

Ministerio

ADVENTISTA

NÚMERO 6, 2018



LOS MEDIOS Y EL MENSAJE

La estrategia digital al servicio de la iglesia



Cibercultura y sociedad



Culto sobresaliente



De lo virtual a lo real

Más que información

Wellington Barbosa,
director de *Ministerio Adventista*,
edición de la CPB.

A principios de este año, las organizaciones *Hootsuite* y *We are Social* divulgaron el informe “2018 Global Digital”, que reveló datos significativos sobre el estado de Internet alrededor del mundo. La encuesta señaló que más de 4 mil millones de personas navegan en la web, de las cuales el 77,5 % son usuarias de redes sociales, y el 72,5 % utilizan dispositivos móviles para acceder a sus redes sociales. De acuerdo con la encuesta, en América del Sur, el 68 % de la población tiene acceso a Internet, y ese número aumenta continuamente.

Es imposible no considerar las oportunidades que Internet y las redes sociales ofrecen para la proclamación del evangelio. En poco tiempo potenciaron, en un grado sin precedentes, la capacidad de propagar las buenas nuevas alrededor del mundo. Sin embargo, para algunos, también crearon la sensación de que eso, por sí solo, es suficiente para cumplir la misión. Por lo tanto, es oportuno reflexionar sobre el papel que los medios de comunicación, especialmente Internet, deben ejercer en el desafío de anunciar el evangelio en nuestros días.

En primer lugar, debemos ser conscientes de que, en un nivel interpersonal, nos comunicamos todo el tiempo y de varias maneras. La comunicación no ocurre solo cuando predicamos en nuestras iglesias, aconsejamos a alguien o publicamos algo en las redes sociales. Nuestra actitud o indiferencia en el día a día y en la interacción en el ambiente virtual hablan tanto como nuestras palabras. No existe la no comunicación. Por eso, como cristianos, necesitamos

considerar atentamente el hecho de que somos cartas de Cristo, conocidas y leídas por todas las personas, en todas partes, en todo tiempo (2 Cor. 3:2).

Esto nos lleva a una segunda consideración importante: la gente quiere ver coherencia entre nuestro discurso y la práctica. Internet está repleta de excelentes materiales de evangelismo, que apuntan a llevar a la gente a un contacto personal con Cristo. Son sermones inspiradores, documentales ricos en información y estudios bíblicos bien elaborados. Sin embargo, si el comportamiento que las personas identifican en los cristianos es distinto de los discursos virtuales, nuestros esfuerzos para propagar el evangelio se verán, inevitablemente, perjudicados.

En este sentido, más que coherencia entre discurso y práctica, hay que entender que la forma en que nos relacionamos particularmente con las personas es lo que define el modo en que el mensaje cristiano será asimilado por ellas. Toda comunicación, además de su contenido, lleva consigo un aspecto relacional. Si decimos a los que visitan nuestras iglesias que estamos felices de tenerlos con nosotros, pero no desarrollamos amistad genuina con ellos, nuestras palabras bien intencionadas caen en el vacío y, probablemente, en poco tiempo, los que nos visitan no volverán más.

Por último, no podemos ignorar el hecho de que la secuencia de nuestra comunicación es fundamental en el proceso de asimilación del mensaje que estamos proclamando. Por ejemplo: una persona tuvo experiencias positivas con sermones en Internet, que la llevaron a pedir estudios bíblicos en línea. Al ser atendida por instructores bíblicos, tuvo nuevas experiencias positivas. Sin embargo, en su primera visita a la iglesia, pasó por una experiencia negativa. Este último contacto puede comprometer todos los pasos dados hasta entonces. Así, cuanto mayor sea la secuencia positiva de comunicación, en diferentes plataformas, mayor será la probabilidad de que la persona, con la ayuda de la comunidad de la fe, profundice su caminar con Dios.

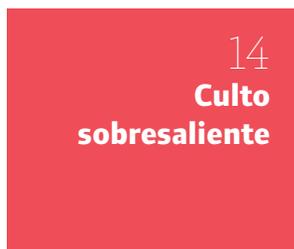
Necesitamos mantener ante nosotros la perspectiva adecuada del papel que los esfuerzos de comunicación en las redes sociales ejercen en el plano más grande, que es el discipulado. La misión cristiana no se reduce a informar, sino que alcanza su plenitud en el cambio. Por eso, todas las iniciativas de evangelismo en el ámbito virtual deben converger hacia un único punto: personas salvadas en Cristo, incorporadas a su iglesia y dispuestas a comunicar las buenas nuevas de todas las maneras posibles; sobre todo, con su propia vida. **MA**

Contenidos

ARTÍCULOS DESTACADOS



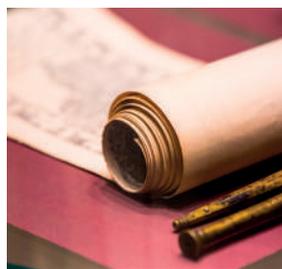
10
**De lo virtual
a lo real**



14
**Culto
sobresaliente**



18
**Cibercultura
y sociedad**



24
**Tiempo de
mudanza**



21
**Cuestión
de creatividad**



28
**La insistencia
de Dios**

SECCIONES



06
**Comunicación
eficaz**
Entrevista



32
Desafío cultural
Pastor con pasión

05. **Entrelíneas**
Juntos en la misión

31. **Iglesia**
Las frustraciones
del pastor

34. **Recursos**

33. **Día a día**
Unión de enfermos

35. **Palabra final**
Comunicación es misión

Ministerio ADVENTISTA

Año 66 - Nº 394 / noviembre-diciembre, 2018

Staff

Director: Marcos Blanco
Editor asociado: Walter Steger
Pruebas: Jael E. Jerez/Natalia Jonas/Pablo M. Claverie
Director de Diseño: Osvaldo Ramos
Diagramación: Mauro Perasso

Gerente general: Gabriel Cesano
Gerente financiero: Marcelo Nestares
Director editorial: Marcos Blanco
Gerente comercial: Benjamín Contreras
Gerente de Producción: Julio Ciuffardi
Gerente de Logística: Claudio Menna
Gerente de Educación: Isaac Gonzalez
Gerente de Tecnología y Procesos: Sixto Minetto

MINISTERIO ADVENTISTA es una publicación de la Asociación Ministerial de la División Sudamericana de la IASD; editada bimestralmente por su propietaria, la Asociación Casa Editora Sudamericana. Impresa mediante el sistema *offset* en los talleres gráficos de la Asociación Casa Editora Sudamericana, Gral. José de San Martín 4555, B1604CDG Florida Oeste, Buenos Aires, Rep. Argentina. Domicilio legal: Uriarte 2429, C1425FNI, Buenos Aires, Rep. Argentina.

Responsable de la edición brasileña:

Wellington Barbosa

Consejeros:

Lucas Alves; Jerry Page

Colaboradores especiales:

Alberto Peña; André Dantas; Arildo Souza; Cornelio Chinchay; Edilson Valiente; Efraín Choque; Geraldo M. Tostes; Henry Mainhard; Iván Samojluk; Jadson Rocha; Luis Velásquez; Ralides Nascimento; Rubén Montero; Sidnei Mendes; Tito Valenzuela

Fotos: Archivo ACES, shutterstock, <http://www.ted-adventist.org>

Foto de tapa: SHUTTERSTOCK

Correo electrónico: aces@aces.com.ar

REGISTRO NACIONAL DE LA PROPIEDAD INTELLECTUAL Nº 5354337	CORREO ARGENTINO SUC. FLORIDA (B) Y CENTRAL (B)
PRINTED IN ARGENTINA	FRANQUEO A PAGAR CUENTA Nº 10272

-109808-

Prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación (texto, imágenes y diseño), su manipulación informática y transmisión ya sea electrónica, mecánica, por fotocopia u otros medios, sin permiso previo del editor.

Contribuya con la revista **Ministerio**

La revista *Ministerio* es un periódico internacional editado y publicado bimestralmente por la Asociación Casa Editora Sudamericana, bajo la supervisión de la Asociación Ministerial de la División Sudamericana de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. La publicación está dirigida a pastores y a líderes cristianos.

Orientaciones para los escritores

Buscamos contribuciones que representen la diversidad ministerial de Sudamérica. Ante la variedad de nuestro público, utilice palabras, ilustraciones y conceptos que puedan ser comprendidos de manera amplia.

Ministerio es una revista con referentes externos. Eso significa que los manuscritos, además de ser evaluados por los editores, podrán ser también evaluados por especialistas en el área abordada por el artículo.

Áreas de interés

- Crecimiento espiritual del ministro.
- Necesidades personales del ministro.
- Ministerio en equipo (pastor-esposa) y relaciones entre ellos.
- Necesidades de la familia pastoral.
- Habilidades y necesidades pastorales, como administración del tiempo, predicación, evangelización, crecimiento de iglesia, entrenamiento de voluntarios, *aconsejamiento*, resolución de conflictos, educación continua, administra-

- ción de la iglesia, cuidado de los miembros, y otros temas relacionados.
- Estudios teológicos que exploren temas desde una perspectiva bíblica, histórica o sistemática.
- Liturgia y temas relacionados, como la música, el liderazgo y la planificación del culto.
- Temas actuales relevantes para la iglesia.

