentalmente, en problemas familiares, geográfica, y culturalmente distintos. Y por eso no atienden los propios. Los casos de la guerra del Golfo Pérsico, el escándalo Clinton-Lewinsky, son algunos ejemplos concretos de la catarsis que crean los medios de comunicación con conciencia clara o sin ella.¹¹⁷

Aplicación.

Estamos de acuerdo con esta teoría en que los medios de comunicación producen un efecto adormecedor de conciencia en los usuarios y enajenación. Esto se debe a que la programación e información está cargada de eventos y sucesos de otras culturas. De tal manera que a los usuarios les sirve de desahogo o escape estar apegados a situaciones ajenas, pero no resuelven sus propios problemas.

5.15 Teoría de la Disonancia Cognitiva.

Esta teoría explica el proceso de cambio de actitud frente al cumplimiento de valores y creencias. Cuando las personas actúan de una manera acorde a sus valores y creencias, entonces experimentan un sentimiento de bienestar mental. En cambio, cuando se comportan de una forma inconsecuente, experimentan un estado de confusión e insatisfacción. Este estado desagradable se le ha llamado *disonancia cognitiva*. Sin embargo, cuando se experimenta esta disonancia, las personas buscan reducirla cambiando creencias, actitudes, conductas para poner una y otra más en consonancia. La disonancia se produce también cuando las personas se ven confrontadas en una situación. Sin embargo, es importante dejar claro que la disonancia disminuye cuando, por cualquier causa, dos personas de

¹¹⁷ Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala 1999, 58.

distintas creencias tienen que estar juntas. Además cuando existe una situación común también disminuye la disonancia.¹¹⁸

Aplicación.

Definitivamente habrá disonancia entre el cristiano y el que no lo es. Entre el judío y el hindú, entre el católico y el evangélico. No obstante, el cristiano evangélico tiene que mostrar amor, tolerancia y respeto para el que no lo es. Ese es el primer paso para la evangelización. Es más efectivo el testimonio que la misma predicación.

5.16 Teoría de la Catálisis.

Esta teoría es opuesta a la teoría de la catarsis. Afirma que los medios son capaces de detectar y reflejar los problemas sociales. Además, que están en la capacidad de acelerar y desencadenar efectos, que no son otra cosa que el resultado de la realidad social. Los medios de comunicación son, pues, un catalizador de la sociedad. La manera en que se manifiesta esta catálisis, es por medio del traslado de opiniones públicas, traslado de información de interés nacional, incluso, en algunas ocasiones, manipulando la opinión pública. Todo esto para desencadenar conflictos sociales que de otra forma no conocería la población. Esta reacción en cadena puede contribuir a que se resuelvan problemas.¹¹⁹

Aplicación.

Si los medios son capaces de mostrar y reflejar las realidades sociales del país, entonces, podemos mostrar, a través del evangelio, las necesidades espirituales y físicas que el hombre necesita suplir. Porque el evangelio es capaz de poner al descubierto la realidad del hombre, pero también da la solución. Que mejor que los medios de comunicación para proclamar estas verdades.

5.17 Teoría de la Erosión Cultural.

Esta teoría afirma que los medios de comunicación provocan cambios en los "nichos" culturales. Por eso estandarizan, en alguna medida, los modelos culturales. Esto va en detrimento de las culturas locales. La manera en que ocurre esta erosión, es cuando los mensajes están saturados de contenidos extranjeros que son modelos ajenos a las culturas locales. En consecuencia, los receptores van creando una predisposición para despojarse de sus costumbres y su lenguaje, para aceptar nuevos paradigmas. La teoría de la erosión cultural es más palpable en aquellas personas que se ven en la necesidad de trasladarse a otros lugares, en los cuales, los grupos son distintos culturalmente. En este aspecto, los medios de comunicación

¹¹⁸ Cf. ELLIS McCLINTOCK. *Teoría y Práctica de la comunicación humana*, Paidós, Barcelona, 1993, 47

¹¹⁹ Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala 1999, 59.

juegan un papel muy importante. Los emigrantes latinoamericanos en la cultura norteamericana, corroboran el fenómeno de la erosión cultural.¹²⁰

Aplicación.

El evangelio no debe, en principio, provocar una erosión cultural. Sin embargo, debemos poner atención a lo que dice Samuel Escobar en cuanto es necesario examinar la cultura desde el evangelio, para luego desechar lo que va en contra de los principios fundamentales del evangelio.¹²¹

5.18 La Teoría de la Sedentarización.

Esta teoría afirma que los medios de comunicación son capaces de crear en los individuos un estado sedentario. El medio masivo más responsable es la televisión. La sedentarización influye negativamente en la conducta personal y la relación familiar, en cuanto que los usuarios pasan una gran cantidad de horas frente al televisor. El que ha entrado en este estado, relega actividades como el deporte, la lectura, el recreo familiar, tan importantes para la vida normal de los individuos. Los aspectos negativos son básicamente dos. En primer lugar, el carácter alienante y nocivo del contenido de los mensajes. En segundo lugar, la gran cantidad de tiempo que el usuario invierte leyendo, oyendo y viendo los medios de comunicación. Estos aspectos conducen al consumidor a una vida estática.¹²²

Aplicación.

Estamos en pleno acuerdo con lo que sustenta la teoría de la sedentarización, en cuanto que los medios de comunicación, principalmente la televisión, conducen a los usuarios a un estado de pasividad. Todo ello en detrimento de la propia salud mental del individuo, de la familia y por ende en la sociedad. Es nuestra responsabilidad pastoral el orientar a nuestras congregaciones en el uso adecuado de la televisión.

5.19 Teoría de la Difusión de Innovaciones.

Esta teoría formula que en una comunidad X siempre existen líderes de opinión, que son capaces de trasladar sus ideas a grupos menores. Y que estos a su vez trasladan a sus miembros los respectivos mensajes. De esta manera se forman sólidas cadenas comunicativas. Esta teoría ha sido aplicada ampliamente en el campo de la salud. Los organismos de salud, las instituciones de planificación familiar, instituciones tecnológicas y comunicadoras de ciencia, aplican esta teoría para informar a los usuarios. Una de las desventajas de la aplicación de ésta, es el

¹²⁰ Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala 1999, 59.

¹²¹ Cf. ESCOBAR S., *Evangelio y Realidad Social*, CBP, El Paso Texas, 1988, 16.

¹²² Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala 1999, 60.

hecho que no toma en cuenta el marco cultural de los consumidores y crea mensajes en forma estandarizada.¹²³

Aplicación.

La estructura comunicacional que ha descubierto esta teoría, podemos usarla en beneficio del avance del evangelio. En la metodología de la evangelización, funcionaría perfectamente el que se llegara a los líderes primero, para que estos a su vez puedan evangelizar a los que los siguen y confían en ellos. De hecho, existe fundamento bíblico donde se muestra que muchos de los que creyeron eran líderes en sus regiones.

5.20 Teoría de la Dependencia en el sistema Mediático.

Esta teoría propone la existencia de relaciones entre la audiencia, los medios y la sociedad, con un núcleo y un cinturón de protección identificables. Según esta teoría, el fundamento último de la influencia de los medios se encuentra en la naturaleza de la relación tripartita entre el sistema social, el papel que desempeña el medio de comunicación en este sistema y las relaciones que sostienen la audiencia con este medio. El carácter de esta relación audiencia – medios – sociedad, determina de manera muy directa muchos de los efectos de dependencia. Esta sugiere que para comprender los fenómenos relacionados con los medios de comunicación, es importante que se analice las relaciones de dependencia de estos con los diversos niveles de influencia. El poder de los medios es una función de los distintos niveles de dependencia de los individuos, grupos, organizaciones y sistemas frente a los recursos informativos controlados por los medios. Esto explica por qué el contenido de los medios es producto de una variedad de relaciones de dependencia en sus diversos niveles. No obstante, esta dependencia es mutua. Por ejemplo: un individuo puede adoptar la televisión dependiendo de cómo este medio depende de la publicidad para su financiación, del gobierno para el derecho de emisión y del espectador individual para que el medio siga utilizándose y pueda aportar un producto en venta para los publicitarios. Sin embargo, recíprocamente el gobierno y la audiencia, dependen de los medios de un modo o de otro. En fin, la teoría de la dependencia en el sistema mediático, establece que debido a que todas estas relaciones de dependencia se afectan entre sí, un análisis del rol de un medio en la sociedad debería examinar estas relaciones de dependencia. Esta teoría se manifiesta, explícitamente, en las relaciones individuales con los medios de comunicación. Ésta indica que, con el paso del tiempo, los individuos desarrollan una relación de dependencia con un determinado medio a fin de lograr objetivos específicos, ya sea orientación, comprensión, o entretenimiento. Esta dependencia aumenta en los tiempos de ambigüedad, incertidumbre o confusión, en cuanto que los individuos buscan información adicional útil para su vida cotidiana.¹²⁴

Aplicación.

¹²³ Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala 1999, 62.

¹²⁴ Cf. BRYANT-ZILLMANN, *Los efectos de los Medios de Comunicación, Investigaciones y teorías*, Paidós, Barcelona, 1996, 637.

Al leer esta teoría, no podemos menos que insistir en que la iglesia haga uso de los medios de comunicación. Pues si estos están entrelazados con la realidad social y su sistema y la audiencia. A través de estos hacemos impacto en la audiencia y como añadidura en la sociedad.

5.21 Teoría del Rumor.

Esta teoría formula que cuando una información contiene elementos de temor, esperanza, hostilidad, curiosidad, información incompleta, información política e ideológica, y llega distorsionada a los sentidos de las personas se conectará a la psiquis. En consecuencia, se producirá el rumor. La teoría del rumor se ha utilizado en los medios de comunicación masiva para detectar cierta información, estados de ánimo, actitudes políticas, o como termómetro que pueda medir opinión pública. Incluso se ha usado para generar opinión e imagen a favor o en contra de alguien. Sin embargo, ha ido disminuyendo la aplicación de esta teoría debido a políticas informativas cada vez más serias y responsables. Trabajar la información, confirmarla, ratificarla, contextualizarla y argumentarla, es la mejor forma de evitar la teoría del rumor.¹²⁵

Aplicación.

Esta teoría puede tener cierta aplicación en la difusión del evangelio en el sentido positivo. Porque el evangelio al principio fue considerado como un rumor de esperanza. Muchos se interesaban en oír el rumor, confirmarlo y luego lo divulgaban. Ese es el sentido que tiene el pasaje de 1ª. Tesalonicenses 1: 8, 9: “Porque partiendo de vosotros ha sido divulgada la palabra del Señor, no sólo en Macedonia y Acaya, sino que también en todo lugar vuestra fe en Dios se ha extendido, de modo que nosotros no tenemos necesidad de hablar nada”

5.22 Teoría de la “Masa Crítica”

Esta teoría explica que en una comunidad es necesario que exista un número de individuos, que necesitan ser involucrados en un movimiento social, antes de que se lleve a cabo una “explosión” que haga que este movimiento se materialice.¹²⁶ Esa cantidad de individuos involucrados es lo que se llama “masa crítica”. Entonces la adopción de una tecnología de medios de comunicación en una comunidad, se da solamente si se establece una masa crítica. Todos los individuos adoptarán la tecnología en cuestión, pero si no se logra la masa crítica, bajará el uso e incluso nadie la utilizará. Además, esta teoría puntualiza que cuanto menos recursos, ya sea dinero, tiempo, habilidad, se requiera para que un individuo se integre en el uso de una determinada tecnología, es mayor la probabilidad de conseguir la masa crítica, que conduciría a un acceso universal.

¹²⁵ Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala 1999, 63.

¹²⁶ Cf. BRYANT-ZILLMANN. *Los Efectos de los Medios de Comunicación, Investigaciones y Teorías*, Paidós, Barcelona, 1996, 624.

Aplicación.

Esta teoría nos ayuda a recordar el método que Jesús utilizó para la extensión del evangelio. Jesús primero escogió a doce, los entrenó, los evaluó y luego los envió. Y para llegar a la comunidad a través de los individuos (masa crítica) es necesario proveer o facilitar la tecnología mínima a estos.

5.23 Teoría del Nuevo Orden Informativo.

Esta teoría comenzó en la década de los sesenta, con un movimiento tendiente a reivindicar a los países periféricos y sus propios acontecimientos, los cuales no eran cubiertos por las grandes agencias informativas. La razón primordial de no cubrir estos eventos era que se estaba viviendo la guerra fría y muchos países tercermundistas se encontraban con focos de guerra. Varios representantes de los países afectados se reunieron y elaboraron un informe, que más tarde dio pie a movimientos alternativos para manejar y difundir la información. Como resultado, surgieron las teorías de la comunicación alternativa y la comunicación popular, que más tarde elaboraron sus propios métodos de transmisión de contenidos.¹²⁷

Aplicación.

Nuestros países latinoamericanos han formado parte de aquellos que han tenido que manejar su información, porque precisamente, las grandes agencias noticiosas no se han interesado.

La iglesia evangélica es el mejor ejemplo en la utilización de la comunicación alternativa popular. Desde tiempos antiguos la iglesia echó mano de los pocos recursos que disponía, y hasta la fecha lo hace, para comunicar sus actividades, lugares de reunión, y sus mensajes espirituales, familiares o de consejería. Mientras no se tenga acceso a los medios de comunicación masiva, es necesario hacer boletines, revistas, trifoliales, volantes, mantas, carteles.

5.24 Teoría de la Atribución.

Es la que considera al individuo como alguien que atribuye causas y motivos a los eventos que suceden en su experiencia. Este responde a la experiencia, no

¹²⁷ Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala 1999, 64.

solamente en términos de los sucesos observables, aparentes, sino en términos de las atribuciones de causalidad de dichos eventos, mientras que la comunicación social ofrece una sobre simplificación culturalmente estereotipada y saneada de una realidad desordenada e insatisfactoria. En otras palabras, ofrece a los receptores o audiencia de los medios una oportunidad para gratificación en lo que respecta a sus teorías implícitas.¹²⁸

Aplicación.

Aunque esta teoría, creemos, no tiene una aplicación estricta a la predicación, por lo menos debemos tener presente lo que indica respecto de que la comunicación social, tiene que ofrecer gratificación a los individuos.

5.25 Teoría de la Comunicación Alternativa.

Esta teoría reza que cuando no se cubren espacios de información por las grandes agencias, aparece la comunicación alternativa. Esta se diferencia de la información dominante en cuanto a contenidos de carácter formal e ideológicos, políticos. Los sectores populares han hecho uso de esta comunicación para referirse al uso de los medios con fines populares. El concepto de comunicación alternativa ha ido evolucionando. Al principio se entendía como comunicación artesanal, pero hoy día se califica de alternativa una comunicación por el criterio económico, político y de mercado que utiliza el emisor, en consonancia con el perfil específico del receptor, no tanto por la calidad de la impresión, los medios rudimentarios o lo popular de sus mensajes. Los boletines, las revistas locales, los volantes, los folletos, pancartas, mantas, son ejemplos de comunicación alternativa.¹²⁹

Aplicación.

La iglesia Evangélica ha ido a la vanguardia en el uso de la comunicación alternativa. Ésta ha sido la manera más común de comunicar sus actividades. Esto ha ocurrido, sin embargo, más por la propia necesidad que surge en la práctica, que por una conciencia clara del uso de la teoría de la comunicación alternativa.

5.26 Teoría de la Comunicación Popular.

Esta teoría surge ante la realidad de que si los sectores poderosos son dueños de los medios de comunicación masiva, entonces los sectores populares se hacen de los medios alternativos de comunicación. Este concepto de lo popular, es la máxima expresión de la comunicación alternativa del pueblo a través de la música y la literatura¹³⁰.

Aplicación.

¹²⁸ Cf. NOSNIK A. *El Desarrollo de la Comunicación Social, Un enfoque metodológico*, Trillas, México, 1991, 107.

¹²⁹ Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala 1999, 70.

¹³⁰ Cf. INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fenix, Guatemala 1999, 72.

Vale lo dicho en la teoría de la comunicación alternativa. La iglesia ha sido de extracto popular por naturaleza y por supuesto su comunicación ha estado fundamentada sobre los recursos populares. Pero pensamos que es hora que la iglesia irrumpa con ímpetu en el uso de los medios masivos de comunicación.

5.27 Teoría de la Expectativa.

Esta teoría explica que cuando se crea una expectativa respecto a lo que pasará, se toman dos actitudes orientadas a lo que satisface y lo que no satisface. Esto marca la diferencia entre lo que esperamos que suceda y lo que de hecho sucede. Si esperamos un resultado positivo de una acción concreta, estaremos motivados para emprenderla con gusto. Si la expectativa no es muy prometedora, la actitud será exactamente contraria, con un efecto igualmente contrario. De esta manera, comparamos diferentes propuestas de acción según nuestras expectativas de sus resultados.¹³¹

Aplicación.

Los programas que la iglesia produzca, tienen que crear una excelente expectativa desde todo punto de vista. Desde los aspectos externos hasta el contenido de los mismos. Tenemos que entrar en el área profesional y estar fundamentados de manera sólida en los aspectos espirituales. Esa combinación es justa y necesaria. Si procuramos la excelencia en lo uno tenemos que hacerlo en lo otro.

5.28 Teoría de las Necesidades.

Esta teoría reza que todos los seres humanos están dispuestos a participar en el desarrollo de una determinada acción, para satisfacer determinadas necesidades humanas básicas. Los seres humanos la colocan naturalmente en orden jerárquico. Y a medida que satisfacen estas necesidades básicas, otro grupo de necesidades aflora. Si se satisface el nivel básico, se tendrá que satisfacer otro nivel secundario que tiende a volverse necesario, y si se satisface este segundo nivel, se busca el siguiente nivel de auto realización, *status*, obra social y compañerismo. Ejemplo del nivel básico son las necesidades fisiológicas de supervivencia: satisfacción del hambre, obtención de refugio y reproducción de especie. Si las personas tienen dificultad de cubrir estas necesidades, no pueden, ni les interesa, buscar posibilidades de elegir a qué organización se incorporan o qué trabajo van a elegir. Sencillamente aceptan el trabajo disponible o adoptan cualquier otra acción que les permita sobrevivir.¹³²

¹³¹ Cf. ELLIS McCLINTOCK, *Teoría y práctica de la comunicación humana*, Paidós, España, 1993, 165.

¹³² Cf. ELLIS McCLINTOCK, *Teoría y práctica de la comunicación humana*, Paidós, España, 1993, 167.

Aplicación.

Esta teoría describe perfectamente lo que sucede con las personas que logran y las que no, satisfacer las necesidades físico –materiales. A las que sí satisfacen sus necesidades básicas luego les surgen otras necesidades. Las que no logran suplir sus necesidades vitales harán cualquier cosa para lograrlo. La parte que no toca esta teoría, es la de la satisfacción de las necesidades espirituales. No está obligada a mencionarla, pero creo que las personas tienen una urgente necesidad espiritual. Porque el hombre no es esencialmente carne, huesos o estómago. Este posee alma, espíritu, conciencia. El hombre es un ser integral.

El evangelio, sin embargo, no debe descuidar las necesidades físicas del ser humano. Tenemos que predicar el evangelio, pero donde hay necesidades básicas insatisfechas la iglesia no puede ser indiferente.

6. LOS PARADIGMAS DE LA COMUNICACIÓN.

6.1 Definición de Paradigma.

“El paradigma es un conjunto de elementos epistemológicos y conceptuales, coherentes, que sirven como marco de referencia a la comunidad de investigadores de una determinada rama científica”¹³³

6.2 El Paradigma Cibernético.

¹³³ Cf. MUCCHIELLI, A. *Psicología de la comunicación*, Piados, España, 1998,17.

Está dividido en dos partes esenciales: La teoría matemática de la información y en las nuevas tecnologías de la información. En la primera parte, se sustenta en las investigaciones desarrolladas por la física y la ingeniería electrónica en el ámbito de la comunicación de los mensajes y se ha desarrollado por medio de la forma algebraica. En la segunda parte, se refiere a las más modernas tecnologías de la información que han hecho desaparecer los obstáculos y las distancias existentes en el proceso de la comunicación humana: las computadoras, la televisión por cable, los satélites de comunicación, telemática, los self-media.

El aporte del paradigma cibernético a la teoría de la comunicación, se resume en las siguientes afirmaciones: a) Se recibe y se capta la información. b) Se codifica adecuadamente para entregarla al sistema técnico de transmisión. c) Se almacena, se conserva o se procesa, según sea preciso para los objetivos de la comunicación. d) Se trasmite la información hacia el receptor, el cual, al descodificar, elige lo más adecuado e interesante para su propósito.¹³⁴

6.3 El Paradigma Sociológico.

Este paradigma parte del hecho que el individuo es una unidad del análisis comunicativo, que desarrolla el empleo de las técnicas sociológicas para conocer el resultado de la comunicación. Las funciones de toda comunicación en el paradigma sociológico, son:

- a) La función informativa para dar a conocer los hechos y las ideas de la realidad
- b) La función de la interpretación que se trata de toda referencia a la explicación y el comentario de lo comunicado
- c) La función de la transmisión cultural que se refiere a que toda comunicación supone un intercambio de cultura.
- d) La función de distracción que tiene que ver con la comunicación desde sus medios de comunicación es portadora de unas funciones sociales que deben ser cumplidas.

En consecuencia, no tiene que perder de vista que el público receptor de la comunicación no es una masa anónima y desorganizada, como puede suponerse. Por el contrario, el público es un sistema organizado en varios grupos que se entienden a través de su propia red de comunicación. Por lo tanto, los grupos homogéneos, por sus normas y sus valores, son factores intermedios entre los medios de comunicación y los individuos receptores.¹³⁵

6.4 El Paradigma Antropológico.

Este paradigma parte del hombre que es un ser comunicativo, sigue por el proceso de comunicación realizado por el hombre y para el hombre, en la dimensión humana de la comunicación, en cuanto que el hombre es una persona libre y responsable, que se proyecta al exterior y se comunica con los demás por medio de la palabra. El propósito del modelo antropológico es la interpretación de los

¹³⁴ Cf. VA *Introducción a los Medios de Comunicación*, Paulinas, Madrid, 1990, 39.

¹³⁵ Cf. VA *Introducción a los Medios de Comunicación*, Paulinas, Madrid, 1990, 41.

mensajes, por encima de las estructuras lingüísticas, que realmente son relatos sobre acontecimientos y sobre la vida del hombre.¹³⁶

6.5 El Paradigma Semiótico.

El paradigma semiótico se sustenta fundamentalmente en los siguientes puntos: a) La lengua es un modelo general, abstracto y constante que se ha desarrollado en una comunidad. Este es aceptado y compartido por todos sus miembros. b) La lengua es un sistema de signos que adquieren significado y valor con los demás. Este valor se descubre, así como su sentido, por medio de sus diferencias con los demás, haciendo omisión de sus rasgos comunes. c) Un signo es algo que tiene dos lados: Un significante que esconde un significado que necesita ser descubierto. El significado de los signos surge de la articulación del significante, y el significado, en la unidad del signo lingüístico. d) La lengua es un sistema que no conoce más que su propio orden, el orden de lo sincrónico, lo presente y lo actual. La dimensión histórica, diacrónica y evolutiva no es un fenómeno que deba ella estudiar. Las relaciones entre los signos lingüísticos son las que existen en el momento del análisis, no las que pudieran haber anteriormente.¹³⁷

TERCERA PARTE

COMUNICACIÓN, PASTORAL Y EVANGELIO EN GUATEMALA

1. LA PASTORAL GUATEMALTECA A LA LUZ DEL EVANGELIO Y LA COMUNICACIÓN

Después de haber abordado el fundamento teológico de la comunicación divina, la relación entre la teoría de la comunicación y la fe, entraremos a la parte pastoral

2. DEFINICIONES FUNDAMENTALES

2.1 Definición de Pastoral

¹³⁶ Cf. VA *Introducción a los Medios de Comunicación*, Paulinas, Madrid, 1990, 50.

