

Ministerio **ADVENTISTA**



Número especial



150

años de milagros
con las publicaciones

El tiempo de reunión

El 23 de septiembre, el Señor me mostró que había extendido la mano por segunda vez para recobrar el residuo de su pueblo, y que mientras se reúne la mies había que duplicar los esfuerzos. En la dispersión, los esfuerzos hechos por difundir la verdad tuvieron poco efecto; lograron poco resultado o ninguno; pero en la reunión, cuando Dios extiende su mano para juntar a su pueblo, los esfuerzos hechos por difundir la verdad tendrán el efecto asignado. Todos deben estar unidos y manifestar celo en la obra. Vi que es erróneo de parte de cualquiera referirse a la dispersión para encontrar ejemplos que nos gobiernen ahora en el tiempo de reunión; porque si Dios no hiciese más para nosotros ahora de lo que hizo entonces, Israel no sería reunido jamás. He visto que el diagrama de 1843 fue dirigido por la mano del Señor, y que no debe ser alterado; que las cifras eran como él las quería; que su mano cubrió y ocultó una equivocación en algunas de las cifras, para que nadie pudiese verla, hasta que la mano de Dios se apartase.

Entonces vi en la relación con el “continuo” (Dan. 8:12) que la palabra “sacrificio” había sido provista por la sabiduría humana, y no pertenece al texto, y que el Señor dio el sentido correcto a los que proclamaron que había llegado la hora del juicio. Mientras existió la unión, antes de 1844, casi todos aceptaban la opinión correcta acerca del “continuo”; pero en la confusión reinante desde 1844 se han aceptado otras opiniones, y como consecuencia han entrado tinieblas y confusión. La cuestión de las fechas no ha sido una prueba desde 1844, y nunca volverá a ser una prueba.

El Señor me ha mostrado que el mensaje del tercer ángel debe progresar y ser proclamado a los hijos disper-

Todos deben estar unidos y manifestar celo en la obra.

Vi que es erróneo de parte de cualquiera referirse a la dispersión para encontrar ejemplos que nos gobiernen ahora en el tiempo de reunión; porque si Dios no hiciese más para nosotros ahora de lo que hizo entonces, Israel no sería reunido jamás.

sos de Dios, pero no debe depender de una fecha. Vi que algunos están creando una excitación falsa al predicar fijando fechas; pero el mensaje del tercer ángel es más poderoso de lo que puede serlo una fecha. Vi que este mensaje puede subsistir sobre su propio fundamento y no necesita ser forzado con fechas; que irá adelante con gran poder, hará su obra y será abreviado en justicia.

Luego me fueron señalados algunos que están en gran error al creer que tienen el deber de ir a la vieja Jerusalén, y piensan que tienen una obra que hacer allí antes que venga el Señor. Una opinión tal tiende

a apartar la mente y el interés de la obra que actualmente hace el Señor bajo el mensaje del tercer ángel; porque los que piensan que todavía tienen que ir a Jerusalén fijarán sus pensamientos en esto, y privarán de sus recursos a la causa de la verdad presente para transportarse a sí mismos y llevar a otros allí. Vi que una misión tal no produciría ningún beneficio real, que se necesitaría mucho tiempo para conseguir que unos pocos judíos crean en el primer advenimiento de Cristo, y mucho más para que crean en el segundo advenimiento. Vi que Satanás engañó gravosamente a algunos con respecto a esto; y que en toda esta tierra hay almas que podrían recibir ayuda y ser inducidas a guardar los mandamientos de Dios, pero se las está dejando perecer. También vi que la vieja Jerusalén nunca será edificada; y que Satanás estaba haciendo cuanto podía para extraviar en estas cosas a los hijos del Señor ahora, en el tiempo de reunión, a fin de impedirles que dediquen todo su interés a la obra actual de Dios e inducirlos a descuidar la preparación necesaria para el día del Señor.

(Primeros escritos, págs. 74-76)

A primera vista

4
El poder de la prensa
Editorial
Félix Cortés A.

5
Creo en el Ministerio de la página impresa
Editorial
James A. Cress

6
El ministerio de las publicaciones. Una misión de alta estrategia.
La diligencia de los pioneros, cuyo celo por la causa los consumía, era un detonante que actuaba en el corazón de las personas... "Mientras dure el tiempo de gracia, tendrá el colporteur oportunidad para trabajar".
Werner Mayr

9
150 años de milagros con las publicaciones
Pasado, presente y futuro del colportaje y la ganancia de almas, conforme al plan de Dios, para la terminación de su obra en el tiempo del fin.
José L. Campos

12
Perfil del Colporteur Evangélico
Hoy todos concuerdan con el hecho de que el esparcimiento de publicaciones fue muy importante en la primera década de nuestra iglesia, pero... ¿y hoy? ¿Cuál es su utilidad?
Wilmar Hirle

14
Métodos y estrategias de la venta
La obra del colportaje consiste en distribuir libros "como las hojas de otoño". Cuantos más libros se distribuyan, tantas más almas serán alcanzadas con el evangelio.
Isaí Villarreal

19
Mi visión del ministerio de las publicaciones
El ministerio de las publicaciones adventistas y de los colportores es divino. A los veinte años de edad, por medio de dos colportores, tuve la celeste bendición de conocer el gran mensaje del cercano regreso de Jesús. Y el trabajo de esos dos colportores produjo resultados asombrosos. Después de mí, treinta miembros de mi familia abrazaron esta bella esperanza. ¡Once de ellos llegamos a ser obreros en la Iglesia Remanente!
Nicolás Chajij

21
Las revistas y su circulación
Preséntese la verdad mediante nuestros periódicos. En nuestros periódicos se publican benditas verdades bíblicas, y salvadoras del alma. Hay muchos que pueden ayudar en la obra de vender nuestros periódicos...
Elena G. de White

23
Cómo siento, defino y considero el ministerio de la página impresa
La página impresa es un INSTRUCTOR BÍBLICO, un MENSAJERO SILENCIOSO que puede llevarnos paso a paso, al conocimiento de las verdades eternas, y ser nuestro ayo, para conducirnos a Cristo Jesús.
Saúl Llanes

25
Por qué los adventistas se preocupan tanto por las publicaciones
Si los ecologistas radicales, enamorados de los árboles, buscaran otro objetivo, la Iglesia Adventista del Séptimo Día seguramente sería uno de ellos.
Clifford Goldstein

30
¡Silencio! Nuestras publicaciones en acción
En una cárcel de Venezuela, un prisionero cayó de rodillas y miró hacia el cielo. Apretando un pequeño libro contra su pecho, con labios temblorosos, susurró algunas palabras. Con la conciencia herida, pero el corazón lleno de una recién descubierta gratitud expresada en palabras entrecortadas, pidió misericordia y perdón al Todopoderoso. El libro que sostenía en sus manos era una copia de El camino a Cristo, que amorosamente le había regalado un fiel laico. El prisionero daba así su primer paso. ¡Silencio! Nuestras publicaciones en acción.
Roberto S. Folkenberg

Ministerio adventista

NÚMERO
ESPECIAL

Director:
Werner Mayr

Redactor:
Félix Cortés A. (APIA)

Consejeros:
**Alejandro Bullón
Jaime Castrejón S.**

Diagramador:
**Leonardo Moreno Torres
(APIA)**

MINISTERIO ADVENTISTA es una publicación de la Asociación Ministerial de las Divisiones Interamericana y Sudamericana de la IASD; editada bimestralmente por su propietaria, la Asociación Casa Editora Sudamericana, de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. Impresa mediante el sistema offset en los talleres gráficos de la ACES, Av. San Martín 4555, 1602 Florida, Buenos Aires, Argentina.
www.elministerio.r1v.com

Correo electrónico:
aces@aces.com.ar

—21120—

REGISTRO NACIONAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Nº10012	CORREO ARGENTINO Suc. Florida (E) y Central (E)
PRINTED IN ARGENTINA	FRANQUEO A PAGAR Cuenta Nº 10272



A sí se titula un artículo escrito por el pastor Jaime White, y publicado en la *Review and Herald* el 18 de diciembre de 1879. Considero oportuno hacer algunas reflexiones en

torno a él, con motivo de este número especial de *Ministerio Adventista*, dedicado particularmente al Ministerio de Publicaciones y a los ministros de la página impresa.

El artículo destaca la poderosa influencia que ejerce la prensa y los materiales impresos en la sociedad. Incluso en esta era digitalizada, cuando uno podría suponer que la gente lee menos y que, por lo tanto, ésta queda relegada a un segundo plano, y por lo mismo alcanza a menos público, revela que no es así. Es sorprendente la cantidad de materiales impresos que están en circulación. El que esto escribe compró el *Dallas Morning News*, del 25 de abril de 1999, sólo porque quedó impresionado por el volumen del periódico. A juzgar por su peso, espesor y tamaño, aquel diario tenía más de 300 páginas. En mi mente surgió la pregunta, ¿qué probabilidades hay de que el lector común se detenga a considerar un pequeño anuncio de diez centímetros, entre la enorme masa de anuncios comerciales? Al parecer muchas, porque los publicistas son demasiado hábiles para invertir su dinero en anuncios que nadie lee. Ellos actúan en base a resultados. Publican sus anuncios en la prensa porque ésta ejerce y ejercerá gran poder sobre el público. Sigue siendo verdad lo que decía Jaime White en aquel artículo: “Los hombres de este mundo comprenden el gran poder de la página impresa. Las campañas políticas se hacen mayormente a través de la prensa. Anuncios de esto, eso y aquello, pegados y esparcidos por doquier, son evidencias de que los hombres de negocios conocen la influencia de la prensa”.

Uno de los objetivos de este número especial de *Ministerio* es destacar la importancia de las publicaciones como instrumento para cumplir la gran comisión que Dios dio a su pueblo. El otro es alentar e inspirar a los protagonistas de este ministerio, como llama Werner Mayr a los escritores y las editoriales, a los colportores y su liderazgo (en la medida en que esta revista pueda hacerlo), para que sigan cumpliendo la misión estratégica que les corresponde en el cumplimiento de la gran misión de la iglesia.

El poder de la prensa

FÉLIX CORTÉS A.

Sería un grave error y un pecado contra Dios dejar que el Ministerio de Publicaciones languidciera en una época cuando debiera brillar con más fulgor.

En los últimos dos o tres años, el Ministerio de Publicaciones de la División Interamericana pasó por una crisis de renovación y reorganización que, gracias al Señor de la mies, ha cumplido su propósito, y ahora marcha de nuevo al paso que ya se había acostumbrado desde hace más de un siglo. En Sudamérica también, “el otro poder”, como lo llamó E. W. Thomann —según nos recuerda Werner Mayr—, continúa ejerciendo su poderosa influencia.

En otros lugares, el Ministerio de Publicaciones ha sido objeto de ataques de diversos enemigos, entre los cuales se encuentran los cambios de hábitos que la tecnología ha impuesto a la humanidad. Pero de todos éstos, ha salido airoso el ministerio de la página impresa, y hoy, gracias al Señor de la viña, continúa siendo la misión de alta estrategia de la iglesia.

Actualmente en el mundo existen más de 23,000 colportores que distribuyen literatura con la luz de la verdad impresa en 59 casas editoriales y publicadoras. Y hay por lo menos dos divisiones mundiales de la iglesia que están promoviendo el antiguo ideal de que “cada miembro de iglesia sea un colporteur evangélico; cada hogar adventista, un centro de distribución de literatura; cada iglesia adventista un centro de adiestramiento para evangelistas de la página impresa y, finalmente, cada vecino, un campo misionero”, como dice el pastor José Luis Campos, de la Asociación General.

Los pastores pueden hacer mucho en favor del Ministerio de Publicaciones y sus protagonistas. El pastor Jim Cress, en su artículo “Creo en el ministerio de la página impresa”, dice cómo pueden hacerlo. Dado que conozco las luchas y las tensiones que afronta cada día el ministro de la página impresa, me impresiona la tercera de las siete recomendaciones que da para que los pastores ayuden a los colportores: “Ore con los colportores”.

¡Qué aliento recibiría el colporteur si el

pastor, considerándolo como su compañero en el ministerio, lo buscara para orar con él por lo menos una vez por semana! Esa dosis de ánimo, valor y fe le ayudaría para perseverar en la lucha y lograr mayores triunfos para la causa de Dios. Muchos colportores que desertan al caer vencidos en una lucha agotadora por falta de aliento y apoyo, nunca lo harían. Esto último es uno de los objetivos principales de este número de *Ministerio Adventista*. Que los pastores contribuyan, en la medida de sus posibilidades, a que el Ministerio de Publicaciones, es decir, los colportores y sus líderes, siga adelante victoriosamente en el cumplimiento de la gran comisión.

Prácticamente todos los artículos que aparecen en este número tienen el propósito de poner de relieve la importancia del Ministerio de Publicaciones, como lo hace el artículo “El ministerio de publicaciones, una misión de alta estrategia”, del pastor Werner Mayr, jefe de redacción de la Asociación Casa Editora Sudamericana (ACES). El pastor Wilmar Hirle, director de Publicaciones de la División Sudamericana, presenta el “Perfil del colporteur evangélico”, para que conozcamos y apreciemos mejor a estos héroes de Dios. También el pastor José Luis Campos, director asociado del Departamento de Publicaciones de la Asociación General, eleva nuestra visión de este ministerio en su artículo “150 años de milagros con las publicaciones”.

El material impreso que ha caído sobre el mundo, en esta última parte del siglo veinte, como un diluvio, proclama el poder de la página impresa y el uso eficaz que grandes y poderosas fuerzas están haciendo de ella. Nosotros tenemos la profecía y la promesa de que las publicaciones adventistas continuarán haciendo la obra de proclamar el mensaje del tercer ángel, casi hasta el momento mismo en que suene la trompeta final: “Mientras dure el tiempo de gracia, tendrá el colporteur oportunidad de trabajar” (*Joyas de los testimonios*, tomo 2, pág. 535).

Los pastores adventistas deberían hacer todo lo posible por que el ministerio de publicaciones cumpla el gran destino que Dios le trazó para el tiempo del fin.



Creo en el ministerio de la página impresa. He servido como ministro de ella, he dado clases de entrenamiento y seminarios de motivación para colportores,

y trabajado estrechamente con ellos en la obra pastoral y evangelística. De hecho, nunca inicio una serie de evangelismo en una ciudad si antes no me precede un equipo de colportores, abriendo brechas con nuestras publicaciones. También creo que cada candidato al pastorado debería tener experiencia en el colportaje, como prerrequisito para ingresar en el sagrado ministerio.

Los pastores debemos reafirmar el valor del "trabajo de los libros" y restaurar nuestra confianza en este vital ministerio. En muchos países los ministros de la página impresa son los únicos adventistas que todavía visitan hogares y tocan puertas en forma sistemática. Si bien sus horas de trabajo se alargan y son arduas, y su recompensa pecuniaria es limitada, la mayoría de los colportores mantiene en alto el criterio de que la ganancia de almas es su gran objetivo y su verdadera recompensa.

¿Por qué creo en el ministerio de la página impresa? Primeramente, porque es un excelente ejemplo de misión global. Cada vez que entran en un hogar, los ministros de la página impresa penetran en un territorio todavía no alcanzado. No sólo venden libros a las familias, sino que oran en los hogares que visitan, inscriben a los interesados en los cursos por correspondencia, dan estudios bíblicos, traen a sus interesados a las reuniones evangelísticas y a los cultos de la iglesia, y ganan almas para Jesús y su iglesia. Los colportores, en rigor, sirven como pastores asociados, y gracias a su valiosa contribución, la iglesia crece, y es más efectiva en el cumplimiento de su misión. Por otro lado, lo menos que los pastores podemos hacer, es apoyarlos para que su obra sea más amplia y productiva. He aquí siete formas de lograrlo:

1. Reconozca la importancia de los ministros de la página impresa. Su obra es eminentemente de carácter espiritual. Los

Creo en el Ministerio de la página impresa

JAMES A. CRESS

libros que colocan en los hogares tienen poder para guiar a las familias a la cruz. Circulan incontables historias de quienes llegaron a relacionarse con Jesús y su iglesia a través de la lectura de un libro vendido por los colportores. Además, su ministerio fructifica en forma progresiva. Algunos reaccionan inmediatamente cuando leen algo que llama su atención. En otros, la semilla espiritual sembrada tarda años en germinar.

2. Reclute colportores. Pida al director de publicaciones de su asociación que le ayude a reclutar y entrenar colportores para su iglesia. No todos han sido llamados para ser ministros de la página impresa, y no todos tienen la habilidad de enfrentarse a la gente. Hable acerca del ministerio de publicaciones como una opción viable para las profesiones de la venta de carros o bienes raíces. Prácticamente en cada distrito hay personas cuya madurez espiritual y habilidad innata para tratar con la gente los convierte en candidatos potenciales. Ubique a tales individuos y anímelos a considerar que Dios podría usar sus talentos en el ministerio de publicaciones.

3. Ore con los colportores. Planee su horario y sus actividades de modo tal que, por lo menos una vez a la semana, pueda orar con aquellos cuyo trabajo consiste en ponerse en contacto directo con el público. Los colportores oran con docenas de personas diariamente, pero ellos rara vez escuchan que su nombre sea presentado ante el trono celestial, a menos que su pastor busque la oportunidad de tener compañerismo espiritual con ellos. Muestre interés en su obra. Pregúnteles cómo les va en su trabajo.

4. Recomiéndelos con sus amigos. Los pastores se ponen en contacto con tantas personas que podrían, sin lugar a dudas, recibir con gusto la visita del colportor. El éxito que tienen hoy en día las librerías cristianas demuestra el interés del público. Nuestros libros y revistas son de la más alta calidad y atraen fácilmente el interés de quienes se ponen en contacto con ellos. No vacile en

sugerir a aquellos a quienes conoce que usted tiene un amigo que puede ayudarles significativamente en el aspecto espiritual. Ofrezcáse a servir de intermediario en el arreglo de un cita entre su contacto y el colportor. Usted cosechará los resultados de su recomendación al ver que comienzan a asistir a su iglesia.