Extensión

- Secciones de una página: hasta 4.000 caracteres con espacios.
- Artículos de dos páginas: hasta 7.500 caracteres con espacios.
- Artículos de tres páginas: hasta 11.500 caracteres con espacios.
- Ocasionalmente, los editores pueden solicitar artículos sobre temáticas específicas con una extensión mayor.

Estilo y presentación

- Asegúrese de que su artículo se concentre en el tema. Escriba de manera que el texto pueda ser leído y comprendido fácilmente, a medida que avanza hacia la conclusión.
- Identifique la versión de la Biblia que usa e incluya esa información en el texto. De manera general, recomendamos la versión Reina-Valera 1960.
- Al citar bibliografía, inserte las notas al final del texto (no en notas a pie de página), con referencia completa.
- Utilice fuente Arial, tamaño 12, texto justificado y espacio interlineal de 1,5.
- Informe en el encabezamiento el área de conocimiento teológico (Teología, Ética, Exégesis, etc.), título del artículo, nombre completo, título académico y actividad actual.
- Envíe su texto a: ministerio@cpb.com.br. No se olvide de enviar una foto de perfil.



PASTOR
ADVENTISTA



PORTAL DEL
PASTOR

<http://pastor.adventistas.org/es/>



ACTUALIZACIÓN SEMANAL

- Artículos.
- Bosquejos de sermones.
- Descarga de materiales de la Asociación Ministerial y de
- Evangelismo.
- Material apologético.
- Recomendación de libros.
- Revistas.
- Biblioteca de estudios bíblicos.
- Transmisión de eventos teológicos.
- Banco de imágenes y plantillas de Power Point.



Juntos en la misión

Lucas Alves,
secretario ministerial asociado para la
Iglesia Adventista en América del Sur.

En su libro *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other* [Juntos, pero solos: por qué esperamos más de la tecnología y menos los demás], la neurocientífica Sherry Turkle hace una afirmación contundente: “En el mundo virtual, las relaciones son menos profundas y hasta ilusorias, y las múltiples amistades de las redes sociales son, en verdad, una reducción de la amistad”. Además de resaltar las superficialidades de las redes, ella considera que nuestra intimidad, en lo que se refiere a amistades, también está en crisis, y llega a la conclusión de que “estamos confundidos acerca de la intimidad y la soledad”.

Vivimos en una época de mucho acceso a informaciones, de mensajes y videos compartidos en todo momento, de “me gusta” y de interacción virtual pero, como cristianos, no debemos dejar de lado el contacto caluroso, amigo y personal. Esto es posible con sensibilidad e interés genuino por el bienestar de aquellos que nos rodean.

En la Biblia, hay varios relatos de personas que fueron instrumentos de bendición

para apoyar a otros en ocasiones nada favorables. Por ejemplo, Moisés motivó a Josué ante sus nuevos desafíos (Jos. 1); Jonatán protegió a David de la ira de Saúl (1 Sam. 18); Rut se comprometió enteramente con Noemí después de las grandes pérdidas que sufrieron juntas (Rut 1:16-18); Daniel oró con sus amigos ante las amenazas de Nabucodonosor (Dan. 2:17, 18) y Pablo fue fortalecido por Epafrodito mientras estaba preso en Roma (Fil. 2:25).

Estas historias ilustran la importancia del apoyo mutuo en medio de las luchas que enfrentamos en la vida. Como ministros, precisamos cuidarnos los unos a los otros, ser sensibles a las luchas familiares; emocionales y espirituales de nuestros compañeros de viaje; y apoyarnos de tal manera que, por nuestro medio, otros colegas se sientan fortalecidos para cumplir su llamado.

Cuando Jesús envió a los discípulos de dos en dos, lo hizo pensando en esto. Elena de White, al comentar sobre esta historia, hizo una observación interesante: “Llamando a los doce en derredor de sí, Jesús les ordenó que fueran de dos en dos por los pueblos y aldeas. Ninguno fue enviado solo, sino que el hermano iba asociado con el hermano, el amigo con el amigo. Así podían ayudarse y animarse mutuamente, consultando y orando juntos, supliendo cada uno la debilidad del otro” (*El Deseado de todas las gentes*, p. 316).

En otra ocasión, Elena de White afirmó: “Dios nunca se propuso que, como regla, sus siervos fueran a trabajar solos. He aquí una ilustración: Aquí hay dos hermanos. No son del mismo temperamento; sus mentes no corren por los mismos cauces. Uno está en peligro de hacer demasiado; el otro deja de llevar las cargas que debe llevar. Si están asociados el uno con el otro, esto podría tener una influencia modeladora sobre cada uno de ellos, de manera que los extremos de sus caracteres no se destacarían en forma tan prominente en sus labores. No sería necesario que estuvieran juntos en toda reunión, pero podrían trabajar en lugares que disten el uno del otro, quince, veinte o aun cuarenta kilómetros, y que fueran lo suficientemente cercanos, sin embargo, como para que, si uno afronta una crisis en su trabajo, pueda llamar al otro en su ayuda. Deberían también reunirse tan a menudo como sea posible a fin de orar y consultarse” (*El evangelismo*, p. 58).

Juntos, apoyándonos los unos a los otros, completar nuestra misión y estaremos preparados para ver el cumplimiento de la bienaventurada esperanza: la segunda venida de Jesús! ^{MA}

Comunicación eficaz

“No debemos transformar las iglesias en estudios de televisión, pero es necesario que concienticemos a nuestras congregaciones de que somos la extensión física de la iglesia de la televisión, de Internet y de la radio, así como esos medios son nuestra imagen y voz allí donde no podemos llegar”.

ENTREVISTA: Luís Henrique dos Santos,

por Wellington Barbosa, director de la revista *Ministerio Adventista*, edición de la CPB.

La Iglesia Adventista valora, desde sus albores, la importancia de la comunicación para el cumplimiento de su misión. Esto se hace evidente cuando se observa cuánto ha invertido nuestra iglesia en estrategias que incluyen la producción de literatura, programas de radio y televisión, y sitios de evangelismo. Así, estos esfuerzos apuntan no solamente a concientizar a las personas, sino también a conducirlos a una relación salvífica con Jesús, que se expresa por medio de la adhesión al cuerpo visible de Cristo, su iglesia. ¿Cómo integrar las iniciativas corporativas a la práctica de la iglesia local? En esta entrevista, el publicista Luís Henrique dos Santos comparte algunas ideas sobre el tema.

Nacido en San Pablo, Luís Henrique creció en un ambiente cristiano. Sus padres fueron docentes del Instituto Adventista San Pablo, actual UNASP, campus Hortolândia, donde hizo la Escuela Primaria. En 1997 comenzó a cursar Publicidad en la Escuela Superior de Propaganda y Marketing (ESPM). Posteriormente, se especializó en comunicación digital (Universidad de San Pablo); en docencia para la Enseñanza Superior (UNASP); en gestión estratégica de mercados; en comunicación corporativa y administración de crisis (ambas en la Fundación Getúlio Vargas); y en negocios internacionales (Universidad de California).

Aparte de estas especializaciones, realizó su Magíster en Comunicación en la ESPM.

Actualmente, es socio-director de *Synergic Comunicação Corporativa* [Comunicación Corporativa Sinérgica], una agencia que atiende clientes multinacionales y diversas instituciones adventistas. Además, es coordinador del curso de Comunicación Social de UNASP, campus Hortolândia, y coordinador de las especializaciones en Liderazgo para el Ministerio de Publicaciones, Comunicación Eclesial y Estudio de las Nuevas Generaciones, promovido por la División Sudamericana de la Iglesia Adventista.

Como miembro de la iglesia de UNASP, fue diácono; director de Conquistadores; profesor de Escuela Sabática de Primarios; Adolescentes y Jóvenes; y director de Comunicación. En los últimos años, fue primer anciano de esta iglesia.

Desde el año 2000 está casado con Gláucia, con quien tiene dos hijos, Eduardo, de 13 años, y Felipe, de 8 años.

¿Qué evaluación realiza usted del uso que hacen las iglesias locales de las herramientas de comunicación?

El involucramiento voluntario de los miembros en la Iglesia Adventista es parte de su cultura desde sus inicios. Esa característica no se aplica solamente a las actividades



misioneras directas, sino a todas las áreas de trabajo que la iglesia promueve. De hecho, uno de los énfasis quinquenales de la División Sudamericana es el descubrimiento y el desarrollo de dones en favor del ministerio y de la misión por parte de los miembros. Así, la comunicación, entre otras actividades de la iglesia local, es ejecutada, la mayoría de las veces, por voluntarios que tienen afinidad con el tema, pero no necesariamente formación profesional. Eso no es un problema, si la iglesia sabe cómo proporcionar las mejores oportunidades de crecimiento mientras tiene cuidado con las vulnerabilidades derivadas de la falta de experiencia profesional.

Por lo tanto, podemos organizar la comunicación en la iglesia, entendida como una actividad voluntaria, en dos áreas: la comunicación con los miembros y la comunicación con el público externo.

Acerca de la comunicación interna, veo que las personas se están dando cuenta de que los anuncios públicos son cada vez más insuficientes y poco eficaces, y

ocupan una significativa cantidad de tiempo que, hoy, es el activo más importante de nuestra sociedad. En consecuencia, cada vez más, se utilizan nuevas alternativas de comunicación en grupos específicos. Esta segmentación de públicos está completamente alineada con más altos estándares de eficiencia en la comunicación profesional.