¹³⁷ Cf. VA *Introducción a los Medios de Comunicación*, Paulinas, Madrid, 1990, 49.

“Es toda aquella acción que busca correlacionar el evangelio o la fe cristiana con las situaciones concretas del diario vivir, sirviendo de puente para la experiencia de la fe en la vida”¹³⁸

2.2 Definición de Evangelio

En el sentido etimológico la palabra griega que corresponde a Evangelio significa literalmente buenas o gratas nuevas.¹³⁹

2.3 Definición de Comunicación

En el sentido amplio, “es el proceso en el cual un sistema fuente influye en otro sistema llamado destino, mediante la manipulación de señales alternativas que pueden transmitirse por el canal que está conectándolas. Dicho proceso debe contener los siguientes componentes: emisor, mensaje, código, canal y receptor”¹⁴⁰

2.4 Definición de Pastoral de la comunicación

“Son todas aquellas acciones que buscan correlacionar el evangelio, todos los componentes de las acciones pastorales con la comunicación y todos los medios que ésta se sirve, oral, escrito, auditivo, visual, ya sea de manera individual, grupal o masiva para la predicación, la evangelización y el discipulado”¹⁴¹

3. LA REALIDAD DEL EVANGELIO, LA COMUNICACIÓN Y LA PASTORAL EN GUATEMALA EN LAS ÚLTIMAS DÉCADAS

En la década de los cincuentas del siglo XX, comenzó en Guatemala, lo que algunos han denominado el inicio de “la explosión evangélica” en cuanto que hubo un crecimiento numérico. Sin embargo, no había plena conciencia de la necesidad de conocer, ni profundizar sobre los fundamentos teológicos y pastorales de la comunicación divina y sus implicaciones antropológicas, cósmicas y sociales. Mucho menos en un acercamiento a la Teoría de la comunicación y su relación con el evangelio de Jesucristo y la necesidad de comunicarlo por todos los medios y formas de comunicación habidas y por haber.

En vista de lo anterior podemos afirmar que fue una primera etapa, a la que se le podría llamar “la etapa de la censura”. Muchos líderes cristianos se pronunciaron en contra de una formación académica universitaria aduciendo, por un lado, que eso era “mundano” y por otro lado que el Señor Jesús ya venía. Además

¹³⁸ Cf. COSTAS ORLANDO., *En Biblioteca de Teología y Psicología Pastoral I*, España, 1993, 11.

¹³⁹ Cf. SCUAIN VILA., *Nuevo Diccionario Bíblico Ilustrado*, Clie, Barcelona, 1990, 345.

¹⁴⁰ Cf. BELTRAN J., *Para comprender la Psicología, Verbo Divino, Navarra*, 1994, 47.

¹⁴¹ Esta definición fue elaborada por Orlando Costas y se encuentra citada en *Biblioteca de Teología y Psicología Pastoral I*, Clie, España, 1993,11.

hubo una férrea oposición al uso de la televisión por considerarla un instrumento de Satanás. Para esa época, era un verdadero desafío la tecnología moderna de comunicación y la formación en torno a la misma. Había una desconfianza casi generalizada.

Creemos que la segunda etapa es la que ya no tiene una postura radical negativa, sino una alerta constante propugnando, además de defensa y prevenciones contra los peligros y daños del conocimiento científico de la Teoría de la comunicación, (en algunos casos hasta la preparación formal y sistemática en seminarios teológicos) y los medios masivos de comunicación. Un buen sector estaba en contra de la preparación de sus líderes en los seminarios

La tercera etapa tuvo que ver con el inicio de la comprensión del alcance de una comunicación efectiva y la preparación necesaria para la misma, en beneficio del evangelio, pues en el ámbito secular la comunicación y las comunicaciones en el ámbito del periodismo, estarían alcanzado una posición importante en la sociedad, a tal grado que llegaría a llamarse “el cuarto poder”

La cuarta etapa tiene que ver con el despertar de congresos, estudios, paneles, foros, discutiendo las bondades y los beneficios de lo que engloba una formación en el ámbito de la comunicación y un re-descubrir en las Sagradas Escrituras, los fundamentos teológicos y pastorales para la comunicación y las comunicaciones y los medios. Por otro lado también el tomar conciencia de la libertad de expresión, libertad de culto, libertad de información, como bienes irrenunciables en las sociedades actuales.

Por último la etapa de apertura y de asimilación de la conexión y mutuas influencias entre la teoría general de la comunicación y el evangelio. Vale aclarar que esto ha ocurrido no de manera generalizada. Pues mientras unos ven una gran oportunidad en el estudio de la teoría de la comunicación con sus diversas formas de comunicar y el uso de la radio, la prensa, la Internet, el cine y la televisión, otros lo ven como una alienación de la comunicación del evangelio.

En vista de lo anterior, creemos que la oportunidad de tener conocimiento de la teoría de la comunicación y acceso a los medios de comunicación, debe ser considerada como instrumentos providenciales de Dios. Es más, es pertinente el considerarlos como instrumentos ligados al deber ordinario de la predicación del evangelio. En esa dirección, Raymond Colle escribe:

“...En nuestro siglo influenciado por los medios de comunicación social, la iglesia se sentiría culpable ante Dios si no empleara esos poderosos medios para hacer llegar la Buena Nueva a millones de personas. Sin embargo, el empleo de los medios de comunicación en la evangelización supone casi un desafío: el mensaje evangélico deberá, si, llegar, a través de ellos, a las muchedumbres, pero con capacidad para penetrar las conciencias, para posarse en el corazón de cada hombre en particular, con todo lo que éste tiene de singular y personal y con capacidad para suscitar a favor suyo una adhesión y un compromiso

*verdaderamente personales. Por estos motivos conserva toda su importancia la transmisión de persona a persona”*¹⁴²

4. APATÍA POR EL ESTUDIO DE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y EL USO DE LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS EN LA PREDICACIÓN DEL EVANGELIO

A pesar de la estrecha relación inherente entre la comunicación científica, los medios de comunicación, el evangelio y la misión pastoral, parece ser que ha existido cierto distanciamiento entre ambos. Según estadísticas y encuestas realizadas en la última década,¹⁴³ la apatía hacia el conocimiento del fundamento teológico de la comunicación, no ha disminuido considerablemente. Algunas de las razones puestas en evidencia fueron las siguientes:

La falta de conciencia en la responsabilidad pastoral, en el uso de los medios masivos de comunicación. Algunos líderes siguen creyendo a pie juntillas que, como guías espirituales no tienen nada que ver con el conocimiento de este mundo y tampoco están obligados a usar medios electrónicos en su tarea ministerial.

El no comprender la urgencia de una ética en la comunicación del evangelio. Hemos dejado que las cosas sucedan, que los líderes inicien labores espirituales sin las credenciales necesarias, los malos testimonios abundan, los escándalos sacudan a nuestra sociedad. No hemos hecho mucho sobre vigilar que todo aquel que quiera ser un líder espiritual demuestre, (no trate de convencer, porque no es lo mismo los hechos que las razones), que vive una ética ministerial que se evidencia en la tarea de la comunicación del evangelio.

El creer que la labor pastoral no debe mezclarse con medios de comunicación electrónicos, sino únicamente en el púlpito y actividades intra-iglesia, es otro error que contribuye a la apatía que hemos mencionado. Porque el evangelio debe darse a conocer “a tiempo y fuera de tiempo”; dentro de los santuarios y fuera de ellos; de manera personal, grupal y de manera masiva, etc.

La escasa preparación académica del liderazgo guatemalteco es una realidad. Aunque las cosas están cambiando en ese sentido, todavía existe en ciertos sectores, la idea de que para el ministerio no es necesario el estudio secular.

La falta de interés en conocer el avance científico y tecnológico, también es una triste realidad en el medio evangélico. La postura de la radical separación entre ciencia y fe todavía tiene sus adeptos. A esa postura se adhiere la creencia de que el usar los conocimientos científicos y tecnológicos en la comunicación es un proceso de secularización y una alienación del evangelio “puro”,

¹⁴² Cf. COLLE RAYMOND., *La comunicación Divina, Vista desde la Teoría de la Comunicación*, Santiago, 2003, 46.

¹⁴³ Cf. GALVEZ RIGOBERTO, *La Iglesia Evangélica en Guatemala ante el desafío de los medios masivos de comunicación*, tesis presentada previo a optar la Maestría en Dirección de Medios de comunicación en Universidad Panamericana de Guatemala.

Carencia de material bibliográfico con relación a la teoría de la comunicación en el contexto de la predicación del evangelio, sigue siendo una gran debilidad en el campo protestante evangélico. No así en el campo católico.

Muchos de los aspectos anteriores han incidido en el hecho de que no se busque la información entorno a la disponibilidad de espacios, en los medios de comunicación y la posibilidad de adquisición de los propios medios de comunicación.

A pesar de la apatía que pueda existir en nuestro contexto, con relación al diálogo y la conectividad entre la teoría de la comunicación, el evangelio y la pastoral, encontramos bases bíblicas para llevar a cabo una pastoral de la comunicación. Veamos algunas bases bíblicas.

5. LA PASTORAL EN EL ANTIGUO TESTAMENTO

Las bases de la pastoral en el Antiguo Testamento se encuentran “en Dios mismo”. El Antiguo Testamento menciona en muchas partes el concepto de pastor aplicado a Dios. En Génesis 49:24 Jacob, se refiere al Señor como el pastor: “Mas su arco se mantuvo poderoso, y los brazos de sus manos se fortalecieron por las manos del Fuerte de Jacob (Por el nombre del Pastor, la Roca de Israel)” En Números 27:17, se menciona implícitamente a Jehová como pastor en cuanto habla de la congregación que le pertenece: “Que salga delante de ellos y que entre delante de ellos, que los saque y los introduzca, para que la congregación de Jehová no sea como ovejas sin pastor”. En el Salmo 80:1, se menciona el pastorear de Dios: “OH Pastor de Israel, escucha; Tú que pastoreas como a ovejas a José, que estás entre querubines, resplandece.”

También los libros proféticos conciben al Señor como pastor: “Como pastor apacentará su rebaño; en su brazo llevará los corderos, y en su seno los llevará; pastoreará suavemente a las recién paridas (Isaías 40:11). En el salmo 23, David habla de lo que Dios es y hace como pastor.

Vemos pues que en el Antiguo Testamento existen suficientes textos que nos hablan del modelo de pastor para que lo imitemos. Y ese modelo es Dios. Con todo y el modelo divino de Pastor, el Señor quiso delegar autoridad a sus siervos, para que ellos llevaran a cabo funciones pastorales para conducir a su pueblo a la satisfacción plena. En otras palabras, El no quería hacer la tarea solo. Por eso vemos que Dios escoge a un Moisés para que liberte a su pueblo y lo conduzca de Egipto a la tierra prometida. Dios designa a un Josué para que posea la tierra prometida y la reparta al pueblo de Israel. Llama a un Samuel cuando escaseaba la palabra de Dios. Establece a un David como rey de Israel.

En el salmo 23, se encuentra la máxima expresión del concepto y la acción del pastor en Dios mismo. Aquí se expresa el ministerio de Dios como pastor con relación al cuidado con su pueblo, pero al mismo tiempo, es el modelo que tenemos que imitar para que cuidemos de los otros. Glasscock¹⁴⁴ extracta principios básicos para la acción pastoral, tocamos algunos de ellos y los resumimos a continuación:

a. Dar alimento Espiritual: “En lugares de delicados pastos me hará descansar”.

Esta función es una de las más importantes. Si el pastor no provee alimento de calidad, variado y nutritivo no habrá un desarrollo normal en sus ovejas. Los nutrientes del alimento sostienen la vida, la fortalecen, dan crecimiento y evitan enfermedades. Además, el alimento produce una sensación de bienestar y satisfacción indescriptibles.

b. Conduce al reposo: “Junto a aguas de reposo me pastoreará”.

Si tenemos alimento pero no tenemos reposo, al final nos debilitaremos. Dios como pastor da reposo al cansado, al abatido, al trabajado, al cargado, al agobiado y al frustrado.

c. Da nuevo aliento al alma: “Confortará mi alma”.

El Señor reaviva, renueva, refresca nuestras fuerzas y nuestras vidas.

d. Da instrucción sobre lo justo: “Me guiará por sendas de justicia por amor de su nombre”.

El Señor en su Palabra nos indica cuál es el camino recto y cuáles las sendas justas que deben caminar los hombres. En efecto, toda la ley refleja el carácter santo y justo de Dios. El Señor, no solamente nos indica qué es lo malo, sino que nos instruye sobre lo bueno. El hombre siempre ha necesitado orientación para vivir y enfrentar las dificultades de la vida. Esa necesidad es mucho más urgente en el ámbito espiritual. Los creyentes y no creyentes están expuestos a las influencias y las presiones de tantas personas que se consideran guías e iluminados: gurús, astrólogos, “profetas”, “educadores”, cantantes, artistas, informadores, locutores, “consejeros”, filósofos, que tienen, sus propios conceptos equivocados de justicia. Dios, sin embargo, ha prometido guiar a sus siervos por las sendas de la verdadera justicia. De esa misma manera, los siervos tienen que enseñar la justicia de Dios a los hombres.

¹⁴⁴ Cf. GLASSCOK Timoteo. *Conceptos y Funciones del pastor*, en *Biblioteca de Teología y Psicología Pastoral, II*, Clie, Barcelona, 1993, 39.

e. Da Compañía: “Aunque ande en valle de sombra de muerte no temeré mal alguno, porque tú estarás conmigo”.

La soledad es uno de los sentimientos más temidos por el hombre. Éste fue creado para estar en comunión con los demás, pero este sentimiento se agrava cuando lo rodea el peligro de la muerte. Cuando los creyentes están pasando por una situación de soledad, el pastor debe hacerse presente, manifestarle su amor y fortalecerlo con su compañía. Las situaciones de dolor, sufrimiento y confusión por la pérdida de un ser querido, no sólo necesitan del consejo, sino de la presencia alentadora.

f. Da Consuelo: “Tu vara y tu cayado me infundirán aliento”.

El pastor tiene que usar la vara y el cayado. La vara para espantar a los animales salvajes y el cayado para atraer la oveja hacia sí mismo. Estas acciones proporcionan aliento al que se desanima ante los peligros y las pruebas. Los creyentes en general más de alguna vez se desaniman, pero son los creyentes nuevos a los que más les acontece.

g. Da victoria frente a los enemigos: “Aderezas mesa delante de mí en presencia de mis angustiadores”.

En el texto anterior se describe también la victoria que da el pastor contra los enemigos que quieren hacer daño a la grey. Esta victoria es contra mal alguno que quiera ensañarse contra la oveja. No importa de qué índole sea, incluso de muerte, Dios estará allí. La grey siempre está expuesta a distintos peligros de carácter espiritual: engaños, desviaciones y herejías. El pastor está para protegerla con la palabra de verdad y darle la victoria. El Señor nos prepara un banquete, una fiesta, una celebración precisamente enfrente del enemigo angustiador. En el caso del creyente el enemigo externo número uno es el Diablo.

h. Unge con aceite: “Unges mi cabeza con aceite”.

El significado de ungir con aceite, tiene que ver con bendición, autoridad, honra y bienestar. El Señor como nuestro Pastor nos proporciona todo esto cuando nos unge.

i. Provee un refugio seguro: “En la casa de Jehová moraré por largos días”.

Si algo hace sentir segura a la oveja es tener un lugar de refugio. Un lugar donde encuentre calor, comida, abrigo y cariño. El pastor es el responsable de proveer estas cosas. Es en el refugio de Dios que encontramos lo necesario para suplir nuestras necesidades

6. LA PASTORAL EN EL NUEVO TESTAMENTO

En el Nuevo Testamento, la palabra para designar al pastor es *Poimén*. Esta palabra aparece un poco más de veinte veces en los evangelios y las cartas. Su significado tiene que ver con guiar, dirigir, alimentar y cuidar al rebaño.¹⁴⁵ Este concepto describe la fidelidad y la destreza del pastor de una manera vívida. En Mateo 15:24, Jesús se vale de la imagen del pastor para ensalzar el amor de Dios por los pecadores. Pero es en Jesús que encuentra cumplimiento la profecía mesiánica del pastor, pues él comienza su ministerio reuniendo las ovejas perdidas de la casa de Israel. Él es el regidor de Israel, prometido en Miqueas 5:3 que reúne el rebaño sin pastor tanto de Israel como de los pueblos, pues él es el pastor universal. En Mateo 26:31 Jesús anuncia a sus discípulos que él como el Pastor anunciado, tendrá que morir y resucitar por su rebaño. Mateo 25:32 describe que un día todos los pueblos estarán juntos ante su trono de gloria y El Señor Jesús separará a las ovejas de los cabritos y con esta acción finalizará la gran misión de reunir al rebaño universal.

Específicamente, en el evangelio de San Juan, se registra que Jesús usó el concepto del pastor y su oficio para describir el cuidado, la relación y la acción pastoral entre él y sus discípulos. De tal manera que el modelo divino del Pastor alcanza su máxima expresión en el mismo Señor Jesucristo. El Señor Jesús, antes de hacer la aplicación personal de este concepto, describe el trabajo de los pastores de rebaños que era tan familiar en el Medio Oriente. Los conceptos: redil, rebaño, portero, los entendían perfectamente, aunque para nosotros no sea muy claro hoy. El redil realmente era hecho de materiales corrientes que se podían encontrar a la mano. Algunas veces los hacían de arbustos espinosos o de ramas verdes, otras veces hacían paredes de piedras de dos o tres metros de altura con una abertura como puerta. Los pastores después de llevar a las ovejas para que comieran los mejores pastos que podían encontrar, las arreaban hacia el redil al anochecer. El portero era el guardián o uno de los pastores que las vigilaba durante la noche. Existía siempre el peligro de ladrones de ovejas, lobos y fieras salvajes. Nadie podía entrar o salir del redil sin pasar sobre el pastor.¹⁴⁶ El Señor Jesús destaca la conducta correcta del verdadero pastor: Entra por la puerta, llama a las ovejas por su nombre y las guía.

JESÚS EL PASTOR PERFECTO.

En San Juan 10:11, el Señor hace una extraordinaria declaración: “Yo soy el buen pastor; el buen pastor su vida da por las ovejas.” Esta declaración va más allá

¹⁴⁵ Cf. VA. *Diccionario del Nuevo Testamento III*, Sígueme, Salamanca, 1993, 307.

¹⁴⁶ Cf. WIGHT Fred. *Usos y Costumbres de las Tierras Bíblicas*, Portavoz, Michigan, 1981, 165.

de lo que legítimamente hace un pastor. Vimos que en el Antiguo Testamento, el salmo 23 muestra el trabajo ideal del pastor tomado del modelo de Dios: da alimento, guía, da compañía, protege, provee casa, pero aquí el pastor no sólo hace eso, sino que incluso hace cosas adicionales:

6.1 Da amor sacrificial.

El Señor Jesús como verdadero pastor no cuida sus ovejas por un salario, por necesidad u obligación, lo hace por amor. No existe un interés personal de ganancia. Él trabaja porque le importan las ovejas mismas, no lo que pueda obtener de ellas. Jesús es un pastor por amor. Él ama a sus ovejas hasta el fin y lo hace incondicionalmente.

6.2 Él da su propia vida.

Existía un contraste entre los fariseos que tenían la responsabilidad de guiar espiritualmente a la nación de Israel como pastores y el Señor Jesucristo. Los primeros eran asalariados, pues no les importaban las ovejas. Los asalariados huyen y defienden su propia vida cuando el enemigo viene, pero Jesús voluntaria y amorosamente dá su vida por las ovejas.

6.3 Da vida a sus ovejas.

Otro de los aspectos que se descubre en Cristo, como el Buen Pastor, es que da vida a sus ovejas. No sólo estamos bajo el cuidado y la compañía del Señor, sino que Él mismo nos da la vida eterna de Dios.¹⁴⁷ Jesucristo como el buen Pastor da su vida en la cruz y Él llama por medio de Su Palabra y los que creen entran por la puerta, salen de su redil religioso y entran en el verdadero redil de Cristo que es la iglesia. Él es la puerta de las ovejas. El acceso al redil es él mismo. Nadie puede entrar, a menos que lo haga a través del él. Cuando él guía a sus ovejas va delante de ellas y a él lo siguen. Si el entrar por la puerta de las ovejas, significa entrar a la salvación, entonces no hay salvación fuera de Jesucristo. Él dijo “Yo soy la Puerta”. Y encontrar salvación significa encontrar descanso para nuestras almas.

6.4 Les da protección

Cuando el lobo se acerca para destruir él las defiende. Se queda con ellas, no las abandona para que no sean atacadas. El Señor Jesús guarda a sus creyentes.

6.5 Conoce sus necesidades.

El conocer en la Biblia significa un conocimiento íntimo y cercano de las necesidades. El pastor debe conocer de cerca a sus ovejas para poder darles

¹⁴⁷ Cf. WIERSBE Warren. *Bosquejos Expositivos de la Biblia, Nuevo Testamento*, Caribe, Nashville, TN, 1995, 208.

exactamente lo que necesitan. Jesús tiene un pleno conocimiento de cada uno de los que lo siguen y le obedecen.

6.6 Vigila sus almas.

En 1 Pedro 2:25 se describe nuevamente al Señor Jesús como Pastor y Obispo, de las almas de los que han creído en él y por tanto son sus “ovejas”: “Porque vosotros erais como ovejas descarriadas, pero ahora habéis vuelto al Pastor y Obispo de vuestras almas.” El Señor Jesús como obispo vigila e inspecciona, en el sentido positivo, el cuidado de nuestras vidas.

7. EL LLAMADO PASTORAL

Después de mostrar las bases bíblicas de la Pastoral, es necesario que veamos el llamado que Dios hace a los que van a ejercer las funciones pastorales.

En Efesios 4:11, describe claramente que Dios mismo llamó, constituyó a unos pastores. Esto indica que el pastor legítimo es establecido, ordenado e instalado por Dios. Es un llamamiento específico que culmina en un decreto de parte de Dios, que habilita al que estará al servicio pastoral. Después que el Señor ha constituido a sus ministros, los dona a su propia Iglesia. Ellos han sido capacitados espiritualmente para bendecir a la congregación.

Dios dispuso llamar dentro de los mismos creyentes, a unos para que colaboraran en el cuidado de su pueblo. A éstos los llamó pastores. Dios Padre se muestra como el Pastor ideal en el Antiguo Testamento y Jesucristo, la encarnación misma del buen Pastor, en el Nuevo Testamento, no obstante decidió llevar a cabo su trabajo pastoral con la ayuda de hombres. Esto es extraordinario en cuanto es un privilegio enorme, pues el que es establecido como pastor por él, es co-pastor juntamente con él. ¡Dios y el hombre trabajando juntos para cuidar y alimentar a su pueblo! ¡Aleluya!

Dios llama y establece a sus ministros para que equipen a su pueblo. Equipar significa: Capacitar, adiestrar, entrenar, formar y proveer las herramientas espirituales necesarias para que otros puedan desarrollarse. Dios mismo es quien constituye a algunos como pastores. El que es un genuino pastor, lo es por “constitución”, no por elección, capacidad, o inclinación personales.