5. Apoye a los colportores. Haga planes de incluir en el presupuesto de su iglesia fondos para revistas y libros pequeños que los colportores puedan entregar a aquellos que no compran los libros en una visita inicial. Yo conozco a una familia de la iglesia que provee la gasolina para que el colportor pueda hacer varias visitas. En otra iglesia, los miembros distribuyen tarjetas y folletos que, a la larga, contribuyen al incremento de las ventas del colportor. De esta manera, logran que el colportor ocupe un buen tiempo visitando a las personas en sus hogares. En esto consiste su servicio misionero.

6. Anime a sus miembros a leer. Muchos de nuestros miembros no leen en sus hogares porque carecen de material de lectura de carácter espiritual. Promueva nuestras revistas evangelísticas y hable con entusiasmo de nuestros libros en sus sermones. Por ejemplo, la serie El conflicto de los siglos, de Elena G. de White, no debería faltar en ningún hogar adventista. Mientras prepara a los conversos para el bautismo, enséñeles cómo establecer el culto familiar. Instrúyalos para que empiecen a formar una buena biblioteca espiritual. Sugérelas que su colportor local puede contribuir a su crecimiento espiritual.

7. Dé crédito por el éxito. Cuando alguien se bautiza como resultado del ministerio de un colportor, invítelo a presentar al candidato o a participar de un modo significativo en darle la bienvenida al nuevo converso a la familia de la iglesia. Al afirmar públicamente a los colportores, reafirma la confianza en la obra de publicaciones en la mente de sus miembros, y ellos apoyarán entusiastamente lo que usted afirma.

Creo en el ministerio de publicaciones porque los colportores han hecho más efectivo mi propio ministerio. ¡Usted también puede experimentarlo!

El ministerio de las publicaciones

Una misión de alta estrategia

La diligencia de los pioneros, cuyo celo por la causa los consumía, era un detonante que actuaba en el corazón de las personas... “Mientras dure el tiempo de gracia, tendrá el colportor oportunidad para trabajar”.



Werner Mayr es director editorial de la ACES.

Sucedió en Maceió, Brasil. El colportor Luis Pessoa fue recibido por un hombre joven, apuesto, quien lo sorprendió con la siguiente afirmación categórica:

- No tengo interés en libros.
- ¿Quién le dijo que vendo libros?
- Entonces, ¿qué vende?
- Vendo salud, salvación y paz de espíritu...

Impactado por la respuesta espontánea, e inspirado por la convicción y sonrisa del desconocido, el caballero lo recibió en su residencia. Abriéndole el corazón, le confesó su decisión de autoeliminarse. Después de escucharlo con atención y de ofrecer una oración en su favor, el potencial suicida compró *El conflicto de los siglos* y otros libros. Meses después el hombre murió en Cristo y fue “sepultado”, pero no en el cementerio, sino en la Iglesia Adventista a la cual se unió con toda su familia.¹

Gracias al ministerio de los colportores, todos los días se repiten hechos parecidos no sólo en las megalópolis, sino también en las regiones más apartadas del planeta. Aunque la palabra que identifica a estos misioneros no halló espacio en los diccionarios de la lengua española ni en la *Enciclopedia Espasa-Calpe*, para los adventistas el término colportor tiene un significado muy especial, al punto que a estos mensajeros la inspiración y la iglesia les asignó el rango de ministros.²

Los protagonistas de este ministerio

Aunque los ministerios son muchos,³ centraremos la atención en el del mensaje impreso. En este caso, en la gran epopeya de la evangelización es importante visualizar la asociación de protagonistas a quienes se les encomendó una misión de carácter estratégico. Es la siguiente:

1. Los escritores y las editoriales se unen para producir e imprimir obras, las cuales deben armonizar con un “Así dice Jehová”.

2. El libro y la revista actúan como instrumentos portadores del mensaje.

3. El colportor y el Espíritu Santo se asocian para realizar este ministerio, cuya finalidad podría resumirse en los siguientes términos:

a. Abrir campo nuevo y crear condiciones para que los predicadores puedan encontrar terreno abonado y realizada la siembra, con la finalidad de regarla para que el Señor de la mies proporcione el crecimiento.

b. Vencer la natural negativa a comprar que tiene el cliente, quien capitula ante la acción irresistible del Espíritu y el interés contagioso por el bienestar de las personas que caracteriza al caballero del prospecto. Ambos agentes conciertan sus respectivas acciones con la finalidad de que el entrevistado disfrute en plenitud de esta vida, y participe de la venidera.

Es propio afirmar que el ministro del men-

WERNER MAYR

saje impreso, aunque ofrece lo que a nadie —o pocos— le interesa comprar, el colporteur tiene lo que todos necesitan adquirir.

Las publicaciones abrieron las puertas

Como en otros continentes, en este sector del planeta los ciento veinte años de historia demuestran que el Señor del Universo asignó al ministerio de las publicaciones una misión estratégica: Preparar el terreno y abrir el camino a los predicadores del mensaje. Cada vez que se utiliza dicha metodología, las realizaciones demuestran que los resultados están garantizados.

Haciendo referencia a esta estrategia, en la *Review* del 26 de junio de 1919 el pastor O. Montgomery expresa lo siguiente: “En todo lugar de este campo —Sudamérica—, la página impresa ha sido la cuña de entrada y es aún un fuerte factor en el avance de nuestra obra”.⁴

En el Brasil. “En un tiempo que en ningún calendario se anotó, entre la bruma de lo intrascendente, y en el siglo y la oscuridad de los delitos que la justicia no castiga —dice el pastor Peverini—, se movía un joven alemán, perseguido por la conciencia, en procura de un barco que lo alejara del Brasil y lo pusiera a cubierto de la eventual pena de su crimen.

“Años después, impresionado por hechos de consecuencias imponderables, algunos investigadores, auxiliados por la memoria de antiguos pobladores de la zona y los mejores cálculos, reconstruyeron algunos episodios de un drama que merece conocerse.

“Un paquete de diez revistas en alemán, destinado a Carlos Dreefke, llegó a la tienda y taberna de David Hort, que a la vez era la estafeta de ese distrito rural, próximo a Brusque, Estado de Santa Catarina. Para Carlos Dreefke, el paquete que no había pedido, que venía de Estados Unidos, era un presente griego. La factura podría llegar posteriormente. Se negó a recibirlo, y mucho menos a abrirlo. Pero David Hort estimuló su coraje y, abriéndolo en su nombre, se quedó con un ejemplar de *Stimme der Wahrheit* [La Voz de la Verdad], y animó al destinatario a distribuir los nueve ejemplares restantes entre los parroquianos que representaban a otras tantas familias.

“Esa revista despertó el interés de sus lectores. Tras ese número llegaron otros, y después otros folletos y libros, sin que nadie cobrara la factura. ¿Qué había ocurrido?”⁵

De acuerdo con las informaciones recogidas por el Pr. Héctor J. Peverini, el joven alemán de apellido Buchard que cometió un crimen,

probablemente en 1878, a hurtadillas se introdujo en un barco de bandera alemana y viajó a Europa como polizón. Descubierta, lo obligaron a trabajar. Durante el viaje entabló conversaciones con unos misioneros adventistas, quienes se interesaron en hacer algo en su favor y también por los habitantes de las colonias alemanas del sur del Brasil. Estudiaron con él la Biblia y lograron que les diera su dirección con el fin de enviarle publicaciones para que conociera más acerca de la fe y de la esperanza, cuyos temas estudiaron bastante durante la travesía.

Dada su situación irregular, los datos personales que dio correspondían a su padrastro, razón por la cual Carlos Dreefke, ignorando lo que había sucedido, comenzó a recibir las publicaciones posiblemente a fines de 1879.

Otro dato curioso es que a la extraña intervención de un delirante y la de un tabernero en la distribución de publicaciones que combatían el vicio y promovían la fe, en 1884 entró en este singular escenario Friederich Dressel, un beodo, hijo de un pastor luterano que había sido expulsado de su casa por haberse dado a la bebida. Rechazado por los suyos, Friederich decidió viajar al Brasil, donde esperaba encontrar suficiente espacio, libertad y vino para mitigar su insaciable sed por el alcohol.

Viendo en la distribución de publicaciones que estaban llegando al Brasil una fuente de recursos para financiar su vicio, se dedicó a distribuir las a cualquier precio. “Los encargados de la Sociedad Internacional de Tratados se sentían estimulados por la excelente acogida que sus publicaciones gozaban entre los alemanes de Santa Catarina, y enviaban más. Su valor material se elevaba a cientos de dólares, que nunca recibieron. Aunque algunas de las revistas a veces caían de las manos temblorosas del alcohólico, por años muchos leyeron esas páginas saturadas de inspiración y de verdades evangélicas, y los resultados fueron notables”.⁶

En la Argentina. “Jorge A. King fue el primer colporteur que produjo esta denominación. También fue el primer colporteur que pisó suelo sudamericano. El Hno. King colportó en la Guayana Inglesa en 1887, tres años después que allí llegaron las primeras publicaciones. En cuanto al actual territorio de la División Sudamericana (DSA), sus primeros colportores fueron E. W. Snyder, C. A. Nowlin y A. B. Stauffer. Estos tres hombres, elegidos por la Asociación General para iniciar la obra del colportaje en Sudamérica, desembarcaron en 1891 en Montevideo, proyectando empezar obra en el Uru-

guay”.⁷

El informe recuerda que estos enviados, al descubrir que el país sufría una aguda crisis y, lo que era peor, los impuestos a la importación de libros eran muy elevados, decidieron seguir viaje rumbo a la Argentina, donde no existían las dificultades mencionadas. Siendo que el Hno. Stauffer era alemán, fue a establecer contacto con los colonizadores de esa raza que se habían establecido en la provincia de Santa Fe. Sus compañeros permanecieron en la capital. Tan exitoso fue su ministerio que reclutaron a un joven inglés, L. L. Brooking, quien aceptó el desafío como resultado del entusiasmo y el celo misionero nacidos en él gracias a la lectura de las publicaciones adquiridas a estos misioneros de avanzada. De acuerdo con los registros existentes, en cuatro meses estos ministros del mensaje impreso vendieron 400 libros.

En Chile. Enviados por la Junta de Misiones Extranjeras de la AG, F. W. Bishop y T. H. Davis zarparon desde San Francisco, Estados Unidos, rumbo a Chile, arribando al puerto de Valparaíso el 8 de diciembre de 1894. Gracias a las indicaciones de un marinero fueron al Cerro Inglés, y en ese lugar una señora les compró dos ejemplares del libro *Bible Readings* [Lecturas bíblicas], y además les proporcionó la dirección de un pastor que también les compró un ejemplar. Al finalizar su primera jornada de trabajo informan haber tomado seis pedidos.⁸

El otro poder se pone en marcha

La diligencia de los pioneros, cuyo celo por la causa los consumía, era un detonante que actuaba en el corazón de las personas encendiendo en ellas la llama de fe y esperanza, virtudes que, al ser impulsadas por el viento del Espíritu, hacían que el mensaje se propagara por todas partes como fuego en el rastrojo.

Importar libros y ofrecerlos en un idioma que no era vernáculo constituía una traba para la misión. Esta realidad preocupaba a E. W. Thomann, joven que hacía unos tres años había aceptado en Chile el mensaje adventista. Con visión sugirió el establecimiento de “el otro poder” —el de los medios de comunicación—; en este caso, la imprenta.

“En la segunda mitad del año 1899, el Pr. G. H. Baber, quien fue el primer obrero enviado para hacerse cargo de la Misión de la Costa Occidental Sudamericana, hizo un viaje de Chile al Perú en compañía del Hno. Thomann... Durante el viaje, Thomann propuso la publicación de un periódico para la Costa Occidental. Como

resultado de la sugerencia, ambos hermanos, luego de regresar a la sede de la obra en Valparaíso, Chile, se propusieron diligentemente hacer planes para iniciar la impresión de un periódico mensual de ocho páginas con el nombre de *Las Señales de los Tiempos*. La primera edición de 1.000 ejemplares apareció en enero de 1900...

“Los primeros ejemplares de este periódico fueron impresos por una casa no adventista. En julio del mismo año la misión compró una prensa en \$500 (moneda chilena), y con esto se instaló la primera imprenta adventista del séptimo día en el continente sudamericano. Esta prensa era movida a mano y casi idéntica a la que funcionaba en Rochester, Estados Unidos, siendo ésta la primera que tuvo la organización en el ámbito mundial.

“La pequeña prensa de Valparaíso fue trasladada a Iquique, más al norte, en 1903. A fines de 1904 se la llevó de vuelta a Valparaíso... En 1908 la imprenta fue trasladada a Lo Espejo, un pueblo de los alrededores de Santiago, la capital, donde en 1911 quedó clausurada. Lo que del equipo no pudo venderse, fue trasladado a Buenos Aires, habiéndose decidido concentrar nuestros esfuerzos de publicación para la América Latina en un lugar de la Argentina...”⁹

Esta es parte de la génesis que dio origen a una institución respetable, hoy conocida como Asociación Casa Editora Sudamericana (ACES), editorial dependiente de la DSA que sirve a siete de los ocho países que integran dicho territorio administrativo.

La DSA cuenta con otra importante institución, hoy conocida como Casa Publicadora Brasileira, cuya misión es la de servir mayormente a la iglesia en el Brasil. Sus comienzos trataremos de sintetizarlos en pocas frases.

Como resultado de las gestiones del Dr. J. Lipke, quien viajó a los Estados Unidos con el propósito de buscar recursos para promover el desarrollo de la obra en el Brasil, entre los elementos que consiguió había una prensa. En julio de 1905 se instaló en el Colegio de Taquara la máquina donada por el Colegio de Berrien Springs, estableciéndose de este modo la primera imprenta adventista en el Brasil.

“La Hna. María Ehlers, que entonces se hallaba relacionada con la obra, escribió: ‘El Hno. Sabeff, nuestro impresor y tipógrafo que llegó de los Estados Unidos, ha armado ya la prensa, la máquina de coser y la guillotina, como también

el equipo tipográfico, de manera que ya puede empezar la obra de publicación... Tenemos suficientes motivos para alabar a nuestros hermanos de los Estados Unidos porque poseemos por fin casa editora propia’”.¹⁰

No será vencido por la tecnología

Cuando apareció la TV, muchos pensaron que las horas para la producción de libros y revistas estaban contadas. Basta mirar los puestos de diarios y las librerías para que la falacia, que ya no se discute, quede aplastada por el peso de la realidad. Después vino la computadora, cuya capacidad tecnológica adquirió dimensiones insospechadas con el CD y la Internet. Ahora no falta quien piensa que la pantalla tiene el poder suficiente para tragar todo el papel y la tinta, los que dejarán de usarse para imprimir libros, revistas y periódicos.

Si todavía seguimos creyendo en el espíritu de profecía, dicha expectativa pasa al terreno de lo absurdo. Nuestro argumento se basa en la siguiente afirmación de Elena de White:

“Mientras dure el tiempo de gracia, tendrá el colportor oportunidad para trabajar”.¹¹

Reflexión final

Siendo hijo de colportor y, a su vez, nieto de un feligrés que fue entusiasta distribuidor de publicaciones, al tener registrado entre los códigos genéticos legados por mis ancestros el amor a las publicaciones, no sólo me limité a admirar a los ministros de la página impresa; también tuve el privilegio de colportar y, por añadidura, entre los mayores privilegios concedidos por el Señor, considero que así lo fue la invitación para formar parte del cuerpo editorial que tiene nuestra querida iglesia en una institución tan misionera como es la ACES.

Esta calificación no es un sueño a realizar. Una parte importante de los servidores de cada uno de los departamentos tiene responsabilidades en iglesias y muchos grupos que hay en el gran Buenos Aires. Con doce meses de antelación ellos saturan nuestra agenda para que los asistamos. Además, durante el año ya tenemos establecidos los días domingos, en los cuales venimos a trabajar en favor de un proyecto misionero especial: Comenzamos con la revista *Paz en la tormenta (El camino a Cristo)*, plan que, sumado a ciertas subvenciones, nos permitió ofrecer la publicación a un precio imposible.

Ahora estamos trabajando en favor de la Biblia.

Como lector usted puede apoyar este ministerio sacrosanto si, además de orar por los colportores y los que tenemos responsabilidades editoriales, vela para que cada feligrés reciba por lo menos el folleto de la escuela sabática y la *Revista Adventista*, poniendo en la mente de ellos el siguiente plan:

Después de estudiar el folleto y de leer la *Revista Adventista*, en vez de guardarlas para que acumulen polvo, regálas para que la semilla del contenido pueda germinar y dar frutos para la eternidad.

Este ministerio que abrió caminos y puertas para la implantación del mensaje adventista, sigue revestido de todo el poder para participar en las acciones decisivas destinadas a terminar la obra que Cristo confió a su iglesia. Esto será pronto. Investidos del poder de lo alto, si cada uno hace su aporte, los equipos con los cuales contamos nos ayudarán a lograr el objetivo.

Referencias

¹H. J. Peverini, *En las huellas de la Providencia* (Buenos Aires, Asociación Casa Editora Sudamericana, 1988), p. 261.

²Elena de White, *Servicio cristiano*, pp. 181-192.

³1 Corintios 12:4.

⁴E. H. Meyers, *Reseña de los comienzos de la obra en Sudamérica* (Buenos Aires, Asociación Casa Editora Sudamericana, 1923), p. 9.

⁵H. J. Peverini, *Ibid.*, pp. 31, 32.

⁶*Ibid.*, p. 33.

⁷E. H. Meyers, *Ibid.*, p. 9.

⁸H. J. Peverini, *Ibid.*, pp. 47, 48.

⁹E. H. Meyers, *Ibid.*, pp. 15, 16.

¹⁰*Ibid.*, pp. 19, 20.

¹¹Elena de White, *Joyas de los testimonios*, t. 2, p. 535.

150 años de milagros con las publicaciones

Pasado, presente y futuro del colportaje y la ganancia de almas, conforme al plan de Dios, para la terminación de su obra en el tiempo del fin.