En cuanto a la comunicación externa, la mayor parte de las comunicaciones referidas a programaciones oficiales de la Iglesia Adventista, como *Impacto Esperanza*, ya vienen elaboradas desde las Uniones o incluso desde la División. Lo que les toca a las iglesias locales es lograr que estos programas sean eficaces, haciendo una buena distribución en la comunidad local. Veo que las congregaciones se han esforzado en hacer un buen papel, ejecutando con dedicación las estrategias propuestas para estas ocasiones, las cuales no darían resultado si no fuese por las personas.

Queda aún otro espacio de comunicación con el público externo, que es la iniciativa local. Aquí nos encontramos con una realidad a la que tenemos que prestarle atención: cualquier persona puede hoy producir contenidos y publicarlos. Antes, todas las acciones comunicacionales precisaban el apoyo del ministerio de Comunicación. Hoy, sin embargo, cualquier ministerio crea sus propias comunidades, tiene sus propios perfiles en las redes sociales, sus propias listas de distribución y, a veces, hasta identidades visuales propias. Hay algo de maravilloso en esto, encantador para un profesional de la comunicación. Sin embargo, esta libertad es motivo de atención ininterrumpida, porque se ha vuelto imposible tener control absoluto de los contenidos que salen en nombre de la iglesia.

En términos generales, hay puntos a los cuales tenemos que prestar atención, pero la iglesia local, por medio de sus miembros, ha venido ampliando cada vez más la eficiencia de la comunicación adventista.

¿De qué manera la comunicación puede contribuir a promover un mayor involucramiento de los miembros en la misión de la iglesia?

Alvin Toffler, en su libro *A Terceira Onda* [La tercera onda], propone un neologismo para una de las funciones de las personas en la sociedad posmoderna: *prosumidores*. Es decir, las personas son, al mismo tiempo, productores y consumidores de información, productos, servicios, ideologías e ideas.

Curiosamente, Santiago, hace casi dos mil años, dijo que no podemos ser solamente oidores, sino hacedores del evangelio de Cristo (Sant. 1:22).

Las herramientas de comunicación de la posmodernidad, afinadas para los *prosumidores*, permiten que cualquier persona en la iglesia a la que le guste hablar, escribir, o que tenga una historia de vida para contar, pueda hacer uso de estas herramientas fácilmente, y se convierta en un potencial evangelista, aunque fuera para un pequeño grupo de amigos en las redes sociales.

Por otro lado, incluso aquellos que no producen contenidos de divulgación en redes sociales pasan a estar involucrados en este proceso cada vez que participan en un espacio presencial de una estrategia global de comunicación. Las invitaciones hechas por el canal Nuevo Tiempo para que las personas visiten las iglesias, por ejemplo, se hacen efectivas recién cuando los invitados llegan y son recibidos por los miembros. Cada miembro que recibe a un visitante pasa a ser un elemento importante en este fenómeno de la comunicación. En este aspecto, todos nosotros somos parte de los esfuerzos comunicacionales que la Iglesia Adventista viene promoviendo con creciente énfasis.

¿Qué habilidades deben desarrollarse en un equipo de comunicación de la iglesia local?

Me gustaría destacar cuatro habilidades esenciales. En primer lugar, *espíritu de servicio*. La comunicación en la iglesia siempre funcionará con el trabajo de otros. Es inherente a la comunicación el ser una actividad de soporte, y eso está completamente alineado con el espíritu de servicio que Cristo nos invita a adoptar.

Además, menciono el *aprendizaje continuo*. Con la velocidad del surgimiento de las nuevas tecnologías y herramientas, a quien trabaja en comunicación le tiene que gustar estudiar, actualizarse y mantenerse informado.

A su vez, es necesario ser *organizado*. Ninguna actividad de comunicación es de realización inmediata. La comunicación es la materialización de un proceso de planificación, depuración, construcción creativa, distribución de tareas, revisiones, etc. Sin organización, todo este proceso se desestructura, y el resultado es una comunicación confusa.

Finalmente, el *espíritu misionero*. La comunicación en la iglesia tiene que resultar, siempre, en personas que están más cerca de Cristo. Es muy gratificante haber escrito un buen material o recibir elogios por una buena presentación, pero nada puede ser más importante que colocar la comunicación al servicio de la misión. Elena de White declaró que los esfuerzos de la iglesia deberían tener un único propósito al cual todos los demás deberían estar subordinados: el evangelismo. Esto también es válido para la comunicación.

Todas las demás capacidades pueden ser desarrolladas, copiadas, tercerizadas o sustituidas. Pero sin estas cuatro habilidades, un equipo de comunicación local estará incompleto.

Muchas personas conocen el evangelio a través de los medios de comunicación, pero enfrentan dificultades para integrarse en una congregación local. ¿Qué cuidados debe tener la iglesia para hacer de puente entre el ambiente virtual y la comunidad real?

Actualmente, ese es uno de los temas más sensibles para la Iglesia Adventista. El éxito y el alcance, en especial del canal Nuevo Tiempo y de los productos de Internet como los sitios de los programas de televisión, películas y series, ayudaron a crear una imagen de la iglesia que no existía antes para la mayoría de las personas. Hoy, nuestra imagen es formada, para millones de personas, por los mejores presentadores, por programas planificados y producidos especialmente para cada tipo de público, que llegan a esas personas que están en la comodidad de sus casas, mirando la programación cuando les conviene, en un ambiente en el que se sienten motivadas y seguras. Cuando esas personas, tocadas por el Espíritu Santo, aceptan la invitación de ir, por primera vez, a una congregación local, ¿con qué impresión se quedan al comparar la promesa hecha por la televisión con la realidad del contacto personal?

Nosotros, los de la iglesia local, somos la concreción o no de la promesa, hecha a esas personas, de que serán bien recibidas y aceptadas, que tendrán contacto con el mismo contenido y el mismo mensaje que están teniendo en la televisión. Por la experiencia podemos confirmar que hay dificultades de integración, porque la entrega es muy diferente a la expectativa.

Obviamente, no debemos transformar las iglesias en estudios de televisión, pero

es necesario que concienticemos a nuestras congregaciones de que somos la extensión física de la iglesia de la televisión, de Internet y de la radio, así como esos medios son nuestra imagen y voz allí donde no podemos llegar. Como dijo Pablo, son miembros con funciones distintas, pero formando un solo cuerpo, teniendo a Cristo como cabeza.

A mi entender, un paso muy simple para superar la barrera de la integración es compartir claramente esta situación con la congregación. También, explicitar cuáles serán las expectativas de un visitante, considerando todo lo que pueda haber oído en

Aunque las teorías sociológicas de la comunicación de inicios del siglo XX, que decían que cualquier mensaje transmitido será recibido y absorbido por el espectador, hayan sido deconstruidas, es evidente que la influencia de los medios, considerando los filtros sociales, es mayor de lo que alguna vez haya sido en cualquier otro momento de la historia.

En esta sociedad mediatizada al extremo, destacaría como las mayores dificultades para la iglesia: (1) la secularización de temas que se alejan cada vez más del ideal cristiano como, por ejemplo, el modelo de familia;

tos riesgos, promover una efectiva educación crítica y, especialmente, incentivar ininterrumpidamente la relación directa, personal y cada vez más cercana con Cristo. Su Espíritu da discernimiento, serenidad y convicción moral para hacer elecciones. Todos deberíamos, desde pequeños, acostumbrarnos a la idea de que él es la única respuesta definitiva para los desafíos espirituales.

¿Cuál debe ser el papel del pastor en la formación de una iglesia que se comuniquen de manera eficaz, tanto interna como externamente?



los medios adventistas en relación con la iglesia. Finalmente, si de modo deliberado y claro propusiésemos ideas adecuadas a fin de que la iglesia se prepare para recibir a los nuevos miembros, oriundos de una experiencia mediática, la integración sería más fácil.

A medida que la sociedad se vuelve cada vez más mediatizada, ¿cuáles son las dificultades que suele enfrentar la iglesia? ¿Cómo puede superarlas?

La sociedad posmoderna plasma en los medios la parte visible de su espíritu y de su salud emocional. Mientras que las herramientas y los recursos son cada vez más accesibles y múltiples, lo cual potencia nuestro trabajo de predicación del evangelio, los contenidos están cada vez más desasociados de los valores esenciales de la vida cristiana.

(2) la necesidad de una “espectacularización” vacía de la experiencia religiosa, ya que lo que se mira o lo que se consume, lo que se oye y lo que se ve está producido en niveles cada vez más complejos (no hay nada de malo en producir nuestros programas según patrones de calidad cada vez más altos; de lo que hablo aquí el espectáculo como entretenimiento autoindulgente, dirigido a atender el gusto personal); y (3) la impresión engañosa de que el contenido religioso consumido profusamente en los medios es suficiente para una experiencia cristiana genuina y completa, ocultando la importancia de convivir en una comunidad de fe y de interacción interpersonal.

No creo que sea posible un contraataque macizo a esta onda sociológica. Es el espíritu de nuestro tiempo, no solamente una agenda de uno u otro grupo de medios.