El texto aclara que el ser pastor no es para todos, solamente para algunos. Recordemos, sin embargo, que en un sentido amplio, la iglesia entera tiene encomendado un ministerio. 1ª. De Pedro 2:9 nos dice que fuimos adquiridos por Dios, para que anunciemos las virtudes de Aquel que nos llamó de las tinieblas a su luz admirable. Ahora bien, para que la iglesia lleve a cabo su labor con eficiencia, es necesaria una labor formativa y ésta no es efectuada por todos los miembros, sino por algunos, especialmente capacitados y dados por el Señor mismo. A estos hombres que Dios da a la iglesia, se les llama ministros en el Nuevo Testamento;

dentro de los cuales están los pastores.¹⁴⁸ El Pastorado no es pues una decisión humana, familiar, matrimonial o personal. Es el resultado de la gracia divina, incomprensible a la razón, pues Dios hace su obra por medio de hombres pecadores, débiles e incapaces de salvarse a sí mismos.

Si la grey es equipada, por esta clase de ministros, entonces puede servir. Cuando un creyente es un recién convertido, no tiene el conocimiento mínimo necesario de cómo tiene que llevar a cabo su tarea. El pastor es el responsable de enseñarle pacientemente. El pastor equipa a la grey para que sea edificado el cuerpo de Cristo. Porque es necesario que se llegue a la unidad de la fe, que el pueblo sirva, que crezca en la unidad, que llegue al conocimiento del Hijo de Dios. Y no sea infantil en su fe.

BASES BÍBLICAS DEL MINISTERIO PASTORAL.

Carlos Gattinoni describe algunas de las bases fundamentales del ministerio pastoral del Nuevo Testamento, que deben ejercer y enseñar aquellos que comunican el evangelio ¹⁴⁹ Es pertinente que consideremos una a una.

7.1 El Kerigma.

Es la proclamación del evangelio. Ésta se realiza principalmente por medio de la evangelización, incluyendo la *Martiría*, que significa testimonio y proclamación acompañado de sufrimiento, la evangelización es tarea esencial en la misión de la Iglesia. Lo esencial parte de la ordenanza del Señor Jesucristo que se ha denominado la “gran comisión”. Es en la evangelización que se difunde la palabra de Dios a los no convertidos a través del heraldo. Al hablar específicamente del *Kerigma* de Jesucristo estamos hablando de predicar a Jesucristo. En esta frase se resume el contenido del mandato de la gran comisión. La misma Palabra Kerigma tiene un significado doble. El primero se refiere a la comunicación de una ordenanza, un decreto. El segundo se refiere a la información, a buenas nuevas. En ambos casos, sin embargo, se trata de comunicar algo.

El heraldo o el *Kérux*, era el encargado de ser el “transmisor” del mensaje o la noticia. Él no tenía un mensaje que fuera suyo, simplemente lo recibía y asimismo lo tenía que entregar. De igual manera, todos los que hemos sido llamados a desempeñar las funciones pastorales, se nos ha entregado el mensaje que tenemos que proclamar. Este mensaje está contenido en las Sagradas Escrituras y nuestro deber es decir lo que hemos recibido por gracia. Hemos de dejar que el texto hable a través de nosotros. No que hablemos de nosotros a través del texto. Es la Palabra

¹⁴⁸ Cf. MARTINEZ José. *Curso de Formación Teológica Evangélica XI, Ministros de Jesucristo, Ministerio y Homilética*, Clie, España, 1977, 13.

¹⁴⁹ Cf. GATTINONI Carlos, *En Pastores del Pueblo de Dios en América Latina VA*, Aurora, Buenos Aires, 1974, 17ss.

de Dios quien tiene la autoridad, nosotros participamos de esta autoridad en la medida que somos fieles al texto. De ahí que nuestras propias palabras no puedan hacer impacto en la vida de las personas. Es la Palabra de Dios la que produce fe, la que vivifica, la que no regresa vacía y produce fruto. La predicación cristiana no es, pues, un discurso patriótico, cultural o humanístico. El *kerigma* siempre tendrá un mensaje urgente que comunicar. En el momento que no lo tenga, dejará de ser proclamación.¹⁵⁰

Finalmente, no debemos olvidar proclamar a Jesucristo con palabras y hechos. Eso origina una misión integral. El Señor en su ministerio se preocupó tanto de las almas perdidas como de los cuerpos enfermos. Y muchas veces dio comida a los hambrientos. En las Sagradas Escrituras vemos que el evangelio trae salvación al hombre como una unidad fundamental indisoluble. En consecuencia, no tenemos excusa para no tomar en serio la misión integral.

7.2 El Matheteuo

En la Biblia, tanto en el Antiguo Testamento como en el Nuevo, aparecen los términos discípulo y discípulos. En el Antiguo Testamento aparecen únicamente dos menciones que tienen relación con el primero de estos términos. 1 Crónicas 25:8 “*Y echaron suertes para servir por turnos, entrando el pequeño con el grande, lo mismo el maestro que el discípulo*”. Isaías 8:16 “*Ata el testimonio, sella la ley entre mis discípulos*”.

Sin embargo, como vemos, estos términos: “Discípulo” y “discípulos” al igual que en el tiempo de Jesús, han tenido siempre la connotación de aprendizaje, sumisión y un marcado contraste con el maestro.

En el Nuevo Testamento aparecen las palabras discípulo, discípulos y discípula, pero también el mandato de “hacer discípulos”. A ese mandato le hemos llamado la acción discipuladora. Ahora bien, antes de definir el **Matheteuo** o acción de discipular, es pertinente que veamos el perfil bíblico del discípulo. La razón es que se necesita ver claramente la diferencia entre lo que es un “discípulo” y lo que es la acción discipular. La palabra griega que corresponde a la palabra castellana discípulo es *Mathetes* que significa: Un aprendiz, un alumno, uno que es fiel a una persona y a sus ideas, uno que es imitador de otro, uno que sigue la enseñanza de otro.¹⁵¹

El discípulo, pues, se mantiene en una actitud de dar honor, reconocimiento y respeto a su maestro. Él es quien aprende y el maestro es quien enseña. El discípulo es el que se sienta a los pies del maestro a escuchar con paciencia y avidez de asimilar todo lo que su maestro le explica. Vive en una relación tan íntima

¹⁵⁰ Cf. Ibid, 90.

¹⁵¹ Cf. VINE E. *Diccionario Expositivo de Palabras del Nuevo Testamento*, Clie, Barcelona, 1989, 452.

que en todas las circunstancias y en todos los lugares está muy cerca de su maestro: En el camino, en la mesa, en el santuario, en el servicio, en la predicación, etcétera. En los momentos de alegría, de tristeza, de prueba, de soledad, permanece fiel al ejemplo y la enseñanza de su maestro. El discípulo, no obstante, aunque aspira ser igual que su maestro, mientras dura su aprendizaje muestra cierta dependencia de su maestro. Sin embargo, llegará el día en que él estará en la capacidad de discipular a otro, entonces ya no debe ser dependiente, en cuanto ha alcanzado el nivel de su maestro. Jesús dijo que aunque el discípulo no es más que su maestro, sí le debe bastar ser como su maestro.

El discípulo es aquel a quien el maestro le habla con toda la franqueza y con toda la claridad posible. El maestro aunque le va enseñando gradualmente las verdades a su discípulo, no le esconde nada. En cada etapa le instruye de acuerdo a su capacidad de asimilación. La relación entre ambos es sincera, en cuanto que el discípulo ha aceptado incondicionalmente que su maestro lo guíe y el maestro ha aceptado la responsabilidad de formar a su discípulo. Todo eso en un marco de libertad basado en el amor y la justicia.

El auténtico discípulo cristiano recibe de su maestro no sólo el ejemplo, la capacitación, la enseñanza, sino también la autoridad y poder para llevar a cabo lo que se le ha encomendado: Predicar y enseñar el evangelio del reino de Dios, orar por los enfermos y echar fuera a los demonios. (Mt.10:1, Lc. 9:1ss, 10:1ss, Mc.6:7ss). El discípulo se ve realizado al vivir como su maestro y hacer las obras que su maestro hace. Eso sí el discípulo tiene que ser como un niño que tiene fe, que ora con la sencillez de un niño y que actúa con la obediencia de un niño. De esa manera demostrará que permanece en la palabra de Jesús y por lo tanto es un verdadero discípulo.

Por otro lado, el discípulo tiene que estar dispuesto a poner en segundo plano, si es necesario, a sus padres, su cónyuge, sus hijos, y cualquier otra relación con tal de agradar y seguir fielmente a su Señor, llevando a cabo la instrucción (misión) que le ha sido dada. También el discípulo debe estar dispuesto a no estimar preciosa su vida para sí, llegando hasta las últimas consecuencias: Dar su propia vida, si es necesario, por el evangelio de nuestro Señor Jesucristo. Él vive en una constante renuncia voluntaria, incluso a lo legítimo: Mt. 8:21-22

“Otro de sus discípulos le dijo: Señor, permíteme que vaya primero y entierre a mi padre. Jesús le dijo: Sígueme; deja que los muertos entierren a sus muertos”; Lc. 14:26 “Si alguno viene a mí, y no aborrece a su padre, y madre, y mujer, e hijos, y hermanos, y hermanas, y aun también su propia vida, no puede ser mi discípulo”.

Otra de las características del auténtico discípulo cristiano, es que ha renunciado voluntariamente a sus aspiraciones egoístas personales. Su seguimiento es hacia la verdad. Ya no va en busca de su propio beneficio. Su punto de partida no es su intelecto, emoción o sentimiento, es la Palabra de Dios. Sabe que está crucificado para el mundo y el mundo está crucificado para él, como enseñó el apóstol Pablo. Está muerto para el pecado y vivo para Dios. Su caminar es un continuo “no” para él y un constante “sí” para Jesús. La gloria de ser discípulo de Jesús radica en su

negación de sí mismo y en una voluntaria crucifixión: *“Entonces Jesús dijo a sus discípulos: Si alguno quiere venir en pos de mí, niéguese a sí mismo, y tome su cruz, y sígame”* (Mt. 16:24). En efecto, el orden del caminar del discípulo es: Negarse, crucificarse, seguir a Jesús. No se puede seguir a Jesús si antes no se da la negación y la crucifixión.

No obstante, todo lo que el discípulo pueda practicar: El negarse, el crucificarse, el renunciar a lo legítimo, carece de significado ante Dios sino va sustentado por el amor. El rasgo sobresaliente del auténtico discípulo es el que ame a su prójimo y se deje amar sin condiciones, tal y como lo define el apóstol Pablo en su primera carta a los Corintios en el capítulo trece:

“El amor (ágape: el amor de Dios) es sufrido, es benigno; el amor no tiene envidia; el amor no es jactancioso, no se envanece, no hace nada indebido, no busca lo suyo, no se irrita, no guarda rencor; no se goza de la injusticia, sino que se goza de la verdad. Todo lo sufre, todo lo cree, todo lo espera, todo lo soporta. El amor nunca deja de ser... Ahora permanecen la fe, la esperanza y el amor, ... pero el mayor de ellos es el amor” (1Cor. 13: 4-8^a,13.).

Si eso es una realidad en la vida de cada discípulo, entonces los hombres conocerán, sin que nadie les anuncie, que son discípulos del Señor Jesús.

Por otra parte, al hablar de la acción de hacer discípulos, en el Evangelio de Mateo 28:19-20 encontramos la orden para llevar a cabo tal acción:

“Por tanto, id, y haced discípulos a todas las naciones, bautizándolos en el nombre del Padre, y del Hijo, y del Espíritu Santo; enseñándoles que guarden todas las cosas que os he mandado; y he aquí yo estoy con vosotros todos los días, hasta el fin del mundo. Amén”.

Aquí observamos que es una orden del Señor. Jesús instruyó a sus discípulos para que hicieran más discípulos. Los nuevos discípulos, a su vez, debían multiplicarse en otros. De esa manera la Iglesia del Señor iría conformándose en “un edificio” sobre el primer fundamento: Jesús, los doce, los setenta, los ciento veinte, luego los fundamentos de los otros apóstoles y profetas y así sucesivamente. En el Nuevo Testamento a esa acción se le llama **Matheteuo** que literalmente significa “discipular”.

Si hoy le pudiéramos preguntar al apóstol Pedro cómo haría discípulos, sin duda, él podría contestar: “Como el Señor Jesús me discipuló a mí”. Si le preguntáramos a Pablo cómo hizo él discípulos, sin duda nos respondería, como Ananías y el Señor Jesús me discipularon a mí. En efecto, nadie puede discipular a otro si no ha sido discipulado primero. No puede dar algo que no ha recibido. Por lo tanto, el modelo para discipular debemos tomarlo primero del Señor Jesús y de aquellos que nos han precedido y nos lo han transmitido para luego nosotros hacer exactamente lo mismo.

La acción del “**Matheteuo**” consiste fundamentalmente en dos cosas: La primera tiene que ver con el aprendizaje y recepción de las verdades que enseñó

Jesús del evangelio del reino de Dios. La segunda tiene que ver con la transmisión a otro de esas verdades, que se enseñan en la teoría y en la práctica. La revelación recibida y la transmisión de la misma, no pueden ir separadas en el “haced discípulos”, en cuanto que si una de las dos falta ya no es una acción discipuladora. La revelación del evangelio del reino consiste en Jesucristo, quien es la máxima revelación de Dios. La transmisión de esa revelación acontece de un discípulo que ha sido enseñado, probado y ejercitado a otro que ha aceptado voluntariamente ser un aprendiz, reconociendo que necesita ser instruido en todo lo necesario para llevar a cabo la misión que encomendó Jesús. Mateo resume esa acción discipuladora en enseñar a otros a guardar fielmente todas las cosas que Jesús ha revelado. Ese enseñar a guardar, debe acontecer en un acompañamiento del discípulo maduro con el principiante. Ambos deben recordar que Jesús prometió estar con sus discípulos todos los días, hasta el fin del mundo. Según Mateo el **Matheteuo** debe extenderse a todas las naciones e incluye el bautizar en agua en el nombre del Padre, del Hijo y del Espíritu Santo.

Otra de las características del “haced discípulos” es la multiplicación, no la suma, de los mismos. Vemos en Hechos seis, que los doce convocaban a la multitud de los discípulos que se había multiplicado a causa de la acción evangelística y discipuladora.

“Entonces los doce convocaron a la multitud de los discípulos, y dijeron: No es justo que nosotros dejemos la palabra de Dios, para servir a las mesas” (Hechos 6:2); *“Y crecía la palabra del Señor, y el número de los discípulos se multiplicaba grandemente en Jerusalén; también muchos de los sacerdotes obedecían a la fe”*. (Hechos 6:7).

Por lo que observamos en la vida de la Iglesia del principio, el discipulado o la acción de “haced discípulos” fue determinante para la consolidación y el crecimiento de la iglesia. Tanto en los evangelios como en el libro de los Hechos, se registra claramente que el estilo de vida que Jesús enseñó giró en torno al “ser discípulo” y al “haced discípulos”.

Cabe mencionar, por otra parte que a pesar que en las cartas de los apóstoles Pablo, Pedro y Juan no aparece el término discípulo, sino los términos creyentes, santos, elegidos, amados, sí se percibe el mismo estilo de vida de un verdadero discípulo. De manera, pues, que todos los que hemos creído en el Señor Jesús, no sólo debemos ser discípulos de Él, sino hacer discípulos para Él.

7.3 La Terapeia

Si bien es cierto que el propósito fundamental del ministerio pastoral, es la predicación del Evangelio del Reino de Dios, no debemos menospreciar la sanidad divina, porque Jesús la incluyó en su ministerio. Además, ordenó específicamente a sus discípulos que la pusieran por obra. Si Jesús, quien es nuestro modelo para todo nuestro caminar cristiano, la practicó, si sus primeros discípulos la practicaron, si la iglesia primitiva la practicó, ¿No deberíamos nosotros hoy, creerla, enseñarla y practicarla? Quienes piensan lo contrario no pueden fundamentar sus razonamientos

en la Biblia: La **Terapeia** o Sanar toda enfermedad y dolencia es muy clara en las Sagradas Escrituras.

Jesús recorrió todo Israel no sólo enseñando y predicando, sino sanando toda enfermedad y toda dolencia. Casi sin excepción cuando predicó, también sanó a los enfermos y libertó a los endemoniados. Jesús nunca separó la predicación de las señales que hacía. Más bien las señales de sanidad confirmaban su predicación. Mateo 4:23 describe a grandes rasgos el ministerio de Jesús: *“Y recorrió Jesús toda Galilea, enseñando en las sinagogas de ellos, y predicando el evangelio del reino, y sanando toda enfermedad y toda dolencia en el pueblo”*. Incluso, mucha gente, quería ver a Jesús y escucharlo porque Él hablaba con autoridad y satisfacía las necesidades de salud de mucho pueblo. Jesús se volvió famoso a causa de su predicación y las sanidades que realizaba. Eso lo dice también Mateo 4:24-25:

“Y se difundió su fama por toda Siria; y le trajeron todos los que tenían dolencias, los afligidos por diversas enfermedades... y los sanó. Y le siguió mucha gente de Galilea, de Decápolis, de Jerusalén, de Judea y del otro lado del Jordán”; y (Mt 15.30). “Y se le acercó mucha gente que traía consigo a cojos, ciegos, mudos, mancos, y otros muchos enfermos; y los pusieron a los pies de Jesús, y los sanó”

Por si fuera poco, es contundente el testimonio del Evangelio de Mateo, en cuanto que la **Terapeia divina** está incluida en la muerte expiatoria de Jesús profetizada en Isaías 53: 4. Eso contradice lo que algunos intérpretes afirman en relación con la sanidad que se refiere en Isaías, diciendo que únicamente se menciona a la salud espiritual y no a la física. Pero el evangelista contradice a esos pensadores. Veamos lo que dice Mateo 8:14.17

“Vino Jesús a casa de Pedro, y vio a la suegra de éste postrada en cama, con fiebre, Y tocó su mano, y la fiebre la dejó; y ella se levantó, y les servía. Y cuando llegó la noche, trajeron a él muchos endemoniados; y con la palabra echó fuera a los demonios, y sanó a todos los enfermos, para que se cumpliese lo dicho por el profeta Isaías, cuando dijo; Él mismo tomó nuestras enfermedades, y llevó nuestras dolencias”

Este es uno de los pasajes más claros en relación con la aplicación de la sanidad que Jesús obtuvo para nosotros cuando murió crucificado. No necesita interpretación porque el pasaje no es oscuro. Jesús, pues, nos enseña con su ejemplo que la predicación debe ir acompañada de la **Terapeia divina**.

Jesús después de haber enseñado con el ejemplo y con la instrucción, envió a sus discípulos a predicar y a sanar a los enfermos: *“Entonces llamando a sus doce discípulos, les dio autoridad... y para sanar toda enfermedad y toda dolencia. Y yendo, predicad, diciendo el reino de los cielos se ha acercado. Sanad a los enfermos, limpiad leprosos, resucitad muertos... de gracia recibisteis, dad de gracia”* (Mt. 10:1, 7-8) En Lucas 9:1-2 encontramos instrucciones similares: *“Habiendo reunido a sus doce discípulos, les dio poder y autoridad... para sanar enfermedades. Y los envió a predicar el reino de Dios y a sanar a los enfermos”*. Más adelante, en el mismo Evangelio según Lucas encontramos instrucciones dadas a una cantidad más grande de discípulos para que prediquen y sanen a los enfermos: *“Después de estas*

cosas, designó el Señor también a otros setenta, (otras versiones dicen setenta y dos) a quienes envió de dos en dos delante de Él a toda ciudad y lugar adonde Él había de ir... en cualquier ciudad donde entréis, y os reciban, comed lo que os pongan delante; y *sanad a los enfermos que en ella haya*, y decidles: *Se ha acercado el reino de Dios*" (Luc. 10: 1, 8-9). En este pasaje hay un elemento digno de notar. Jesús les dice a estos discípulos que sanen a las personas que se encuentren enfermas en las casas que visiten, luego de sanarlas o cuando las estén sanando les digan: "El reino de los cielos se ha acercado". En otras palabras, una señal de que el reino de Dios está entre nosotros, es que hay sanidad física divina que acompaña la predicación del evangelio. Esa sanidad ocurría generalmente por la palabra de autoridad, de fe y de poder que salía de la boca de los mensajeros del reino. En otras ocasiones tanto Jesús como los apóstoles imponían manos y utilizaron medios tales como lodo, barro, saliva. Los discípulos incluso usaban aceite: "...Y *ungían con aceite a muchos enfermos, y los sanaban*" (Mc. 6:13).

Jesús, sus doce, y luego los setenta creyeron, enseñaron y practicaron la sanidad divina. Eso lo vemos registrado en los cuatro evangelios. Pero también el libro de los Hechos nos describe como la iglesia primitiva creía, enseñaba y practicaba la sanidad divina. Veamos algunos versículos: "Y *teniendo asidos a Pedro y a Juan el cojo que había sido sanado, todo el pueblo, atónito, concurrió a ellos al pórtico que se llama de Salomón*". (Hch. 3:11); "Y *aun de las ciudades vecinas muchos venían a Jerusalén, trayendo enfermos y atormentados de espíritus inmundos; y todos eran sanados*". (Hch. 5:16). Es evidente que la iglesia del principio vivió un evangelio no sólo de palabras, sino de poder.

En las epístolas, encontramos a Pablo enseñando que Dios ha dado hermanos que sanan en las congregaciones. Es decir se les ha concedido el don de sanidad.

"Y a unos puso Dios en la iglesia, primeramente apóstoles, luego profetas, lo tercero maestros, luego los que hacen milagros, después los que sanan, los que ayudan, los que administran, los que tienen don de lenguas" (1 Cor. 12:28).

Pedro el apóstol, también recordando el pasaje de Isaías 53:4, que el mismo Mateo ya ha citado y lo ha interpretado como cumplimiento de la sanidad física, lo dice con estas palabras:

"*Quien llevó él mismo nuestros pecados en su cuerpo sobre el madero, para que nosotros, estando muertos a los pecados, vivamos a la justicia; y por cuya herida fuisteis sanados*" (1 P 2:24).

Según nuestra percepción de acuerdo a los textos bíblicos que hemos señalado, podemos afirmar que la sanidad divina es parte de la misión de la Iglesia y del ministerio pastoral y por ende está vigente. Además, la sanidad divina como un complemento y como un testimonio del poder de Dios puede ayudar a que la fe de Jesús sea extendida en todos los pueblos.

La iglesia ha sido enviada a predicar y a sanar a los enfermos, pero sin perder de vista que la sanidad divina tiene varias limitaciones y matices. Por ello, es

importante recordar que la sanidad debe estar subordinada a la predicación del Evangelio, en cuanto es un aspecto secundario. Gracias a Dios por la salvación eterna y por la sanidad divina.

7.4 La Didaskalía.

Su significado primario es enseñanza. Y ésta comprende desde el acto de transmitir, traspasar, hasta la misma predicación, pero la predicación que se mantiene a un nivel elevado y solemne, no en los niveles primarios de proclamación.¹⁵² Por eso se dice que la enseñanza o didaskalía es un paso posterior al de la evangelización. Se encuentra en la última etapa de la transmisión de la Palabra de Dios y se encarga de la dimensión doctrinal del mensaje cristiano. No obstante, ésta mantiene la fe de conversión. La enseñanza tiene que estar basada en las Sagradas Escrituras y por eso tiene que ver con todos y cada uno de los cristianos. Se podría decir que, la enseñanza señala las líneas generales del contenido de la fe cristiana y se erige sobre los fundamentos de la revelación de Dios en la historia y sobre los primeros testigos de ésta. Es decir, los fundamentos de los profetas, maestros y los apóstoles.