*José L. Campos,
director asociado
del Ministerio de
Publicaciones de la
Asociación General*

Origen divino de las publicaciones adventistas.— Era el mes de noviembre de 1848. En la pequeña ciudad de Dorchester, Massachusetts. Elena de White, en sus tempranos años de casada, estaba de visita en casa de unos hermanos creyentes, cuando el Señor le dio una visión referente a la proclamación del mensaje del sellamiento y el deber de los hermanos de publicar la luz que habría de iluminar el sendero del naciente pueblo de Dios.¹

Después de aquella visión, la sierva del Señor le dijo a su esposo: “Tengo un mensaje para ti. Has de comenzar a imprimir un pequeño periódico y enviarlo a la gente. Será pequeño al comienzo, pero a medida que la gente lo lea, te enviará medios con los cuales imprimir; y será un éxito desde el mismo principio. Se me ha mostrado que desde este pequeño comienzo saldrán rayos de luz que han de circuir el globo”.²

En aquellos días no había escuelas, academias, colegios o universidades adventistas como hoy. No había clínicas, sanatorios, hospitales ni centros médicos, como hoy. Tampoco había fábricas productoras de alimentos, lanchas y avionetas misioneras. Mucho menos programas de radio y televisión, pues ni siquiera se soñaba con la tecnología actual. Es más, no había pastores que recibieran un cheque mensual por llevar a

cabo tareas pastorales. No existía aún la Iglesia Adventista del Séptimo Día. Hay que recordar que la Asociación General de los Adventistas del Séptimo Día se organizó, posteriormente, en Battle Creeck, Michigan, en 1863.

El gran movimiento adventista, que empezó allá por el año de 1841, como resultado de la predicación de las profecías descubiertas por Guillermo Miller, se había desarrollado hasta alcanzar varias decenas de miles de creyentes, los cuales, al experimentar el gran chasco del 22 de octubre de 1844, sufrieron un impacto tan fuerte que se habían dispersado y desanimado, quedando no más de 3,000 creyentes diseminados por doquier.

Plan divino para las publicaciones adventistas

Este era el momento cuando el Señor, en su gran misericordia, habría de retomar el liderazgo de su pueblo, equipándolo con un plan dinámico y adecuado, que permitiera a cada creyente, no sólo desarrollar y consolidar su fe naciente y maltrecha, sino también proveerle un vehículo capaz de equipar a cada creyente para participar en la testificación y mantenerlo en una dependencia diaria y constante del Espíritu Santo, que lo habría de preparar para recibir al Señor en gloria y majestad. Con cuánta certeza

JOSÉ L. CAMPOS

Elena de White escribió: "Debidamente desempeñada, la obra del colporteur es una obra misionera del más elevado carácter, y para presentar a las gentes las verdades importantes para nuestros tiempos no se puede emplear método mejor ni más afortunado".³ "Dios ha ordenado el colportaje como un medio de presentar a la gente la luz contenida en nuestros libros, y los colportadores deben comprender cuán indispensable es presentar al mundo tan pronto como sea posible, los libros necesarios para su educación e ilustración espiritual".⁴

No pocos fieles adventistas han malentendido el plan de Dios para este tiempo. Han creído que el colportaje es una obra diseñada para unos pocos que tienen la habilidad de vender, y hasta los hay quienes creen que el colportaje es la comercialización del mensaje. Lejos están de visualizar con propiedad que las publicaciones son el medio inventado por Dios para instruir a los fieles, para ejercitarlos en la testificación personal y consecuentemente, llenarlos de su gracia y su amor por medio del Espíritu Santo.

A éstos digo, no yo, sino la sierva del Señor, lo siguiente: "Si hay una obra más importante que ninguna otra, es la de presentar al público nuestras publicaciones, induciéndolos así a escudriñar las Escrituras. La obra misionera que consiste en introducir nuestras publicaciones en el seno de las familias, conversar y orar con ellas, es una obra buena que instruirá a hombres y mujeres acerca de cómo realizar la labor pastoral".⁵

Además, dijo: "Cuando los miembros de la iglesia se den cuenta de la importancia de la circulación de nuestros libros, dedicarán más tiempo a esta obra. Las revistas, los folletos y los libros serán colocados en los hogares de la gente, para predicar el evangelio en sus diversos aspectos. ...La iglesia debe dar atención a la obra del colportaje".⁶

Contrario a la creencia popular entre muchos miembros de iglesia, la pluma inspirada ha escrito: "Les toca a nuestros miembros de iglesia levantarse y brillar, porque ha llegado su luz y la gloria del Señor está sobre ellos".⁷ En otra palabras: "El Señor llama a muchos a ocuparse en la obra del colportaje... Él coloca sobre cada miembro de la iglesia la responsabilidad de proclamar el mensaje. Todo miembro de la iglesia ha de mostrar su lealtad invitando a los sedientos a beber del agua de la vida."⁸

Las publicaciones adventistas en el

presente

El mes de noviembre del año pasado cumplimos 150 años desde que el Señor diera aquella memorable y bendita visión a su sierva. Hay que observar que los esposos White, en aquel entonces, eran un matrimonio joven, de muy limitados recursos económicos, como para soñar emprender una obra de alcance mundial, tal y como el Señor se lo había mostrado a su sierva.

La casita en la cual vivían en esos días era muy humilde y pequeña, no tenían más que lo indispensable para vivir. Unos pocos muebles compuestos de una cama, una mesa con sillas hechas de madera de cajas de jabón, y algunos otros enseres más que no representaban gran valor. El Sr. Jaime White era profesor de escuela primaria que, cuando no tenía trabajo, lo conseguía en la construcción del ferrocarril que iba de Boston a Nueva York. En fin..., ésta era una familia de tan limitados recursos económicos, que el inicio de la obra de las publicaciones habría de estar marcado por la abnegación y el sacrificio. Muchas veces me he preguntado, ¿por qué no escogió Dios a un rico adinerado de la naciente clase alta de Norteamérica para hacer esta obra?; ¿por qué prefirió a una joven que ni siquiera había terminado la instrucción primaria y a su esposo, un hombre lleno de limitaciones económicas?; ¿por qué encargó esta obra a modestos laicos, que con grandes dificultades habrían de llevarla adelante, en vez de usar los fantásticos medios de comunicación que estarían disponibles en el fin del tiempo? Esto me lleva a pensar, por qué escogió Dios nacer en la casa de un carpintero pobre, y no en un suntuoso palacio como el de Herodes Antipas. ¿Por qué el Rey del universo no usó a sus santos ángeles en vez de pescadores, burócratas y artesanos comunes e incultos?⁹

Todo esto me dice mucho. Dios no busca ni desea, ni necesita mi capacidad, mi conocimiento, mi habilidad, mi dinero, mis talentos para hacer su obra. Él busca mi disposición, mi espíritu humilde para ser guiado, mi negación del yo para ponerme en el altar del sacrificio, y mi capacitación para ser ciudadano de su reino. Dios podría terminar su obra fácil y exitosamente usando a sus ángeles para que pregonaran el mensaje de su pronto regreso; podría usar los más modernos y sofisticados medios de comunicación masiva para concluir la predicación de su evangelio a esta generación, pero no, Dios quiere usar al miembro laico de la iglesia, como tú y yo, y desea capacitarnos con el

poder de su Santo Espíritu mediante la testificación con las publicaciones, para hacernos aptos para el reino de los cielos.

Actualmente, el Ministerio de Publicaciones, a través del departamento correspondiente, cuenta con más de 23,000 ministros de la página impresa, que con esfuerzo y sacrificio, día tras día, llevan adelante la predicación del evangelio salvador de casa en casa, buscando a las ovejas que nuestro Señor Jesucristo compró con su sangre en la cruz del Calvario. Para apoyar este ministerio, 59 casas publicadoras en el mundo imprimen folletos, panfletos, revistas, brevariarios, libros de diferentes tamaños con temas inspiradores e instructivos, y hasta colecciones de corte pedagógico y hermosamente preparadas en más de 168 idiomas, lenguas y dialectos.

Para visualizar, idear, planificar, coordinar, capacitar, proveer, promover, motivar, incentivar, fortalecer, liderar y realizar su éxito, el Ministerio de Publicaciones desde la Asociación General, las Divisiones Mundiales y las Uniones, hacen una labor concertada cuyo objetivo es garantizar el cumplimiento del plan de Dios para la iglesia y su misión en los últimos días. Algunas divisiones mundiales, como la del África Oriental y la del Asia-Pacífico Sur, están promoviendo hoy la estrategia de que cada miembro de iglesia sea un colporteur evangélico; cada hogar adventista, un centro de distribución de literatura; cada iglesia adventista, un centro de adiestramiento para evangelistas de la página impresa y finalmente, cada vecino, un campo misionero.

Actualmente, entre todas las divisiones mundiales, estamos vendiendo y distribuyendo un promedio de poco más o menos \$100 millones de dólares anuales, lo cual está produciendo más de 37,500 bautismos al año; en otras palabras más de 190,000 almas ganadas para Cristo en un quinquenio, o sea el equivalente al total de habitantes de El Paso, Texas, o Dublin en Irlanda o Mopar en la India. Esto significa que por cada \$276 dólares en ventas de nuestras publicaciones, se efectúa un bautismo. Esto es un gran éxito del plan de Dios para su iglesia y las publicaciones, tal como el Señor lo predijo. Pero cuánto más grande podría ser si cada miembro entendiera, abrazara y cumpliera el plan divino de evangelización por medio de nuestras benditas publicaciones.

Cuando el colporteur Luis Betancourt llegó la primera vez al hogar de mis padres en la ciu-

dad de Mérida, Yucatán, México, yo era apenas un niño de 8 ó 9 años de edad. Lo recuerdo tan vívidamente como si hubiera sido ayer. Desde aquel entonces visitó mi hogar trayendo la revista misionera y vendiendo todos los libros de nuestra iglesia a mis padres, abuelos, tíos, primos y demás parientes. Muchas veces le compraban sus libros una y otra vez, pues nosotros los hijos los tomábamos de la biblioteca de papá, para nuestro uso personal. Betancourt hizo lo mismo con muchos otros hogares que visitó periódicamente durante más de 40 años de ministerio realizado en una ciudad donde no hay habitante que no lo conozca, por causa de su ministerio con las publicaciones adventistas. Hoy, en Mérida Yucatán, hay más de 12 iglesias organizadas y miles de feligreses creyentes adventistas del séptimo día que, llenos de fe y esperanza, anhelan la gloriosa venida del Señor.

Futuro de las publicaciones adventistas

Nuestra iglesia se está acercando a pasos agigantados a los diez millones de miembros en el cercano futuro. Algunos creen que al paso que lleva la iglesia, para el año 2,000 habremos llegado a contabilizar poco más de doce millones de miembros.

Preguntémonos, por un momento, si cada uno de los miembros de la iglesia compartiera cada día una publicación (folleto, panfleto, revista, breviario, libro pequeño o grande) como su obra misionera diaria, invirtiendo en ese contacto misionero tan sólo el tiempo que gastaría en disfrutar bebiendo un refresco, o gastando el precio de un refresco, ¿se imaginan ustedes cuántos ejemplares de nuestras publicaciones distribuiríamos como iglesia cada día alrededor del mundo? O... si cada panfleto o libro pequeño incluyera un mini-catálogo a colores de las publicaciones que vende el colporteur evangelista, con un cupón dentro para solicitar información sobre esas "otras publicaciones disponibles", ¿se imaginan cuántas tarjetas o cupones llegarían a nuestras oficinas matrices en cada país solicitando los libros que vende el colporteur evangelista, que lucha a diario en las calles para conseguir clientes?

Hermano querido, si hoy vendemos publicaciones por más de 100 millones de dólares al año, si multiplicamos el número de colportores podríamos vender tal vez 1,000 millones de dólares americanos en ese mismo período de tiempo. Lo cual, consecuentemente, nos dice que si hoy bautizamos 37,500 almas al año sólo gracias a las publicaciones, podríamos estar bauti-

Ningún departamento de la iglesia ofrece hoy un trabajo ameno, creativo, productivo y bien remunerado, como lo hace el Ministerio de Publicaciones de nuestra denominación. Ningún departamento de la iglesia tiene sus puertas tan ampliamente abiertas como para acoger a hombres y mujeres que, consagrados al Señor, deseen vivir la experiencia triunfante de ganar almas, como lo hace el Ministerio de Publicaciones.

zando 375,000 almas en ese mismo período de tiempo, ¿no le parece? En otras palabras, digámoslo modestamente: si estuviéramos cumpliendo con el plan de Dios para las publicaciones en este tiempo del fin, estaríamos multiplicando diez veces mínimo nuestro éxito misionero y misional.

Elena de White dijo en cierta ocasión, al regresar de Australia en el año 1900, y al ver que líderes y colportores habían desertado luego de haber sido enviados a formar parte del departamento de ventas de las casas publicadoras en Norteamérica, más específicamente la Pacific Press y la Review and Herald: "Las ovejas perdidas del redil de Dios están esparcidas por todos los lugares, y se está descuidando la obra que debe ser hecha en su favor. Por la luz que me ha sido dada, sé que debiera haber cien colportores donde hay uno actualmente."^{10,11}

Cuán importante es, pues, que cada miembro de iglesia ocupe su lugar en la obra de salvar almas a través de las publicaciones, ya sea regalándolas o vendiéndolas, pero al fin alcanzando a las almas y redimiéndolas con la sangre de nuestro Salvador, cuyo mensaje de vida está en nuestras publicaciones.

Ningún departamento de la iglesia ofrece hoy un trabajo ameno, creativo, productivo y bien remunerado, como lo hace el Ministerio de Publicaciones de nuestra denominación. Ningún departamento de la iglesia tiene sus puertas tan ampliamente abiertas como para acoger a

hombres y mujeres que, consagrados al Señor, deseen vivir la experiencia triunfante de ganar almas, como lo hace el Ministerio de Publicaciones. Este Departamento se ocupa de los múltiples aspectos de la vida de los ministros de la página impresa. Los recluta, instruye, capacita, educa, apoya, entrena, supervisa, dirige, motiva, impulsa, estimula y cuida con toda solicitud y amor.

Ahora mismo en la ciudad de México, se está trabajando para incorporar en el año 2,000, no menos de 1,000 ministros de la página impresa, que agilicen la labor de la predicación del evangelio y conquisten esa gigantesca urbe que tiene 22 millones de habitantes en la actualidad. Usted también, allí donde vive, puede ser un evangelista de la página impresa, también puede ser un ganador de almas. El tiempo es muy corto, vivimos en los días de "la hora undécima", cuando el cenit del sol de la historia de la humanidad ya ha pasado y vienen las tinieblas de la oscura noche, antes de dar paso al glorioso Amanecer.

No lo piense más, llame ahora mismo a las oficinas de su asociación/misión local, o agencia de publicaciones, y pida una cita para hablar con el director de publicaciones. Él y yo lo esperamos con los brazos abiertos, pues queremos hacer de usted un triunfador para Cristo el Señor.

Referencias

Todas las citas de *El colporteur evangelista*, son de Elena G. de White, edición, ACES, 1967. (1) *El colporteur evangélico*, pág. 9. (2) *Ibid.* (3) *Id.*, pág. 16. (4) *Ibid.* (5) *Id.*, pág. 17. (6) *Ibid.* (7) *Ibid.* (8) *Id.*, págs. 17, 18. (9) 1 Cor. 1:24-29. (10) *El colporteur evangélico*, pág. 40. (11) L. Mazuku, DDP, *Total Literature Evangelism* (Unión de Zambia), págs. 3, 4.

Perfil del Colportor Evangélico

Hoy todos concuerdan con el hecho de que el esparcimiento de publicaciones fue muy importante en la primera década de nuestra iglesia, pero..., ¿y hoy? ¿Cuál es su utilidad?



*Wilmar Hirle,
Director de
Publicaciones de la
División
Sudamericana*

Poco tiempo después de la muerte de su esposo, la hermana White realizó una visita a los países europeos. Mientras estuvo allí, dedicó gran parte de su tiempo al entrenamiento y la motivación de colportores en la gran tarea de divulgar la verdad. (*Notas Biográficas*, págs. 313, 314). Podríamos preguntarnos por qué gastó su precioso tiempo en esta tarea.

Fue en este período de la historia de la Iglesia cuando se consiguió penetrar en muchos países del mundo, y en gran parte esto sucedió por medio de hermanos dedicados a difundir la verdad a través de nuestros libros.

Hace pocos días, conversando con un anciano de iglesia en Chile, quedé sorprendido cuando afirmó que en la ciudad de Santiago, durante todo un año, por medio de conferencias, programas de radio y TV, estarían alcanzando sólo el 1% de la población. Al principio quedé escandalizado con los resultados de los hermanos chilenos, pero después de preparar una pequeña estadística incluyendo las principales grandes ciudades que conozco en diferentes países, llegué a la conclusión de que la cantidad de personas que escuchan la verdad durante un año, no es mayor que el 1% con raras excepciones.

¿Es nuestra misión predicar al 1% de la

población, o llevar el evangelio a todo el mundo? Corremos el peligro de sentirnos satisfechos por estar bautizando más personas que el año anterior o más que en otros campos, y olvidarnos que nuestra misión abarca todo el mundo. Pero... ¿cómo lograrlo si no conseguimos traer a todas las personas a la iglesia para escuchar la verdad? Para cumplir nuestra misión tenemos que ir donde las personas están, y no esperar que ellas vengan a nosotros.

La iglesia tiene varios métodos para resolver este problema; pero en 1909 la Sra. White presentó una solución: "Hay muchos lugares en los cuales no puede oírse la voz del predicador, lugares que pueden ser alcanzados únicamente por nuestras publicaciones, los libros, periódicos y folletos que contienen las verdades bíblicas que el pueblo necesita". *Manuscrito* 127, 1909.

¿Qué tipo de publicaciones debemos distribuir? "Nos acercamos rápidamente al fin. La impresión y circulación de libros y periódicos que contengan la verdad para este tiempo ha de ser nuestra tarea". *Testimonies for the Church*, tomo 8, pág. 89. (1904).

Hay un grupo de valientes hermanos que están y estarán realizando el importante trabajo de iluminar al mundo a través de nues-

WILMAR HIRLE

tras publicaciones. Ellos son los colportores.

Durante los años que he trabajado con este grupo especial, probé diferentes métodos de motivación tales como: premios, trofeos, viajes, beneficios y otros. Llegué a la conclusión de que todo esto ayuda muy poco. Sin embargo, cuando colocamos en la mente de ellos la misión y la necesidad de depender de Dios; los milagros acontecen y los libros llegan a una gran cantidad de hogares.