Así y todo, como iglesia, debemos hablar abiertamente a nuestros miembros sobre es-

El pastor es el gran incentivador para lograr que los recursos de comunicación y las oportunidades de trabajo con los medios sean aprovechados en todos los aspectos, y de manera equilibrada y responsable. Es suya la oportunidad de identificar personas con talentos para la comunicación, y motivarlas a que dediquen su don natural para la misión, por medio del trabajo voluntario y la capacitación constante.

El pastor no debe ser un censor, sino un consejero de su equipo de comunicación, recordándole constantemente su misión y su recompensa. Actuando así, no habrá preocupaciones con el contenido, pues el equilibrio será natural, no impuesto.

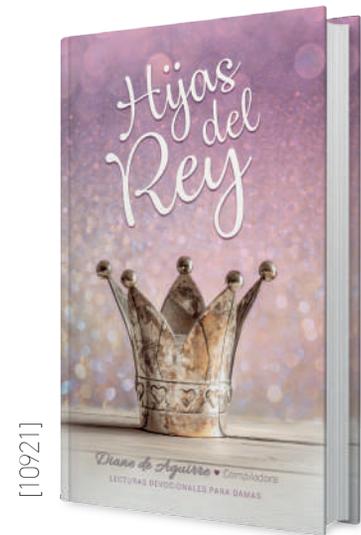
Finalmente, el pastor debe fomentar un ambiente de respeto mutuo, y de valorización de las iniciativas de comunicación que tengan como objetivos mejorar relaciones, y aproximar a las personas entre sí y hacia Dios.^{MA}

LECTURAS DEVOCIONALES

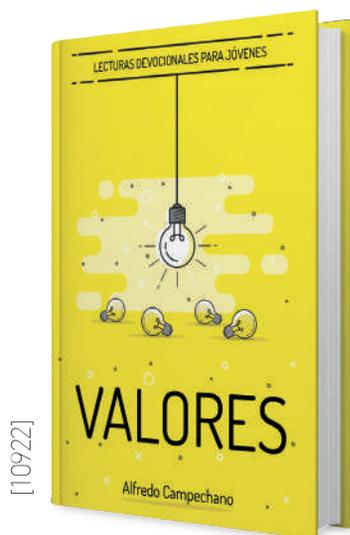
ADULTOS



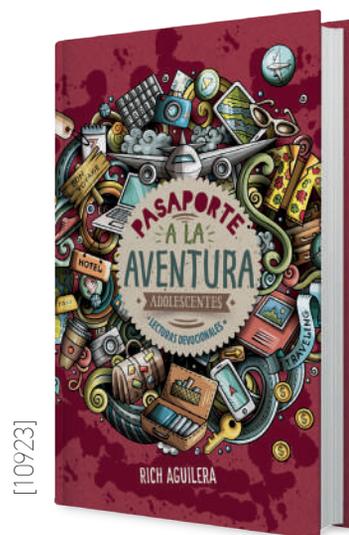
DAMAS



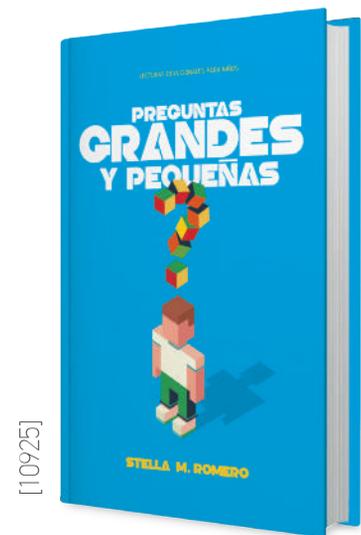
JÓVENES



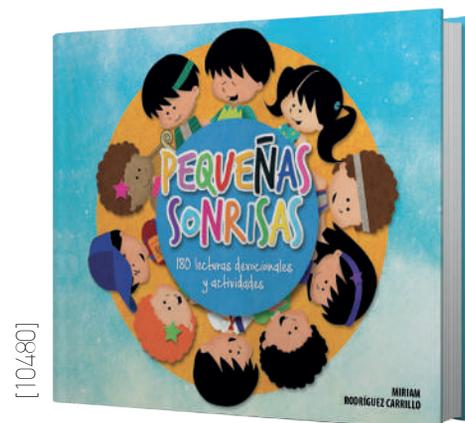
ADOLESCENTES



NIÑOS



NIÑOS PEQUEÑOS



“Toda la Escritura es inspirada por Dios y útil para enseñar, para reprender, para corregir y para instruir en la justicia, a fin de que el siervo de Dios esté enteramente capacitado para toda buena obra”.

2 Timoteo 3:16, 17, NVI.



Rafael Rossi,
director de Comunicación para la
Iglesia Adventista en América del Sur.

De lo virtual a lo real

La comunicación digital se ha convertido en la columna vertebral de la vida moderna, materializándose en una sociedad que se muestra cada vez más integrada. El impacto puede percibirse de modo natural, aún más cuando consideramos las nuevas generaciones que están creciendo en este mundo globalizado. La simplicidad y la practicidad del uso del teléfono celular permean las relaciones, el tiempo, y la administración de la vida personal y profesional; facilitan el acceso a un volumen incalculable de informaciones y distracciones; y cambian la formación académica y la forma de consumir entretenimiento.

Algunos pensadores de la comunicación prevén que, en un futuro próximo, vendrán más cambios, dentro de un proceso de desarrollo de nuevas herramientas. “Siendo que la comunicación eficiente es una característica fundamental de la raza humana, la transformación de la comunicación afecta todos los niveles de la vida y, tal vez, con el tiempo, lleve a cambios en nuestras conexiones cerebrales”.¹

La tecnología –tanto el proceso como el resultado–, así como las redes de comunicación que son administradas de modo personal, moldea el proceso de movilización y, consecuentemente, el de cambio social. El ascenso de las redes de comunicación digital como forma principal de interacción humana crea una nueva estructura social en el centro de la composición de la sociedad en red, en la se están formando los movimientos sociales del siglo XXI.

Impacto social

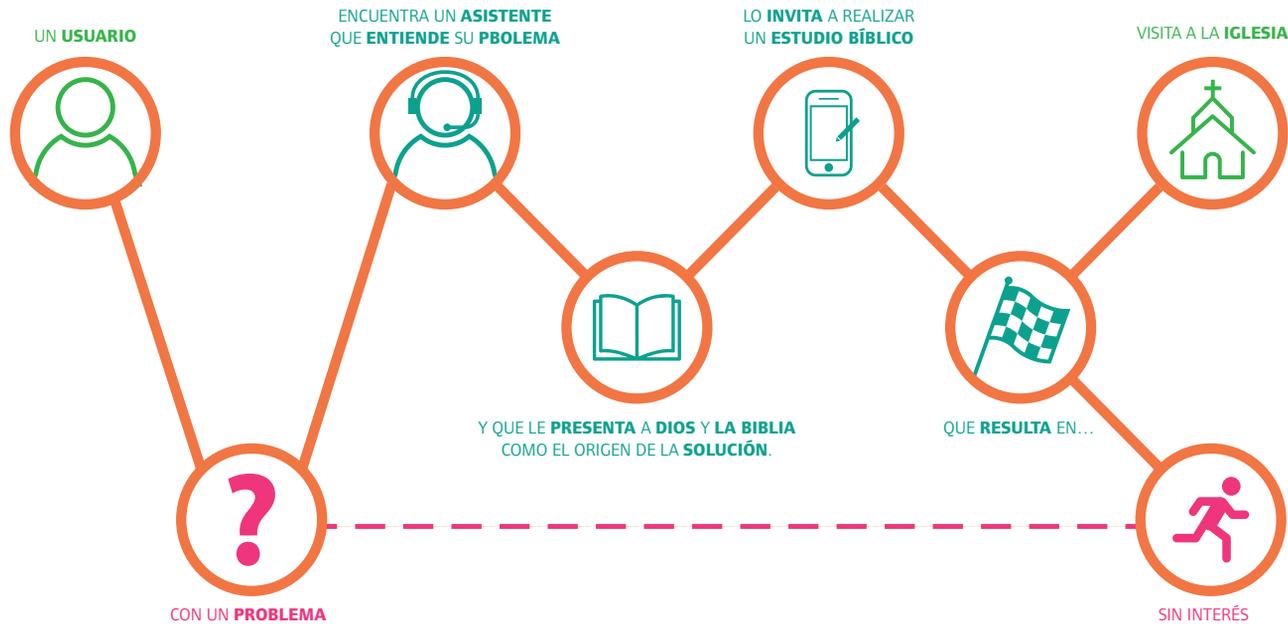
En 2008, con la elección de Barack Obama como presidente de los Estados Unidos, muchos especialistas en tecnología señalaron que su gran triunfo se debió a que consiguió atraer a los electores jóvenes, pues supo de qué modo conquistarlos e involucrarlos en su campaña. Su ascenso, así como el uso de la comunicación digital durante sus ocho años de mandato, se volvieron objeto de varios estudios.