El oficio de enseñar en la iglesia primitiva está claramente expuesto en los evangelios, las cartas de Pablo y los escritos de Juan. En los evangelios (Mc 9:17, Mt 8:9, Lc10: 25, En Jn 1:38 el término hebreo para maestro es *rabí* y que traducido al griego es *Didáskalos*) se encuentra el modelo perfecto del *Didáskalos*: es nuestro Señor Jesucristo, aunque también se les asigna este nombre a algunos otros como a Juan el Bautista (Lc 3:12). En las cartas paulinas, especialmente, en 1 Cor. 12:28 el concepto de Maestro representa uno de los tres dones de oficios carismáticos. Entendemos que la función de este cargo era la explicación del pensamiento cristiano. De hecho, Pablo con todo el trasfondo griego, romano y judaico, más la revelación de Cristo en su vida, explica la concepción de la fe cristiana. Además, Pablo antes de ser constituido por Dios como apóstol era profeta y didáskalos (Hechos 13: 1-2). Por todo eso, Pablo pudo acomodar, explicar, interpretar y transmitir las enseñanzas de Cristo, la revelación recibida, los fragmentos del Kerigma primitivo, las interpretaciones del Antiguo Testamento e incluso sus propias opiniones particulares. El encargado de la Didaskalía es pues, el Didáskalos o sea el maestro. Y el oficio de maestro, como se ha señalado, está íntimamente ligado al evangelio y al ministerio del Señor Jesucristo. En consecuencia, la acción de los maestros hoy, es comunicar fielmente las enseñanzas de su maestro, que son fundamentos de los cuales testimonia la Biblia.

El hecho que podamos ser constituidos como maestros no quiere decir que nos envanecemos con este ministerio. Es más, nosotros no hemos de desear que nos llamen maestros. Más bien debiéramos llamarnos discípulos del Señor Jesús.

¹⁵² Cf. VA. *Diccionario Teológico del Nuevo Testamento*, II, Sígueme, Salamanca, 1990, 79.

Él es quien enseña, nosotros los que aprendemos. Tampoco debemos permitir que se nos llame maestros porque siempre estaremos aprendiendo. El que se constituye en maestro está en riesgo de caer bajo juicio y condenación si no vive lo que enseña. El trato con nuestros hermanos es de igual a igual, aunque el Señor nos llame a unos para orientar y a otros para ser orientados. Si nos hacemos maestros inmediatamente nos ponemos por encima de los demás, pero nosotros quedamos bajo el juicio de lo que enseñamos. Si enseñamos a otros nosotros mismos nos estamos enseñando. El Apóstol Pablo dice a los judíos que se consideraban maestros e intérpretes de la ley, lo peligroso de decirle a otros que hagan pero que el maestro no lo haga: "Tú que predicas que no se ha de hurtar ¿hurtas?, Tú que dices que no se ha de adulterar ¿adulteras? Tú que abominas de los ídolos ¿comes de lo sacrificado? Tú que te jactas de la ley, con infracción de la ley ¿deshonras a Dios? Porque como está escrito, el nombre de Dios es blasfemado entre los gentiles por causa de Vosotros" (Rm.2: 22-24). Por causa de nosotros los cristianos que enseñamos verdades a otros para que las hagan, pero nosotros no las hacemos, el evangelio es puesto en entredicho. No nos hagamos, pues, maestros nosotros mismos y no deseemos que nos llamen de esta manera. A menos que sea el Señor quien nos constituya como tales, respondamos con humildad y gratitud en nuestra labor, de tal manera que estemos en la capacidad del auténtico *didáskalos*.

En 1ª. Timoteo 1:10 vemos que el pastor tiene que hacer la función de maestro. Ahora bien, la doctrina enseñada no debe ir orientada sólo al intelecto, el alma o al espíritu, sino al todo el ser humano. De hecho, la doctrina de la Biblia no separa lo "teórico" de lo "práctico". Esa separación, más bien la hemos hecho nosotros subjetivamente.

Resumamos. El Pastor maestro, es quien debe enseñar los primeros pasos de la vida cristiana y asimismo educar para el crecimiento, el desarrollo, y la madurez cristiana. La enseñanza o educación es una tarea más amplia que la de la evangelización, aunque no es independiente.

7.5 La Liturgia.

En los textos del Nuevo testamento donde aparece esta palabra, se le emplea con diversos significados. En sentido amplio significa un servicio cualquiera, incluso secular (2 cor 9:12). En un sentido más específico a la forma y a la actitud de la iglesia al orar, adorar y de ministrar. En la carta a los Filipenses 2:17, aparece el término en sentido figurado.¹⁵³ De cualquier manera, al hablar de liturgia se está hablando de la correcta actitud del creyente y de la participación como parte del pueblo de Dios. De hecho, la pastoral tiene que lograr que todos los creyentes participen en comunidad, con el objeto de procurar una liturgia auténtica en la congregación.

¹⁵³ Cf. VA. *Pastores del Pueblo de Dios en América Latina*, Aurora, Buenos Aires, 1974, 20.

7.6 La Koinonía.

Esta palabra griega significa literalmente “un tener común”¹⁵⁴. Y esto denota un compañerismo, comunión, la parte que alguien posee en cualquier cosa, pero que pertenece a los demás también. Es en el libro de los Hechos de los Apóstoles 2:42-45 donde se muestra con toda claridad la acción de la comunión entre los hermanos: “Y perseveraban en la doctrina de los apóstoles, en la comunión unos con otros, en el partimiento del pan y en las oraciones... Todos los que habían creído estaban juntos, y tenían en común todas las cosas; y vendían sus propiedades y sus bienes, y los repartían a todos según la necesidad de cada uno. Y perseveraban unánimes cada día en el templo, y partiendo el pan en las casas, comían juntos con alegría y sencillez de corazón, alabando a Dios, y teniendo favor con todo el pueblo. Y El Señor añadía cada día a la iglesia los que habían de ser salvos”, aquí vemos pues, la comunión de los cristianos con Cristo, pero al mismo tiempo entre ellos. Es la participación con otros en la misma realidad lo que resalta la *koinonía*.

En la congregación la *koinonía* es el resultado de la unión de la *diakonía* y la *liturgia* sobre el fundamento del *Ágape*. Sólo de esta manera se puede edificar la iglesia del Señor porque entonces se tiene una misma visión, una misma alma, un mismo corazón y una sola cabeza. El texto no dice únicamente que una multitud había creído y luego cada cual se había ido por su lado, sino que todos los que habían creído “estaban juntos” y por si fuera poco “tenían todas sus pertenencias en común”. Esta clase de vida de servicio, adoración y comunión muestra una unidad de sentir y de propósito, tan difícil de encontrar hoy.

La *koinonía* conduce al compromiso con Dios y con el prójimo. La comunión permite valorar al individuo como tal y conocer sus múltiples necesidades, porque se considera como parte de un todo, como el cuerpo mismo. Muchos creyentes de la iglesia primitiva vendían sus propiedades y demás bienes con el fin que nadie padeciera hambre o desnudez. Repartían la ayuda material en proporción a la necesidad, no tanto de acuerdo a la capacidad. De esta manera se practicó el amor *ágape* en el servicio y en consecuencia podían adorar a Dios en libertad con limpia conciencia.

La *koinonía* permite un crecimiento espiritual. El servicio fiel y fructífero, la práctica del amor *ágape*, la libertad del Espíritu y una comunión en los templos y en las casas conducía a celebrar la fe por medio “del partimiento del pan” con alegría y sencillez de corazón. Todos juntos alababan al Señor en plena comunión y como resultado, el Señor añadía a la iglesia los que habían de ser salvos. Se cumplía lo que dice el Salmo 133 “¡Mirad cuán bueno y cuán deliciosos es habitar los hermanos juntos en armonía! Es como el buen óleo sobre la cabeza, el cual desciende sobre la barba, la barba de Aarón, y baja hasta el borde de sus vestiduras; Como el rocío de Hermón, que desciende sobre los montes de Sión; Porque allí envía Jehová bendición, y vida eterna”

¹⁵⁴ Cf. VINE E. *Diccionario Expositivo de Palabras del Nuevo Testamento*, Clie, Barcelona, 1989, Vol. 2, 285.

7.7 La Martiria

La Iglesia del Señor ha sido llamada a dar testimonio en el tiempo, lugar y contexto cultural que le ha tocado vivir con respecto al actuar de Dios en la historia de la salvación. De ese actuar, el pueblo de Dios tiene que dar testimonio para que las naciones sepan quién es el verdadero Dios y cuál es el plan que Él tiene para que los hombres lo conozcan, lo adoren y sean salvos.

Para que ese testimonio sea efectivo tiene que fundamentarse en los primeros testimonios de la revelación de Dios. Ningún testimonio es verdadero si se basa en sí mismo. La iglesia, desde el principio, se ha atendido a los fundamentos de los apóstoles, profetas y el Señor Jesús:

“Así que ya no sois extranjeros ni advenedizos, sino conciudadanos de los santos, y miembros de la familia de Dios, edificados sobre el fundamento de los apóstoles y profetas, siendo la principal piedra del ángulo Jesucristo mismo” (Ef. 2: 19-20).

Posteriormente, la iglesia imperial, la iglesia medieval, la iglesia de la reforma debieron atenerse a los testimonios del Antiguo Testamento y fundamentalmente a los del Nuevo, para testificar del Reino de Dios. Si eso fue así o no, el propósito de esta tesis no permite discutirlo. Ahora bien, los apóstoles, profetas, evangelistas, pastores y maestros, de la iglesia del principio, a su vez, se fundamentaron en el testimonio del Señor Jesús, y en los escritos del Antiguo Testamento.

En esa misma dirección, siguiendo el principio, de basar un testimonio sobre testimonios anteriores, Jesús predicó y testificó acerca de la llegada del Reino de Dios, sobre la base de los testimonios de la ley, los salmos (escritos) y los profetas del Antiguo Testamento. Ahora bien, cabe señalar que esos escritos también daban testimonio acerca de la vida y la obra de Jesús el Mesías, anunciando al Señor como el centro y la convergencia de toda la revelación. En otras palabras, Jesús no sólo usó los escritos antiguo testamentarios para testificar del Plan de Salvación de Dios, sino que los usó como testigos acerca de su propia misión:

“Ustedes estudian con diligencia las Escrituras porque piensan que en ellas hallan la vida eterna. ¡Y son ellas las que dan testimonio en mi favor! Sin embargo, ustedes no quieren venir a mí para tener esa vida” (Jn. 5:39 NVI).

El testimonio profético de la escritura acerca de una parte de esa misión, señala que Jesús fue enviado para dar cumplimiento a la ley y los profetas. *“No piensen que he venido a anular la ley o los profetas; no he venido a anularlos, sino a darles cumplimiento” (Mt. 5:17 NVI).* Ésta es una de las afirmaciones de Jesús más impresionantes en cuanto al carácter profético del Antiguo Testamento, con relación a su persona. Él afirma que toda la ley y todo el contenido de los profetas tienen su

pleno cumplimiento en su propia persona. Su vida, su carácter, su enseñanza, su obra, su naturaleza y su centralidad están anunciados en la ley y en los profetas. Esto es sumamente glorioso, porque nos confirma que las doctrinas más importantes que Dios quiere que sepamos, las sostiene en las siete columnas o testimonios de la verdad que están distribuidas en los dos testamentos: La ley, los escritos o salmos, los profetas, Jesús el Mesías, el apóstol Pablo, el apóstol Pedro y el apóstol Juan. Pablo, quien es una de las columnas de la verdad, señala específicamente un ejemplo de una doctrina anunciada de antemano en la ley y los profetas: *“Pero ahora, aparte de la ley, se ha manifestado la justicia de Dios, testificada por la ley y por los profetas”*; (Rom. 3:21). Además, él asevera que todo lo que está escrito en la ley y los profetas había tenido cumplimiento en la vida y la enseñanza de Jesús de Nazaret y que esto era lo que los discípulos llamaban “el camino”, pero ellos lo llamaron herejía. A pesar que los religiosos leían continuamente en sus reuniones en las sinagogas la ley y los profetas no pudieron discernir que todo esto tenía cumplimiento en el Mesías Jesús de Nazaret: *“Pero esto te confieso, que según el camino que ellos llaman herejía, así sirvo al Dios de mis padres, creyendo todas las cosas que en la ley y en los profetas están escritas”* (Hech. 24:14). Pablo, sin embargo, creía todo lo que ahí estaba escrito como algo que tenía vigencia.

En los evangelios encontramos que los discípulos también comprendieron que Jesús era el cumplimiento de la ley y los profetas. Felipe fue uno de los que reconoció claramente esa verdad, cuando afirmó que habían encontrado al Mesías anunciado con mucha antelación: *“Felipe halló a Natanael, y le dijo: Hemos hallado a aquel de quien escribió Moisés en la ley, así como los profetas: a Jesús, el hijo de José, de Nazaret”* (Jn 1:45).

Ahora bien, es mucho más interesante que Jesús mismo haya dicho reiteradamente, que Él era el punto central de lo que se había escrito en los testimonios de la ley, los profetas y los salmos:

“Y les dijo: Estas son las palabras que os hablé, estando aún con vosotros: que era necesario que se cumpliese todo lo que está escrito de mí en la ley de Moisés, en los profetas y en los salmos” (Lc. 24:44).

No obstante, el detalle relevante es que en toda la estructura y contenido de la ley, todo el propósito del surgimiento de los profetas y del profetismo, todas las diversas realidades y circunstancias en las que se escribieron los salmos era con un sólo propósito: ¡Que Jesús de Nazaret viniera a darles cumplimiento! Si Cristo no hubiera sido enviado no tendrían ningún sentido ni propósito los testimonios de la Ley, los profetas y los salmos. Todo eso sería como un montón de ladrillos amontonados sin estructura ni columna vertebral. De nada nos serviría el saber la historia sagrada del pueblo de Israel, dentro de la cual se desarrolla la ley, los profetas y los salmos. En consecuencia sólo Jesús viene a darle sentido a la historia sagrada, porque Él es la historia misma. Por eso pudo decir Jesús que Él era el principio y el fin, es decir el cumplimiento de la historia sagrada que abarca la historia de la humanidad.

Es tan exacto lo que se dice de Jesús en la ley, los profetas y los salmos, que el Señor Jesús mismo les dio a sus propios discípulos una lección panorámica, haciendo un recorrido por todas las Sagradas Escrituras, comenzando desde Moisés pasando por todos los profetas para mostrarles que en Él se estaba dando cumplimiento exacto de todo lo que dijeron, indagaron y profetizaron los escritores sagrados: *“Y comenzando desde Moisés, y siguiendo por todos los profetas, les declaraba en todas las Escrituras lo que de él decían”* (Lc. 24:27). Otro de los detalles interesantes es que el cumplimiento de todo testimonio escrito antiguo testamentario, en cuanto a Jesús, tiene relación con Jerusalén. Jesús les dice a sus doce discípulos que subirían a Jerusalén y se cumplirían todas las cosas escritas por los profetas acerca de Él como el hijo del hombre Jesús es, pues el cumplimiento de la misma Jerusalén: *“Tomando Jesús a los doce, les dijo: He aquí subimos a Jerusalén, y se cumplirán todas las cosas escritas por los profetas acerca del Hijo del Hombre”* (Lc. 18:31).

Cuando Jesús afirma que Él viene a dar cumplimiento a la ley y los profetas, no sólo se refiere al aspecto profético centrado en su persona y su obra, sino al cumplimiento del espíritu de la ley y los profetas. En ese sentido, ambos se resumen en el mandamiento *“amarás a tu Dios y a tu prójimo”*. Por supuesto que Jesús como judío guarda la ley y cumple con los ritos sacrificiales, pero todo esto gira alrededor de dos ejes centrales: El amor a Dios y el amor al prójimo. Sobre estos dos mandamientos depende todo el testimonio de la ley y los profetas:

“Jesús le dijo: Amarás al Señor tu Dios con todo tu corazón, y con toda tu alma, y con toda tu mente. Este es el primer y grande mandamiento y el segundo es semejante: Amarás a tu prójimo como a ti mismo. De estos dos mandamientos depende toda la ley y los profetas” (Mt. 22:37-40).

Por lo tanto sólo Jesús pudo dar el pleno cumplimiento a éstos, porque sólo Él verdaderamente amó a Dios y amó a su prójimo. Nadie antes de Él pudo y nadie después de Él podrá realmente amar a Dios y al prójimo. Ningún ser humano puede decir yo he amado a Dios con todo mi corazón, y con toda mi alma, y con toda mi mente.

El mayor pecado que cometió el pueblo de Israel es no haber amado verdaderamente a Dios. Nosotros hemos hecho lo mismo. Algunos decían que lo amaban pero era sólo de labios porque su corazón estaba endurecido y alejado de Dios. Nosotros decimos que lo amamos, pero con nuestros hechos lo negamos. Jesús sí lo pudo decir porque lo cumplió y de esa manera también dio cumplimiento cabal a los profetas, la ley y los salmos. Todo lo escrito, mientras exista el cielo y la tierra, ni una “yod” que es la letra más pequeña del alfabeto hebreo, dejará de tener cumplimiento. Jesús el Cristo con su misión, vida, carácter, enseñanza, obra, naturaleza, y centralidad da ese cumplimiento.

Siguiendo el orden inverso: de adelante para atrás, con relación a la *Martiría*, testimonio al que han sido llamados los discípulos del Señor, la iglesia moderna se ha basado en el testimonio de la Biblia y la historia de la iglesia, la iglesia del principio se basó sobre el testimonio de los apóstoles y profetas y de Jesús el

Mesías; Jesús el Mesías se fundamentó sobre los profetas, los salmos y la ley (hemos hecho énfasis en que estos testimonios testificaron acerca de la vida y la obra de Jesús). Los profetas y los escritos se fundamentaron sobre el testimonio de la ley. De manera, pues, que en la historia de la salvación ha habido un sobreponer continuo y ascendente de testimonios o fundamentos, si partimos desde los primeros testigos. Barth afirma que a los primeros testigos de la revelación les corresponde una posición singular, en cuanto de su posición histórica particular y por el llamamiento a escuchar la Palabra para luego confirmarla a otros. A esos testigos Barth les llama “los testigos bíblicos de la Palabra”, refiriéndose específicamente a las personas proféticas del Antiguo Testamento y las personas apostólicas del Nuevo Testamento.¹⁵⁵ Esos primeros testigos vieron actuar a Dios como padre, rey, legislador, guerrero, y juez en la historia de Israel. Una historia que les hablaba a ellos acerca de la soberanía del Dios de la alianza, siempre fiel aun ante la infidelidad de su pueblo. Esos primeros testigos, ya como profetas en el sentido estricto o como relatores, legisladores, poetas, recibieron la Palabra del Señor, para luego trasladarla no con sus propias opiniones sino con “Así dice el Señor”.

Los testigos posteriores registrados en el Antiguo y Nuevo Testamento, aunque recibieron la Palabra del Señor, ninguno de ellos dio testimonio por escrito u oralmente sin atender a los testigos que les precedieron. Más bien han hecho suyas las respuestas de aquellos y han sobreedificado lo “nuevo” incorporando lo anterior a su propio testimonio. Como sigue diciendo Barth acerca de los primeros testigos: “Ellos son los que han hecho oír la palabra Yave, emitida en su historia con Israel, a viva voz en su pueblo y la han fijado por escrito para la memoria de las generaciones futuras”¹⁵⁶ De tal manera, pues, que no se debe perder de vista que la iglesia, al igual que los testigos que le precedieron, recibe su testimonio tanto del Antiguo como del Nuevo Testamento pues, ambos finalmente constituyen, en Jesucristo, una sola historia de un solo pueblo, que señala “al nuevo hombre”, la nueva humanidad. Efesios 2:12-16 revela con claridad esa verdad.

“En aquel tiempo estabais sin Cristo, alejados de la ciudadanía de Israel y ajenos a los pactos de la promesa, sin esperanza y sin Dios en el mundo. Pero ahora en Cristo Jesús, vosotros que en otro tiempo estabais lejos, habéis sido hechos cercanos por la sangre de Cristo. Porque él es nuestra paz, que de ambos pueblos hizo uno, derribando la pared intermedia de separación, aboliendo en su carne las enemistades, la ley de los mandamientos expresados en ordenanzas, para crear en sí mismo de los dos un solo y nuevo hombre, haciendo la paz, y mediante la cruz reconciliar con Dios a ambos en un solo cuerpo, matando en ella las enemistades”.

No obstante, a los testigos del Antiguo Testamento, les fue concedido el testimonio de la Palabra del Señor de muchas maneras: Audible, por sueños, visiones, señales y prodigios. También se reveló por escrito en las Tablas de la Ley que estaban dentro del arca del “testimonio”, lo cual fue un testimonio de que Dios se había revelado a su pueblo y había hecho una alianza incondicional con

155 Cf. BARTH K., *Introducción a la Teología Evangélica*, Aurora, Buenos Aires, 1986, 50.

156 Cf. *Ibid.*, 51.

Él. Pero a los testigos del Nuevo Testamento se les fue dado el privilegio de percibir la Palabra de Dios hecha carne, en ese acontecer en el espacio y el tiempo. La Palabra de Dios en su gloria que se dirige, junto con Israel, a todos los humanos como anuncio, promesa, exhortación y consuelo. Barth, refutando a Bultman, en cuanto al testimonio de una historia de salvación, sin un espacio vacío, y que se puede visualizar en un “sobreponer continuo y ascendente de testigos y testimonios” afirma que:

“Encontrar a un doble Jesucristo, llamado pre y postpascual, en la lectura de los textos del Nuevo Testamento, es sólo posible si uno mismo se inserta esa idea previamente; una operación sumamente cuestionable, sobre todo desde el punto de vista crítico-histórico. El origen, objeto y contenido del testimonio del Nuevo Testamento fue y es una sola historia de salvación y revelación como acto y Palabra de Dios, hecha acontecimiento en Jesucristo”¹⁵⁷.

Concluamos. El Señor Jesús dio la instrucción a sus discípulos, para que fueran testigos de lo que habían visto, oído, vivido, experimentado acerca de la salvación y la irrupción del Reino de Dios en Israel, en sus vidas, en sus familias como algo concreto: “...pero recibiréis poder, cuando haya venido sobre vosotros el Espíritu Santo dentro de no muchos días” (Hch. 1:8). En efecto, en los tiempos de la iglesia apostólica el testimonio de Jesús llegó a todo el mundo conocido, por medio de los discípulos, apóstoles, profetas, maestros, diáconos, ancianos, creyentes sin distinción de edad y sexo, transmitiendo el Evangelio de unos a otros, sobre las bases que hemos mencionado anteriormente. Pablo da testimonio, reconociendo que lo ha recibido primero, porque él no ha inventado ni el mensaje, ni el testimonio, porque ambos le fueron transmitidos: *“Porque primeramente os he enseñado, lo que asimismo recibí...”* (1 Cor. 15:3).

Hoy, nosotros tenemos no sólo el testimonio de las Sagradas Escrituras, el testimonio de los testigos de primera mano del acontecimiento de la resurrección de Nuestro Señor Jesucristo, que lo transmitieron y lo dejaron por escrito, el testimonio de la historia de la Iglesia, el pensamiento de la teología Evangélica que ha reflexionado sobre el testimonio de la historia de la salvación, sino que somos testigos porque hemos tenido un encuentro personal y espiritual, muy real con el Cristo que murió, fue sepultado pero que ha resucitado y se ha revelado a nosotros por la acción del Espíritu Santo. Nosotros nos hemos apropiado de esa salvación y de ese testimonio por medio de la fe. En consecuencia, hemos creído, se ha hecho vida la Palabra de Dios en nosotros, por lo que podemos testificar.