¿Cuál es el perfil del colporteur evangélico? Cuando en las asambleas les permitimos a los colportores que hablen, les gusta contar las experiencias espirituales de conversión de personas, de las oraciones elevadas en los hogares y de ser usados por Dios. Ellos son espirituales y es justamente eso lo que les da fuerza para continuar.

Una excelente colportora de la ciudad de San Pablo, conversando con su Director le dijo: todas las noches cuando cierro mis ojos, veo sólo plantas, hierbas, remedios. Siento que el estrés me está dejando sin la voluntad de continuar colportando. ¿Qué debo hacer? Siento que Dios me llamó, pero noto que el entusiasmo se acabó. Entonces el director le preguntó: ¿Está usted presentando libros que hablan de Jesús o solamente los que tratan sobre salud? Cuando respondió que sólo trabajaba con libros de salud, le dio un prospecto que contenía el libro *Vida de Jesús*. Poco tiempo después volvió a ser la campeona de este campo.

“Tan pronto como el nombre de Jesús se menciona con amor y ternura, los ángeles de Dios se acercan para enternecer y subyugar el corazón”. *El Colporteur Evangélico*, pág. 120.

Al colporteur le gusta tener presente que “el ángel de Jehová” va a su lado y esto es lo que lo motiva y estimula.

Hace pocos días vi a un colporteur en Suiza abrazar el libro *El Conflicto de los Siglos*, y hablar con emoción sobre el privilegio de difundir este libro.

Los colportores que trabajan solamente con libros de salud, con el tiempo pierden el entusiasmo y abandonan su objetivo.

El pastor Alejandro Bullón aceptó el desafío de preparar un libro que habla del “Tercer Milenio” y las profecías del Apocalipsis. Nunca en mi vida vi tanto entusiasmo como cuando los colportores recibieron este libro los primeros días de septiembre para leerlo y después venderlo. Vi a uno de ellos que mientras lo elevaba emocionado declaró: “Este será el último libro que diseminaremos, pues después de esto vendrá Jesús”.

Recientemente una gran compañía que investiga la opinión pública, realizó una en-

cuesta en Brasil y descubrió que el 76% de la población quieren conocer las profecías del Apocalipsis.

El pastor Alejandro Bullón aceptó el desafío de preparar un libro que habla del “Tercer Milenio” y las profecías del Apocalipsis. Nunca en mi vida vi tanto entusiasmo como cuando los colportores recibieron este libro los primeros días de septiembre para leerlo y después venderlo. Vi a uno de ellos que mientras lo elevaba emocionado declaró: “Este será el último libro que diseminaremos, pues después de esto vendrá Jesús”.

¿Cuál es el regalo que más le gusta recibir a un colporteur? Permítanme terminar con una pequeña historia.

El 6 de noviembre de 1997, el colporteur Joao A. Santos, presentó la revista *Señales de los Tiempos* a un cliente en San Pablo, y éste le contó la siguiente historia:

—Hace 22 años mi padre compró a un vendedor un libro titulado *El Conflicto de los Siglos* y una Biblia. Después de estudiarlo, adoptó la religión del mismo. Cinco años después murió, pero antes de morir nos hizo prometer que continuaríamos fieles al mensaje que habíamos conocido. Hemos buscado la Iglesia con esas características por 22 años.

Finalmente la dama terminó preguntando al colporteur:

—¿Podría Ud. ayudarnos?

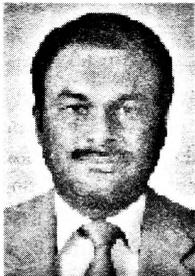
El colporteur preguntó si sabía quién había sido la persona que había realizado la venta. Ella fue a buscar la Biblia de su padre, pues allí estaba escrito el nombre del vendedor.

No podía creer cuando al abrir la Biblia encontró su propia firma, el mismo había sido aquel vendedor.

¡Agradecemos a Dios por los colportores que tenemos en la Iglesia Adventista!

Métodos y estrategias de la venta

La obra del colportaje consiste en distribuir libros "como las hojas de otoño". Cuantos más libros se distribuyan, tantas más almas serán alcanzadas con el evangelio.



Isaí Villarreal es director asociado de Colportaje de la DIA.

El colportaje es un ministerio, y su función primordial es evangelizar. De todas las organizaciones religiosas, la Iglesia Adventista es la que ha aprovechado y ejercido con mayor éxito este ministerio. Sin embargo, la sierva del Señor dice: "Ha de ser llevado adelante con éxito creciente" (*El colportor evangélico*, pág. 30).

El colportaje es, esencialmente, un ministerio, y como tal, es sagrado y altamente espiritual. Sin embargo, para poner en manos de la gente los libros y revistas, necesitamos vender, y para vender, debemos conocer el producto, la psicología, la técnica, la dinámica de la venta, etc. Se debe conocer, además, la técnica de la entrevista, el territorio, el comportamiento del cliente, las estrategias y los métodos de venta. De estos dos últimos aspectos nos ocuparemos en este artículo.

El colportaje, en sí, ya es un método; la señora White dice: "Uno de los métodos más sencillos y, sin embargo, más eficaces para trabajar es el del colportor evangélico" (*El colportor evangélico*, pág. 123).

Al principio, los colportores llevaban los libros con ellos y los vendían al contado. Después, empezaron a usar prospectos y levantar pedidos para entregarlos más tarde. Posteriormente, se acortó la fecha de las entregas, se introdujo el uso de los talonarios y se empezó a pedir anticipos. También se introdujo el plan de cuotas o abonos; los colportores empezaron a vender a plazos, y las ventas aumentaron entre tres y siete veces más que si fueran al contado.

De esta manera, se han introducido diferentes métodos de venta, con el propósito de aumentar en una proporción mayor la circulación de nuestros libros. Es por ello que quiero referirme, en primer lugar, a los diferentes métodos de venta.

Al hablar de métodos de venta, primero tenemos que definir lo que es un método. Esta palabra procede de dos vocablos griegos, "meta", que quiere decir "fin, punto de llegada" y "hodós", que quiere decir camino; es decir, atendiendo a su origen, la palabra significa, el camino para llegar a un fin.

MÉTODOS DE VENTA, entonces, son el conjunto de acciones, formas y maneras de canalizar el producto hacia nuestros clientes y consumidores, en conformidad con nuestro sistema y filosofía, aplicando las técnicas de la entrevista y el arte cristiano de vender.

A propósito, conviene recordar que el mejor sistema de ventas es el mejor método de venta. El espíritu de profecía afirma: "Para presentar a la gente las importantes verdades para nuestro tiempo, no se puede emplear método mejor y más afortunado" (*El colportor evangélico*, pág. 16). El colportaje es el mejor método de venta; en rigor, colportar equivale a vender.

Si bien el colportaje es un método de ventas, hablaremos de los métodos de venta en el colportaje. Elena de White dice: "No deben aferrarse a los métodos antiguos y creer que no es necesario convertirse en obreros que empleen métodos científicos" (*Servicio cristiano*, pág. 279). La pluma inspirada dice

ISAÍ VILLARREAL

que debemos presentar la verdad en todas partes y lugares y ante diferentes públicos. "Trabajar como lo hizo Pablo; dondequiera que iba, dondequiera que estuviera, ante el ceñido fariseo o la autoridad romana, ante ricos y pobres, cultos o ignorantes" (*El colportor evangélico*, pág. 65). "Es realmente iluminador conocer los métodos y secretos de los grandes campeones de esta divina obra" (*Manual del colportor*, pág. 7).

Es maravillosa esta declaración inspirada: "No es la capacidad del instrumento o del obrero, sino que es el Espíritu de Dios obrando en el corazón, lo que otorga el verdadero éxito" (*El colportor evangélico*, pág. 150).

Cierto colportor presentó sus libros al dueño de una industria y a su secretario, y los dos se excusaron de no poder comprar. El colportor hizo una pausa, y con los ojos abiertos oró brevemente a Dios pidiendo su ayuda. Tan pronto como terminó de hacerlo, se quedó admirado, porque sin consultarse ambos sacaron cada uno su bolígrafo y firmaron. El efecto del método del silencio es poderoso, porque Dios responde al clamor. Ese mismo colportor, cuando no supo responder a una objeción de un cliente, hizo una pausa de un segundo, oró a Dios, y una vez más, en forma instantánea, vio el milagro; el hombre cambió rápidamente de opinión, y encargó los libros. La señora White declara que "el Espíritu Santo que está a nuestro lado hará las impresiones precisamente necesarias" (*El colportor evangélico*, pág. 150). El método de la pausa o del silencio todo colportor debe usarlo para su éxito y para gloria de Dios.

Este método de oro es el gran secreto para conseguir que más gente compre nuestros libros y acepte el mensaje. El ser humano, por naturaleza y cultura, es egoísta, en forma natural piensa primero en sí.

El método de oro es sencillo y funcional para el colportor convertido y misionero; la Santa Biblia dice: "Los labios del justo saben hablar lo que agrada" (Prov. 10:32). El efectivo método de oro de la venta consiste en hablar del interlocutor, sus deseos, intereses y necesidades.

El método de oro de la venta consiste en olvidarnos de nosotros mismos y pensar en el cliente, hablar con tacto y tono afectuoso de él, sus deseos, necesidades y problemas. Cuando Jesús llegó al estanque de Betesda, al

El método de oro de la venta consiste en olvidarnos de nosotros mismos y pensar en el cliente, hablar con tacto y tono afectuoso de él, sus deseos, necesidades y problemas. Cuando Jesús llegó al estanque de Betesda, al acercarse al paralítico le preguntó: "¿Quieres ser sano?" La pregunta condensa, de un modo magistral, el método de oro de la venta; lo que la gente necesita y quiere, yo se lo doy.

acercarse al paralítico le preguntó: "¿Quieres ser sano?" La pregunta condensa, de un modo magistral, el método de oro de la venta; lo que la gente necesita y quiere, yo se lo doy.

Un colportor visitó a cierto Secretario de Estado, y escuchó que había sido citado a una reunión urgente porque tenía muchos problemas; cuando el colportor lo saludó, aquél respondió mecánicamente con su rostro cansado y serio. Entonces el colportor dijo: "Le visitamos, no para traerle problemas, sino para solucionar sus problemas"; al instante, él cambió y sonrió y compartió sus preocupaciones. El colportor le dijo: Por eso he venido, para colaborar con usted. Luego, sacó el prospecto y le presentó los libros. El Secretario pidió los libros y los pagó. Cuando aplicamos el método de oro, el resultado será positivo.

• El método más efectivo, mejor y más afortunado, es visitar a la gente en sus hogares, talleres y oficinas. Es el método tradicional de colportaje ir a donde está la gente, a sus casas y lugares de trabajo, de día y de noche, "de casa en casa". La pluma inspirada dice: "Mientras fueran de casa en casa, conversando con la gente, llevarían consigo la

fragancia de Cristo" (*El colportor evangélico*, pág. 65).

El evangelista Lucas dice en el libro de los Hechos: "Y cómo nada que fuese útil he rehuido a anunciaros y enseñaros, públicamente y por las casas" (Hech. 20:20). Elena de White declara: "El elocuente Pablo, a quien Dios se manifestó de manera admirable, iba de casa en casa con toda humildad..." (*Joyas de los Testimonios*, tomo 2, págs. 540, 541).

El verdadero colportor no subestima ninguna casa, a ninguna persona. Trabaja arduamente de casa en casa, y ve en cada individuo un alma por quien Jesús murió.

• El método de la recomendación encierra valores personales y es inestimable, facilita y acrecienta enormemente el éxito del colportor, y le permite llegar hasta muchas personas eminentes de diferentes estratos sociales, que de otra manera, difícilmente se las alcanzaría. En el libro de los Hechos Lucas habla de Cornelio y Pedro, donde se usa el método de la recomendación (Hech. 10:5-6, 22). Un verano colporté en la ciudad de Toluca, capital del Estado de México, y visité al Obispo de la ciudad. Lo entrevisté y me compré dos colecciones de *Las bellas historias de la Biblia*. Le pedí recomendaciones, y él me envió a todos sus allegados, a los cuales visité, y todos compraron. A mitad del verano, saqué la beca. Este método es maravilloso y efectivo.

Cuando el colportor solicita a sus clientes que le recomienden a sus amigos, colegas y compañeros de trabajo, multiplica los resultados.

• Por otro lado, hay lugares donde es difícil entrar en los hogares, y el método de la encuesta ayuda a abrir puertas.

En este método el colportor elabora una hoja con preguntas o a través de un formulario, o planilla, y la lleva y entrega a las personas o él mismo anota las respuestas. Al hacer la entrevista, se presenta diciendo: "Soy del Servicio Educativo, Hogar y Salud, y vengo para hablar brevemente con usted, en su casa (oficina, taller, etc.), para una breve pero importante encuesta acerca de" ... La encuesta se hace orientada a algún problema, por supuesto siguiendo los pasos de la entrevista. Después de escribir las respuestas, añade:

—Por eso estamos dando a conocer este programa muy valioso. Luego saca el prospecto y hace la presentación.

Este método es sencillo y muy efectivo, hace hablar al mismo cliente de sus problemas y temores; así se despierta su sentido de necesidad. Este método se aplica, dependiendo del libro o libros que se quiere introducir y vender.

- La actitud de la iglesia católica hacia los protestantes o evangélicos ha cambiado mucho, hoy en día. Los llaman hermanos separados, y este tipo de relación se ha extendido por todos los países. Debemos, pues, aprovechar esta magnífica oportunidad.

El ecumenismo es una puerta que Dios ha abierto para ayudar a muchos a encontrar la verdad. El colportor Israel Cruz se hacía amigo de los curas, se ofrecía a colaborar con ellos; los colportores llamaban a Israel Cruz "el curita". Él aprovechaba la oportunidad para hablar con los curas sobre el ecumenismo. Israel le vendió a un cura una suscripción de la revista *El centinela*, y cada mes le llevaba la revista, con la intención de cultivar su amistad. Después de muchas visitas el sacerdote le compró *Las bellas historias de la Biblia*. Otro sacerdote, le compró esa misma colección; le gustó tanto, que le dijo "Le voy a ayudar para que sea el campeón en ventas" y le recomendó a once familias y a un hermano suyo.

Como puede verse, éste es un excelente método para alcanzar a mucha gente. En estos días de apertura y tolerancia religiosa, este método ofrece maravillosas oportunidades.

- El siguiente método consiste en visitar primero al director de la escuela, y explicarle el tremendo problema disciplinario que se tiene con los alumnos, la falta de respeto hacia los maestros y padres, y la creciente delincuencia infanto-juvenil. Después añade que, para contrarrestar esa mala influencia, se realiza una campaña a favor de la buena lectura, la cual redundará en beneficio de la escuela y la solución de sus problemas. Luego, se procede a solicitarle la lista de los alumnos, para visitarlos en sus hogares, y una carta de recomendación para los padres. Una vez obtenido esto, se organiza los nombres por calle y número, para realizar la visita. El resultado es maravilloso. En vista de que se menciona el nombre del padre del alumno y la recomen-

El método de gremios consiste en trabajar en fábricas, empresas, cuarteles, compañías, instituciones u organizaciones, etc. Solicitar recomendaciones del jefe o director de una empresa para los encargados de otras tantas; luego del jefe de la empresa para los dirigentes subalternos de la misma institución. Se lo denomina de gremios, porque se visita a todos los miembros de la empresa u organización.

dación del director, hállese de los peligros de la mala lectura, y de la utilidad y los beneficios de la campaña en bien de la buena conducta y disciplina. Este método puede tener una variante, y es hablar con el director general de educación, y pedir su recomendación para visitar las escuelas. En ellas, además de entrevistar al director para pedirle la carta de recomendación, también hay que visitar a los maestros en las aulas.

- El método del tabaco consiste en ofrecer el tratamiento para dejar de fumar, y luego presentar los libros. La oferta gratuita de instruir a la persona para vencer el hábito de fumar, parece atractiva, en principio, porque la gente siempre está dispuesta a recibir un

beneficio que no le cuesta nada. Al entrevistarla, se le ofrece, gratis, un tratamiento científico para dejar de fumar en cinco días. ¡Es increíble la reacción, cuando se comienza la entrevista dando un obsequio, ansiosamente deseado por muchos! Este método tiene dos grandes propósitos. Primero, muchos se libran del problema del tabaquismo. Segundo, quedan tan agradecidos, que aceptan la oferta de los libros con una actitud favorable.

- El método de gremios consiste en trabajar en fábricas, empresas, cuarteles, compañías, instituciones u organizaciones, etc. Solicitar recomendaciones del jefe o director de una empresa para los encargados de otras tantas; luego del jefe de la empresa para los dirigentes subalternos de la misma institución. Se lo denomina de gremios, porque se visita a todos los miembros de la empresa u organización. Después se visita a los subalternos, a los empleados y a los obreros en ese orden. Este método también puede aplicarse a gremios evangélicos, de bancos, clubes de Leones o Rotarios. Este método es bastante efectivo para el trabajo de los colportores.

- El método misionero es usado por algunos colportores con gran efectividad, cuya frase clave dice: "Soy misionero adventista". En este método, el colportor toca a la puerta, y después de saludar, dice: "Soy misionero de la Iglesia Adventista, y estoy empeñado en una gran campaña a favor del hogar". Después del contacto amistoso y la introducción, señala los problemas y hace la presentación. Con este método mucha gente compra, y los colportores que lo usan, venden mucho. El método misionero parece ser el adecuado en este tiempo de apertura y pluralismo, porque abre puertas y corazones.

- El método de orar ha sido, y es, también muy efectivo para los colportores que lo usan. Es admirable notar cómo las personas quedan gratamente complacidas, contentas y felices, después que el colportor ha orado con ellas. El método de orar con la gente funciona así: cuando el colportor saluda a la puerta, dice: —Estoy llevando a cabo un programa muy especial visitando los hogares, estamos orando por las familias; con su permiso, voy a pasar, y quisiera orar por algún problema especial que tengan en su hogar. Después de orar, el colportor sigue con el contacto amistoso y luego la introducción; finalmente ofrece sus li-

bro, y la gente gustosamente compra. ¡Qué hermosa y celestial influencia deja el colporteur espiritual que ora con la gente!