“La transformación más importante en la comunicación en los últimos años fue la transición desde los medios masivos hacia la intercomunicación individual, proceso de comunicación interactiva que también tiene potencial para alcanzar una audiencia masiva, en la cual la producción del mensaje es autogenerada, la recuperación del mensaje es autodirigida, y la recepción y la recombinación del contenido oriundo de las redes de comunicación electrónicas son autoseleccionadas”.²

El propio Obama explicó el uso estratégico de la comunicación en ese momento de cambio: “La tecnología y las redes sociales permiten hoy gestionar una campaña presidencial del mismo modo que gestioné mi primera elección, para el comité escolar, hace veinte años: barrio a barrio, hablando con alguien aquí, pidiendo a otro que hable con un amigo allí. Esto va a cambiar, para siempre, la forma en que se hacen las campañas”.³

Necesidad de adaptación

A medida que Internet se expande para convertirse en el principal medio de comunicación de la era digital, ocurre el fenómeno en el que los medios convencionales también se amoldan a las plataformas móviles de comunicación.



La tecnología de las redes digitales permite que personas y organizaciones gestionen su propio contenido y alcancen públicos específicos. Esto no significa una sustitución de medios, sino una acomodación que abre nuevos mercados, especialmente con las nuevas generaciones. Así, redes horizontales y las formas tradicionales de comunicación lineal, como la televisión, la radio y los medios impresos, están cada vez más mezclados, y forman un sistema de comunicación híbrido que utiliza la flexibilidad de la tecnología para distribuir y entregar su contenido al mayor número de personas posible.

Además, las posibilidades también se multiplicaron con el avance y la popularización de la comunicación digital móvil. La principal característica de esta comunicación sin cables no es tan solo la movilidad, sino la conectividad continua, por medio de la promoción de planes de conexión económicos que expanden el acceso a las informaciones en los medios digitales.

Ante los avances tecnológicos, las alteraciones de comportamiento y los cambios de forma de los medios de comunicación, la Iglesia Adventista en Sudamérica ha procurado adaptarse a los nuevos tiempos para aprovechar al máximo las oportunidades de evangelismo que surgen. Esta adecuación no está relacionada solamente con las nuevas

herramientas, sino que lidia también con los nuevos patrones de conducta advenidos con las nuevas tecnologías.

Red de personas

Internet no puede ser vista tan solo como una red de computadoras, pues es mucho más que eso. Es una red de personas que usan computadoras, celulares o *tablets* para comunicarse unas con otras. Detrás de cada dispositivo hay una persona, y es con ella que buscamos contactarnos porque el objetivo de la iglesia es la predicación del evangelio a toda tribu, nación, lengua y pueblo. Debemos estar donde las personas están. En la comunicación digital, necesitamos una estrategia claramente definida y acciones claras de acuerdo con la necesidad de los usuarios, a fin de establecer un vínculo entre las personas y el mensaje bíblico.

Por eso, la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Sudamérica ha trabajado directamente en la atención a las personas en las redes de comunicación digital en todas las plataformas, abriéndose al diálogo, y ofreciendo oración intercesora, estudios bíblicos, respuestas a dudas bíblicas y consejería, todo dentro de un proceso pensado para crear una experiencia positiva. De este modo, cada usuario encuentra atendidas sus necesidades personales y espirituales.

Números interesantes

Los números justifican la necesidad de una atención digital especializada. En primer lugar, porque la Iglesia Adventista, por medio de todas sus instituciones, posee más de 15 millones de seguidores en Facebook y, en el último año, tuvo un aumento del 44 % en seguidores en Instagram y un 75 % en YouTube.

Además, cada año la iglesia ha aumentado el número de iniciativas digitales (sitios, aplicaciones, redes sociales, etc.), y ha despertado, de este modo, un gran número de interesados en saber más sobre el mensaje bíblico. Entre ellos, se encuentran exadventistas y simpatizantes de la Iglesia Adventista que aún no se sienten cómodos en buscar una congregación local.

Finalmente, la expansión del acceso a Internet demuestra el tamaño del campo misionero virtual que tenemos ante nosotros. Actualmente, el 51 % de la población mundial tiene acceso a la red. En el Brasil, cerca del 65 % de la población se comunica por WhatsApp, lo que resulta en 120 millones de usuarios aproximadamente. Utilizando esta plataforma, la Iglesia Adventista está entregando contenidos misioneros y, así, ampliando el contacto con las personas. Las ventajas de la interacción son muchas. Entre ellas, las principales son:

Foco en las necesidades del internauta y segmentación de contenido. Utilizamos

distintos abordajes para responder a cada tipo de público. Estas iniciativas son puestas a disposición semanalmente por medio de *lives* vía Facebook (<https://www.facebook.com/adventistasbrasiloficial>), YouTube e Instagram, o por el portal de videos Feliz 7 Play

la persona es recibida en una de nuestras iglesias, de tal modo que la relación digital se convierte en una relación presencial.

El siguiente mapa ilustra este flujo de seguimiento:



(www.feliz7play.com), donde se encuentran disponibles series, música, sermones y películas con contenido cristiano para niños, jóvenes y adultos.

Relaciones individualizadas y de largo plazo. Mantenemos contacto con las personas semanalmente y enviamos contenidos relacionados con las profecías, la familia, la salud, estudios bíblicos, consejería y crecimiento espiritual. Esto se concreta con un equipo de profesionales.

Nutrición constante y automática. Por medio de un robot, Esperanza, enviamos contenidos relevantes y de manera automatizada, atendiendo a los usuarios por medio de la inteligencia artificial y guiándolos a los materiales de su mayor interés, en el momento que los desee o necesite.

Atención misionera

El gráfico que aparece a continuación refleja el flujo de seguimiento que es utilizado en los canales de la Iglesia Adventista:

El proceso se inicia con la producción de contenidos que captan la atención de un número considerable de personas. Cada material publicado o transmitido tiene por objeto una interacción intencional para abrir un canal de diálogo, que lleva al segundo paso: la relación. Al estrechar la relación, se sugiere la realización en un estudio bíblico y, luego, una atención personal por alguien designado por la iglesia más próxima al internauta. De este modo, el fin del proceso ocurre cuando

Perspectivas a futuro

¿Qué posibilidades se abren con todo esto? ¿Por qué la Iglesia Adventista seguirá invirtiendo en esta estrategia? Los siguientes puntos justifican las iniciativas de la iglesia:

Personalización. La personalización trata a la persona como un ser único, considerando su necesidad presente. De este modo, se espera que el usuario alcanzado logre solucionar sus dudas, solicitar aclaraciones o incluso encontrar más contenidos que aborden el mismo tema.

Atención. El usuario es atendido en la plataforma a la que está acostumbrado; es decir, sin necesidad de que cambie de plataforma virtual.

Conocimiento. El contenido es estratégicamente producido de acuerdo con las preguntas realizadas por los usuarios y

sus intereses.

Relaciones. La amistad con el usuario tiene por objetivo llevarlo a ver en la iglesia un punto de apoyo y auxilio constante, más allá de su necesidad inmediata.

Rapidez. Es posible atender a la persona en el momento en que tenga disponibilidad o cuando surge la necesidad.

Automatización. Por medio de la inteligencia artificial, es posible enviar sistemáticamente estudios bíblicos y otros materiales, según la publicación de nuevos contenidos en los canales oficiales.

Convergencia. Siendo que en el mundo digital no existen barreras geográficas, las iniciativas de evangelismo de cualquier región se potencian para alcanzar a las personas que están en las redes, sin importar dónde vivan.

El futuro es ahora. Las nuevas iniciativas son confirmadas por la voz profética. Elena de White escribió: “En esta obra se utilizarán algunos métodos que serán diferentes de los empleados en el pasado, pero que ninguna persona, a causa de esto, bloquee el camino mediante la crítica”.⁴ Así, la Iglesia Adventista avanza con seguridad, haciendo de la revolución digital una oportunidad para revolucionar la predicación del evangelio. **MA**

Referencias

¹ Manuel Castells, *O Poder da Comunicação* (San Pablo: Paz e Terra, 2013), p. 35.

² *Ibid.*, p. 29.

³ Alexandre Soares, “Números e tecnologia: O segredo da vitória de Obama”. Disponible en <https://veja.abril.com.br/mundo/numeros-e-tecnologia-o-segredo-da-vitoria-de-obama/>.

⁴ Elena de White, *El evangelismo* (Florida, Bs. As.: Asociación Casa Editora Sudamericana, 1994), p. 105.

Cada año, la iglesia ha aumentado el número de iniciativas digitales (sitios, aplicaciones, redes sociales, etc.), y ha despertado, de este modo, un gran número de interesados en saber más sobre el mensaje bíblico.



Culto sobresaliente

Cómo proporcionar a los adoradores una experiencia positiva en la iglesia.

Fábio Bergamo,
docente en el área de Marketing,
Estrategia y Tecnología en la UNASP.

Imagine la siguiente situación: sábado por la mañana, cerca de las 9:00, mientras los líderes ajustan los últimos detalles de la programación, se acerca a una pareja. “¿Esta es la iglesia del canal Nuevo Tiempo?”, preguntan. Acto seguido, comentan que aprecian la programación y aprenden mucho con las diversas predicaciones que ven por televisión e Internet.

Esto ha ocurrido con frecuencia en América del Sur. Muchas personas han sido atraídas a congregaciones adventistas en días de culto, principalmente los sábados. Por más que se tenga un buen ministerio de recepción, las observaciones referentes

a la calidad del sermón, la organización de la Escuela Sabática, la irreverencia de los miembros, el ruido durante la programación y la falta de un ambiente confortable, entre otras cuestiones, acongojan a los líderes cuando reciben a los invitados. Esto ocurre especialmente cuando estos últimos no conocen la experiencia del culto en una iglesia.