7.8 La Diakonía.

Esta palabra que designa a una de las bases más importantes del ministerio pastoral, se traduce literalmente por servicio.¹⁵⁸ Pero no es un servicio cualquiera. Es cierto que esta palabra se usa de manera variada: En Mt 4:11, se refiere al

¹⁵⁷ Cf. Ibid., 54.

¹⁵⁸ Cf. VINE E. *Diccionario Expositivo de Palabras del Nuevo Testamento*, Clie. Barcelona. 1989. Vol. 4, 51.

servicio de los ángeles; En Rm 13:4, al servicio del Estado; En 1 Cor 3:7, Pablo habla de un servicio del Espíritu e incluso en 2 Cor 11:15, señala un servicio satánico disfrazado. Pero al ir un poco al fondo de la *Diakonía*, descubrimos que en esencia se trata de un servicio singular.

Etimológicamente la palabra *Diakonía* se compone de dos palabras: *Diá*: a través, y *Konos*: polvo, esto es una tarea en medio del polvo. Es una actividad polvorienta. La palabra *diakonía* se originó de la acción que realizaba el conductor de camellos cuando los guiaba y los jalaba mientras su amo y señor estaba montado.¹⁵⁹ Esto indica la naturaleza humilde del servicio en la fe cristiana. En otras palabras, el que es un “diácono”, en el sentido amplio de la palabra, es un sirviente o servidor que constantemente está jalando el “mecate” del camello donde viene sentado su Señor. De igual manera, el ministro evangélico es un humilde servidor y no un alto ejecutivo.

El servicio no tiene que ver con un rango, sino con una condición espiritual y una actitud humana. Jesús quiso dejar muy en claro la esencia del servicio cuando se levantó de la mesa, se despojó de su manto y tomó una toalla, se la ciñó y comenzó a lavar los pies a sus discípulos. ¡Claro! Los discípulos se desconcertaron porque para ellos el rango de Jesús era el de maestro y el de ellos discípulos. Por eso, pensaron que lo que estaba haciendo el Señor no correspondía a su nivel, sino al de un “siervo”.

En efecto, era una de las actividades que hacía regularmente un siervo, pero en el Reino esta es la actitud que se tiene que tomar. De lo contrario no podremos participar del Reino, puesto que es una de las normas del Reino. Por eso, Pedro cuando oyó que Jesús le replicó diciendo: si no te dejas lavar los pies no tendrás parte conmigo en el Reino, le dijo si es así lávame la cabeza y todo el cuerpo si es posible. Jesús dijo al final de la tarea “Ejemplo os he dado, para que como yo he hecho con vosotros también hagáis”. En otra parte del texto de los evangelios dice: “Yo soy entre vosotros como el que sirve”, aquí habla, otra vez, de una condición, dice “soy” como el que sirve, no dice “tengo”. En otro texto habla de la decisión y la disposición del siervo: “No he venido para ser servido, sino para servir”. Jesús no estaba hablando de rango, estaba hablando de actitud. En consecuencia, no importa la posición en la cual el Señor nos haya colocado, si somos cristianos nos convertimos en “diáconos” que realizan tareas polvorientas.

No se puede dejar a un lado otras palabras que también poseen connotaciones relacionadas con el que sirve. A manera de ejemplo: *doulos* (el que sirve en esclavitud), *pais* (el que asiste, el que ayuda), *huperetes* (ministro, servidor, con una connotación de rango, por ejemplo “alguacil”) *leitourgos* (también se traduce por servidor y por ministro), *oiketes* (un siervo doméstico), *therapon* (El que sirve asistiendo para sanar.) Este último término está fundido con los conceptos de dignidad, de libertad y se menciona en hebreos 3:5 con relación a Moisés. De

¹⁵⁹ Cf. VA. *Pastores del pueblo de Dios en América Latina*, Aurora, Buenos Aires, 1974, 18.

cualquier manera, todas las palabras relacionadas con el que sirve dejan en claro la acción del creyente hacia el servicio de Dios y de su prójimo, no hacia sí mismo con fines egoístas y utilitaristas. Por medio de la *Diakonía* también proclamamos el evangelio con ejemplos concretos de amor. Es un abrirse a los demás y un cerrarse hacia uno.

7.9 La Daimonía exérchomai

Creemos que otra de las acciones pastorales que se debe considerar como parte de su misión, es la que significa echar fuera demonios. Queremos probar esa afirmación con las Sagradas Escrituras, que es la *Norma Normans*. Para comenzar, en primer lugar, Jesús donde quiera que fue a predicar el Evangelio libertó a los endemoniados: “Y se difundió su fama por toda Siria; y le trajeron todos los que tenían dolencias... *los endemoniados, lunáticos y paralíticos*; y los sanó”. (Mt. 4:24); “Y cuando llegó la noche, trajeron a él muchos *endemoniados*; y con la Palabra echó fuera a los demonios,...” (Mt. 4:16); “como Dios ungió con el Espíritu Santo y con poder a Jesús de Nazaret, y como este anduvo haciendo bienes y sanando a todos los oprimidos por el diablo, porque Dios estaba con él” (Hch. 10:38).

En segundo lugar, es muy interesante notar que Jesús mismo haya afirmado que una señal indiscutible en cuanto a la llegada del Reino de Dios, era el echar fuera demonios: “*Pero si yo por el Espíritu de Dios echo fuera a los demonios, ciertamente ha llegado a vosotros el reino de Dios.*”(Mt. 12:28). Esta verdad que Jesús reveló deja en claro de manera sencilla que una de las formas de asegurarnos que el dominio, el gobierno, la autoridad de Dios han llegado a la tierra y a la vida de los hombres es el ver cómo los demonios salen de las personas y de los entornos donde tenían influencia o posesión.

En tercer lugar, Jesús el Mesías les dio autoridad y poder a sus discípulos para que donde quiera que llevaran el mensaje del Evangelio, echaran fuera demonios de los oprimidos por el diablo. Fue una orden específica que los discípulos debían de cumplir: “Entonces llamando a sus doce discípulos, les dio autoridad sobre *los espíritus inmundos, para que los echasen fuera*,... Sanad enfermos, limpiad leprosos, resucitad muertos, *echad fuera demonios*; De gracia recibisteis, dad de gracia” (Mt. 10: 1,8);

“*Volvieron los setenta con gozo, diciendo: Señor, aun los demonios se nos sujetan en tu nombre. Y les dijo: Yo veía a Satanás caer del cielo como un rayo. He aquí os doy potestad de hollar serpientes y escorpiones, y sobre toda fuerza del enemigo y nada os dañará*” (Lc. 10:17-19).

Como observamos son bastante claras las instrucciones que Jesús dio a los doce y a los setenta con relación a la necesidad de echar fuera demonios. Pues esta acción es uno de los beneficios que trae consigo el Evangelio a los oprimidos por el Diablo.

Finalmente, la iglesia primitiva, que vivía un Evangelio de poder, nos muestra también que ella practicó la expulsión de demonios como una señal de que el Reino

de Dios se había acercado. Hechos 16:18 es un ejemplo en el que se muestra a uno de los principales protagonistas de la historia de la iglesia del principio: *“Y esto lo hacía por muchos días; mas desagradando a Pablo, éste se volvió y dijo al espíritu: Te mando en el nombre de Jesucristo, que salgas de ella. Y salió en aquella misma hora”*.

Jesús durante su ministerio terrenal, que duró aproximadamente tres años y medio, fundamentalmente hizo tres cosas: Predicar, sanar a los enfermos y echar fuera demonios. Nadie puede negar que esa tríada sea recurrente en los testimonios de fe que se encuentran descritos en los evangelios. Si la misión de Jesús se fundamentó en esas tres acciones, entonces la pastoral también debe tomarlas en cuenta, además de las otras que son inherentes a su misión.

CUARTA PARTE

1. PROPUESTAS Y DESAFÍOS EN LOS CAMPOS DE LA TEOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN; LA CIENCIA Y LA FE Y LA PASTORAL

Prepararse en todos los ámbitos de la comunicación humana

Pese a que la esencia del evangelio es comunicar las buenas nuevas del reino, creemos que no ha habido suficiente preparación en ese fundamento estructural en la comunicación personal, grupal, social y masiva. En el caso de la primera, es un proceso por medio del cual implica comunicar una idea o pensamiento, la utilización de un lenguaje, un oyente y una respuesta del mismo. En el caso de la segunda clase de comunicación, es una comunicación interpersonal que se realiza en el seno de los grupos humanos, con un sistema estructurado. No es tan espontáneo como la primera. En la tercera, es una comunicación en el que un emisor, por medio de un canal o medio trasmite a receptores contenidos de conciencia, de ánimo, noticias a otros miembros de su sociedad. Finalmente la comunicación masiva, establece un solo emisor que utiliza un medio masivo con un mensaje que llega a miles de receptores simultáneamente.

Percatarse que existe todo un fundamento bíblico y teológico en las Sagradas Escrituras.

De hecho la historia del pueblo de Israel y de la iglesia es un legado de revelación y comunicación continuos que dan testimonio de la estructura comunicativa de la misión de la iglesia. En el discurso evangélico hay una estructura de base comunicativa. De hecho, el mismo significado etimológico de la palabra “Evangelio” nos confirma esta relación. La palabra griega que corresponde a evangelio, ya traducida literalmente al español, es “EUANGELION” que significa “buenas noticias”

En otras palabras ¡buenas noticias!, que hay que comunicar. Es más en todo el Nuevo Testamento se encuentran palabras específicas en la gran comisión de predicar el mensaje del evangelio, que tienen que ver específicamente con el proceso comunicativo. Las palabras sobresalientes son las siguientes: anunciar, proclamar, pregonar, transmitir, enseñar, explicar, exponer hablar, decir, atestiguar, convencer, persuadir, discurrir, disertar, confesar, reprender, extender, divulgar, difundir, trasladar, expresar etc. todas ellas relacionadas con la comunicación del evangelio. Es concluyente, pues, la estructura del evangelio y del que hacer de la pastoral descansa totalmente sobre el fundamento de la comunicación

Aceptar y utilizar los conocimientos de la ciencia de la comunicación, en la predicación del evangelio y la acción pastoral

Aunque en apariencia pueda existir una separación entre teología, pastoral y comunicación humana, no la hay. Más bien creemos que la predicación del evangelio y la comunicación no son dispares, sino convergentes, en cuanto que se debe comunicar y proclamar el evangelio en diversas culturas y por todos los medios posibles. Dicha acción abarca todos los estratos, en todos los aspectos, sin distinción de raza, lengua etc. Además como hemos dejando indicado, la historia sagrada del pueblo de Israel y de la iglesia cristiana es radical y esencialmente comunicación. Por tanto se puede presentar como un fenómeno semiótico digno de estudiarse desde la semiología.

Responder al desafío del uso de los medios masivos de comunicación

El mundo de hoy está impregnado de la necesidad de la comunicación. Los términos “comunicación”, “ciencia de la Comunicación”, “Mass Media” son muy populares. Los medios de comunicación han facilitado extraordinariamente la vida moderna. Por estas razones, el desarrollo de la comunicación ya no está ligado, únicamente, en función del progreso científico o tecnológico, sino también el ámbito social, cultural, psicológico y espiritual. Ya no se puede decir que la comunicación abarca solamente la palabra y la imagen. Está en todo el obrar humano y de las realidades relacionales que lo determinan.

En virtud de lo expresado, la iglesia y sus pastores no pueden darse el lujo de ignorar el fenómeno de la comunicación. Desde sus comienzos la iglesia y el evangelio están fundamentados en su mensaje sobre la “proclamación”. Y esto no es otra cosa que emitir un mensaje, por medio de la palabra, a un receptor. El mensaje, pues, está estructurado sobre la comunicación de Dios al hombre.

Una encuesta que realizamos con relación a la comunicación del evangelio, a través de medios masivos de comunicación, de parte de las iglesias y líderes de Guatemala, puso en evidencia que no han respondido al desafío que representa la proclamación del evangelio. Esa encuesta realizada a trescientos cuatro pastores y líderes de la iglesia evangélica en el año de 1999, también reveló el desconocimiento casi generalizado de los aspectos técnicos, de producción, de los procesos de comunicación y de las teorías de la comunicación.

Si los líderes no toman en serio la importancia de la preparación en el amplio campo de la comunicación, como perfil estructural para ser efectivos en la pastoral, la situación de la evangelización, la proclamación, el testimonio, no cambiarán en mucho durante los próximos 5, 10, ó 15 años. Es más, creemos que empeorarían. La razón es que los que harán uso de los medios masivos de comunicación o predicarán por cualquier otro medio o no harán el impacto necesario en la sociedad y sus distintas comunidades. Si no aprovechamos la libertad de expresión que tenemos hoy, quizá dentro de quince años, más o menos, tengamos prohibiciones para pasar programas con contenidos “religiosos”.

2. DESAFÍOS Y PROPUESTAS CON RELACIÓN AL BINOMIO CIENCIA-FE EN LA PREDICACIÓN DEL EVANGELIO.

Hemos tratado de dejar en claro que es factible y necesario conciliar la ciencia y la fe, dentro de las acciones pastorales de iglesia, específicamente hablando de la comunicación y la proclamación del evangelio. Pese a que algunos se han inclinado solamente hacia el campo de la ciencia, distanciándose de la fe como otra forma de conocer, a que otros se han ido al lado contrario, tomando como certero únicamente el conocimiento que viene por medio de la fe y la revelación, también existen opiniones importante acerca de la importancia del diálogo entre ambos tipos de conocimiento.

Hemos dejado constancia que tanto teólogos como científicos han probado que no existe separación entre ciencia y fe, aunque sus campos de conocimiento sean en distintas esferas, estos más bien se complementan, y en determinados casos uno se tiene que subordinar al otro, dependiendo la esfera del conocimiento que se esté tratando, pero no podemos separarlos tajantemente.

2.1 La necesidad de la preparación académica.

Un desafío grande para todos los que proclamamos el evangelio individual, grupal, o masivamente haciendo uso del púlpito, el micrófono, la cátedra, la radio, la prensa escrita, y la televisión es prepararnos en el campo de la comunicación científica en todos sus ámbitos.

2.2 Hacer uso del conocimiento de las otras ciencias que nos ayuden a la proclamación y la enseñanza del evangelio.

En el caso específico que estamos tratando, la ciencia de la comunicación. Específicamente proponemos que se usen las teorías de la comunicación, que han sido probadas en su efectividad en la comunicación humana. Que no las veamos como algo ajeno a nuestra misión, pues no nos cansaremos de reiterar que el evangelio en esencia es comunicación, comunicación de las buenas nuevas a hombres de carne y hueso, que entienden por medio del lenguaje y la comunicación humanas.

2.3 Apertura a las otras ciencias en general.

Otro desafío, conectado al anterior, es el hecho de que se tenga apertura al conocimiento científico, que nos proveen otras ramas del conocimiento y quitar el tabú de que la ciencia no es compatible con la fe. El hacer uso de ese conocimiento, como instrumento, que nos proveen la historia, la arqueología, la geología, la astronomía, la biología, la botánica, la paleontología, la genética, y otras ciencias sociales que nos ayuden a que el mensaje del evangelio sea mejor entendido y contextualizado en la sociedad de nuestro tiempo.

2.4 Aceptar las asignaturas pendientes que nos han lanzado las Ciencias Sociales.

Para que podamos medir, detectar y poner en evidencia las diversas

problemáticas sociales que padecen nuestras sociedades: violencia, delincuencia juvenil, el fenómeno de las maras, hambre, injusticia, desempleo, marginación, corrupción, desesperanza, vicios, etc. Estos problemas no son ajenos a las respuestas que pueden y deben dar la fe, el evangelio, la revelación y la teología.

2.5 Conocer la historia de la iglesia para no repetir los mismos errores.

Si la iglesia no responde a los desafíos que hemos mencionado, estaremos repitiendo los errores de la iglesia medieval: religiosidad alienante, superstición, oscurantismo, cerrazón intelectual, fariseísmo, frialdad, monasterios que vivieron su fe alejados de la sociedad en la que debieron ser luz, cayendo en dualismo, que los pensadores han llamado “fuga-mundi”, un verticalismo exacerbado que los desconectó con la realidad social de su tiempo y de los avances que son necesarios en el desarrollo de la historia, de las civilizaciones que necesitan escuchar un mensaje del evangelio no diluido, pero asequible al hombre moderno.

2.6 Reconocer que el conocimiento de la ciencia y la fe se complementan.

Creemos que la ciencia y la fe son dos clases de conocimientos reales y necesarios, pero el conocimiento de la fe, la revelación cristiana y por consiguiente de la teología, constituyen un conocimiento elevado, una sabiduría absoluta, en cuanto que esta epignosis cristiana considera la realidad del Dios creador de todo lo que existe, que se convierte en el objetivo último y sublime de todo ser humano.

2.7 Reconocer las mutuas influencias entre la ciencia y la fe.

Creemos que la Teología (la inteligencia de la fe) tiene un lugar y relación entre las ciencias, por el hecho de que cada ciencia matiza, profundiza y tematiza sobre un fundamento y sentido propio en su rama de conocimiento. De esa manera toda ciencia permanece abierta a las demás ciencias porque necesita de ellas y aporta para ellas.

2.8 Tomar en cuenta que la verdad es una, aunque se puede ver desde distintas perspectivas.

Para que la fe, la revelación y la razón o inteligencia de la fe realicen con efectividad su tarea, necesitan recurrir a los diferentes recursos del saber humano. Todas las ciencias deben considerarse como instrumentos o mediaciones para tener otras aristas de la contextualización de la fe en la diversidad cultural.

2.9 La conectividad y la relación de la fe con las otras ciencias debe darse en plena libertad y no en obligatoriedad dictatorial.

Es decir, que la fe y la teología se sirven de los otros conocimientos de otras ciencias respetando su autonomía específica, reservándose, por supuesto, el

derecho que le da la trascendencia de la fe sobre toda forma de razón.

2.10 La ciencia y la fe deben aceptar la crítica limpia la una de la otra.

Con humilde reciprocidad ambas deben recibir de los otros saberes la valiosa contribución crítica para orientar, profundizar y responder a las necesidades que otras ciencias han logrado detectar en la sociedad y el hombre moderno.

2.11 En el conocimiento espiritual la primacía la tiene la teología en relación a las otras ciencias.

La teología y la fe se reservan el derecho de asimilar lo positivo, lo bueno, lo justo de otras ciencias que sean compatibles con la revelación. Obviamente, rechazar todo lo que considere falso, malo y por lo tanto perjudicial.

2.12 Debemos revisar la educación cristiana, bíblica y teológica.

Son necesarias nuevas formas de propuestas educativas acordes al contexto geográfico, de tiempo y de vocación. A estas alturas del siglo XXI, es necesaria la preparación en el campo de la comunicación, de todos aquellos que tienen la responsabilidad de llevar a cabo la labor pastoral de alimentar, educar, guiar, cuidar, discipular a todos aquellos que tienen el deseo, la vocación, el llamamiento y la oportunidad de usar los medios masivos de comunicación, para la evangelización y la educación cristiana. Todo eso con el propósito que ellos informen, formen y transformen con el evangelio. Estos responsables se convierten en elementos de evangelización y como tales tienen que formarse, así como se preparan otros para cualquier profesión. El equipamiento se puede dividir en dos partes: El espiritual y el intelectual. En cuanto al primero es urgente:

-Una seria formación doctrinal, pues si vamos hablar a miles de personas tenemos que estar seguros que estamos evangelizando con las correctas doctrinas bíblicas.

-Un recto testimonio, porque el evangelio es palabra y experiencia. No podemos separar lo que decimos de lo que hacemos.

Todo lo que hagamos tiene que ser en el poder del Espíritu Santo y no en nuestras propias fuerzas. El resultado de actuar según la carne es muerte, pero el andar por el Espíritu es vida y paz.

-Mantener un discipulado y una búsqueda sincera de santidad para conseguir los propósitos mencionados.

No debemos perder de vista, sin embargo, que aunque la parte espiritual es importantísima, no lo es todo. Por tanto, para la segunda parte del equipamiento sugerimos:

-El estudiar en un centro de ciencias de la comunicación. Para aquellos que tengan acceso a la universidad no deben desaprovechar la oportunidad.

-Para los que no tienen dicho acceso, las iglesias y los seminarios evangélicos debieran abrir espacios, de alguna manera, para este tipo de capacitación. Esta formación tendría que cubrir temas mínimos, teóricos y prácticos para emprender la revolución de la evangelización. En el caso que sean las iglesias con sus pastores y líderes los que tomen el desafío para equipar a otros, son ellos los primeros que tienen que capacitarse con los conocimientos elementales y luego transmitirlos a los demás.

- Los cursos o materias fundamentales que proponemos, de manera escueta, para comenzar con la educación son los siguientes.

- a) Bases bíblicas y teológicas de la comunicación: Hay mucho que decir de las bases bíblicas de la comunicación en el Antiguo Testamento y Nuevo Testamento. El mismo Dios en su revelación, los profetas, la ley son el modelo. En el Nuevo Testamento el paradigma es Jesucristo mismo, la encarnación de la comunicación.
- b) La misión de la Iglesia y la comunicación: La misión de Dios, de la iglesia; el espíritu, la palabra y el creyente, el sacerdocio universal del creyente, son elementos fundamentales en la misión.
- a) Introducción a los medios de comunicación masivos: Historia, características y usos de la radio, la prensa y la televisión.
- b) Teorías de la comunicación masiva: todas las teorías relacionadas con el campo de la comunicación y el comportamiento de los receptores.}
- c) Comunicación oral: Todas las técnicas para hablar en público.
- d) Comunicación no verbal: Todos los aspectos del lenguaje del cuerpo humano.
- e) Comunicación escrita: Aspectos fundamentales de cómo redactar.
- f) Técnicas de locución para radio y televisión: Todas las técnicas para desarrollar la voz.

- g) Homilética y medios de comunicación: La forma correcta de comunicar un mensaje ordenado, coherente e interesante.
- h) Ética y legislación de los medios. Todo lo relacionado a la ética, deontología y los aspectos jurídicos básicos con relación a los medios masivos y la persona.

Sí lográramos que estos conocimientos elementales se trasladen a nuestros emisores, entonces estaríamos logrando uno de los objetivos primordiales de la efectiva predicación, por medio de una eficaz comunicación, que es formar a quienes utilizan los medios escribiendo, hablando, predicando, enseñando y actuando.