Necesitamos más colportores de oración. Eso nos distinguirá de los vendedores comunes, nos ayudará a vender más y enriquecerá nuestra experiencia evangelística.

- Aprovechando la necesidad que tienen las empresas e instituciones de capacitar a su personal, el colporteur debe ofrecerles sus servicios en este renglón; debe visitar al jefe de personal, o al director de recursos humanos, al director de capacitación o a la persona indicada, y presentarles el Plan de Capacitación, ya sea a través de conferencias o seminarios. Después, se les presentan las opciones que ofrecemos, para que ellos elijan el tipo de programa que prefieren para su institución. Al terminar la conferencia o el seminario, se ofrecen los libros y se levantan los pedidos.

- El método siguiente demanda que se entreviste al administrador o gerente del centro comercial, para explicarle y darle a conocer nuestra labor como representantes de una institución no lucrativa, especializada en beneficiar a las familias, especialmente a aquellas que confrontan serios problemas sociales, de drogas, tabaco, alcohol, estrés, SIDA, brindando orientación e información completa para los hijos. Se instala un puesto de exhibición, por una o dos semanas. Se obtienen nombres, y se invita a los transeúntes a inscribirse en el sorteo de sus productos; luego se los llama por teléfono, separamos una cita y les llevamos el regalo de su preferencia. Al visitarlos y entregarles el regalo, les presentamos nuestros libros. Se ha descubierto que el 75% de los nombres obtenidos compran la colección.

En el método de los cupones, se pone un anuncio de los libros, sus beneficios y utilidades; luego se ofrece sortear los primeros cien cupones que lleguen para hacerse acreedores a un regalo de los productos anunciados. Se indica la dirección a dónde deben llegar los cupones. Cuando el colporteur los recibe, visita a las personas, les lleva lo que prometió, hace la entrevista, ofrece los libros, y la gente simplemente compra. Este método también da buenos resultados.

- El método telefónico lo usan muchos colportores con gran éxito. Higinio León usa

En el método de las mesas, los colportores se ubican en lugares donde hay mucha concurrencia. Allí colocan mesas de exhibición, particularmente en las aceras donde los transeúntes pueden ver y apreciar los libros y revistas; saludan a la gente, y buscan la forma de llamar su atención; así, las personas se acercan, y el colporteur con mucho entusiasmo, usando la técnica de la venta, les ofrece los libros, y muchos los compran.

ba este método con mucha efectividad. Tomaba el directorio telefónico y escogía cierto número y llamaba a la gente; hacía la entrevista consultando a la persona, si tenía algún problema familiar, con algún hijo o con el esposo, la esposa, o algún problema en la escuela, o también le preguntaba qué opinaba acerca de la problemática actual. Dependiendo de la respuesta o la opinión, concertaba una entrevista. Visitaba a la gente, que lo esperaban con mucho interés, les ofrecía los libros y la gente compraba.

Este método consiste en duplicar a colores el logo de los libros y las revistas en un material plástico adherible, con el número telefónico, que sea bastante visible. Se adhiere a ambas puertas del automóvil. Este anuncio llama la atención de la gente al leerlo, toma nota y llama pidiendo información. El colporteur anota los datos de la persona que llama, le ofrece hacerle una visita especial, le lleva información, le ofrece los libros, y la mayor parte de la gente compra.

El siguiente método consiste en invitar a la comunidad a participar en un programa de

vida sana, o nuevo estilo de vida, o bien salud por la alimentación; el evento se celebra en un parque, habiendo solicitado previamente el permiso correspondiente. Se invita a las iglesias a participar en este programa, preparando una variedad de platillos vegetarianos. Es de esperarse que todo esté bien organizado y el día de la celebración, mientras la gente asiste y disfruta de los platillos, los colportores exhiben los libros y distribuyen cupones ofreciendo efectuar una visita de cortesía. Este método contribuye a vender al contado, *in situ*, y después, al visitar a la gente en sus casas, que previamente llevaron el cupón, se les ofrecen los libros, y los compran.

- Con este método se entrevista a la gente en la calle, cuando sale de una tienda, del supermercado, del banco, de un centro comercial, del hospital o de un estacionamiento; se la entrevista, se le habla de lo que le interesa, después de haber hecho un buen contacto amistoso, se le habla de los problemas actuales, luego se le presentan los libros, se hace el cierre y se levanta el pedido. Este método también conduce al éxito.

- En el método de las mesas, los colportores se ubican en lugares donde hay mucha concurrencia. Allí colocan mesas de exhibición, particularmente en las aceras donde los transeúntes pueden ver y apreciar los libros y revistas; saludan a la gente, y buscan la forma de llamar su atención; así, las personas se acercan, y el colporteur con mucho entusiasmo, usando la técnica de la venta, les ofrece los libros, y muchos los compran. Este es un método que a muchos colportores les da resultados satisfactorios.

Este método consiste en anuncios cortos, consejos prácticos que gusten a la gente. También se presentan problemas actuales y su solución, y se pide al auditorio que si necesitan ayuda u orientación, se les ofrece visitarlos. Los colportores atienden esta solicitud y ofrecen los libros. Con este método, muchos colportores están logrando buenos resultados.

Estrategias de la venta

La palabra estrategia, viene del griego *strátégas*, que se refiere al arte de dirigir operaciones laborales, o maniobras con un fin. También puede referirse a la habilidad de manejar un asunto.

Desde el punto de vista de la venta, una

estrategia es el camino para lograr nuestras metas, con las herramientas apropiadas para cumplir con la misión.

1. Estrategias de reclutamiento

Estas estrategias son para alcanzar y facilitar el logro de las metas de venta. Consisten en motivar al cuerpo ministerial, a los colportores, ancianos y directores de congregaciones, para lograr un mayor número de colportores cada trimestre. Se realizan programas participativos en las iglesias y se promueve la obra misionera a través de las publicaciones; se hace publicidad continua e informativa, invitan a unirse al ministerio de publicaciones.

Se crea un plan de incentivos para los pastores que más colaboren en el reclutamiento de personal colportoril.

2. Estrategias de capacitación

Se diseñan y llevan a cabo seminarios de capacitación profesional para colportores: Curso Inicial, Curso Básico, Curso Avanzado; se desarrollan seminarios de Liderazgo para directores y asociados, concilios para unificar criterios de trabajo, y seminarios de métodos de venta.

3. Estrategias de promoción

Se elaboran carteles de promoción y un catálogo clasificado por temas, por ejemplo: nuevo estilo de vida, hogar y familia, superación personal, sexología, vida dinámica, viva mejor, biblioteca selecta, etc. Se elaboran planes para penetrar en iglesias evangélicas y promover nuestras publicaciones.

4. Estrategias de venta

Se impulsan las ventas a través de conferencias, talleres y seminarios en las empresas e instituciones de salud y educativas. Se trazan planes para participar en ferias de libros, celebrar festivales de publicaciones, tener una cartera de clientes con un archivo de datos de compradores, y promover el mes de las publicaciones.

5. Estrategias de motivación

Se entregan diplomas de reconocimiento a los colportores que alcancen sus objetivos; se les provee a los colportores de videos con temas de superación, técnicas de venta y motivación; se programan retiros espirituales, se organizan viajes de estudio a centros cultura-

Se colocan vitrinas en las iglesias, se nombra un director de publicaciones en cada iglesia local y se imprimen obras que sean accesibles a la economía de todos los públicos.

les y celebran congresos anuales de colportores.

6. Estrategias publicitarias

Se elaboran carteles anunciando nuestros libros, y se colocan en lugares públicos; se anuncian nuestros libros en el folleto de Escuela Sabática, *Revista Adventista* y otras revistas; se preparan relatos alusivos a nuestras publicaciones; se colocan cupones en centros médicos, bufetes jurídicos y cualquier lugar concurrido por muchas personas; se envían anuncios y cupones para tarjeta-habientes. Conviene, además planear un espacio de propaganda radial.

7. Estrategias de distribución

Se hace un inventario de los libros en diferentes zonas del campo, se colocan vitrinas en las iglesias, se nombra un director de publicaciones en cada iglesia local y se imprimen obras que sean accesibles a la economía de todos los públicos.

Se celebra el mes de las Publicaciones, en el que cada miembro de iglesia distribuya un libro cada trimestre o anualmente.

8. Estrategias de rentabilidad

Se incrementa el número de colportores eventuales y estudiantes para reducir la carga económica, como resultado de las prestaciones. Aquí, cada asociado debe tener su número completo de colportores.

Se capacita a los colportores para que tengan bien claras sus metas, presupuestos y programas de trabajo.

Se fomenta la venta de nuestras publicaciones en las iglesias.

Se debe fortalecer la venta de contado a los colportores, y fijar blancos de venta muy altos, a fin de recibir merecidos beneficios.

9. Estrategias de crecimiento

Se diseña un programa permanente de reclutamiento y cursos para principiantes. Se incrementa el número de asociados; se planea penetrar en poblaciones nuevas, involucrar a los colportores en el reclutamiento, tener un director de publicaciones en cada iglesia y mejorar el nivel de preparación del personal del Ministerio de Publicaciones.

10. Estrategias de espíritu misionero

Se provee a los colportores de literatura y revistas para obsequiar a las personas que visitan; se realizan campañas de evangelismo público, con el personal del Ministerio de Publicaciones; se capacita y concientiza a los miembros de la iglesia sobre el evangelismo de las Publicaciones; se promueve entre los miembros de la iglesia la distribución de los libros misioneros, un libro por trimestre, y luego penetrar en lugares donde no hay presencia adventista. Se debe procurar que la mayoría de los miembros de la iglesia colporten con libros denominados misioneros.

En este documento he presentado algunos métodos de venta y estrategias de venta, que bien pueden usarse de acuerdo a la inclinación y facilidad que cada colportor tenga personalmente. La señora White declara: "Pero aunque presentamos estos métodos de trabajo, no podemos trazar una línea fija para la conducta que cada uno deba seguir. Las circunstancias pueden alterar los casos" (*El colportor evangélico*, pág. 63).

Los métodos y estrategias de venta expuestos en este artículo, pueden facilitar el trabajo de los colportores, aumentar la influencia de los directores y despertar inquietudes e interés sobre el colportaje en los miembros de la iglesia y, además, impulsar en los líderes la firme determinación de apoyar con convicción este sagrado ministerio. Jesús dijo: "Si tenéis fe... nada os será imposible" (Mat. 17:20 Nueva Reina Valera revisada del 90).

Mi visión del ministerio de las publicaciones

El ministerio de las publicaciones adventistas y de los colportores es divino. A los veinte años de edad, por medio de dos colportores, tuve la celeste bendición de conocer el gran mensaje del cercano regreso de Jesús. Y el trabajo de esos dos colportores produjo resultados asombrosos. Después de mí, treinta miembros de mi familia abrazaron esta bella esperanza. ¡Once de ellos llegamos a ser obreros en la Iglesia Remanente!



Nicolás Chaij es obrero jubilado. Antes fue director de colportaje en la División Sudamericana y luego de la División Interamericana.

Vieron a dos ángeles.— Veamos otros dos resultados indirectos del trabajo de esos dos colportores. En 1938 asistí a una reunión de espiritistas en el Uruguay, donde yo era director de colportaje. Era un grupo pequeño de interesados por otro colportor. En esa ocasión, mientras les predicaba, uno de ellos vio a dos ángeles, uno tenebroso y el otro un ángel de luz. Al final de una serie de estudios, diez de esos espiritistas fueron bautizados en la fe de Jesús, incluso el jefe del grupo y la médium. El hijo de este ex jefe espiritista estudió en nuestros colegios, y hoy ese hombre, José Perera Bía, es profesor en la Universidad Adventista del Plata; y sus dos hijas son también profesoras, una en España y otra en la Argentina.

Veinte mil almas

Mi buen sobrino, el pastor Enrique Chaij, inició en 1964, en Buenos Aires, un novedoso programa radial pagado, de cinco minutos cada día. Ahora, 262 estaciones en tres países, lo difunden gratis. En un reciente período de cinco años, se graduaron 23.300 alumnos de los cursos bíblicos que ofrece. Y estiman que en los 34 años transcurridos desde 1964, gracias a esos cursos bíblicos, “unas 20.000 almas han ingresado a la Iglesia”. ¿Quién puede prever el

resultado del trabajo de los colportores y del Espíritu Santo?

Gana a tantos como la predicación

La inspiración declara que las publicaciones y los colportores traen a Cristo a tantas personas como la predicación. ¿Hay manera de verificar esta afirmación? En 1982, el director de investigaciones de la Universidad de Loma Linda, California, realizó una extensa encuesta en la División Interamericana, y el resultado fue revelador. Encontró que por medio del evangelismo se habían convertido 29.8% de los feligreses encuestados. Y por las publicaciones y los colportores se habían convertido 30.9%.

En 1947, cuando trabajé en Cuba, el presidente de la obra en el occidente de este país, dijo que “la mitad de los feligreses de Pinar del Río eran resultado del trabajo de los colportores”. Por este tiempo, 13 de las 32 iglesias adventistas que había entonces en Puerto Rico debían su existencia a los colportores.

De las Filipinas recibimos un testimonio similar. En algunos Campos 22% de los creyentes han sido ganados por los colportores y las publicaciones; y en otros Campos, la proporción llega al 60 y al 75%.

Aunque no hubiera ninguna estadística, la pluma de Elena White asegura: “Nuestras pu-

blicaciones están sembrando ahora la simiente evangélica, y son instrumento para traer a Cristo a tantas almas como la palabra predicada” (*Review and Herald*, junio de 1880).

Mayor resultado en el futuro

Pero el mayor resultado de las publicaciones adventistas se halla en el futuro. Se nos dice que en los últimos días, mediante esas publicaciones, hoy olvidadas en tantos hogares, muchos se alistarán para el regreso de Jesús. La Inspiración asevera: “Más de mil personas se convertirán pronto en un día, la mayoría de ellas atribuirán sus primeras convicciones a la lectura de nuestras publicaciones” (*Review and Herald*, 10 de nov., 1885).

Así, mientras ahora las publicaciones adventistas están ganando para Cristo a tantas personas como la predicación, en el cercano futuro la mayoría de los que se conviertan atribuirán sus primeras convicciones a las publicaciones de vida, que los colportores y los laicos están sembrando ahora.

Mayormente libros religiosos

Algunos han preferido colportar más con libros de salud o libros neutros, por pensar que son más fáciles de vender que los libros religiosos. Pero yo encontré que los libros más fáciles de vender, no son los libros de salud o de relatos, sino aquellos libros por los cuales el colportor siente mayor entusiasmo, sean éstos de salud, de relatos o religiosos.

Una investigación que realicé hace algunos años, mostró que los libros religiosos habían rendido mayor venta por hora de trabajo que los libros de salud, porque éstos tocan el deseo escondido de toda persona, de estar bien con Dios. Hemos hallado que lo más efectivo es ofrecer juntos, en combinación, los libros de salud con los libros religiosos.

En todas mis vacaciones escolares colporté con libros religiosos. Lo mismo promoví en el Uruguay cuando me llamaron para dirigir el colportaje allí.

La Biblia con nuestros libros

Durante mucho tiempo había sentido un persistente deseo de incluir la Biblia en cada oferta de nuestros libros. Pensaba que de ese modo haríamos mayor obra misionera en favor de la gente; pensaba que la Biblia aumentaría las ventas, ayudaría a descubrir a los interesados en la religión, y daría mayor gozo y permanencia a los colportores en su sagrada

obra.

Pero antes de pedir a los colportores que estaban a mi cargo, que incluyeran la Biblia en cada oferta, dediqué una semana entera a colportar con *El Conflicto de los Siglos* y la Biblia, para verificar si ese método daría resultado. Hice ese experimento en Montevideo, ciudad grande y de gente secular. Y el éxito fue tan bueno que salí a iniciar a cada colportor en este nuevo método.

Inmediatamente las ventas aumentaron, y siguieron aumentando, de tal modo que el pequeño Uruguay, que estaba en el último lugar en ventas en la División, al fin de los cinco años en que serví allí, ascendió al segundo lugar entre todos los campos de Sudamérica.

Más tarde, en los doce años en que fui director del Ministerio de Publicaciones en la División Sudamericana, fui explicando las ventajas de este método, y se extendió a toda la División. Lo mismo sucedió en Interamérica cuando estuve al frente del colportaje en esta División.

Tres revisiones de la Biblia

Las publicaciones primero iluminan y convierten. Después confirman y estimulan a los conversos. Además, otra obra me esperaba, relacionada con las publicaciones. Cuando empecé mi tiempo de jubilado, siguió inquietándome una idea que me perseguía desde mi temprana juventud. Pensaba, ¿por qué no se puede redactar la Biblia en forma más clara y más amena?

Un día, la editora Stampely quiso publicar una edición de la Biblia en letra grande, y me encargó la tarea de actualizar la anticuada ortografía y lenguaje caduco de la versión de Valera de 1909. Esa fue mi primera revisión, una revisión limitada.

La segunda revisión

Terminado ese trabajo quedé pensando, ¿por qué no intentar una revisión a fondo de la Biblia, para que quede más exacta, más clara y más atrayente? Un buen amigo me animó a probar. Y después de diez años de concentrada y feliz labor, apareció la “Nueva Reina-Valera 1990” (NRV), que distribuye la División Interamericana. Ya hay medio millón de ejemplares en circulación.

Esta revisión despertó mucho entusiasmo y algunas críticas. De diversas fuentes recibimos varias veintenas de elogios. Algunos admiraban el “acierto de sus correcciones” y otros

“la gracia literaria” de la NRV. Recientemente, el presidente de un respetado “Comité Bíblico” sudamericano nos escribió contando algo muy interesante. Dijo que habían nombrado una comisión para comparar “minuciosamente” la NRV con otras versiones. Y hallaron que la NRV es “la más entendible” de 121 versiones no parafrásticas actuales.

La tercera revisión

Aún así, la NRV no es una versión perfecta, sino en perfeccionamiento. Por eso, en los últimos años, realicé una tercera revisión y refinamiento del texto, que será la “Nueva Reina-Valera 1999”, que dentro de pocos meses estará disponible.