La experiencia en la iglesia, en el momento de la adoración, es un complemento importante de la experiencia personal de cada miembro. El Nuevo Testamento trata sobre este asunto de forma recurrente, como cuando Pablo enfatiza, en algunas de sus epístolas, puntos esencialmente doxológicos o relacionados con la convivencia cristiana. Este fue un tema importante también en los escritos de Elena de White, pionera de la Iglesia Adventista. En los inicios del movimiento, los miembros venían de las más

variadas confesiones religiosas, cada una con ideas distintas sobre la adoración y la organización, y necesitaban una referencia con relación a presentar un culto racional, organizado, reverente y que alcanzase los objetivos reales de adoración a Dios.

La importancia de la experiencia

En 1992, Gerhard Schulze alertó acerca de un cambio en el modo de comportamiento de la sociedad moderna ante las relaciones humanas, de consumo y profesionales, entre otras. Él acuñó el término *erlebnisgesellschaft*, o sociedad de la experiencia vivida¹ para indicar una especie de supremacía de la satisfacción inmediata tanto en la experiencia vivida (o en las vivencias que los individuos experimentan) como en sus decisiones y percepciones cotidianas, siendo este un punto importante en la forma de estructuración de la sociedad moder-

na. Desde entonces, diversos científicos e investigadores pasaron a estudiar este fenómeno, que ha influido decisiones en los más variados ámbitos de la vida.

Las bases para una comprensión cabal de la sociedad experiencial² deben abordarse a partir de las siguientes proposiciones:

a) *La personalización masiva es el camino.* El público pequeño, individualizado, es el gran foco de la sociedad de la experiencia. La individualización de los resultados es un punto importante. Aun en acciones públicas, dirigidas a una comunidad o público específico, la satisfacción individual debe ser considerada.

b) *Las actividades son "teatrales".* La expresión "teatral" no debe confundirse con un espacio de actuación orientado a la simulación. Cuando se habla del aspecto teatral, se alude al itinerario, al enfoque en la belleza y en los papeles bien definidos de los individuos, para un público que valora "ver" algo bien organizado y estructurado.

c) *La autenticidad es la nueva escala de la sensibilidad.* Las personas naturalmente consideran dos preguntas ante una experiencia: a) ¿es real y verdadero lo que se está presentando?; y b) ¿es lo que se está ofreciendo realmente lo que dice ser?

d) *La experiencia como foco.* Para la "venta" de algún producto, el foco ha sido reemplazado. Sale de escena lo "que el producto hace", y se introduce "la experiencia alrededor de lo que el producto hace".

e) *La carga es retirada del público.* Si antes el pastel de cumpleaños -símbolo importante de la celebración- era hecho por la madre del niño, hoy los padres prefieren contratar un salón de eventos y hacer que la fiesta tenga una experiencia mucho más completa.

La gestión de la experiencia ha adquirido robustez teórica y práctica dentro de los estudios de administración y marketing. La preocupación por entender cómo se procesa la experiencia de una persona en su contacto con una empresa/producto/servicio/tienda, y cómo ella reacciona a esta experiencia, ha sido tema de estudios, cada vez más profundos, de sociología, psicología y antropología del consumo. Su foco está en comprender cómo este concepto puede ser mejor decodificado por las marcas, a fin de que el recurso más importante de una persona sea dedicado a ellas: la atención. De hecho, la atención plena del individuo

es el aspecto más importante de la sociedad experiencial. Saber cómo captarla es una ciencia basada en la experiencia de ese mismo individuo.³

En este compuesto de nuevos conceptos sociológicos se encuentra la religión. En su concepto tradicional, el papel de la asistencia al templo es preponderante para la supervivencia de las confesiones religiosas. Surgen, entonces, cuestionamientos ligados a cómo la Iglesia Adventista se posiciona ante esta sociedad basada en la búsqueda de la atención de los individuos y en la construcción de experiencias que marcan.

Experiencia positiva en la iglesia

Imagínese que la pareja de visitantes mencionada al principio de este artículo no se ha sentido a gusto en el culto del que participaron esa mañana. En ese caso, probablemente pasaron a formar parte de una estadística bastante preocupante: el 91 % de aquellos que tienen una mala experiencia, simplemente se van y no vuelven más.⁴ Además, aquellos que tienen una experiencia negativa esparcen sus percepciones y alcanzan, en promedio, a 16 personas de su círculo cercano de amistades.⁵

Datos como estos muestran que la cuestión de la experiencia también debe tenerse

de Cristo en nuestro favor. Esta debe ser la pauta de todo evento que se realice en la iglesia. Al ubicar este objetivo al frente de cualquier programación, su contexto quedará bien definido, y la reverencia con alegría será un resultado natural. A partir de allí, se puede comenzar la construcción de una experiencia positiva, que sirva de base para que la adoración sea plena, agradable y racional.

Ambiente físico

Ninguna experiencia será 100 % positiva si no tiene un ambiente físico favorable. Un espacio atractivo, hermoso, limpio y confortable facilitará la adoración. Todo comienza en la fachada y el área externa del templo. Debe ser bonita, presentable y atractiva. El dicho popular que afirma que "la primera impresión es la que cuenta" es una verdad absoluta en lo que se refiere a la experiencia. Por eso, valore el aspecto externo, considerando cuestiones como pintura, diseño, espacio, limpieza, iluminación y jardines.

El papel del equipo de recepción también es importante. La mayoría de las veces, el primer contacto, también conocido como el momento de la verdad,⁷ es realizado por este valioso equipo. La empatía, la hospitali-

El papel del equipo de recepción también es importante. La mayoría de las veces, el primer contacto, también conocido como el momento de la verdad, es realizado por este valioso equipo.

dad, la asertividad y la voluntad de atender bien deben ser el foco del trabajo de los recepcionistas, yendo más allá de un mero cumplimiento. Ellos deben recibir a los invitados, así como velar para que el público en general se acomode y participe del culto satisfactoriamente.

En primer lugar, es importante tener en cuenta que "cada corazón que es iluminado por la gracia de Dios es constreñido a inclinarse con inexpresable gratitud y adoración delante del Redentor por su infinito sacrificio".⁶ Es decir, la experiencia debe basarse en la adoración, como resultado directo de la gratitud del ser humano por el sacrificio

de Cristo en nuestro favor. Esta debe ser la pauta de todo evento que se realice en la iglesia. Al ubicar este objetivo al frente de cualquier programación, su contexto quedará bien definido, y la reverencia con alegría será un resultado natural. A partir de allí, se puede comenzar la construcción de una experiencia positiva, que sirva de base para que la adoración sea plena, agradable y racional.

El área interna de la iglesia (nave, salas e instalaciones auxiliares) debe revisarse siempre a fin de verificar su limpieza y realizar mantenimiento preventivo. El espacio interior debe tener asientos cómodos y



bien distribuidos, y climatización adecuada. Estos elementos favorecen la calidad del culto y, por consiguiente, la reverencia de los miembros.

Dinámica del culto

Luego de que el miembro o el invitado se sienten bien recibidos y estén instalados de manera cómoda, vuelven completamente su atención al culto. El objetivo final de la programación debe ser una experiencia de adoración plena y, cuando el programa tiene problemas, no se puede alcanzar ese propósito.

El primer punto por considerar es el flujo. Este elemento es el más importante para la experiencia del público. Cómo fluye la programación va más allá de los componentes funcionales, de la liturgia en sí. Por lo tanto, deben considerarse algunos ítems:

a) Organización. Nada peor que una programación sin guion. El guion debe ser intuitivo. Que cada participación ocurra de forma orgánica y tenga sentido para las personas, sean participantes o no de aquel momento.

b) Lagunas. Una experiencia que sea bien recordada no puede tener lagunas. El

vacío que se siente en un programa en el que no se sabe lo que está sucediendo es perjudicial para la experiencia.

c) Puntualidad. “Las reuniones de junta y de oración no deben ser tediosas. Si es posible, todos deberían ser puntuales en llegar a la hora señalada; y si hay personas que no llegan a tiempo, que se atrasan una media hora o aun quince minutos, no se las debe esperar. Si hay solamente dos personas presentes, ellas pueden reclamar el cumplimiento de la promesa. La reunión debe empezar a la hora fijada, si es posible, haya presentes pocos o muchos”.⁸

d) Mensaje. Los predicadores deben ser elegidos con celo y criterio. Elena de White observó: “Nunca canséis a los oyentes con largos discursos. Esto no es sabio. Durante muchos años he estado insistiendo en este punto, tratando de que nuestros hermanos sermoneen menos, y dediquen su tiempo y su fuerza a hacer sencillos los puntos importantes de la verdad, pues todo punto será

motivo del asalto de nuestros oponentes. Todo el que esté relacionado con la obra debe mantener ideas lozanas [...], y con tacto y previsión haced todo lo que esté a vuestro alcance para interesar a vuestros oyentes”.⁹ Por lo tanto, el mensaje debe ser cristocéntrico, relevante y bíblico; pero simple, de fácil interpretación. Si no es así, no dará una experiencia significativa al público.

e) Música. La música no debe ser un fin en sí misma en el momento del culto, pues también es una forma de adoración. A veces, en el afán de darle relevancia, el programa se vuelve extenso y puede perder el sentido. La música debe ser utilizada con parsimonia, de forma competente e incentivando la participación de la audiencia.