2.13 Hacer uso de los medios masivos de comunicación.

La comunicación y la predicación ya no las podemos tratar de manera aislada en los medios masivos de comunicación. Hoy en casi todas las ciudades la mayoría posee radio receptor, un televisor y tiene acceso a los diarios. Esa mayoría aparta un buen tiempo de su vida para leer, escuchar y ver. Si se sumara el tiempo de 10 ó 15 años, se daría cuenta cuanto tiempo ha gastado en esas actividades. Y algo que ocupa mucho de nuestro tiempo, influencia inevitablemente nuestra vida. Por ello la iglesia está impelida y casi obligada a usar los medios masivos para complementar la evangelización. No debe quedarse al margen. Empero por otro lado, debemos adoptar la postura sensata de Schweer¹⁶⁰ en cuanto que no es el único medio para alcanzar con el evangelio a todo el mundo y porque posee ciertas desventajas. Dios es muy rico, original y creativo en sus maneras de alcanzar a los no creyentes, como para que se quedara con un solo método o medio. Además, en la audiencia inconversa hay resistencia a los programas con tinte “religioso” porque consciente o inconscientemente aplican la exposición, retención y percepción selectivas. Tenemos que reconocer que hay una audiencia limitada, comparada con la audiencia que busca el entretenimiento en los programas seculares. De ahí que los productores de programas debieran ser originales y creativos para atraer a mayor audiencia. Otra de las desventajas de la comunicación masiva es el contacto impersonal unidireccional. En consecuencia no existe un compromiso personal a pesar que cuando se evangeliza y hay profesiones de fe, casi siempre se insiste en que las personas asistan a las iglesias locales. Algunos prefieren quedarse en el anonimato, alimentándose electrónicamente en sus casas de habitación. Otros colaborarán con ofrendas, pero muy pocos se integrarán a la iglesia. Pese a todo lo descrito, por los medios masivos se puede llegar rápidamente a una audiencia numerosa, impartir conocimiento e información y llevar a cambios en las actitudes de las personas. Por ello, aunque debemos usar los medios masivos para la evangelización, nunca pasará de moda el contacto personal amable, respetable y amoroso, que hace al candidato para creyente, vulnerable al mensaje del evangelio.

2.14 Usar los mejores métodos de evangelización.

¹⁶⁰ Cf. SCHWEER William. *La evangelización personal para hoy*, CBP, El Paso Texas, 1992,184ss,

La evangelización puede llevarse a cabo por doble vía: “vayan y digan” y “vengan y vean” Las dos son perfectamente válidas. Sin embargo, la evangelización a través de los medios masivos exige más el “ir”. En efecto Jesús dijo “Id y predicad este evangelio a toda criatura”. De ahí que el púlpito de una iglesia no sea el lugar más indicado para esta proclamación. Es obvio que la mayoría que se encuentra en las iglesias ya conoce el evangelio.¹⁶¹ No obstante, es importante no perder de vista la naturaleza de la evangelización. El acercarnos a ésta, a sus métodos y técnicas nos ayudará a no reducir la evangelización a una repetición plástica y maquillada para lucir bien ante los medios.

La evangelización tiene que ver con un anuncio jubiloso de buenas noticias, del año agradable del Señor a los pobres, a los quebrantados de corazón, a los cautivos, a los ciegos, a los oprimidos. Y esto está fundamentado sobre el triunfo de Jesucristo sobre el pecado y la muerte en la resurrección. El contenido de la evangelización se centra en que Jesucristo nos abrió el camino para la reconciliación con Dios para salvación. Dios ha reconciliado todas las cosas en Cristo. El amor de Dios, su gracia, su justicia, su misericordia se manifiestan como un regalo de Dios para el hombre en Jesucristo y el único requisito para recibir este maravilloso regalo es la fe. Eso sí que son buenas noticias. Pero también el evangelio es una invitación a participar de la muerte de Jesucristo para que tengamos su vida. Estas verdades de la evangelización no se pueden adornar, suavizar, exagerar, alterar, diluir, ni mucho menos cambiar. El sonido, el color y la imagen no tienen que opacar estas verdades fundamentales, tampoco mezclarlas.

La acción pastoral en sus diversas expresiones, ha usado en las distintas épocas un sin fin de métodos, que han resultado pertinentes para su entorno cultural, social y costumbres: Los cultos, los grupos de estudio, las reuniones familiares, campañas evangelísticas, el uso de la literatura, evangelismo personal. Hoy los medios de comunicación aun con todo lo controversial que son, deben utilizarse para la evangelización a gran escala, porque aunque son el resultado del ingenio humano, también son una oportunidad que El Señor nos da. Son instrumentos de comunicación social y la iglesia tiene el derecho y el deber de usarlos.

En cuanto a las estrategias para la evangelización, Little nos da algunas pautas que son aplicables a la evangelización a través de los medios¹⁶².

a) Acercarnos a los otros.

Jesucristo vino a “buscar” a los necesitados. Si ellos vienen a nosotros está bien, pero mejor tomemos nosotros la iniciativa. Por medio de la prensa, la radio y la televisión podemos penetrar a la intimidad de las personas.

¹⁶¹ Cf. BARRIENTOS Alberto. *Principios y alternativas del trabajo pastoral*, Caribe, Miami, 1984, 140.

¹⁶² Cf. LITTLE Paul. *Como compartir su fe*, CBP, El paso Texas, 1985 21ss.

b) Buscar un terreno común.

Jesús nos dio el ejemplo en el diálogo con la mujer samaritana. Él tocó aspectos muy comunes y de interés para esta mujer. No escatimemos esfuerzos para captar la atención de los inconversos mostrándoles amor, misericordia y respeto, de esa manera la iglesia hará oír su voz, propiciando un clima de receptividad a los valores cristianos y éticos que permitan una convivencia social en armonía. Es necesario identificarse con el necesitado, el marginado, el enfermo, el analfabeta, el sabio, el Griego y el Judío. El evangelio es para toda persona

c) Despertar interés.

Es legítimo despertar interés en el público y en la audiencia, pero sin manipulaciones. Esto puede lograrse con el vivo deseo de amar y satisfacer las necesidades espirituales de los receptores, con un contenido y una preparación excelentes del programa.

d) Nunca condenar.

Jesús no condenó a la mujer adúltera, al recaudador de impuesto, ni lo hizo con la mujer samaritana. Tampoco se puede conminar a que las personas escuchen. En ese sentido el lector, el oyente y el televidente pueden hacer uso de su voluntad y cambiar lo que no les parece.

e) Mostrar amor.

La base del evangelio es el amor de Dios. Dios es amor. Los grandes mandamientos que resumen la ley y los profetas son: San Marcos 12:30 "Y amarás al Señor tu Dios con todo tu corazón, y con toda tu alma, y con toda tu mente y con todas tus fuerzas. Este es el principal mandamiento." Mostremos amor interesándonos por las personas, sus necesidades y problemas. El que cada persona coloque un número telefónico para que las personas llamen y pidan oración, es ejemplo de amor.

f) No perder de vista el objetivo principal.

El hecho que tratemos de despertar el interés, que busquemos un terreno común y mostremos amor, no implica que perdamos el fin de nuestro acercamiento a los incrédulos. Pablo sabía adaptarse a las circunstancias y buscaba puntos de apoyo comunes para la evangelización. Por eso pudo evangelizar en el areópago a

los griegos y a los judíos en las sinagogas. En 1 Corintios 9:20-23 Pablo nos habla de esa estrategia: “Me he hecho a los judíos como judío, para ganar a los judíos; a los que están sujetos a la ley (aunque yo no esté sujeto a la ley) como sujeto a la ley, para ganar a los que están sujetos a la ley; a los que están sin ley, como si yo estuviera sin ley (no estando yo sin ley de Dios, sino bajo la ley de Cristo), para ganar a los que están sin ley. Me he hecho débil a los débiles, para ganar a los débiles; a todos me he hecho de todo, para que de todos modos salve a algunos”, “Y esto hago por causa del evangelio, para hacerme copartícipe de él”. El apóstol Pablo nunca perdió de vista su fin último: ganar a todos los que podía para Cristo. Los objetivos de la evangelización en los medios son difundir el evangelio y ganar al mayor número posible de personas para el Señor, poniendo en práctica la creatividad de programas evangelísticos dirigidos al hombre moderno: al profesional, al obrero, al empresario, al burócrata, al campesino, al matrimonio, a la familia, al joven, a la mujer ama de casa, madre y trabajadora, al niño según de su edad, a la comunidad en general.

g) Confrontación directa:

Después de llevar a cabo los pasos anteriores, sería inútil si no se confrontara a las personas para que creyeran en Jesucristo, el Salvador ungido del mundo. Si testificamos y hablamos de las verdades preciosas del evangelio sin hacer la invitación, es haber trabajado por gusto o por lo menos retardar la oportunidad de la salvación para el que nos oye.

Al observar estos principios de evangelización notamos un círculo perfecto de comunicación. Se da el diálogo. El emisor transmite un mensaje por medio del canal con un código específico al receptor que lo interpreta. El receptor responde al emisor con el mensaje descifrado. La retroalimentación cierra el círculo de la comunicación.

Eso nos debiera conducir a un examen cuidadoso de nuestras predicaciones y métodos de evangelización, para que no caigamos en un monólogo aburrido.

2.15 Hacer el mejor uso del canal que dispongamos.

El carácter del instrumento depende del uso que se le de. Si el uso es vil el instrumento se convierte en vil. Si el uso es noble entonces el instrumento lo es también. En consecuencia realmente depende que quién use los medios. En general los medios son neutros. En el caso de los medios masivos de comunicación son neutros, pero hay que reconocer que cuando están en las manos del hombre, cualquiera que sea su formación cultural o ética, éstos influyen en su forma de pensar y en su conducta. Es como si éstos cobran un poder mágico *per se* y en

consecuencia el hombre viene a ser configurado por estos y no al revés. Por eso es importante ver no qué hace el hombre con los medios, sino qué hacen los medios con el hombre. Aunque las causas son complejas, creo que existen dos esenciales por las cuales los medios masivos en las manos del hombre se vuelven peligrosos. En primer lugar, porque estos hacen que el que los posee “sea” alguien. En segundo lugar, porque los dueños llegan a estar conscientes que “tienen” algo muy influyente. Esas dos categorías: “el ser” y “el tener” son las que ha provocado guerras, muerte, destrucción, opresión, explotación, hambre, miseria, orgullo y vanidad.

El hombre en su naturaleza humana caída, está inclinado siempre a “ser” y a “tener”. Y esa es la causa de todas sus desdichas. Por esta razón sin duda el Señor Jesucristo habló de un principio fundamental en el reino. El apóstol Pablo lo dijo en sus propias palabras: “Con Cristo estoy juntamente crucificado, y ya no vivo yo, más Cristo vive en mí; y lo que ahora vivo en la carne, lo vivo en la fe del hijo de Dios, el cual me amó y se entregó a sí mismo por mí” (Gal. 2:20) El evangelio por un lado es vida, pero por otro es negación al “yo” para que fluya la vida de Cristo. Si alguien se niega a sí mismo ya no le importa si “es” o si “tiene” sencillamente el cristiano ya no vive él, sino Cristo.

La negación de sí mismo en cuanto a la aplicación a los medios de comunicación tiene que tomar el modelo de Juan el Bautista. Cuando a él se le preguntó si él era el Cristo que lo confesara de una vez, el respondió: “... Yo soy la voz de uno que clama en el desierto...” (San Juan 1:23) Lo que él dejó en claro es que él era solamente una voz, no importaba quien era, ni de donde venía. Su misión era proclamar a su Señor, no importándole si la comenzaba en el desierto. Juan el Bautista también lo dijo de otra forma: “Es necesario que él crezca y que yo mengüe” Una persona no se niega a sí misma si llega a tener mucho dinero y se considera que “es” muy importante en las altas esferas sociales y “tiene” poder e influencia sobre otros, mucho más cuando el hombre es dueño de medios de comunicación masiva, porque tiene a su disposición cientos, miles y en algunos casos, millones de personas a las que puede influir negativamente o positivamente.

Es importante, pues, que la Pastoral ilumine estas realidades desde el evangelio y que anime a usar los medios con la debida sabiduría sabiendo sus riesgos, aprendiendo sus lenguajes.

2.16 Hagamos el mejor uso del “código” en la comunicación del Evangelio.

Ya sólo hablar del “código” es complejo, mucho más el pretender hablar de una pastoral del código. Sin embargo, consideramos que es válido que como pastores velemos por los signos y señales que utilizamos en la comunicación del evangelio a través de los medios de comunicación.

Al igual que el cuidado pastoral del uso correcto del canal o medio, debemos tener en alta estima los detalles del “código”.

En el sentido amplio, el significado del término mencionado es “la actividad ordenadora y normativa humana que incluye código escritos y no escritos”. No obstante, nos interesa hacer énfasis en el código desde el punto de vista de la función codificadora en el lenguaje. Y es aquí donde el célebre trabajo de Jakobson nos aporta varias funciones comunicativas, según el énfasis del elemento en el proceso de comunicación. Si la intención se proyecta sobre el propio destinador, es una función expresiva; si se proyecta sobre el destinatario, la función es apelativa; si es sobre el mensaje mismo, la función es poética; si es sobre el contexto, la función es referencial; si sobre el canal, la función es técnica; y si es sobre el código, la función es meta- lingüística.¹⁶³

La función específica del código se refiere a las condiciones de codificación de la lengua o del lenguaje. Entonces, el hablante puede modificar las condiciones de la codificación, rectificarlas y reordenarlas de acuerdo a sus intereses o intenciones a las circunstancias.

De cualquier manera, en la predicación del evangelio a través de los medios masivos, el lenguaje, las señales y los signos, deben ser claros y comprensivos para el perceptor. La razón es que si se usan “jergas evangélicas” o “palabras rebuscadas teológicas”, y sumado a esto contextos distintos, definitivamente, el mensaje no podrá ser descifrado correctamente. En consecuencia no se cerrará el círculo de la comunicación.

Los comunicadores tenemos que ser eficaces y eficientes usando los códigos, signos y señales adecuados.

2.17 Demos la Importancia necesaria a los destinatarios en la Comunicación y el evangelio

Todo comunicador, todo predicador tiene que interesarse por todos aquellos que se han convertido en fieles, lectores, oyentes y televidentes. No podemos perder de vista que el hombre sigue siendo el sujeto de la comunicación del evangelio, independientemente del ámbito que se trate: soteriológico, profético, la pastoral eclesial o de cualquier otra. El apóstol Pablo tenía en mente este propósito cuando escribió en Colosenses 1:28, y Efesios 4:11-12:

¹⁶³ Cf. VA *Diccionario de Ciencias y técnicas de la Comunicación*, Paulinas, Madrid, 1991, 183.

“A Él nosotros anunciamos, amonestando a todos los hombres, y enseñando a todos los hombres con toda sabiduría, a fin de poder presentar a todo hombre perfecto en Cristo”,

“Y Él mismo constituyó a unos, apóstoles; a otros profetas; a otros evangelistas; a otros, pastores y maestros a fin de perfeccionar a los santos para la obra del ministerio, para la edificación del cuerpo de Cristo”.

En Jn. 15:12-15 Jesucristo les dijo a sus propios discípulos, uno de los principales propósitos por los cuales los había elegido: “Yo os elegí a vosotros y os he puesto para que vayáis y llevéis fruto.” La primacía de las personas en el plan divino es evidente. El amor de Dios, su misericordia, su gracia, su justicia, son a favor del hombre y están ajustadas a su necesidad y a su condición en particular. La pastoral se ancla a las necesidades concretas de la persona específica o de un grupo específico. Por eso, es importante una visión clara de la Pastoral hacia el hombre, puesto que, del concepto que se tenga de éste, así será efectiva o no la práctica de la Pastoral.¹⁶⁴

El hombre está inmerso consciente o inconscientemente en una serie de fenómenos en el campo de la comunicación individual, grupal o masiva, y necesita urgentemente una orientación y un cuidado respecto de esos fenómenos que comentaremos a continuación.

2.18 La importancia de la audiencia para el comunicador

Este término posee un significado importante en la comunicación masiva, en cuanto forma parte de los elementos esenciales del proceso comunicativo. Por ese motivo no puede dejarse de lado. Existe una diferencia entre el concepto de público y el concepto de audiencia. El primero se utiliza para hacer referencia a todo un conjunto de sujetos disponibles, mientras que el segundo se refiere a los individuos que utilizan en realidad el contenido producido por cualquier medio de comunicación. El concepto de “público” para los medios de comunicación es muy amplio y abstracto. Pero el concepto “audiencia” se refiere a algo concreto. Los miembros de la audiencia son efectivamente los consumidores del producto. Un individuo, sólo por

¹⁶⁴ Cf. BRISTER C. *El Cuidado Pastoral en la Iglesia*, CBP, El Paso Texas, 1988,55.

el hecho de estar expuesto a los medios masivos, forma parte del público, pero para formar parte real de la audiencia tiene que involucrarse en leer, escuchar, ver.¹⁶⁵

Para identificar la audiencia como tal, se tienen que observar, a lo menos, cinco características que descubrieron Unguarait y Bohn: a) La audiencia generalmente está formada por individuos con ciertas aptitudes, que les permiten compartir ciertas experiencias con relaciones sociales parecidas. b) La audiencia tiende a ser grande y significativa. Aunque el asunto del tamaño obviamente es relativo, pero se considera grande porque se expone durante un corto periodo de tiempo, a un medio de comunicación y cuya dimensión es tal que el comunicador no podría mantener una comunicación cara a cara, con cada uno de sus miembros. c) La audiencia suele ser heterogénea. Aunque lo recomendable es buscar una audiencia homogénea a la hora de producir los programas de radio o televisión, la realidad muestra que hay grupos heterogéneos de personas. A esa realidad se le ha llamado, *heterogeneidad selectiva*. d) La audiencia suele ser anónima. La comunicación masiva tiene lugar con el desconocimiento, en alguna medida, por parte del emisor de cuántos y quiénes son su audiencia en la totalidad. Por supuesto las encuestas ayudan a conocer el perfil profesional, intelectual, y personal de los perceptores.

3. PROPUESTA PASTORAL PARA ANALIZAR Y RESPONDER AL DESAFÍO DE LOS CONTENIDOS INADECUADOS EN LA COMUNICACIÓN.

Nos corresponde ahora hacer algunas propuestas desde la reflexión y la acción pastorales, que tienen que ver con la comunicación en general, dando énfasis a la comunicación masiva que es la que mas desafíos presenta para la pastoral.

3.1 El consumo de las masas

Todo comunicador, predicador o pastor tiene que conocer y al mismo tiempo orientar, respecto del fenómeno llamado “el consumo de las Masas”, en cuanto que éste ha hecho un impacto, en buena medida, a los receptores de las gigantescas campañas publicitarias, que elaboran las grandes agencias de publicidad y mercadeo para la televisión, la radio y la prensa con el objetivo de “crear” necesidades al consumidor. Y la Iglesia no se ha escapado de las garras de este fenómeno. Para hacer frente a esta realidad, es pertinente que se señalen los componentes de este “mito” llamado “el poder del consumidor”. Veamos: a) Se hace creer que el consumidor individual dispone de autonomía en la dirección de su comportamiento, ante la adquisición de bienes y servicios, en cuanto puede obtener lo que le plazca, sin más límites a sus deseos que el dinero o el crédito que en ese

¹⁶⁵ Cf. VA. *Sociología de la Comunicación*, Trotta, Madrid, 1999,151.

momento disponga. El hombre llega a creer que puede elegir en plena libertad, sin manipulación ni presión de alguna índole, los bienes y servicios que él prefiera, lo cual puede resultar falso. Además, él llega a creer que su libertad y su autonomía se acrecientan, porque se le ha dicho reiteradamente: “El consumidor tiene en sus manos la última autoridad”, es como un pequeño pero irresistible dictador del sistema económico, “él es el rey de la economía”. Este mito ha penetrado a profundidad en la conciencia de los consumidores, inculcándoles que es necesario e importante consumir para el “relanzamiento de la economía”. Por supuesto que el resultado es desastroso en la economía familiar, porque ahorran poco o casi nada y han consumido todo. El problema no radica en el hecho de no consumir, sino en hacerlo adecuada y mesuradamente.

Es cierto que el consumidor juega un papel importante en la economía, porque es capaz de crear riqueza por medio de su inversión o sus compras, que hacen posible que estos bienes y servicios se abaraten para otros, en ese sentido el consumidor produce abundancia al igual que los que producen. Si el consumidor es Rey o no en la economía, es manipulado o no, si es parte del consumo de masas o no, de cualquier manera éste tiene un poder real que debe ser orientado.

La Biblia, aunque no es un manual de economía, nos señala algunos principios para tener prosperidad y abundancia: La confianza en Dios, el trabajo fuerte, la honradez, el diezmo, el ahorro y la sabia administración. Estos seis elementos realmente son los pilares de una economía familiar sana. El pastor juega un papel importante en la sociedad, la iglesia y la familia, en cuanto tiene algún tipo de influencia, reconocimiento, autoridad moral y espiritual para orientar no sólo a la iglesia, sino también al pueblo en general sobre los principios mencionados.

3.2 La cultura de masas.

La cultura de masas es otro producto de la sociedad de consumo. Sin embargo, ésta se refiere a la “colonización del alma humana”. Lo que pretende cautivar es el alma con todas sus producciones, imágenes y sueños. En otras palabras, lo que se conoce como cultura: “lo que el hombre hace y es de manera natural”, ahora ha comenzado a cambiar: su vida privada, los estilos personales, las ideas, sueños e ilusiones se han comenzado a fabricar, a escala masiva, con técnicas y procedimientos industriales para ser vendidos en el mercado. Este es el fenómeno de la cultura de las masas, que es contrario al fenómeno de la cultura popular. El procedimiento que utiliza la cultura de masas, es seguir los modelos de industria más concentrados, técnica y económicamente. Las grandes cadenas de radio, televisión y producción editorial, dominan el mundo de las comunicaciones, seleccionan, filtran y manipulan las ideas en función casi exclusiva de su rentabilidad. Esta subordinación de las ideas y de la información a la rentabilidad, significa necesariamente una tensión permanente y dinámica entre la creatividad y la *estandarización*, contradicción que ha proporcionado a la cultura de masas un poderoso mecanismo de adaptación del público a la cultura que se le ofrece. Es así como se sigue la lógica del máximo consumo, el producto cultural es sometido a una

serie muy cuidadosa de manipulaciones, para hacer atractivo y asequible a un público universal. El contenido de estas manipulaciones se reduce a tres formas: a) El eclecticismo, que inyecta la prensa, las películas, los programas de radio y televisión, una maquinada mezcla de espiritualidad y erotismo, religión y deporte, humor y política, agresividad y romanticismo, que deviene en una homogenización o adopción de un estilo *estándar* de unas formas simples y directas, bajo un denominador común y primario, apto para ser asimilado por el hombre medio, por ejemplo, el hecho de procurar alimentos preparados, sometidos a un proceso de “McDonalización” que les asegure un “gusto medio” para que todo el mundo los encuentre apetecibles, de igual manera en el ámbito del alma y el espíritu del hombre, que resultarían mucho más peligrosos. De esta forma, la cultura de masas puede reducirse a una instrumentalización de la información y al abuso de la publicidad. En consecuencia, parece ser que, ante estos productos culturales, el consumidor medio, el hombre común que se convierte “o lo convierten” en un receptor pasivo, ha reaccionado al estilo de los experimentos de Pavlov. No obstante, es necesario profundizar sobre si la cultura de masas es la que se impone al público, creándoles pseudo intereses o pseudo necesidades, o si más bien se limita a traducir o reflejar unas necesidades reales, existentes o latentes en la sociedad actual.¹⁶⁶ De cualquier manera el Pastor no tiene que esconder la cabeza en la arena, a semejanza del avestruz, sino levantar vuelo como el águila y tomar una aproximación correcta al fenómeno de la cultura de masas.

3.3 Información o comunicación de masas.

El pastor que siente el llamado para proclamar el evangelio a través de los medios masivos, además de manejar el concepto de cultura y consumo de masas, también debe conocer, por lo menos superficialmente, los serios cuestionamientos que se le hacen a “la comunicación de masas o información de masas” desde el punto de vista sociológico. El sociólogo es generalmente quisquilloso a este término, porque se pregunta si realmente se puede hablar con propiedad de comunicación cuando se enfrentan, de una parte, los “todo poderosos” emisores desde ciertas posiciones de influencia y poder monopólicos, y de otra los receptores dispersos, asilados y casi siempre sumidos en una total pasividad a los mensajes que reciben. De ahí surge la pregunta: ¿se puede llamar diálogo a este juego de emisión, canal, recepción? Por eso se ha preferido, en un amplio círculo de profesionales de la comunicación, el hablar de información de masas y no de “comunicación de masas”¹⁶⁷ Esta perspectiva sociológica acertada o no, debiera conducirnos a una seria reflexión desde el punto de vista teológico pastoral, para hacer un acercamiento adecuado a los medios masivos y considerar los pro y los contra de los mismos en la evangelización y la educación cristianas.