La preferida

Y hemos pensado que ahora, hasta los reacios van a preferir la NRV 1999, por dos razones, por lo menos. Primero, para designar el augusto Nombre de Dios, hemos desistido de la expresión “el Eterno”, para seguir el estilo del Nuevo Testamento, que es más natural. Cuando el NT cita algún pasaje del AT que tiene el tetragrama hebreo YHWH, en vez de usar la equivocada transliteración “Jehová”, emplea el vocablo “Señor”. Y este estilo aparece ahora en la revisión 1999.

Segundo, para que el texto fuera más comprensible procuramos refinar la redacción. Ahora es más bonita y más entendible. Un obispo emérito metodista de la Argentina, autor de 30 libros religiosos y poéticos, encontró que el texto de la NRV es un lenguaje “rejuvenecido y más apacible”. Un estimado redactor de España admiró su “gran belleza literaria”, y agregó: “Es un deleite leer la Biblia en esta nueva versión”. Otros afirmaron que su estilo “conciso”, “elegante y ameno”, “nos acerca más a Dios”.

Conclusión

Entonces, si la NRV 1990 fue tan apreciada, confiamos que la actual revisión 1999, será de mayor bendición aún para sus lectores y sus predicadores.

Las revistas y su circulación

***P*reséntese la verdad mediante nuestros periódicos. En nuestros periódicos se publican benditas verdades bíblicas, y salvadoras del alma. Hay muchos que pueden ayudar en la obra de vender nuestros periódicos...**

Elena G. de White

Hemos estado dormidos, por así decirlo, con respecto a la obra que debe hacerse por medio de la circulación de publicaciones bien preparadas. Prediquemos ahora la palabra, mediante el uso inteligente de periódicos y libros, con energía resuelta, a fin de que el mundo entienda el mensaje que Cristo le dio a Juan en la isla de Patmos. Que toda inteligencia humana que profesa el nombre de Cristo testifique: El fin de todas las cosas está cerca; preparaos para encontraros con Dios.

Material impreso para combatir las leyes dominicales. - Espero que la trompeta emitirá notas certeras en relación con este movimiento de las leyes dominicales. Pienso que sería mejor si se convirtiera en una especialidad en el tema de la perpetuidad de la ley de Dios en nuestras revistas...

La verdad debiera presentarse en artículos cortos, en forma clara y directa, haciendo énfasis especial en el día de reposo del Señor, y mostrando que los que dictan leyes para obligar a respetar el primer día de la semana son desleales al Señor del cielo, quien colocó su santidad sobre el séptimo día. ¿Estamos haciendo todo lo posible para exaltar la ley de Jehová?

Alimento espiritual y no noticias cotidianas. - El Señor no ha encargado a nadie para que eleve, alabe y exalte a hombres y mujeres, aunque su obra haya contribuido a

llamar la atención de la gente a cosas de gran importancia y que conciernen a la salvación del alma; ¿debiéramos dedicar nuestro tiempo y espacio a glorificar a los que han estado trabajando para que surjan asuntos falsos? El Señor ha dado a cada persona su obra, y a quienes ha colocado en cargos de responsabilidad, ya sea escribiendo o hablando, les dice: "Vuestro trabajo es predicar la Palabra".

La obra de presentar a la gente las cosas comunes que suceden a nuestro alrededor, las noticias del día, no es la obra de la verdad presente. Nuestra obra consiste en llenar cada página impresa con alimento espiritual. ¿Qué es la paja comparada con el trigo? Todas estas cosas comunes son muy insustanciales, y con frecuencia son alimento añejo para los que están hambrientos del maná celestial.

Evítese la exaltación de los seres humanos. - En una sesión nocturna hablaba seriamente a los que tienen responsabilidades como redactores y colaboradores de nuestros periódicos. El Señor me dio un mensaje para ellos...

Si los que están a cargo de nuestros periódicos sólo tienen juicio suficiente para llenar las publicaciones con escritos que exaltan a los seres humanos, entonces les recomiendo que busquen sabiduría de Dios. Su vista espiritual necesita el unguento ce-

lestial... Al derramar un torrente de alabanzas sobre alguien a quien no conocéis, que no ha aceptado un "Así dice el Señor" en la obediencia a sus mandamientos, se colocan ellos mismos en una posición que en la crisis venidera, producirá un discernimiento defectuoso cuando vean las cosas buenas realizadas por los engañadores, que afirmarán ser Cristo y profetas enviados por Dios...

Los que usan su pluma y su voz para derramar alabanzas sobre seres humanos, necesitan tener un discernimiento más claro...

Este es un tiempo cuando cada frase escrita debiera tener un sentido definido y ser verdadera y sincera. No debiera escribirse ni una letra con el fin de ser popular o para vindicar lo que Dios condena.

A ningún mayordomo de Dios le incumbe exaltar a otro ser humano, vivo o muerto. Dios no nos ha encomendado presentar tal mensaje. Que todos los que se presentan en público por medio de sus escritos o mediante la palabra hablada, sean depurados de toda inclinación a loar a ningún ser humano, porque al hacerlo se encontrarán totalmente fuera de sus límites.

Peligro de cambiar los principios sagrados.- Hay personas que ocupan posiciones de responsabilidad que carecen de experiencia en la dirección de esta obra, por lo que debieran andar con humildad y cautela. En una visión nocturna estuve presente en varios concilios, y en ellos escuché palabras pronunciadas por hombres influyentes que afirmaban que si el periódico *American Sentinel** [Centinela Norteamericano] eliminara las palabras "Adventista del séptimo día" de sus columnas y si no dijera nada del sábado, los grandes hombres del mundo lo patrocinarían; ganaría popularidad y realizaría una obra importante. Eso pareció satisfactorio. Estos hombres no alcanzaban a ver por qué no podíamos afiliarnos con incrédulos y no profesantes para convertir al *American Sentinel* en un éxito resonante. Vi

Quisiera exhortar a quienes son responsables de los artículos que se publicarán en las páginas de la Review and Herald. Los insto a que sean precavidos, a que sean personas cuyos ojos espirituales estén ungidos con el colirio santo, para que puedan discernir claramente lo que conviene para el progreso, y no el perjuicio, de la causa. Si no andan ni están en comunión con Dios, que dejen lugar a otros que caminarán decididamente y sin temor delante de Dios en la obra solemne de preparar materiales para su publicación, los cuales debieran ser como alimento en momento de necesidad para la familia de Dios.

iluminárseles el rostro, y comenzaron a trabajar en la preparación de un plan para hacer que el *Sentinel* se convirtiera en una revista popular de gran éxito.

Este plan es el primer caso de una serie de medidas equivocadas. Los principios que se han defendido en el *American Sentinel* constituyen la esencia de la defensa del sábado; y cuando los hombres comienzan a hablar de cambiar estos principios, están haciendo una obra que no les corresponde. Lo mismo que Uza, están tratando de afirmar el arca que pertenece a Dios y está bajo su supervisión especial.

*La preparación de artículos es un trabajo solemne**.- Quisiera exhortar a quienes son responsables de los artículos que se publicarán en las páginas de la *Review and Herald*. Los insto a que sean precavidos, a que sean personas cuyos ojos espirituales estén ungidos con el colirio santo, para que puedan discernir claramente lo que conviene para el progreso, y no el perjuicio, de la causa. Si no andan ni están en comunión con Dios, que dejen lugar a otros que caminarán decididamente y sin temor delante de Dios en la obra solemne de preparar materiales para su publicación, los cuales debieran ser como alimento en momento de necesidad para la familia de Dios.

Recuerden que los conceptos que aparecen en la *Review* deben llegar a la gente con fuerza, como si fueran proclamados desde los techos de las casas. El material presentado en los periódicos debe fortalecer las manos de los obreros, y enseñarles cómo deben pelear la buena batalla valerosamente...

Nuestros enemigos aprovecharán al máximo toda declaración hecha sin la precaución debida, y volverán esos conceptos contra aquellos que están haciendo todo lo posible para quitar los prejuicios que existen contra nosotros como pueblo.

Cómo siento, defino y considero el ministerio de la página impresa

La página impresa es un **INSTRUCTOR BÍBLICO**, un **MENSAJE-RO SILENCIOSO** que puede llevarnos paso a paso, al conocimiento de las verdades eternas, y ser nuestro ayo, para conducirnos a Cristo Jesús.



Saúl Llanes Ministerio de Publicaciones de la Unión Venezolana Antillana.

Cada libro es un colporteur viviente, silencioso, que habla y apela a la mente y al corazón, que persuade e insta al lector a tomar decisiones sabias y correctas. En otras palabras, le ayuda a evitar las desgracias que amenazan su vida.

El ministerio de la página impresa es UN VALIENTE Y PODEROSO SOLDADO, revestido de toda la armadura de Dios, preparado para defender la verdad a través de los escritos de autores inspirados para honra y gloria de Dios y beneficio de cada lector.

Considero la página impresa como el ministerio más completo y poderoso que Dios haya instituido para cumplir la misión de rescatar a los pecadores, iluminar al mundo con el mensaje del tercer ángel y anunciar el pronto retorno de nuestro Señor y Salvador Jesucristo.

La página impresa es un medio escogido por Dios para difundir su verdad eterna a través de los fieles y abnegados colportores que están dispuestos a escuchar su llamado para dedicarse a esparcir, como hojas del otoño, la literatura llena del mensaje de verdad.

Alabo a Dios cada segundo de mi vida por el maravilloso y portentoso plan de la página impresa. Serví a Dios como colporteur de tiempo completo durante año y medio, nueve veranos como colporteur estudiante, y Dios me concedió siempre grandes bendiciones. En una de mis nueve vacaciones saqué nueve becas en dos meses. Durante cuatro años serví como director del Ministerio de Publicaciones de la Asociación Occidental de Venezuela, con sede en Barquisimeto; y llevo seis años como director del Ministerio de Publicaciones de la Unión Venezolana Antillana. Durante ese tiempo el poder de Dios se ha manifestado maravillosamente, hemos superado los blancos de ventas y ganancia de almas.

Que Dios toque el corazón y la mente de cada creyente para que decida ser un colporteur, un ministro de la página impresa, HOY MISMO, antes de que sea demasiado tarde.

SAÚL LLANES

Yo lo veo así...

Una obra dirigida por Dios.

- Un medio eficaz para dar el mensaje de salvación con mayor rapidez.
- Un medio para preparar a un pueblo que se encontrará con su Dios.
- Una forma especial de iluminar al mundo.

El Ministerio de Publicaciones es un medio eficaz y poderoso de origen divino, dado a través de su sierva Elena de White en 1848, para cumplir sistemáticamente y con prontitud el mandato celestial registrado en San Mateo 28:19, de predicar a “toda nación, tribu, lengua y pueblo”. Uno de los instrumentos especiales que Dios ha elegido para esta obra son los colportores, así lo afirma la señora White en *El Colportor evangélico*, pág. 16: “Debidamente desempeñada, la obra del colportor es una obra misionera del más elevado carácter, y para presentar a las gentes las verdades importantes para nuestros tiempos no se puede emplear método mejor y más afortunado; por lo tanto, es esencial que nuestras publicaciones sean esparcidas por todas partes. De esta manera llegará el mensaje donde el ministro no puede ir, y la atención de muchos será llamada a los importantes sucesos relacionados con las últimas escenas de la historia de este mundo”.

El ministro de la página impresa tiene el cometido de ir de casa en casa, de oficina en oficina, de persona a persona, hasta los más alejados rincones de la tierra, para anunciar la verdad salvadora.

La página impresa es UN PASTOR, porque su objetivo es hablar, aconsejar, amonestar, alentar, orientar, consolar, instruir, capacitar e inspirar al lector para que abra su mente y su corazón para que Cristo Jesús llene su vida de paz en medio de un mundo turbulento, difícil y convulsionado, con la esperanza de ser trasladado un día a un mundo mejor.

La página impresa es UN ÁNGEL, porque su lectura nos acompaña mentalmente y nos desvía del pecado cuando somos tentados, y sentimos su poderosa influencia a cada instante.

La página impresa es un PREDICADOR, porque cada capítulo de nuestros libros y revistas nos amonesta, nos exhorta, nos ayuda a re-

flexionar y nos inspira a hacer cambios en nuestro estilo de vida física, mental, espiritual y social.

Tercio Marques

Director del Departamento de Publicaciones de la Unión Austral, División Sudamericana.

1. UN MINISTERIO ORDENADO POR DIOS

El ministerio de la página impresa no surgió en la mente de un hombre, de un comerciante o empresario. Es un plan diseñado por un Dios de amor y Todopoderoso que, desde el mismo nacimiento del pueblo remanente, estableció para la predicación del “evangelio eterno a los moradores de la tierra, a toda nación, tribu, lengua y pueblo” (Apoc. 14:6). La mensajera del Señor dice: “Dios ha ordenado el colportaje como un medio de presentar a la gente la luz contenida en nuestros libros... y es un método tan bueno y de tanto éxito como cualquiera que se pueda emplear para presentar las verdades importantes para nuestro tiempo” (*Joyas de los testimonios*, tomo 2, pág. 532).

2. UN MINISTERIO QUE CUMPLE LA MISIÓN

• SEMBRAR LA SEMILLA DE LA VERDAD

Los colportores están llegando con el mensaje escrito a los hogares, los negocios, los lugares de trabajo y a los lugares más apartados de las zonas rurales. Las personas que no tienen el privilegio de asistir a ciclos de conferencias, pueden recibir la semilla de verdad y el mensaje de paz, amor, consuelo y esperanza, gracias al trabajo del colportor.

• LLEVAR EL EVANGELIO A LOS LUGARES MÁS APARTADOS.

Dios siempre ha tenido hombres y mujeres dispuestos, que han sacrificado cualquier interés personal con el fin de ver almas salvadas por el evangelio de Cristo. Entre esas personas están los ministros de la página impresa

que, día a día, avanzan valientemente, sobreponiéndose a incomodidades, peligros, desalientos y chascos; que trabajan incansablemente con fe, con lágrimas y paciente esperanza en las ciudades grandes y pequeñas, y en los lugares apartados y peligrosos.

• PREPARAR UN PUEBLO PARA LA SEGUNDA VENIDA DE JESÚS.

“Todos los que trabajan eficazmente en el colportaje deben sentir en su corazón que están haciendo la obra de Dios al ministrar a las almas que no conocen la verdad para este tiempo. Están proclamando la nota de advertencia en los caminos y vallados, a fin de preparar un pueblo para el gran día del Señor, que pronto ha de sobrecoger al mundo” (*El colportor evangélico*, pág. 26).

3. UN MINISTERIO QUE SIRVE A DIOS Y AL PRÓJIMO.

Una persona que dedica sus talentos, sus fuerzas, su tiempo y la vida que Dios le ha dado, a este sagrado ministerio, debe sentirse bienaventurada, porque está sirviendo a su Señor y Salvador. Dios bendice y aprueba su labor: “El evangelista que se ocupa en la obra del colportaje está realizando un servicio tan importante como el de predicar el evangelio ante una congregación, sábado tras sábado. Dios considera al fiel colportor evangélico con tanta aprobación como a cualquier ministro fiel. Ambos obreros tienen luz, y ambos han de brillar en sus respectivas esferas de influencia” (*El colportor evangélico*, pág. 67).

Personalmente, doy gracias a Dios porque él me ha dado el privilegio de servirle. Durante 30 años he experimentado el gozo de vivir y compartir la salvación que ofrece el Señor Jesucristo. Todo lo que tengo y soy lo debo a la bondad de mi buen Jesús y al ministerio de la página impresa.

Eduardo Ramírez

Director del Ministerio de Publicaciones de la Unión Colombiana

Por qué los adventistas se preocupan tanto por las publicaciones

Si los ecologistas radicales, enamorados de los árboles, buscaran otro objetivo, la Iglesia Adventista del Séptimo Día seguramente sería uno de ellos.



Clifford Goldstein es autor de 13 libros acerca de las profecías bíblicas, interpretación, y asuntos de actualidad. Es también el nuevo director de las Lecciones para la escuela sabática de adultos.

Considerando la vasta empresa editorial de la iglesia, sólo en la imaginación puede uno concebir cuántos árboles han sido derribados, cuántos bosques talados, y cuántos azorados búhos expulsados de su hábitat, todo para fabricar el papel que los adventistas han consumido desde que el movimiento editó su primera página impresa en el año 1847. Si posee 56 casas publicadoras produciendo a todo vapor literatura en 245 idiomas, si envía 321 revistas en los correos de casi todas las naciones del mundo, y si edita e imprime millones y millones de libros anualmente (sólo en Rusia se han vendido 20 millones de libros desde 1991), la Iglesia Adventista seguramente debe ser una pesadilla para los ecologistas radicales.

¿Qué ocurre con esta iglesia que ama tanto los libros? La historia adventista muestra que doquiera vamos, una de las primeras cosas que hacemos es establecer una imprenta. Con pocas excepciones, donde están los adventistas, si todavía no está la literatura adventista, pronto le seguirá. Conocidos en una época (al menos por nosotros mismos) como “el pueblo del Libro”, ciertamente todavía somos el pueblo de los libros, revistas, tratados, folletos, trípticos, y cualquier otra cosa que implique tinta sobre papel. Quizá ahora mismo, en el 150 aniversario de *La Verdad Presente*, pequeño folleto de ocho páginas publicado por el joven Jaime White, es tiempo de preguntarnos: ¿Por qué tienen los adventistas una obra de publicaciones tan grande?

Y la respuesta es: Porque tenemos mu-

cho que decir. Es la única razón. Desde los primeros días del movimiento adventista, nuestros pioneros se convencieron de que el Señor les había dado una verdad crucial y relevante en el mensaje de los tres ángeles de Apocalipsis 14. Después de 150 años, nada ni nadie ha podido hacernos cambiar de opinión. Enfocados en el “evangelio eterno” (Apoc. 14:6), las buenas nuevas de la muerte de Cristo por los pecados del mundo, y presentados en el contexto de los eventos de los últimos días que conducen al segundo advenimiento de Cristo, los mensajes de los tres ángeles son tan verdad presente hoy, como lo fueron cuando Jaime y Elena White comenzaron a anunciarlos el siglo pasado. Y considerando que (1) las palabras son el medio a través del cual los seres humanos comunicamos los hechos y las ideas; que (2) las palabras escritas son todavía el mayor (y más económico) vehículo de comunicación, y que (3) la mayor parte del mundo todavía no ha escuchado los mensajes de los tres ángeles, no extraña que la Iglesia Adventista esté tan profundamente comprometida con la obra de publicaciones. No podríamos cumplir nuestra “tarea” sin ella.