Las horas del culto deben ser “sagradas y preciosas”.¹⁰ Los cultos no deben ser tediosos, largos e indiferentes, repletos de contenidos que apartan la mente de las personas del mensaje de salvación y de la “misma atmósfera del cielo”.¹¹ Esta atmósfera debe imperar en una experiencia de culto óptima.

La experiencia individual

No se puede descuidar el papel de las personas en una experiencia significativa.



Ya fue mencionada en este artículo la importancia del equipo de recepcionistas. Pero, la recepción no se puede realizar solo de la puerta hacia fuera. De hecho, es dentro de las dependencias de la iglesia que la experiencia se desarrolla y necesita ser acompañada. Todos deben entender que recibir bien a los participantes y ayudarlos son puntos indispensables de una experiencia plena. Elementos para tener en cuenta:

a) La reverencia es un factor importante para una buena experiencia en la iglesia. Un auditorio con exceso de conversaciones y distracciones impacta negativamente en la experiencia de los adoradores. Se debe orientar constantemente a la congregación en relación con este tema.

b) Las personas agradables generan un ambiente agradable. Todo cristiano debe saber que su comportamiento influye en la adoración de otras personas, principalmente de los invitados. Mostrarse amable, empático y preocupado por el bienestar de los demás es esencial para que las personas se sientan motivadas a estar en la iglesia.

c) La congregación tiene que demostrar un verdadero sentido de comunidad. Los miembros deben estar unidos y enfocados en el propósito principal de la iglesia en la Tierra: llevar el mensaje de salvación, siendo “sal” donde estuvieren. Esto hace que la experiencia individual sea aun más positiva, y la voluntad de participar en la iglesia sea mayor.

La comunicación en la iglesia

Es común que surjan cuestionamientos cuando empieza a pensarse o constituirse un enfoque centrado en la experiencia. El principal de ellos es: ¿De quién es la responsabilidad en este tema?

El pastor es el primer eslabón de esta cadena. A él le corresponde dar las directrices para una buena experiencia de culto y orientar a los miembros acerca del asunto. El pastor desinteresado en el tema irradiará su actitud a los líderes de la iglesia y, consecuentemente, a los demás miembros de la comunidad.

Dicho esto, en virtud de la rutina del trabajo ministerial, no siempre el pastor logra dedicar el tiempo necesario a los análisis y las acciones relativas al mejoramiento de la experiencia de culto de sus congregaciones. Por eso, él necesita el apoyo del departamento que tiene como misión “presentar una

imagen favorable de la Iglesia, su misión, vida y actividades”:¹² el departamento de Comunicación.

Es necesario expandir la visión de lo que esta rama de trabajo hace en la iglesia. Este equipo no debe actuar solo en el área de la información, sino también en el desarrollo de una experiencia positiva, cuyo punto culminante es compartir lo más precioso que tenemos: el mensaje de la salvación.

Por lo tanto, en el cumplimiento de su papel en la construcción de una experiencia de culto significativa, las responsabilidades del departamento de Comunicación local deben ser:

a) apoyar al pastor y a los líderes local en la motivación acerca del tema;

b) evaluar el estado actual de la experiencia propuesta por la iglesia;¹³

c) proponer mejoras y cambios, si es necesario;

d) supervisar la experiencia propuesta.

Este último punto reconoce el valor del trabajo de gestión de experiencia por parte de la dirección de Comunicación de la iglesia local. Se considera que, si ese departamento tiene como misión cuidar de la imagen congregacional, es de él también la responsabilidad de ser guardián de la buena experiencia de culto. Si la congregación proporciona una experiencia de adoración significativa, es más fácil comunicar los eventos y promover la iglesia en la comunidad en la que está inserta.

Conclusión

El tema de la experiencia positiva completa en el culto no es algo nuevo; sin embargo, necesita ser mejor implementado. Con varios micro-temas alineados y guiados por una gestión única y participativa (recepción, sonido, buen sermón, ambiente físico agradable, buena música, entre otros), la posibilidad de obtener una experiencia de culto positiva aumenta considerablemente.

Ante una sociedad que a menudo valora la experiencia por encima de las propias convicciones, la iglesia no puede privarse de entregar la mejor experiencia posible, considerando las expectativas de las personas. Para ello, entender al público que está a nuestro alrededor es un punto de partida importante en el proceso de pensamiento en una buena experiencia.

Al pensar en esto, la iglesia no descuidará

el orden necesario para el culto racional, al tiempo que proporcionará un momento único a todos los participantes. Una buena experiencia incluye formalidades litúrgicas, pero también promueve el compromiso de los participantes y la alegría de las personas. Al final, el objetivo de una buena experiencia es que todos, incluyendo la pareja del inicio de este artículo, hallen placer en decir: “...me alegré con los que me decían: A la casa de Jehová iremos” (Sal. 122:1). **MA**

Referencias

¹ Gerhard Schulze, *Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der gegenwart* (Berlín: Campus-Verlag, 1992).

² B. Joseph Pine II y J. H. Gilmore, “The experience economy: past, present and future”, en Jon Sundbo y Flemming Sørensen, *Handbook on the Experience Economy* (Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2013).

³ Thomas Davenport y John Beck, *A Economia da Atenção: Compreendendo o novo diferencial de valor dos negocios* (Río de Janeiro: Elsevier, 2001).

⁴ 1st Financial, “Are you undervaluing customer service?” Disponible en: www.1stfinancialtraining.com

⁵ Daniel Newman, “Customer experience is the future of marketing”, *Forbes*, 13/10/2015.

⁶ Elena de White, *En los lugares celestiales* (Florida, Bs. As.: Asociación Casa Editora Sudamericana [ACES], 1968), p. 16.

⁷ Momento de contacto entre alguien de la institución y su público. Fue popularizado por el creador del término, Jan Carlzon, que empoderó a los empleados de primera línea de su empresa aérea y recogió frutos interesantísimos en términos de vínculos y relaciones positivas. Ver Jan Carlzon, *Hora da Verdade* (San Pablo: Sextante, 2005).

⁸ Elena de White, *Consejos sobre la obra de la Escuela Sabática* (Florida, Bs. As.: ACES, 1992), p. 191.

⁹ Elena de White, *El evangelismo* (Florida, Bs. As.: ACES, 1994), p. 134.

¹⁰ Elena de White, *Testimonios para la iglesia*, t. 5 (Florida, Bs. As.: ACES, 1998), p. 607.

¹¹ Elena de White, *Joyas de los testimonios* (Florida, Bs. As.: ACES, 2004), t. 2, p. 252.

¹² Departamento de Comunicación, “Sobre nosotros”. Disponible en: www.adventistas.org/es/comunicacion/pagina-ejemplo/

¹³ Puede encontrar una lista de verificación en: <https://goo.gl/LkznG3>.



Cibercultura y sociedad

Notas para una reflexión acerca de las tecnologías en la contemporaneidad.

Tales Tomaz,
docente en UNASP,
Engenheiro Coelho, Brasil.

Es habitual decir que una característica que define a las sociedades desarrolladas es la presencia de las tecnologías digitales. Sin embargo, qué significan esas tecnologías para la humanidad es todavía una cuestión abierta. Una muestra de ello es que este momento histórico ya recibió los más diversos nombres, como sociedad posindustrial, era de la comunicación, sociedad posmoderna y era de la cibercultura, por mencionar los más consolidados, siendo

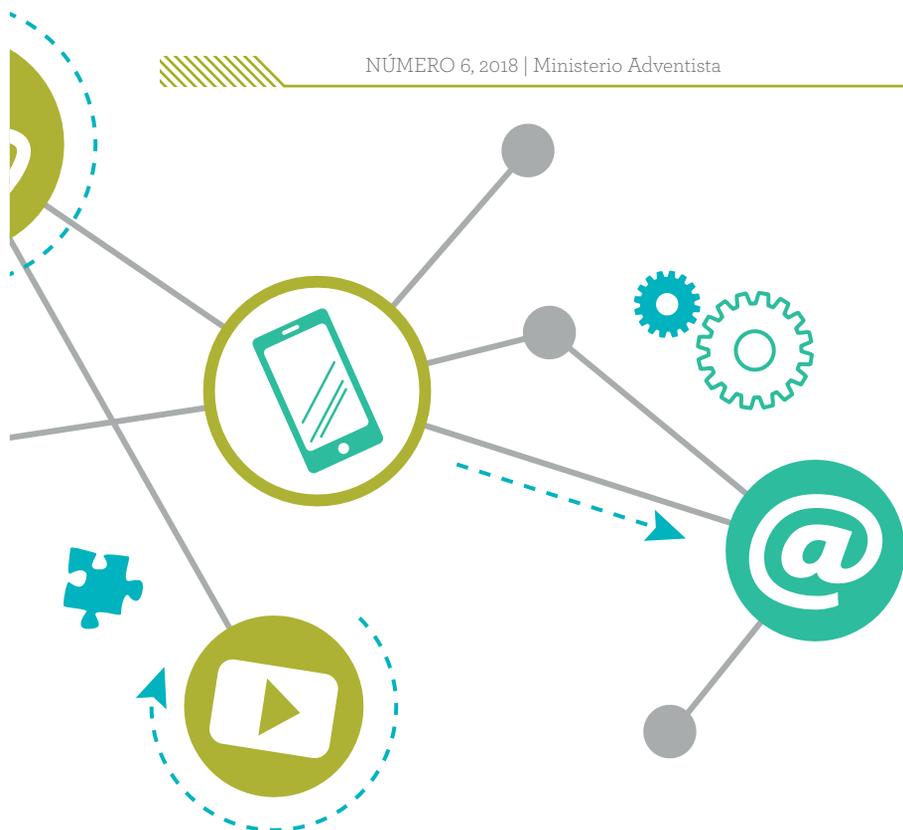
cada uno de ellos es una evidencia de énfasis distintos.