3.4 El Medio es el mensaje.

¹⁶⁶ Cf. GONZALEZ-ANLEO Juan, *Para comprender la Sociología*, Verbo Divino, Navarra España, 1991, 198.

¹⁶⁷ Cf. GONZALEZ-ANLEO Juan, *Para comprender la Sociología*, Verbo Divino, Navarra España, 1991, 204.

Tampoco el pastor debe ignorar la fórmula célebre del sociólogo canadiense McLuhan: “El medio es el mensaje”. Esta fórmula intenta desarrollar una teoría de la información de masas, que parte del principio de que toda civilización se ha desarrollado sobre la base de los medios de comunicación disponibles e inventados en cada época, tales como los papiros egipcios, las carreteras romanas, la imprenta, la bicicleta, el automóvil, el ferrocarril, el avión, e inclusive el tránsito de la cultura oral a la cultura escrita, y de ésta a la audiovisual. El asunto es que, según esta teoría de McLuhan, el “medio” termina modelando y controlando la escala de valores de las asociaciones y trabajos humanos independientemente del uso que se le den a los propios medios de comunicación. Por ejemplo: la tecnología de la imprenta creó el público, la tecnología eléctrica creó la masa ¹⁶⁸ En otras palabras, la tecnología de la comunicación transforma las relaciones sociales y convierte al mundo en una “aldea global” en la que los hombres tienen que aprender a vivir en estrecha relación. Pese a que algunos críticos afirman que la tesis de McLuhan no se cumple cabalmente en la realidad, todavía sigue llamando la atención respecto de la importancia de la técnica y del vehículo del mensaje de la comunicación.

3.5 El poder de los medios.

Tenemos que reconocer, por una parte, el tremendo impacto que ejercen los medios sobre la sociedad, ya sea que estos impongan la agenda o que únicamente reflejen la realidad social, y por otra parte, la triste realidad de la dominación cultural por los medios masivos de comunicación, controlados en un alto porcentaje por los países industrializados. Sin embargo, nos interesa hablar del poder de los medios, en este punto, de la dominación extranjera cultural.

Esta dominación se canaliza a través de las agencias internacionales de noticias, de los organismos internacionales de publicidad y comunicación, de los organismos internacionales para la investigación y orientación de la opinión pública y por supuesto, por los contenidos de los medios que conducen a una incontenible invasión cultural “estándar”. Por otra parte, se reconoce el aspecto positivo de los medios en la sociedad, pero no podemos perder de vista la mentalidad de quienes tienen el control de los monopolios de los medios, en cuanto tratan de legitimar una ideología de imposición de diversa índole.

Según Iriarte y Orsini, el 80% de las noticias internacionales circulan en el mundo a través de los dos más poderosos canales de información: Associated Press y United Press International, que representan la ideología y los intereses políticos y económicos de las más influyentes multinacionales de los EE.UU. y en América Latina, más del 70% de la información recibida, así como el 50% de las películas proceden del NORTE. Todo este cúmulo de información resulta en una mercancía que se nos vende como una forma de vida y que se nos trata de imponer. Además, se procura que esta información cauce un gran impacto, por eso se presenta de manera dramática y si no es dramática se transforma en tal. El poder de los medios

¹⁶⁸ Cf. McLuhan Marshall, *Comprender los Medios de Comunicación*, Las extensiones del ser humano, Paidós España, 1996, 30.

es tan fuerte, que por primera vez en la historia universal se puede decir que se obtiene y se procesa información de cualquier parte del globo terráqueo. Y esto revierte en un tremendo poder que puede manejarse de acuerdo a los intereses y la filosofía de los poseedores de los medios.

3.6 La manipulación en los medios.

Dentro del poder que se le atribuye a los medios masivos de comunicación, está el poder de la manipulación. La manipulación en un sentido estricto pretende borrar todo pensamiento reflexivo y crítico en el receptor, para crearle una falsa conciencia a la víctima, quien cree equivocadamente, que ha tomado decisiones personales correctas de manera racional. Iriarte y Orsini han clasificado algunas formas de manipulación y distintos tipos de manipulación que describimos a continuación: La manipulación institucionalizada, individual, social, personal, ambiental, científica, vulgar, consciente, o inconsciente, inofensiva, con efectos inofensivos, leves y hasta graves. En cuanto a los distintos tipos se manejan los siguientes:

a) La información comentada. Desde le mismo instante en que se le añaden impresiones y comentarios personales a la información, se puede inclinar la opinión del público.

b) La información subliminal. Está comprobado que la información subliminal, que persigue un objetivo planeado de antemano y “escondido”, llega a influenciar, manipular y a controlar motivaciones, produciendo efectos seductores en los receptores con el propósito de modificar sus ideas, sus valores, sentimientos o conducta. Estas formas y distintos tipos de manipulación pueden ser lícitos, desde el punto de vista jurídico, justificado o ilícito.

c) Explotación del sexo. Este está imbuido en casi todas las cosas relacionadas con la propaganda, la publicidad, las películas, las telenovelas, a veces de manera directa, otras de manera indirecta, sutil, e imperceptible.

d) La desinformación. Ésta se da cuando se informa lo contrario a lo acontecido para provocar confusión; se informa únicamente una parte de lo acontecido, para que no se tenga un panorama completo y por lo tanto un juicio parcial; cuando se suprime una parte de una cita, de un discurso o de una declaración tergiversando el pensamiento del autor; cuando se añaden informaciones falsas y circunstancias que atenúan o agravan los hechos. Cuando se encabeza las noticias o informaciones con titulares tendenciosos y desproporcionados; cuando se usan calificativos que tienen connotaciones perjudiciales; y cuando se trata de dar una apariencia de objetividad a las informaciones deliberadamente engañosas.

e) La violencia. Definitivamente nadie puede negar que los contenidos de los medios están saturados de símbolos, imágenes, lenguaje, acciones, actuaciones violentas justificadas que fomentan la violencia familiar y social y que reflejan en buena medida, la realidad pecaminosa de la naturaleza humana caída.

f) La ilusión de realidad de los medios. Este aspecto se relaciona íntimamente con la manipulación por medio de técnicas de la comunicación y percepción subconscientes, utilizadas ampliamente por la publicidad, las agencias de relaciones públicas, las compañías industriales y comerciales para inducir a determinados comportamientos.¹⁶⁹

Ante esas realidades es necesario, incluso, una autocrítica limpia dentro de los mismos pastores, que hacen uso de los medios, para no caer en la tentación de la manipulación consciente o en la inconsciente. Es urgente la presencia de los valores evangélicos cristianos en los medios, para hacer contrapeso a estas formas y distintos tipos de manipulación.

3.7 La Persuasión en los medios.

Los intentos de influir sobre la vida y el pensamiento de las personas son tan antiguos, como la misma convivencia humana. Ya los sofistas griegos se especializaron en el arte de la persuasión y lo enseñaban por remuneración. Todos los conocimientos que ellos transmitían en forma de argumentos, podían ser de utilidad para la carrera de un abogado, de un hombre político o de un orador con el propósito de persuadir por medio de la retórica. El problema está en que los sofistas contemporáneos, al igual que los antiguos, tienen el objetivo de convencer independientemente, de la validez de las razones aducidas. Por eso mismo los sofistas afirmaban la omnipotencia y la independencia de la retórica de todo valor absoluto cognoscitivo o moral.¹⁷⁰ En el ámbito de la comunicación masiva se caracteriza por la intención manifiesta del emisor de producir efecto en el receptor y modificar su conducta por medio de la persuasión. Pero la pregunta necesaria aquí es ¿Quién es el emisor, cuál es su mensaje, y cuál es su última intención? Si su objetivo es egoísta y ambicioso va a usar la “persuasión” en el sentido sofístico y no en el sentido moral. El receptor tiene que conocer la diferencia, además, de la persuasión sofística, de la convicción. La convicción tiene la idea de la veracidad del mensaje recibido, o de la sugestión en que realmente no se apela a procedimientos manipuladores.

Los predicadores deben usar la convicción y la persuasión que están fundamentadas sobre la verdad bíblica y la ética cristiana que procuran el bien del prójimo. De esa manera estamos imitando la forma en que vivió Jesús de Nazaret.

¹⁶⁹ Cf. BRYAN Wilson, *Sedución subliminal*, Diana, México, 1998,28.

¹⁷⁰ Cf. HIRSCHBERGER Johannes, *Historia de la Filosofía I, Filosofía antigua, patristica, escolástica*, Hora, Barcelona, 1976, 71.

3.8 El contenido y la Influencia de los Medios.

Hace muchos años las personas recibían, desde su nacimiento, tres influencias que configuraban, en buena medida, su formación en el desarrollo mental y emocional: la familia, la escuela, la iglesia. En el caso de las dos últimas no existían en todas las regiones, de manera que la familia era la influencia determinante. Cuando apareció el libro fue tomando paulatinamente parte activa en la influencia sobre la formación del individuo. Y habiéndose establecido como “un fiel y buen amigo”, por mucho tiempo entró y se afianzó en el círculo de la familia, la escuela y la iglesia. No obstante, hoy, ese círculo se ha roto en cuanto las personas desde su nacimiento son influenciadas ya no sólo por la familia, la escuela o la iglesia, sino por toda clase de personas que se han llamado a sí mismos guías de la humanidad: “Educadores”, “maestros”, “profetas”, “gurús”, “consejeros”, “informadores”, “reformadores”, “revolucionarios”, “filósofos”, “publicistas”, “cantantes”, “locutores”, “columnistas”, “productores”, con una avalancha de mensajes transmitiendo por medio de la radio, el medio escrito, las vallas, la televisión y el cine. Y que están haciendo un fuerte impacto en la formación o deformación de los individuos, las familias, los matrimonios, y la sociedad. Estos mensajes están elaborados con un contenido altamente “Mundano”.

Con honrosas excepciones, el contenido de los medios masivos de comunicación presenta mensajes con rasgos y elementos eminentemente materialistas. Todo ese contenido gira al rededor del culto a los bienes materiales (materialismo), el culto al placer (hedonismo), el culto a la belleza (adonismo), culto a la adquisición de bienes innecesarios (consumismo), culto al riesgo y a la ambición (arribismo), culto a los propios intereses (individualismo) y el culto a la virilidad (machismo). La influencia de los medios sobre los comportamientos colectivos es grande y nuestra responsabilidad es que el público no se convierta en un depositario sin criterio propio, sino que desarrolle una actitud crítica para que analice los más diversos contenidos. El punto de partida para estar en la capacidad de analizar lo debería proveer una formación ético-pastoral y bíblica.

3.9 La publicidad y los medios.

Es urgente que los pastores hagan una labor de concienciación, respecto del poder persuasivo de la publicidad y la necesidad de desarrollar una actitud crítica en el receptor. La publicidad utiliza todos los avances científicos en el área de la Psicología, la Comunicación, y las Ciencias Sociales, con el fin de ser efectivos en despertar, incitar y en algunos casos crear necesidades de los potenciales consumidores. El objetivo es que la publicidad sea efectiva en la difusión masiva de mensajes determinados a cierto grupo, para conducirlo a la adquisición de sus productos que son de diversa índole: alimentos, vestidos, bebidas, perfumes, enseres, equipos domésticos, libros, vídeos, música, arte, teatro, cantantes, actrices, viajes, seguros hoteles. Los *spots* son elaborados por equipos multidisciplinarios con énfasis en “marketing”, que procuran influir en los

sentimientos, emociones, ideas y comportamientos, presentando sus productos con las siguientes características:

- a) Son lo mejor;
- b) El resultado es igual para todos (generalizan);
- c) Se asume que el consumidor los acepta.

Iriarte y Orsini opinan que la publicidad debe ser rechazada cuando ocurre lo siguiente:

- a) Cuando atentan, contra el bien común;
- b) Cuando deforman la verdad;
- c) Cuando infunden prejuicios;
- d) Cuando dañan la fama de otras personas o instituciones;
- e) Cuando promocionan artículos perjudiciales;
- f) Cuando hacen falsas promesas de lo promocionado;
- g) Cuando se arrastra al receptor al gasto superfluo;
- h) Cuando se explotan los instintos sexuales;
- i) Cuando se degrada la dignidad de la mujer;
- j) Cuando se incita a la violencia y a la venganza.¹⁷¹

3.10 La familia y los medios de comunicación masiva.

La televisión, la radio y aun la prensa se consumen dentro de un contexto “familiar”. El diario lo lee papá, mamá, y los hijos. La televisión y la radio se encuentran por todos los ambientes de las casas. Por eso los padres, en primer lugar, necesitan formación acerca de los medios masivos y que éstos, en lugar de esclavizar y separar a la familia, estén al servicio de ella. La familia tiene que estar consciente que las formas de comunicación para llegar a las personas constituyen una influencia casi omnipotente. El mismo nombre: “medios de comunicación masiva” denotan su gran poder.

La familia aun con todos los recintos herméticamente cerrados en su casa, es vulnerable a las ondas de la radio y la televisión con mensajes que tienen detrás a un emisor con intenciones bien definidas, con intereses creados para su propio beneficio, con el afán de vender y vender. Y no estamos pensando que todo lo que ofrezca la televisión sea malo, pero realmente de lo bueno hay poco. Es la publicidad que se encarga de hacernos creer que “si compramos ciertos productos, y si hacemos tales o cuales cosas” entramos a un mundo maravilloso. Tal es el caso ya clásico de los anuncios de cigarrillos y bebidas que nos proyecta un mundo de libertad, de esparcimiento, de éxito, de superación, cuando en la práctica los que están atrapados en estos horribles vicios, están viviendo una realidad de fracaso, enfermedad, frustración, tristeza, vacío y esclavitud. Gracias al Señor que en la

¹⁷¹ Cf. IRIARTE-ORSINI, *Conciencia Crítica y Medios de Comunicación*, Dabar, México, 1995, 182.

mayoría de países, la legislación ha hecho un buen papel en cuanto obliga a los anunciantes colocar una advertencia por escrito que dice: “este producto es dañino para la salud”. Al observar estos anuncios con esta indicación, son ridículos y contradictorios: porque proyecta un mensaje, pero la letra dice otro contrario.

Sin duda, en esta época de las comunicaciones y las autopistas de la información, la familia es la que puede resultar afectada en su propia comunicación. Aunque suene paradójico pero hoy más que nunca corremos el riesgo de estar incomunicados en la era de las comunicaciones. A manera de ejemplo: De manera simultánea el padre está leyendo el periódico, el hijo frente al televisor y la madre escuchando su emisora favorita. Esto es verdaderamente irónico. Los padres son los encargados, con el propio ejemplo de estimar cuánto tiempo es conveniente que la familia pase frente al televisor, así como qué clase de programas son adecuados.

3.11 Los niños y los medios masivos.

La producción de programas para niños ha alcanzado grandes dimensiones no sólo por su cantidad, sino por la variedad. Esta producción se caracteriza en su mayoría por dibujos animados llenos de magia, encanto, fantasía, acción y poder. Por ejemplo, en la película llamada “Un ratón en la familia”; una pareja de esposos jóvenes adultos tiene un hijo único y quieren adoptar un niño para que no se sienta solo su hijo legítimo. Visitan un lugar donde pueden escoger entre niños y niñas para adopción. Cuando entran al lugar observan el bullicio, el ruido, el desorden que estos ocasionan. Se muestran decepcionados, están meditando y de pronto irrumpe en la escena un ratón juguetón y gracioso que les habla con ternura. Ellos se quedan cautivados de tal suerte que hacen el trámite para adoptarlo y lo llevan a casa. Es grande la sorpresa que se lleva el pequeño al ver que su hermanito menor es un ratón y no un niño igual que él. Al principio no lo acepta, pero en el desarrollo de la trama de la película se va encariñando y cuando está a punto de perder a su hermanito ratón, por culpa del gato de la casa, que ha contratado otros gatos callejeros y asesinos para que lo maten, se da cuenta que lo ama y lo reconoce como su hermanito. No se necesita ser un crítico especializado del cine o de los programas infantiles para percibir el argumento de fondo “solo puedes ser feliz en el mundo de la fantasía”. El modelo de familia que aquí se presenta es un modelo de una familia anormal y fantasiosa. Presentan a un matrimonio que no le gustan los niños alegres, bulliciosos, e inquietos, sino los roedores que hablan. El mismo caso se da en las tiras cómicas y en algunos programas radiales infantiles en donde la fantasía y la violencia justificada están presentes.

En fin, los niños están siendo presas tempranas de los programas en los medios masivos, principalmente la televisión y el cine, sin duda para convertirlos en consumidores el resto de sus vidas, no únicamente del contenido de programas, sino de productos comerciales relacionados con los personajes principales. Es una estrategia fríamente calculada: Publicidad del programa o película, el estreno de los mismos y luego la producción a gran escala en tela, plástico o materiales similares de los personajes estelares. Después que los niños han sido bombardeados por la publicidad, han visto la película, no les queda otra salida que comprar los

“muñecos-personajes”. Por cierto, la serie de televisión infantil *Pokémon* ha tenido mucho impacto en los niños. El problema es que esta serie tiene un trasfondo espiritual negativo. Para comenzar, *Pokémon* es una abreviatura para el término *Poket Monsters* que significa monstruos de bolsillo. Luego, el mensaje que transmiten es fantasioso y espiritista, en cuanto que según el argumento ellos nunca mueren, si son vencidos en batalla, pueden llevarlos al centro de *Pokémon* más cercano para ser “recargado” y que salga para volver a luchar. Además los *Pokémon* más populares poseen connotaciones diabólicas, a manera de ejemplo: Pikachu: es un ratón amarillo con cola de rayo, que tiene ataque de trueno. Es mitad querubín y mitad demonio.

Satoshi Tajiri, el creador de *Pokémon*, explicó abiertamente su meta al crear a los *Pokémon*: “Lo importante es crear monstruos pequeños y controlables como todos los monstruos que todos llevamos dentro como el temor y la ira”. Esta declaración, nos confirma el objetivo “diabólico” de fomentar, precisamente, lo que no debemos hacer morir por el Espíritu Santo.

Buena parte de culpa en la adicción de nuestros hijos a la televisión, la tenemos nosotros los padres. Muchas veces mandamos a nuestros niños a que vean televisión cuando ellos quieren hablar, preguntar o jugar con nosotros. Y sin quererlo convertimos al televisor en el “hermanito electrónico”, “la niñera electrónica”, “el papá electrónico” e inclusive “el pastor electrónico”

3.12 El joven y los medios masivos.

El joven está bajo tremendas influencias provenientes principalmente de la radio y la televisión. Una de ellas es la música. Esta sirve para muchas cosas: como un simple pasatiempo, como un delicado arte, como un poderoso estimulante, como un medio de expresión de gratitud y de alabanza a Dios. Todos los comunicadores saben del poder de la música, por eso siempre la utilizan en consonancia a los mensajes que quieren comunicar. Se ha hablado, discutido y disertado sobre el tema controversial de cuál es la mejor música para el culto cristiano. Hay posiciones variadas y encontradas. Unos abogan por la música suave, otros por determinados ritmos de acuerdo a la cultura. Mi punto de vista es que la iglesia debe responder bajo la dirección del Espíritu Santo y la palabra de acuerdo a cada generación, tiempo y cultura que le toque vivir, examinando el contexto y la misma cultura. Si la cultura no contraviene los principios fundamentales del evangelio no hay problema, si lo hace, el evangelio está en la capacidad de redimir esa cultura. En la única clase de música y ritmo que tenemos muchas reservas es el “rock cristianizado”, porque este nació, creció y se consolidó dentro de una revolución sociocultural de libertinaje y satanismo, que desembocó en rebeldía, drogadicción, perversión sexual, violencia, suicidio.

El investigador y especialista en psiquiatría criminal Juan Pablo Regimbal, afirma de acuerdo a estudios realizados que el factor común en 18 casos de suicidios de jóvenes, entre 15 y 21 años de edad ocurridos en un sector en Montreal, era la música rock. Además, ha sido corroborado por equipos de médicos, sociólogos y educadores que analizaron 200 casos de jóvenes que escuchaban

música rock, que esta música no es un inofensivo pasatiempo, sino produce estragos al oyente regular, traumas graves irreversibles al oído humano, a la columna vertebral, al sistema endocrino y al Sistema Nervioso Central.

Las consecuencias psicológicas son traumas afectivos, neurosis, rebeldía y propensión al suicidio. En toda la historia del rock, buena parte del contenido de las letras de esta música tiene que ver con sexo, droga, rebelión, satanismo y violencia. Esta música ha impulsado la desobediencia, la rebeldía, el individualismo, que afectan al individuo, la familia, las instituciones y la fe cristiana. Por esas razones los pastores tienen que estar en alerta no sólo a la clase de música que se está tocando en la iglesia, sino a la clase de música que están transmitiendo en la radio y la televisión.

Otras de las influencias a las que está subyugado el joven son la moda y la publicidad. Ya sea de manera directa o indirecta siempre estamos siendo bombardeados por nuevas creaciones, estilos, y formas de vestirse extravagantes que provienen de otras culturas. Las modas siempre están acordes a ciertos estilos y niveles de vida que no siempre se ajustan a todas las realidades culturales¹⁷². Como cristianos tenemos que entender que no porque algo esté de moda, necesariamente hay que aceptarlo incondicionalmente. Tampoco es sensato quedarnos con una “moda” cuyo tiempo ya pasó y ser un grupo de anticuados. Es pertinente evaluar todo lo que nos viene a través de la publicidad y con criterio, adquirir lo que es justo y necesario.

Finalmente, señalaremos que los medios están siendo usados para difundir ideologías racistas. El contenido de los programas muestra la discriminación para los negros, los hispanos y los grupos minoritarios. También observamos como el nazismo, que ha hecho tanto daño desde la segunda guerra mundial, contra el pueblo judío, se ha hecho presente en todos los continentes y ha cobrado fuerza. Los impulsores de esta ideología no han escatimado esfuerzos, para usar los medios y divulgar sus pensamientos. Por todo ello es necesario advertir a la juventud de lo dañino de las ideologías de superioridad.

3.13 La mujer y la televisión.

Muchos programas de televisión son producidos con dedicación para la mujer. La mayoría son las ya famosas e inevitables “telenovelas”. Es alarmante la adicción a las mismas y la influencia que están teniendo para incorporar nuevas prácticas sociales perniciosas. Por otra parte, las miles de amas de casa desean romper la monotonía y relajarse. Y parece ser que encuentran en las telenovelas algún tipo de catarsis.

Las telenovelas están estructuradas de tal manera que cautivan la atención. Éstas mantienen a las televidentes pendientes de cada capítulo, porque dejan

¹⁷² Cf. VA. ¡Joven tu Vales!, *Cómo vivir una vida victoriosa*, CBP, El Paso Texas, 1995, 55.

inconcluso un hecho. Son historias que convergen hacia un fin, por eso al final se procura deshacer el nudo que ha provocado un hecho o situación inicial, con un desenlace casi siempre victorioso donde triunfa el héroe, no el villano. El problema radica en que en los contenidos se muestra violencia doméstica, intrigas, engaño, mentiras, adulterio, insinuaciones eróticas y sexuales.