En realidad, aunque sólo Dios conoce los números exactos, abundan los testimonios del poder de la palabra escrita en nuestra predicación del evangelio de Cristo. Ya sea a través de un curso por correspondencia en Europa, por la lectura de una edición del libro *El conflicto de los siglos* comprado a un colporteur en África, o incluso por un simple

CLIFFORD GOLDSTEIN

volante que sirve de invitación a una serie de conferencias evangelísticas o un Seminario de Revelaciones en Texas; millones conocen la verdad con respecto a “los mandamientos de Dios y la fe de Jesús” (vers. 12) a causa de la tinta impresa en una rebanada altamente refinada del tronco de un árbol. (De hecho, este servidor tuvo su primer contacto verdaderamente serio con este mensaje cuando los adventistas le regalaron un ejemplar del libro *El conflicto de los siglos*, en una tienda de abarrotes en Florida, en el preciso momento en que se dirigía hacia la biblioteca, para comenzar a hundirse en los libros sobre espiritismo y ocultismo.)

Un drogadicto, miembro de una pandilla en California, un soldado comunista en la ex Unión Soviética, un sacerdote católico romano en Sudamérica, y una joven madre en Virginia, son sólo algunos que han encontrado a Jesús y a su iglesia de los últimos días a través de la literatura adventista. Nuestra iglesia está llena de miembros a quienes el Espíritu Santo tocó con la página impresa. Estamos metidos de lleno en la obra editorial porque hoy, en la época del “ciberespacio”, la fibra óptica, y la comunicación vía satélite, el material impreso todavía funciona. Millones de vidas transformadas dan testimonio de ello.

Algo más acerca de la palabra impresa: perdura. Las conversaciones se desvanecen. Un cortés testigo en un destartalado autobús, un rápido testimonio en la esquina de una calle en la puerta de la pescadería, un estudio bíblico en un viaje aéreo, todos tienen su propio lugar. Pero una vez que la conversación termina, las palabras pronunciadas sólo permanecen en los frágiles, vagos, y con frecuencia olvidadizos, corredores de la memoria. En contraste, la palabra escrita que alguien posee, un libro, un tratado, un artículo de una revista, persiste, siempre está allí, disponible para que la persona vuelva a ella, para volver a sacar las ideas, enseñanzas, textos y promesas, una y otra vez. A diferencia de los recuerdos de una conversación, que comienza para disolverse inmediatamente después que el intercambio de palabras cesa, la página impresa preserva las palabras originales, inalteradas y sin ninguna adulteración por los efectos del tiempo. Mucho tiempo después que las palabras habladas se han desvanecido, la palabra escrita permanece.

Esa es la razón por la cual, teniendo im-

“Tengo un mensaje para ti. Debes imprimir un pequeño periódico y repartirlo entre la gente. Aunque al principio será pequeño, cuando la gente lo lea te enviará recursos para imprimirlo y tendrá éxito desde el principio. Se me ha mostrado que de este modesto comienzo brotarán raudales de luz que han de circuir el globo”.

prentas en todos los continentes, es probable que no exista un solo día (excepto el sábado) cuando una prensa adventista no esté produciendo material escrito. Y esa es la razón por la cual, seguramente, no hay ni un momento de ningún día (especialmente el sábado), cuando, en cualquier lugar, alguien no esté leyendo material impreso en estas prensas.

Considerando lo que el Señor nos ha ordenado que proclamemos, no debería ser de ninguna otra manera, excepto que deberíamos decuplicar lo que estamos haciendo ahora.

La comisión

Por supuesto, nada de esto ha ocurrido por casualidad. Al contrario, la obra de publicaciones de la Iglesia Adventista comenzó con una clara admonición del Señor a través de su sierva Elena G. de White.

En el año 1848, remanentes de los adventistas y mileristas que habían quedado del Gran Chasco, celebraron conferencias sobre el sábado en los estados del noreste: Nueva York, Maine, Massachusetts, y Connecticut. Aunque el material había sido impreso después del chasco de 1844, (un predicador milerista llamado Jaime White, y un herrero de nombre Herman Gurney, imprimieron 250 copias de un tratado de una sola página impresa por un

solo lado en el mes de abril de 1846, que contenía la primera visión de Elena G. de White), fue, al parecer, hasta 1848, cuando se estableció un sistema centralizado y organizado de publicaciones. Pero como no tenían dinero, y no eran más que unos pocos centenares de observadores del sábado que creían lo mismo que ellos, estos primeros adventistas no sabían cómo comenzar.

En el mes de noviembre de ese mismo año, en una conferencia sobre el sábado celebrada en el hogar de Otis Nichols en Dorchester, Massachusetts, Elena G. de White tuvo una notable visión. Después de eso, le dijo a Jaime White: “Tengo un mensaje para ti. Debes imprimir un pequeño periódico y repartirlo entre la gente. Aunque al principio será pequeño, cuando la gente lo lea te enviará recursos para imprimirlo y tendrá éxito desde el principio. Se me ha mostrado que de este modesto comienzo brotarán raudales de luz que han de circuir el globo”.¹

James White no tenía un solo centavo y estaba luchando para sobrevivir financieramente (su esposa estaba encinta de su segundo hijo), mucho menos para comenzar una publicación que algún día circulara como “raudales de luz” alrededor del globo terráqueo. Aunque Jaime vivía en el hogar de un observador del sábado en Connecticut, decidió buscar trabajo para ganar los fondos que se necesitaban. Como el año anterior había ganado dinero cortando heno, intentó hacer otra vez aquel mismo trabajo matador. Sin embargo, se le mostró a Elena en otra visión que él no debía tomar la guadaña sino la pluma, y que debía “escribir, escribir y avanzar por fe”.²

Jaime escuchó el consejo. Toda la biblioteca que tenía disponible consistía de una Biblia de bolsillo de las más baratas que había, la *Cruden's Condensed Concordance* (Concordancia condensada de Cruden), y el *Walker's Old Dictionary* (Antiguo Diccionario de Walker), al que le faltaba una de las tapas; y a pesar de eso, comenzó a escribir, teniendo a su esposa Elena muy cerca, a su lado. Al mismo tiempo necesitaba alguien que no sólo estuviera dispuesto a imprimir una revista de ocho páginas para un desconocido, sino que esperara hasta que los posibles lectores enviaran dinero donado (porque la revista debía distribuirse gratuitamente) para pagarle. En el tercer piso de un edificio de ladrillo en Middletown, Connecticut, James encontró a Charles Pelton, quien estuvo dispuesto a imprimir cua-

tro números de la revista, 1,000 copias de cada una. El costo total sería \$64.50, que se pagaría a medida que hubiera fondos disponibles.

De este modo, en el mes de julio de 1849, salió a luz *The Present Truth* (La verdad presente) "Publicada bimensualmente por Jaime White". El primer editorial comenzaba con un texto: "Por esto, yo no dejaré de recordaros siempre estas cosas, aunque vosotros las sepáis, y estéis confirmados en LA VERDAD PRESENTE" (1 Ped. 1:12).

El número fue una apretada exposición del tema de la continuada validez del séptimo día sábado, comenzando con la semana de la

El primer editorial comenzaba con un texto: "Por esto, yo no dejaré de recordaros siempre estas cosas, aunque vosotros las sepáis, y estéis confirmados en LA VERDAD PRESENTE" (1 Ped. 1:12).

creación, y siguiendo a través de todo el Nuevo Testamento. Los artículos también trazaban una clara distinción entre "la ley ceremonial de Moisés, y ... la ley moral de Dios, los diez mandamientos". (3) En general, Jaime White usó los mismos argumentos que los adventistas siguen empleando hoy. Después de la impresión de la revista, pidió prestado un carro tirado por un caballo, fue a la imprenta, y trajo las hojas impresas todavía frescas a su casa.

"Allí, un pequeño grupo de pioneros las dobló, las engrapó, y las rotuló; luego se reunieron alrededor del montoncito de papel impreso, se arrodillaron, y pidieron fervientemente

La visión de un hombre ciego

Por Ronald W. Bowes, Director de Relaciones Públicas de Christian Records Services

La difteria atacó a la familia Wilson en la década de 1880, dejando a dos de sus hijitos con severas secuelas. Austin perdió la vista; y su hermano Jorge, quedó con un impedimento en el habla.

¿Podría Dios sacar algo bueno de esta tragedia? Los padres de Austin criaron a los niños lo mejor que pudieron y más tarde los llevaron a Battle Creek para ver si el afamado Dr. John Harvey Kellogg podía hacer algo por ellos.

"Si bien ningún milagro médico ocurrió, esta tragedia y el viaje a Battle Creek se combinaron en una forma tal que uno diría que era milagrosa", dice Larry Pitcher, presidente de Christian Record Services (CRS), que este año celebra su centésimo aniversario.

Después de graduarse de la Escuela de Nebraska para Ciegos, el joven Austin asistió al colegio de Battle Creek. Mientras estaba allí, propuso un plan para proveer empleo para los que tenían problemas de la vista, repartiendo literatura cristiana en braille.

Usando una lavadora eléctrica de rodillos, Austin colocó una placa de cobre tallada en relieve y una hoja de papel entre los rodillos y le dio vuelta a la manivela. Después de alguna experimentación, aparecieron las primeras 75 copias de la revista *Christian Record* en braille. En la actualidad, la revista *Christian Record* es la revista religiosa más antigua que ha aparecido continuamente en braille en Estados Unidos de Norteamérica.

La publicación circula gratis en más de 80 países y tiene una circulación de 47,000 ejemplares. En la actualidad tenemos prensas especialmente diseñadas en las oficinas centrales de CRS, en Lincoln, Nebraska, que imprimen miles de páginas de literatura cristiana en braille, que hábiles dedos leerán con la misma rapidez con que una persona que ve puede leer la página impresa.

"Los fondos para esta publicación y docenas de otros servicios son pagados por los adventistas y por el público en general", explica Pitcher. "Nosotros no aceptamos fondos gubernamentales, y somos muy cuidadosos al usar los fondos de la iglesia para desarrollar nuestros recursos

denominacionales, como por ejemplo, las Lecciones de la Escuela Sabática en Braille, los libros de Elena G. de White, y otros materiales de la iglesia". La misión de Christian Records Services es compartir a Jesús con aquellos que necesitan recursos especiales para conocerlo.

Christian Record es una casa publicadora, que imprime en braille y en letra grande, y también graba en audiocasset. Pero también tiene elementos de un ministerio de salud y agencia de servicios sociales, pues sirve a más de 50,000 personas ciegas cada año.

El mensaje adventista es de gran importancia para aquellos que son ciegos, dice Pitcher. La esperanza es un ingrediente importante en el éxito, y Christian Record habla de la bienaventurada esperanza, cuando ya no existirán las limitaciones físicas. A través de la imprenta, el braille, los materiales grabados en audiocasset, el programa de campamentos, y la educación para la salud, Christian Record provee esa esperanza.

Los Campamentos Nacionales para Niños Ciegos fueron establecidos hace 31 años como un método adjunto al programa de publicaciones. Hoy, más de 1,000 jóvenes y adultos asisten a los campamentos adventistas para personas con impedimentos de la vista cada verano.

Las historias de fe y valor son comunes en Christian Records. Rewy Brooks asistió al campamento para ciegos desde la edad de 10 años, y se decidió por Cristo en el campamento Broken Arrow Ranch de Kansas, en el verano de 1997. También otros miembros de la familia con problemas de visión han sido influidos por Christian Records.

Chris Etheredge, una de las primeras acampantes ciegas en el Campamento Nacional Para Niños Ciegos, se hizo adventista como resultado de este contacto y hoy trabaja como operadora de la central de teléfonos y educadora de ciegos en las oficinas centrales de CRS, en Lincoln.

Pauline Nolan andaba buscando a Dios e hizo una visita casual en 1994, en busca de un libro en braille con un "pensamiento para el día", después de la muerte de su hija Tara, de 13 años. Muy poco después de recibir el libro fue invitada a asistir a NET96 y conoció a una miembro de iglesia, Loretta Petrovsky. Ella comenzó a recibir las lecciones de la escuela sabática en braille a través de Christian Records y fue bautizada en noviembre de 1996.

te a Dios que su bendición acompañara a aquella pequeña pila de revistas cuando salieran por primera vez en el cumplimiento de su misión. Entonces White puso la edición entera en una bolsa y caminó 14 kilómetros hasta el correo de Middletown, para enviar aquel producto de su fe. Cuando la gente leyó la revista enviaron medios para imprimirla, como él había esperado; así que poquito a poquito, la circulación fue aumentando. *La verdad presente* dio lugar en el mes de agosto de 1850 a la *Revista Adventista* y en noviembre del mismo año a la *Second Advent Review and Sabbath Herald*, que se ha conocido generalmente como la *Review and Herald*.⁴ Actualmente se llama *Adventist Review* (Revista adventista).

La obra de publicaciones comenzó lentamente. No fue sino hasta el año 1852 cuando los adventistas compraron su primera imprenta. Hiram Edson donó el dinero para comprar una prensa de mano marca Washington que costó, incluyendo un juego de tipos, \$652.93 dólares. Mucho tiempo después que había dejado de usarse, la pequeña prensa siguió en Battle Creek hasta que fue destruida por el fuego en 1902.

Crecimiento continuado

Por lenta y humilde que haya sido al principio, llegó el momento en que la obra de publicaciones adventistas, explotó literalmente. Revistas, libros, y tratados continuaron saliendo de las plumas y de las prensas de los Adventistas del Séptimo Día. En 1855 se inició en Battle Creek, Michigan, la *Review and Herald Publishing House* (Casa publicadora *Review and Herald*). En 1872 salió la primera publicación de la iglesia en lengua extranjera, la *Advent Tidende*, revista mensual en danés, que se imprimió en Battle Creek; en 1876 *Les signes des Temps* (Las señales de los tiempos, en francés), publicada en Basilea, Suiza, llegó a ser la primera publicación adventista del séptimo día publicada en ultramar; en 1875 se fundó una casa publicadora en Oakland, California, en la costa oeste de Estados Unidos. ¿Su nombre? Pacific Press.

En 1879 comenzó en Noruega la Casa Publicadora de Norsk Bokforlag; en 1884 comenzó a imprimir la casa publicadora de Stanborough en Inglaterra; la Casa Editora Sudamericana comenzó en Argentina en 1897; la Kustannusliike Kirjatoimi abrió sus

La tecnología de Internet, por maravillosa que sea, apenas está tocando un pequeñísimo porcentaje de la población mundial. Millones y millones de personas jamás han usado un teléfono, mucho menos han oído hablar de Navigator, Netscape o de bajar archivos gratuitos de Internet. Aunque como iglesia estamos aprovechando el sistema Internet (todos tenemos una página allí), nuestros materiales impresos todavía están alcanzando (y continuarán alcanzando por un buen tiempo) a los millones que tienen poco interés o acceso a la sofisticada tecnología del "ciberespacio".

puertas en Finlandia (1897), Shi Jo Sa en Corea (1909), African Publishing House en África Oriental (1913), la Advent Press, en Ghana (1937). Y la lista sigue, incluyendo en esta década (reflejando las revueltas políticas en estas áreas) la Casa Publicadora Fuente de Vida, en Rusia (1991), la Casa Publicadora Eslovaca, en la República de Eslovaquia (1993), y otra Casa Publicadora Fuente de Vida, esta vez en Ucrania (1993).

Las prensas adventistas producen casi seis millones de libros cada año. Cada mes se imprimen más de 3.5 millones de revistas y guías de estudios bíblicos (¡42 millones al año!). Hay 25,268 colportores que venden libros que traen como resultado 50,000 almas bautizadas cada año. Si bien la primera imprenta del movimiento (la que Edson ayudó a adquirir) podía producir cien páginas por hora, hoy, sus grandes imprentas (como una que hay en Brasil) pueden producir un mi-

llón de páginas por hora. Al constituirse la Iglesia Adventista como una de las más grandes publicadoras entre las denominaciones protestantes, la visión de Elena G. de White acerca de los "raudales de luz", ha tenido un notable cumplimiento.

El nuevo milenio

Sin embargo, cabe preguntarse, ¿qué papel tendrá la obra de publicaciones adventistas en el siglo XXI, a medida que la ciencia de la informática experimenta un desarrollo explosivo? ¿Está a punto de convertirse en obsoleta la página impresa en un mundo computarizado? ¿Qué futuro les espera a los voluminosos libros y a las arrugadas revistas en la era del evangelismo vía satélite, los CD-ROMs, y el sistema Internet?

Un enorme futuro (al menos esa es mi visión). La tecnología de Internet, por maravillosa que sea, apenas está tocando un pequeñísimo porcentaje de la población mundial. Millones y millones de personas jamás han usado un teléfono, mucho menos han oído hablar de Navigator, Netscape o de bajar archivos gratuitos de Internet. Aunque como iglesia estamos aprovechando el sistema Internet (todos tenemos una página allí), nuestros materiales impresos todavía están alcanzando (y continuarán alcanzando por un buen tiempo) a los millones que tienen poco interés o acceso a la sofisticada tecnología del "ciberespacio". Y en cierta forma, la tecnología de la computación ayuda, incluso, a la palabra impresa (por ejemplo, cuando termino de escribir artículos —incluso libros— simplemente los envío por correo electrónico a la editorial, sin tener jamás que confiar mis queridas "obras de arte" al servicio postal de los Estados Unidos). Si no, considere un momento cuánto material impreso se utilizó en Net98: gracias a la tecnología vía satélite, a incontable número de personas se les entregaron materiales adventistas impresos, por primera vez en sus vidas. Hay también algo especial en el acto de arrellanarse en una noche tranquila con un buen libro y una bebida caliente, que sencillamente no existe en el procesador de palabras.

Los sabios le han colocado a nuestro tiempo el título de Era de la Información. No Era del Conocimiento, ni Era de la Sabiduría, sino Era de la Información. Es la era de los hechos. Los hechos están por todas partes. Unos

cuantos clicks en una terminal de computador, y tenemos hechos. Una vueltecita al sintonizador de un aparato de radio, y tenemos hechos. Un click al control remoto de un televisor, y *voilà!*, más hechos. La gente se está ahogando en hechos, vaga perdida en una masa de hechos, barrida por oleadas y más oleadas de hechos.

Pero la gente necesita más que hechos. Ellos necesitan verdad. Y la verdad es mucho más que hechos. Un conocimiento de los hechos no puede salvar, sólo el conocimiento de la verdad puede hacerlo. "Y esta es la vida eterna: que te conozcan a ti, el único Dios verdadero, y a Jesucristo, a quien has enviado" (Juan 17:3).

Con tantos hechos (y tan poca verdad) que acosan a cada momento la conciencia humana, cuán crucial es que nosotros los adventistas promulguemos, no simplemente más hechos, sino la verdad, especialmente la verdad presente, que se nos ha revelado a través de la Palabra de Dios. Para esto surgimos a la existencia; para realizar esta tarea es que fuimos llamados; y es por esta causa que, como iglesia, hemos creado una vasta empresa publicadora, que consume bosques enteros y quizá, incluso, desarraiga a algunos azorados y sorprendidos búhos.

Y aunque nos interesamos profundamente en el bienestar del ambiente, considerando los frutos de nuestro trabajo, almas rescatadas de la muerte y la destrucción eterna, hasta el más radical ambientalista tendría que admitir que, en última instancia, habría valido la pena.

Referencias

1. Elena G. de White, Notas biográficas de Elena G. de White, pág. 137.
2. *Id.*, pág. 138.
3. *The Present Truth* (La Verdad Presente), julio de 1849, pág. 5.
4. *Seventh-day Adventist Encyclopedia* (ed. 1976), pág. 1168.

Un aniversario transformador de vidas

POR DAVID C. JARNES, EDITOR ASOCIADO DE *SIGNS OF THE TIMES*

J aime White tenía un sueño. La obra de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en California todavía estaba en su infancia, y él soñaba con iniciar allí una revista religiosa semanal y hasta, si fuera posible, una casa editora.

Un año más tarde, después de mucho trabajo de su parte y el sacrificio financiero de los 550 adventistas que había en California, el sueño de White se convirtió en realidad. La revista *Signs of the Times* (Señales de los tiempos) salió de una prensa en Oakland; el primer número llevaba la fecha: 4 de junio de 1874. Para el otoño de ese año ya se había recolectado suficiente dinero para construir la planta que llegó a ser la Pacific Press. En 1999 la revista *Signs of the Times* y la Pacific Press celebraron su 125º aniversario.

Los primeros números de *Signs of the Times* (en aquel tiempo era semanal) tenían ocho páginas. Una suscripción costaba \$2 (¡\$25.59 de los dólares actuales!), y la circulación inicial era de unos 3,500 ejemplares. Se han impreso más de 500 mil millones de copias de *Signs* desde aquel primer número, y la circulación mensual ahora anda alrededor de 200,000 copias.

Como la revista original, *Signs* (que ahora es mensual) todavía tiene columnas y artículos sobre salud y vida familiar. Y como lo fue en sus inicios, el evangelismo sigue siendo su misión primordial. Cada número contiene artículos tanto del evangelio como de profecías. La revista cubre las 27 Creencias Fundamentales del Adventismo cada año; y proclama doctrinas fundamentales como el sábado, el segundo advenimiento, y el estado de los muertos, dos veces cada año.

Signs of the Times fue el medio que el Espíritu Santo utilizó para conducir a muchos que ahora son adventistas a Jesucristo su Salvador, y a convencerlos con respecto a las verdades bíblicas que el adventismo pro-

clama. Kenneth Cox, el bien conocido evangelista que ahora dirige cruzadas evangelísticas para La Voz de la Esperanza, traza su herencia espiritual hasta un caluroso día en una granja de Oklahoma cuando sólo tenía 14 años de edad. Esa mañana su madre había pedido prestado a una vecina su catálogo de Sears Roebuck. Cuando llegó a su casa encontró un ejemplar de la revista *Signs* dentro del catálogo. La revista despertó su interés, así que se sentó y comenzó a leerla allí mismo. Uno de los artículos trataba sobre el sábado, e impresionó de tal modo a la señora Cox, que llevó la revista hasta el campo donde su esposo y su hijo estaban trabajando. Ellos leyeron el artículo allí mismo, y la convicción se apoderó de sus corazones. Así, toda la familia comenzó una peregrinación a través de las Sagradas Escrituras que cambió a todos sus miembros para toda la eternidad.

Signs todavía gana almas para el Señor. En el mes de mayo de 1996, Russell Owen tomó una copia de la revista de un quiosco de periódicos que estaba frente a una tienda de abarrotes. Cuando leyó la revista, el mensaje le sonó familiar al de un libro que había leído recientemente, *El conflicto de los siglos*. Preguntándose quién publicaría el libro, Russell buscó la página titular, y encontró el nombre Adventista del Séptimo Día. Visitó la Iglesia Adventista en Waterdown, Dakota del Sur, comenzó a recibir estudios bíblicos del pastor Ken Knight, y fue bautizado un año más tarde.

La dedicación tanto a la misión como a la excelencia, que dio origen al primer número de la revista *Signs of the Times*, todavía prevalece en la Pacific Press. Es a causa de la dedicación de sus empleados a la calidad y al contenido, que la press ha florecido durante 125 años.

¡Silencio! Nuestras publicaciones en acción

En una cárcel de Venezuela, un prisionero cayó de rodillas y miró hacia el cielo. Apretando un pequeño libro contra su pecho, con labios temblorosos, susurró algunas palabras. Con la conciencia herida, pero el corazón lleno de una recién descubierta gratitud expresada en palabras entrecortadas, pidió misericordia y perdón al Todopoderoso. El libro que sostenía en sus manos era una copia de *El camino a Cristo*, que amorosamente le había regalado un fiel laico. El prisionero daba así su primer paso. ¡Silencio! Nuestras publicaciones en acción.



Roberto S. Folkenberg, anterior presidente de la Asociación General de los Adventistas del Séptimo Día.

El pastor de una iglesia dominical en Colombia entra calladamente a un salón donde se llevaba a cabo una reunión. De propósito llega un poquito tarde, pues está consciente de lo que significa venir a este lugar donde un evangelista adventista del séptimo día acaba de comenzar una serie de conferencias. La música especial termina, el evangelista se levanta y se acerca al púlpito, y pronto el pastor visitante se encuentra intensamente atraído a lo que se está diciendo. La forma en que la Biblia se explica es clara y positiva: un tipo de certidumbre que él deseaba experimentar en su ministerio.

Vuelve a la noche siguiente y se maravilla al comprobar que lo que escucha está en perfecta armonía con el libro que le había comprado a un ministro de la página impresa, titulado *Daniel y Apocalipsis*. Lo que estuvo leyendo en ese libro despertó su interés por asistir a las reuniones especiales sobre profecía bíblica. ¡Nuevo significado, nueva luz y una mirada fresca a Jesús! Ha encontrado verdadera agua viva, una fuente de la cual puede continuar bebiendo, y finalmente echa su suerte con el pueblo remanente de Dios. ¡Silencio! Nuestras publicaciones en acción.

Las publicaciones son verdaderos obreros activos y silenciosos. De hecho, actúan tan calladamente, que Elena de White dijo de ellas: "Estos silenciosos mensajeros están iluminando y moldeando las mentes de millares de personas en todo país y en todo clima" (*Colporteur evangélico*, pág. 5). Hasta mientras dormimos, las publicaciones de Dios con-

tinúan su incesante misión.

En México un colporteur colocó sus libros sobre la mesa del comedor de una familia, para que ésta pudiera verlos. Elevó a Dios una breve oración silenciosa mientras hacía el cierre. Después de realizar la venta, oró con la familia y salió, para volver pocas semanas después y preguntarles si estaban disfrutando de la lectura de sus libros. ¡Estaban encantados! Comentaron algo acerca de un capítulo referente al estado de los muertos. Se sentían fascinados. Luego el colporteur se fue. Ellos continuaron leyendo. Él regresó y ellos le hicieron nuevas preguntas. Los miembros de la familia leyeron todos los libros que le compraron, y cada vez que el colporteur los visitaba le hacían más preguntas. ¡Silencio! Nuestras publicaciones en acción.

Varios años después de aquella venta, un gozoso colporteur se puso de pie junto a la pila bautismal para ver al padre, la madre y sus hijos adolescentes, bajar a las aguas bautismales y ser sepultados en ellas.

Como adventistas del séptimo día, se nos conoce muchas veces como el "pueblo del Libro," porque sostenemos la Biblia como la Palabra inspirada por Dios y la consideramos como una carta de amor que Dios envía a la humanidad. La estudiamos como el libro de mayor autoridad guiadora, y no titubeamos para abrirla a fin de compartir nuestra fe.

Los adventistas del séptimo día no sólo han sido conocidos como el pueblo del Libro, sino como un "pueblo de libros". Este es un término realmente elogioso, derivado de la

ROBERTO S. FOLKENBERG

creciente concientización del público referente a los libros de gran calidad y utilidad que la iglesia produce. Algunos libros enseñan a los jóvenes el amor de Dios y cómo vivir para él. Otros nutren la vida espiritual de los adultos maduros, mientras que otros aún proveen una percepción cristiana acerca de los hábitos de salud, la dieta, los tratamientos prácticos para restaurar la salud, el arte de la paternidad responsable y otras necesidades especiales. Estos libros se encuentran en todas las agencias de publicaciones de todo el mundo. Todos son una parte del gran plan de Dios para testificar ante el mundo como también para nutrir el crecimiento cristiano. ¡Silencio! *Nuestras publicaciones en acción.*

Este maravilloso flujo de material elevador no surge por accidente, sino como resultado de un plan divino. Elena G. de White, la mensajera de Dios, relata: "En una asamblea celebrada en Dorchester, Massachussets, en noviembre de 1848, se me mostró la proclamación del mensaje del sellamiento y el deber en que estaban los hermanos de difundir la luz que alumbraba nuestro sendero.

"Después de la visión, le dije a mi esposo: 'Tengo un mensaje para ti. Debes imprimir un pequeño periódico y repartirlo entre la gente. Aunque al principio será pequeño, cuando la gente lo lea te enviará recursos para imprimirlo y tendrá éxito desde el principio. Se me ha mostrado que de este pequeño comienzo brotarán raudales de luz que han de circuir el globo'" (*Notas biográficas*, pág. 137).

Sí, fue un pequeño comienzo. Por fe en la dirección de Dios, los medios económicos fueron maravillosamente provistos para hacer posible la publicación de ese primer periódico. Se tituló *La verdad presente*. Y qué pequeño periódico era. Cuatro hojas de papel tamaño carta dobladas, de modo que formaban ocho páginas impresas. No era muy impresionante. Visualmente no era una maravilla impresa, pero se enfocaba claramente sobre la verdad del sábado.

Imagine a aquellos pioneros del mensaje colocando el pequeño montón de mil copias de *La verdad presente* sobre la alfombra. Se reúnen alrededor de ellas y oran fervientemente a Dios pidiéndole que los guíe en su distribución. Piden a Dios que los honestos de corazón lean y acepten el mensaje. Ahora

considere que en la actualidad hay 59 casas editoras adventistas alrededor del globo terráqueo. Considere el hecho de que en algunas de ellas hay prensas capaces de imprimir, doblar, encuadernar y recortar revistas de gran tamaño a velocidades superiores a los 30,000 por hora. Sí, exactamente como se le mostró a ella, ha llegado a ser como "raudales de luz" que han circuido el globo.

Una poderosa ola de publicaciones está llegando a los hogares y los corazones de la gente. No nos disculpamos por ser un "pueblo de libros", porque allí está nuestra reserva de poder a través del Espíritu Santo. ¡Los mensajeros silenciosos andan circulando! ¡Silencio! *Nuestras publicaciones en acción.*

Agradezco a Dios por los dedicados esfuerzos de los ministros de la página impresa a través de toda la División Interamericana que están usando sus talentos para vender y distribuir nuestros libros y revistas. Hay un ministerio de ganancia de almas bien definido que es vital para este movimiento. Estamos agradecidos por los consagrados laicos que distribuyen folletos pequeños y revistas en conexión con Red 99, en reuniones públicas y mediante una gran variedad de otros métodos para compartir su fe.

Yo endoso de todo corazón y admiro la idea de la bolsa de la camisa consagrada, o *bolsillo del Rey*. Se trata de un bolsillo de la camisa lleno de revistas o libros pequeños cada mañana, que se puede convertir en una fuente cotidiana para compartir material impreso con cada uno de los contactos que se hagan durante todo el día. Algunas de mis más ricas experiencias de persona a persona, han resultado del sencillo acto de compartir un folleto con una palabra amable: "Aquí tiene, amigo, algo que me ha llenado de gozo a mí, y pienso que hará lo mismo por usted".

Reconozco y aprecio ampliamente el altruismo de los fieles hermanos que patrocinan suscripciones de las revistas *El Centinela* y *El Foci* para sus amigos y relaciones en los negocios. Estas excelentes revistas llegan profundamente al corazón de los lectores hispanos a través de su visita mensual. ¡Silencio! *Nuestras publicaciones en acción.*

Todos los medios de distribución se convierten en medios ganadores de almas con los libros y las revistas. En realidad no hay lími-

tes para la utilidad de la más sencilla pieza de literatura que nos cuenta una linda historia que promueve la fe y abre las mentes y los corazones. De un modo u otro, todos los creyentes pueden llegar a ser parte del ministerio de publicaciones. Ansío la llegada del día cuando cada creyente llegue a captar la visión y utilice el poder evangelístico del ministerio de las publicaciones.

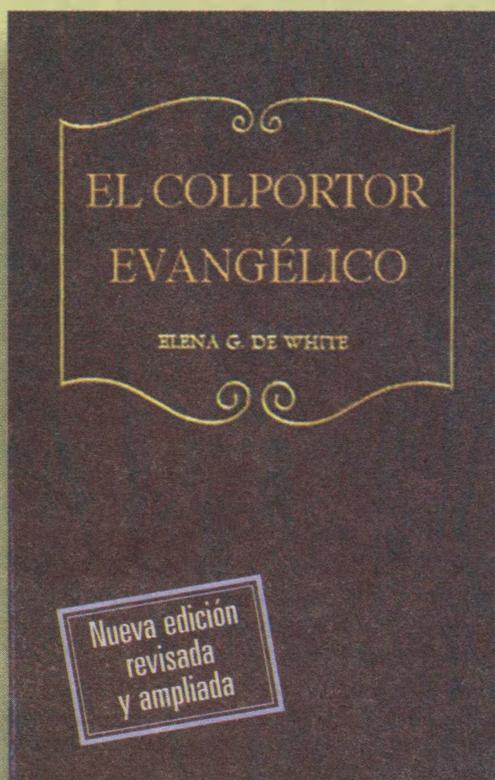
A la difícil, pero fructífera tarea de nuestros escritores y editores y equipos de impresores, una palabra de gratitud de lo más profundo del corazón. A los dirigentes del campo que entrenan a los ministros de la página impresa, y a los gerentes de las agencias de publicaciones y sus asistentes, mi sincero reconocimiento. Ellos realizan servicios que a veces puede parecer que nadie nota y que todos dan por sentado; sin embargo, la obra que realizan es una parte vital en la edificación del cuerpo de Cristo a través de las publicaciones. Son como fieles pastores que alimentan al rebaño con una dieta equilibrada de alimento espiritual.

También dando nueva energía a esta iglesia, estableciendo a los nuevos conversos en la fe, la consagración y el compromiso de los creyentes crece en la misma proporción en que crecen sus bibliotecas. ¡Silencio! *Nuestras publicaciones en acción.*

Los días más fructíferos para la distribución de nuestra literatura están todavía delante de nosotros. Del mismo modo que el nacimiento de Jesús vino en el cumplimiento del tiempo, en contexto con la profecía bíblica, así la imprenta, con su industria editorial resultante, llegó en el cumplimiento del tiempo para la terminación de la obra de Dios en la tierra.

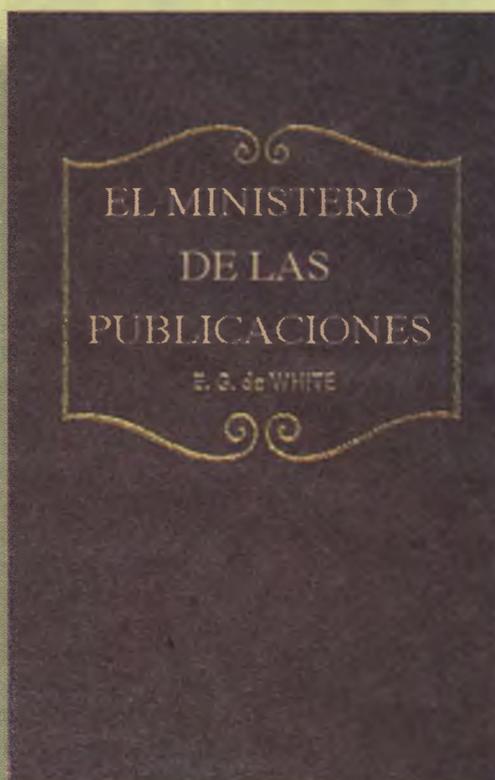
¡Está aquí, hermano creyente! Aproveche su potencial. Capte ahora el poder de las publicaciones en su testimonio diario. Dios enriquecerá su vida y le recompensará con almas ganadas para su reino.

Inspiración e información confiable para un colportaje eficiente



El colportor evangélico

La obra silenciosa del colportor consagrado a la misión de la iglesia de Cristo es de tal magnitud que sólo la eternidad podrá testimoniar sus verdaderos resultados. Por eso, Elena de White trae un mensaje lleno de esperanza y ánimo para quienes se aboquen a esta sagrada tarea.



El ministerio de las publicaciones

Los consejos y testimonios dados por el Señor a Elena de White a través de los años de su ministerio profético han conformado una obra necesaria y de especial consideración para dar impulso a la obra de la página escrita en este fin del tiempo.

PÍDALOS AL SECRETARIO DE PUBLICACIONES DE SU IGLESIA.
www.aces.com.ar / ventaces@satlink.com