Por otra parte, es innegable el proceso de “Cosificación” que ha sufrido la mujer. En una buena cantidad de contenidos televisivos, el papel de la mujer se reduce a un objeto. Los espacios que se han abierto para ella, hacen énfasis utilitaristas, más que de desarrollo, dignidad y superación. Son muy pocos los programas que muestran el verdadero valor y el rol de la mujer. Los pastores, líderes y productores de programas cristianos, tienen que recuperar el valor real que Jesús le ha dado a la mujer.

3.14 El hombre y los medios masivos

Aquí hablamos en el sentido específico del término hombre. El contenido de los medios masivos, principalmente el de la publicidad, va dirigido a los hombres. En Latinoamérica es el hombre quien sostiene económicamente, en un buen porcentaje, el núcleo familiar. Es el que decide qué se puede comprar y qué no. Y aun cuando la mujer tiene cierta independencia económica, consulta con su esposo. Además, muchos de los productos, cualquiera que sea su índole, son para hombres. De manera sencilla podemos comprobar esta realidad. Todos los anuncios en los que incluyen mujeres con vestuario sensual, en ropa de baño y con posturas y gestos de insinuación erótico-sexual, están dirigidos para hombres. Las mujeres en general rechazan estos anuncios o los ven con indiferencia, pero los hombres no. Los anuncios en los diarios donde quieren promocionar, un automóvil, una computadora, una casa, un teléfono celular, un televisor, un viaje, un hotel, son productos neutrales, pero si van acompañados de muchachas en bikini, es seguro que van dirigidos a los hombres. En los programas donde sobresalen los héroes violentos, los superhombres, están tratando de proyectar una imagen del hombre ideal. Las caricaturas que tiene por personaje principal a un superhombre como: Batman, Superman, Heman, etcétera, están inspirados en ese modelo ideal, que obviamente no puede darse en la realidad y que si se toma en serio revierte en perjuicio al prójimo. Se cree que Hitler se inspiró en el “Súper Hombre” de Nietzsche para destruir a las razas inferiores a la raza alemana.

El cuidado de los destinatarios de la comunicación a cargo del pastor, comunicador o predicador debe tomar en cuenta que: a pesar que los medios masivos de comunicación reflejan más que todo la naturaleza pecaminosa y caída de la raza humana, y no pueden mostrar otra realidad que ésta. La Pastoral de los medios de comunicación, se ve impelida a luchar contra todo tipo de contenidos anti-valores bíblicos y cristianos, en favor de la justicia y la libertad del hombre en Cristo. Esta Pastoral se convierte en una Pastoral profética, de la iglesia y de la comunidad, que señala el camino hacia una concienciación permanente, tanto de los emisores como de los receptores. Receptores que tienen que convertirse en perceptores activos y dispuestos a ver las cosas con una mirada crítica al mensaje y

al emisor. Para tal propósito sugerimos que se ponga por obra el decálogo del receptor activo:

- a) Vea televisión acompañado con su esposa, sus hijos y que sea con un propósito.
- b) Vea, juzgue, discierna y actúe, no se quede como un “conejo encandilado”
- c) Trate de interpretar el argumento de fondo.
- d) Busque información que considere que le va a ser útil.
- e) Comenten acerca de los aspectos positivos y negativos de los programas vistos.
- f) Use el control remoto para cambiar escenas o mensajes de contenido violento, sexual y de publicidad barata.
- g) Dosifique el consumo de la televisión.
- h) Recuerde que usted es quien toma su propia decisión.
- i) Los padres demos el ejemplo, en cumplir las reglas.
- j) Dedique más tiempo a la lectura de la Biblia y a los libros cristianos que a la televisión y a la radio.

Una propuesta para la comunicación efectiva del evangelio debe partir de la gente, no de los medios. El acelerado desarrollo tecnológico, el monopolio de los medios y las autopistas de la información, influyen de manera determinante sobre las personas, de manera que configuran las relaciones humanas. A tal grado se da la “dominación” que muchas veces son los medios los que imponen la agenda y no las realidades sociales. Nuestra tarea pastoral tiene que apuntar hacia la formación y capacitación de los emisores, hacia la redención de los mismos medios, es decir evangelizarlos, y hacia la orientación, el cuidado y la protección de los receptores ya sean cristianos o no. Buscar, además que se abran espacios para que las distintas iglesias, las instituciones educativas y culturales tengan acceso a espacios en los diarios, en la radio y en la televisión. Como pastores tampoco debemos permitir que perdamos identidad a causa de las invasiones culturales extranjeras. No olvidemos que las constituciones de casi todos los países del mundo occidental, defienden el derecho a la información, la libre emisión del pensamiento y la libertad de culto. Por lo tanto, en el nombre del Señor avancemos y usemos los medios masivos de comunicación, para que cumplamos con nuestra labor pastoral.

4. LOS PRINCIPIOS DE LA PASTORAL APLICADOS EN LA COMUNICACIÓN Y LA PREDICACIÓN DEL EVANGELIO, A TRAVÉS DE DIVERSOS MEDIOS.

Los principios de la Pastoral en el Antiguo Testamento y el Nuevo Testamento, así como las bases del ministerio y del llamamiento pastoral, descritos en la tercera parte debemos aplicarlos y adecuarlos integralmente a las diversas necesidades de los receptores.

4.1 Alimentar espiritualmente. La persona como un ser integral, no sólo necesita abrigo, comida, sino alimento para su alma y para su espíritu. Aunque sabemos que existe hambre y falta de vivienda en algunas regiones del mundo, un alto porcentaje de personas sí tiene cubiertas esas necesidades básicas mínimas, no así las necesidades espirituales. Es a ellas a quienes debemos enfocarnos, para que se cumpla la Escritura: “No sólo de pan vivirá el hombre, sino de toda palabra que sale de la boca de Dios”

4.2 Conducir al reposo. Podemos conducir a las personas y a los creyentes al reposo, llevándolos a las aguas limpias de la palabra de Dios y del Espíritu Santo, con programas creativos y originales sin diluir el mensaje central del evangelio. Existen suficientes programas de entretenimiento secular, como para que nosotros queramos producir más programas de esta clase. Tenemos que hacer el mismo llamado que Jesús hizo “Si alguno tiene sed, venga a mí y beba y nunca más volverá a tener sed”. Llevemos amorosamente a las personas a la fuente de vida.

4.3 Llevar aliento. Hoy más que nunca, las personas necesitan un nuevo aliento para vivir en medio de este mundo convulsionado. Que ya baste la cantidad de información desalentadora que se recibe a través de la prensa, la radio y la televisión. Estamos cansados de las malas noticias. Es tiempo de difundir las buenas noticias de Dios para el hombre y la mujer necesitados. Los pastores tienen que ser muy cuidadosos cuando usan un medio masivo. Nunca deben atacar, señalar, cuestionar a otros siervos o iglesias porque tienen diferencias litúrgicas o diferencias doctrinales mínimas. Eso trae confusión y desaliento tanto a los creyentes como a los no creyentes. El Señor nos ha llamado a predicar y a evangelizar para llevar aliento, no ha juzgar.

4.4 Instruir sobre lo recto. Así como Dios nos ha instruido sobre lo que es bueno, recto y justo, lo mismo tenemos que hacer nosotros a través de lo que escribimos y lo que decimos. Y para este propósito recordemos que nuestro parámetro es la norma de las normas: la Biblia. Estemos dispuestos a imitar también la valentía, el coraje, la santidad, la firmeza, y la vida de los profetas verdaderos de antaño del Señor, al señalar los males sociales, la injusticia de los amos, la inmoralidad sexual del pueblo.

4.5 Acompañar al solitario. La televisión y la radio seculares han logrado captar la atención de muchas personas, precisamente, porque las acompañan en momentos difíciles. Si alguien se encuentra en su habitación desanimado, puede sintonizar alguna emisora de radio y escuchar cualquier cosa o encender el televisor y sintonizar algún canal que esté transmitiendo un programa que le distraiga o le sirva de desahogo. Ya sea que al final la persona no ha solucionado sus problemas, de todas maneras, se ha entretenido un poco. En esa misma dirección, debemos aprovechar la

capacidad de la radio y la televisión, para llegar a la intimidad de las personas, así como sus características inherentes, para que les brindemos una compañía agradable, formadora y transformadora en medio de enfermedades y sufrimientos. La radio y la televisión, pueden ser excelentes compañeros en el “valle de sombra de muerte” difundiendo programas educativos cristianos para los que se encuentran postrados en un hospital o reclusos en una cárcel.

4.6 Dar consuelo. Si hemos sido consolados por Dios, por medio de su Espíritu y su Palabra, lo menos que podemos hacer nosotros es consolar a otros que padecen tribulación. Y que mejor manera de hacerlo que por medio de mensajes de amor, fe y de esperanza.

4.7 Conducir hacia el éxito. El centro de nuestra victoria es el Señor. La victoria no está sujeta a los fracasos o a los éxitos sino, a una persona con nombre propio: Jesucristo. En consecuencia, nuestra tarea a través de los medios consiste en decirle a las personas que no aparten su mirada del Señor Jesucristo. Porque en el momento que dejamos de ver a Jesús, y comenzamos a mirar a nuestro alrededor y a nuestras propias personas, comienzan los problemas.

4.8 Fortalecer. Es sinónimo de fortalecer y animar. Como hemos dicho anteriormente, el ungir con aceite ha significado, bendecir, honrar, pero también una sensación de bienestar y un medio de curar heridas. De cualquier manera, es nuestro deber aliviar las cargas y los dolores de las personas. Los programas que procuran satisfacer las necesidades espirituales de las personas siempre tendrán audiencia. No así aquellos que se centran en el egoísmo, la vanidad y los intereses personales de los comunicadores.

4.9 Proveer refugio seguro. Los pastores y comunicadores necesitan proveer certezas a su audiencia. Los creyentes y no creyentes necesitan estar seguros que se les va a proveer amor, comida y protección, espiritualmente hablando. Y aunque sabemos que la televisión no puede sustituir el lugar seguro de la congregación, sí provee un oasis y un refugio para los que no pueden congregarse.

4.10 Dar amor. Debemos mostrar el amor de Dios a nuestros hermanos y amigos que nos escuchan en la radio, nos ven por la televisión o leen lo que escribimos. Una de las formas en que podemos lograrlo es pidiendo, que si tienen alguna necesidad o alguna petición específica, nos escriban, nos llamen por teléfono o que vengan a nuestra oficina de consejería para atenderles personalmente. Recordemos que el amor Ágape de Dios es incondicional y que está dispuesto a todo.

4.11 Dar la vida misma. Jesucristo como el pastor perfecto dio su propia vida por nosotros para salvarnos. Aunque nosotros no podemos morir salvíficamente por otras personas y quizá no estaríamos dispuestos a hacerlo por otras causas, por lo menos debemos estar concientes del alto valor de las personas ante Dios, cualquiera que sea su situación. Por lo que debemos hacer nuestro máximo esfuerzo para llevarles el mensaje de vida, sin escatimar ninguna clase de recursos.

4.12 Proteger. Somos responsables ante Dios, ante nuestra iglesia y ante nuestra sociedad por nuestros lectores, oyentes y televidentes. Nuestros mensajes deben ir orientados a la protección mental, emocional y espiritual de nuestra audiencia. Por lo tanto, debemos señalar los peligros, engaños y abiertas herejías que van en contra de la sociedad, la ética cristiana, la iglesia del Señor y la palabra de Dios. Sin embargo, recordemos el sabio principio de nunca atacar a las personas, sino, las ideologías y las falsas doctrinas.

4.13 Suplir necesidades. Los programas que tienen éxito son aquellos que tienen contacto con las personas, perciben sus necesidades y tratan de suplirlas. La mayoría de programas cristianos y no cristianos realmente son impersonales. Son de carácter unidireccional. Los productores cristianos, deberían superar esta realidad.

4.14 Cuidar y Orientar. De hecho, las funciones pastorales se resumen en vigilar (en el sentido de alimentar y cuidar) por el bienestar espiritual de las personas. Daremos cuenta ante el Obispo y Pastor de nuestras almas por las "ovejas" que él nos ha concedido pastorear juntamente con él. Por eso es un gran privilegio que utilicemos los medios para la evangelización y la educación cristiana, pero es una enorme responsabilidad. Pidamos sabiduría al Señor para que nos ayude en la tarea.

Concluimos diciendo que es necesario, por un lado, que estemos conscientes de la enorme responsabilidad pastoral que tenemos frente al uso, cuidado y abuso de los contenidos de los medios masivos de comunicación, y por otro, el gran privilegio de ser comunicadores del ministerio de la reconciliación de los hombres con Dios por medio de su hijo Jesucristo, Nuestro Señor.

CONCLUSIONES GENERALES

1. Evangelio y Pastoral son, en esencia, comunicación y cuidado. En consecuencia, se debe tomar en cuenta los fundamentos teológicos de la comunicación, vistos desde la teoría general de la comunicación.

2. La ciencia y la fe no son opuestos, se complementan. Por lo tanto, los pastores, los predicadores y los líderes en general, debieran capacitarse en las distintas disciplinas afines a la Teología, para estar al servicio del Evangelio, de sus fieles y de la sociedad guatemalteca.
3. Es pertinente que exista una autocrítica constante de la pastoral guatemalteca y sus acciones, a la luz de las Sagradas Escrituras, la teoría general de la comunicación, los medios de comunicación y medir su impacto en la sociedad guatemalteca, en los próximos cinco, diez y veinte años respectivamente.

FUENTES BIBLIOGRAFICAS

Obras Generales

Biblia Reina Valera, 1960.

VA. *Introducción a los Medios de Comunicación*, Paulinas, Madrid, 1990.

VA. *Diccionario Terminológico de la Ciencia Bíblica*, Cristiandad, Madrid, 1979.

VA. *Diccionario Teológico Interdisciplinario I-II*, Verdad e Imagen, Sígueme, España, 1977.

VA. *Diccionario de Ciencias y técnicas de la Comunicación*, Paulinas, Madrid, 1991.

VA. *Introducción a los Medios de Comunicación*, Paulinas, Madrid, 1990

VA. *¡Joven tu Vales!*, *Cómo vivir una vida victoriosa*, CBP, El Paso Texas, 1995

VA. *Diccionario de Teología Fundamental*, Paulinas, Madrid, 1992

VA. *Diccionario del Nuevo Testamento III*, Sígueme, Salamanca, 1993.

VA. *Diccionario Enciclopédico*, Océano Barcelona, 2000

VA. *Diccionario Teológico del Nuevo Testamento*, II, Sígueme, Salamanca, 1990

VA. *Diccionario Terminológico de la Ciencia Bíblica*, Cristiandad, Madrid, 1979.

VA. *Pastores del pueblo de Dios en América Latina*, Aurora, Buenos Aires, 1974.

VA. *Sociología de la Comunicación*, Trotta, Madrid, 1999.

VA. *Diccionario de Teología*, TELL., Grand Rapids, Michigan 1985.

VA. *Diccionario Teológico Interdisciplinario I-II*, Verdad e Imagen, Sígueme, España, 1977.

VINE W. *Diccionario Expositivo de Palabras del Nuevo Testamento*, Clie, Barcelona, 1989.
SCUAIN VILA. *Nuevo Diccionario Bíblico Ilustrado*, Clie, Barcelona, 1990.
BENITO, Ángel. *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Paulinas, Madrid España, 1991.
ROSSI-VALSECCHI, *Diccionario Enciclopédico De Teología Moral*, Paulinas, España, 1986.

Monografías

ABBGNANO Incola. *Historia de la Filosofía Antigua*, Hora, S.A. Barcelona, 1982
ALFARO JUAN, *Revelación Cristiana, Fe y Teología*, Verdad e Imagen, Sígueme, Salamanca, 1985.
AQUINO TOMAS (DE). *Suma Teológica*
ARISTOTELES, PLANK, GORTARI, JASPERS, HEISEMBERG, COPI, JORDAN, BUNGE, BUTENAND, CAWS. *Filosofía de la Ciencia*, Editorial Universitaria, Guatemala, 1974.
ARRASTIA C. *Teoría y Práctica de la Comunicación*, Caribe, Nashville, TE, 1993.
BARCLAY William. *El Nuevo Testamento Comentado Juan V*, Aurora, 1984.
BARRIENTOS A. *Teología de la liberación, Una respuesta Pastoral*, Unilit, Miami, 1991.
BARRIENTOS Alberto. *Principios y alternativas del trabajo pastoral*, Caribe, Miami, 1984.
BARTH K., *Introducción a la Teología Evangélica*, Aurora, Buenos Aires, 1986.
BARTH KARL., *Instantes*, Textos para la reflexión escogidos por Eberhard BUSCH., Sal Terrae, España, 2005.
BELTRAN J., *Para comprender la Psicología*, Verbo Divino, Navarra, 1994.
BERKOF L., *Teología Sistemática*, T.E.L.L. Michigan, 1995.
BOFF CLODOVIS, *Teoría del Método Teológico*, Dabar, México, 2001.
BRISTER C. *El Cuidado Pastoral en la Iglesia*, CBP, El Paso Texas, 1988.
BRYAN Wilson, *Seducción subliminal*, Diana, México, 1998.
BRYANT-ZILLMANN, *Los Efectos de los Medios de Comunicación, investigaciones y Teorías*, Paidós, Barcelona, 1996.
BUNGE, BUTENAND, CAWS. *Filosofía de la Ciencia*, Editorial Universitaria, Guatemala, 1974.
BUZZI F., *Martín Lutero*, SC. 1994.
CHAFER LEWIS., *Teología Sistemática I*, Publicaciones Españolas, WI, 1986
COLLE RAYMOND., *La comunicación Divina, Vista desde la Teoría de la Comunicación*, Santiago, 2003.
COSTAS ORLANDO., *En Biblioteca de Teología y Psicología Pastoral I*, España, 1993.
DE LA TORRE ZERMEÑO, *Taller de Análisis de la Comunicación 1*, McGraw Hill México 1, 1998.
ELLIS McCLINTOCK. *Teoría y Práctica de la comunicación humana*, Paidos, Barcelona, 1993.
ESCOBAR S. *Evangélio y Realidad Social*, Ensayos, C.B.P. El Paso TX., 1988.
GALVEZ RIGOBERTO, *Teología de la Comunicación, un acercamiento bíblico al uso de los medios masivos de comunicación*, Clie, Barcelona, 2001.

GATTINONI Carlos, *En Pastores del Pueblo de Dios en América Latina VA*, Aurora, Buenos Aires, 1974.

GLASSCOK Timoteo. *Conceptos y Funciones del pastor*, en *Biblioteca de Teología y Psicología Pastoral*, II, Clie, Barcelona, 1993.

GOMEZ HERAS., *Teología protestante Sistema e Historia*, BAC., Madrid, 1972.

GONZALEZ-ANLEO Juan, *Para comprender la Sociología*, Verbo Divino, Navarra España, 1991.

GONZALEZ-ANLEO Juan, *Para comprender la Sociología*, Verbo Divino, Navarra España, 1991.

HARRISON E. *Introducción al Nuevo Testamento*, T.E.L.L., Grand Rapids, MI, 1980.

HIRSCHBERGER Johannes, *Historia de la Filosofía I, Filosofía antigua, patristica, escolástica*, Hora, Barcelona, 1976.

INTERIANO C. *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*, Fénix, Guatemala 1999.

IRIARTE-ORSINI, *Conciencia Crítica y Medios de Comunicación*, Dabar, México, 1995.

JAKOBSON R., *Ensayos de Lingüística General*, en VA., *Introducción a los Medios de Comunicación*, Paulinas, 1990.

JARAMILLO L. *Un tal Jesús*, Vida, Florida, USA, 1998.

KARL BARTH., *Introducción a la Teología Evangélica*, Aurora, Buenos Aires, 1986.

LASWEELL H., *Estructura y Función de la comunicación en la sociedad*, en *Introducción a los Medios de Comunicación*, VA. Paulinas, 1990.

LITTLE Paúl. *Como compartir su fe*, CBP, El paso Texas, 1985

MARINEZ RAUL. *¿Qué es la Teología? Una Aproximación a su identidad y a su método*, Desclée de Brouwer, Bilbao, 1999.

MARTINEZ FELICÍSIMO., *Teología de la Comunicación*, BAC, Madrid, 1994

MARTINEZ J. *Hermenéutica Bíblica, como interpretar las sagradas Escrituras*, Clie, Barcelona, 1987.

MARTINEZ José. *Curso de Formación Teológica Evangélica XI, Ministros de Jesucristo*, Ministerio y Homilética, Clie, España, 1977.

MARTÍNEZ LUIS, *Los Caminos de la Teología, Historia del Método Teológico*, BAC, Madrid, 1998.

McLUJAN Marshall, *Comprender los Medios de Comunicación, Las extensiones del ser humano*, Paidós España, 1996.

MUCCHIELLI, A. *Psicología de la comunicación*, Piados, España, 1998.

NOSNIK A. *El Desarrollo de la Comunicación Social, Un enfoque metodológico*, Trillas, México, 1991.

PANNENBERG WOLFHART, *Teoría de la Ciencia y Teología*, Cristiandad, Madrid, 1981.

PÉREZ DE ANTÓN FRANCISCO; *El Gato en la Sacristía, Cuenta y Razón del declive de la Iglesia católica en El mundo*, Taurus Madrid 2003

RICHARDS, S. *Filosofía y Sociología de la Ciencia*, Siglo XXI, México, 1987

SCHWEER William. *La evangelización personal para hoy*, CBP, El Paso Texas, 1992.

SEIFFERT, Helmut. *Introducción a la Teoría de la Ciencia*, Barcelona España, 1977.

SHANNON Y WEAVER, *Teoría Matemática de la comunicación, en Introducción a los Medios de Comunicación*, VA. Paulinas, 1990.
SPYKMAN GORDON., *Teología Reformacional, un Nuevo Paradigma para hacer la Dogmática*, TELL, MI, 1994.
STILLMAN Draker, *El gato en la Sacristía*, Galileo Alianza Editorial, 1983
STOLL D. *¿América Latina se vuelve Protestante? Las políticas del crecimiento evangélico*, Abya-Yala, Cayambe, Ecuador, 1990.
TREVIJANO MANUEL, *Fe y Ciencia, Antropología, Verdad e Imagen*, Sígueme, Salamanca, 1996.
VIRKLER H., *Hermenéutica, Principios y procedimientos de interpretación Bíblica*, Vida, Florida 1981.
WARTOFSKY, Marx. *Introducción a la Filosofía de la Ciencia*. Alianza Editorial, Madrid España, 1987.
WIERSBE Warren. *Bosquejos Expositivos de la Biblia, Nuevo Testamento, Caribe*, Nashville, TN, 1995.
WIGHT Fred. *Usos y Costumbres de las Tierras Bíblicas*, Portavoz, Michigan, 1981.

DOCUMENTOS

DOCUMENTO CLADE III Quito, 1992
DOCUMENTO CLADE IV Quito, 2000

REVISTAS

SALAZAR ESTUARDO., *Los medios Masivos en Función Docente*, Coicóm 2000.
VELAZQUEZ JORGE., *El ABC de la Radio y la Televisión*, Revista Impacto, 1998.

WEB

La Nueva Evangelización Y Medios de Comunicación, www.gobernabilidad.com.
Rol de los Medios Masivos de Comunicación, www.comunica.org
Medios de Comunicación y desplazamiento educativo, www.razonypalabra.org
Comunicación y Cultura. www.me.gov.
Introducción a la Investigación de Medios Masivos de Comunicación.
www.agapea.com
Teología de la Comunicación www.mscperu.org