El abordaje más básico de este fenómeno es, claramente, recurrir al maniqueísmo incrustado en el pensamiento occidental y situar las tecnologías digitales en la dicotomía del bien contra el mal, diciendo que ellas son intrínsecamente buenas o malas. Otro abordaje muy común es decir que estas son neutras, o sea, que la cuestión está, en realidad, en la forma de utilizarlas. En este texto, discuto brevemente las tecnologías contemporáneas y su inserción en la sociedad a partir de otros puntos de vista.

Las tecnologías digitales abren, para sus usuarios, posibilidades de autonomía que hasta entonces eran impensables en la

trayectoria de la humanidad. Huelga mencionar la cantidad de cosas que ahora se pueden hacer más fácilmente por medio de las tecnologías digitales, sin depender de intermediarios. Esta constatación, a veces, suscita la impresión de que esas tecnologías son en sí democratizantes y, por lo tanto, buenas. Es lo que defienden algunos reconocidos pensadores, como Domenico De Masi.¹ Según esta perspectiva, estas sociedades están retirando de las manos de las élites la primacía en el dominio de la sociedad. Hay quienes dicen, inclusive, que estamos entrando en una era “poscapitalista”.

Pero no es tan simple el tema. Veamos un ejemplo. Aunque la economía mundial todavía genera mayor facturación para las



empresas que actúan en otros sectores, las organizaciones que producen equipos o servicios digitales están escalando rápidamente en los *rankings*. En realidad, estas empresas ya se han convertido en las más grandes, considerando otros aspectos. Apple, Amazon, Microsoft, Google (bajo el nombre Alphabet) y Facebook son, actualmente, en ese orden, las cinco empresas con mayor valor de mercado del mundo.² Es decir, aunque queramos pensar que estas empresas nos están dando autonomía con sus productos, tienen un modelo de negocios que las beneficia económicamente aun más que a sus usuarios. Esto no parece exactamente una democracia, cuya premisa es que el poder sea distribuido de forma más igualitaria, dando más libertad a las personas.

De ahí la constatación de Krishan Kumar, para quien, “hasta ahora, por lo menos, [la sociedad tecnológica] es una sociedad proyectada, como las antiguas, por y para unos pocos: las ricas y poderosas clases, naciones y regiones del mundo. [...] Sus objetivos y efectos son rigurosamente definidos por los objetivos tradicionales de las élites políticas y económicas: expandir el poder del Estado, tanto contra sus propios ciudadanos como contra otras naciones; y aumentar la productividad y los beneficios de las empresas capitalistas, sobre todo a través de la creación de un mercado global integrado”.³

En este sentido, la sociedad tecnológica no es, en sí, una revolución. También fue forjada por élites políticas y económicas que obtienen grandes dividendos –en términos de poder– al tener al mundo organizado (tecnológicamente) como está.

Existe el argumento de que las tecnologías digitales están permitiendo, al menos, una gran producción y difusión de contenidos alternativos, al margen de lo que desean los centros de poder y los grandes conglomerados de medios. Sin embargo, los datos no son alentadores. La mayor parte de los contenidos a los que se accede en Internet proviene de los mismos grandes productores de medios que ya dominaban el mercado de la información anteriormente. En 2010, el 80 % de todo el tráfico de Internet mundial estaba concentrado en el 7 % de los sitios, y el 67 % de ellos eran controlados por corporaciones de medios anteriores a la existencia de la web. El cuadro no ha cambiado significativamente desde entonces.⁴

Esto no significa necesariamente negar que haya posibilidades liberadoras en las tecnologías digitales. Es verdad que la opción más común es usar productos y servicios de empresas que representan el pináculo del sistema vigente. Sin embargo, también hay posibilidades más descentralizadas, cuyos mayores ejemplos de éxito, tal vez, sean iniciativas como Wikipedia (en las que la

producción colectiva de conocimiento es pública, con gestión multilateral, en lugar de ser propiedad de un grupo de accionistas) y el *software* libre (cuyos códigos tampoco tienen “dueño”, pudiendo ser utilizados libremente por cualquier persona, como el sistema operativo Linux y la suite LibreOffice, que es una alternativa a *softwares* como Word, PowerPoint y Excel). Son soplos de una lógica realmente diferente.

Además, aunque las empresas de medios tradicionales todavía se vean más favorecidas en la economía de atención de Internet, es un hecho que existe una posibilidad mayor de distribuir y tener acceso a informaciones alternativas. Hay aquí un potencial que, como mínimo, necesita ser explorado. Es por estas y otras razones que no se puede decir, simplemente, que estas tecnologías son buenas o malas para la sociedad. Se debe analizar caso por caso y considerar sus potencialidades, pero también analizar los usos reales que las personas están haciendo. Sin embargo, conviene resaltar que es muy temprano –y faltan evidencias, en realidad– para decir que estas tecnologías contribuyen a una mayor democracia y más libertad. Esto indica que, si logramos transformar esta sociedad en un orden social mejor, eso vendrá no tanto por las tecnologías disponibles, sino por las elecciones políticas y sociales de los ciudadanos que la componen.

La cuestión, entonces, pasa a ser la siguiente: si las posibilidades de una vida mejor depende mucho más de los ciudadanos que de las tecnologías, ¿no podemos decir, entonces, que esas tecnologías son neutras? La gran pregunta ¿no es acerca de la forma en que usamos la tecnología?

Ciertamente, esta dimensión existe. Podemos utilizar tecnologías más democráticas, podemos decidir usarlas para estudiar (en vez de consumir material pornográfico, por ejemplo) y podemos optar por un uso más moderado, sin excesos. Estas son cosas que realmente podemos hacer. Sin embargo, hay un aspecto fundamental que escapa de nuestra elección. Se trata de la interferencia de esas tecnologías en nuestra noción de lo que es posible e imposible, en suma, *de lo que es real*.

Un ejemplo puede ilustrar este argumento. Si hace 518 años, Pedro Álvares Cabral, estando en suelo brasileño, hubiera aparecido en tiempo real al rey Manuel I, que aguardaba noticias en Lisboa, automáticamente habría sido interpretado como brujería. Como ese tipo de comunicación era considerado imposible, habría sido necesario explicar el hecho recurriendo a alguna otra dimensión de lo posible. La magia y la constante intervención de entes sobrenaturales eran consideradas más plausibles.

Hoy en día, esa posibilidad es la más banal. Con todo lo que vemos hacer a las tecnologías, nadie cuestiona la comunicación en tiempo real. Es decir, independientemente del uso de las tecnologías, nuestra concepción de lo que es posible e imposible ha cambiado, y eso está fuera de nuestra elección. Cuantas más posibilidades descubrimos al observar el desarrollo tecnológico, más somos invadidos por la percepción de que las cosas materiales y naturales son sustituibles por sistemas tecnológicos. En la comunicación en tiempo real, nuestra presencia se vuelve superflua –sustituible por textos, imágenes y sonidos transmitidos por una máquina–; y en el funcionamiento del cuerpo, descubrimos que incluso el corazón puede ser prescindible, pudiendo ser sustituido por máquinas sin grandes pérdidas para el mantenimiento de la vida.⁵

Poco a poco, vamos descubriendo, también, que una serie de otras funciones de la naturaleza pueden ser alteradas a medida que desarrollamos tecnologías digitales que permiten convertir sus acontecimientos en

informaciones. Todavía es fuerte el argumento de que los razonamientos, sentimientos y emociones jamás podrán ser sustituidos por códigos de computadora. Sin embargo, ya existen también varias investigaciones que han avanzado en esa dirección.⁶ La evolución de los sistemas de inteligencia artificial está haciendo que este asunto sea cada vez más controvertido, que haya menos consenso.

Al considerar hechos como estos, pensadores como Bruno Latour concluyen que no hay diferencia entre naturaleza y tecnología, lo que significa que todos los secretos de la realidad son accesibles para nosotros, si descubrimos la forma correcta de intervenir en ella.⁷ Aunque la acción humana se haya caracterizado históricamente por una intervención más o menos consciente en su entorno, hoy las tecnologías nos están dando una noción mucho más profunda de lo que es posible hacer.

Ante este cuadro, el lector podría sentirse perdido y preguntarse cuál sería la actitud correcta ante las tecnologías y su inserción en el mundo actual. Es una preocupación legítima. Una de las principales respuestas que se han dado al respecto es la tradicional “no-tiene-otro-modo”, que normalmente significa adherir a las circunstancias por completo. Sin embargo, una vez más, esta respuesta esconde cuestiones más complejas. Primero, según lo dicho arriba, hay adhesiones y usos distintos. Algunas elecciones tecnológicas pueden reforzar la centralización de poder en algunos pocos grupos, mientras que otras pueden favorecer una sociedad más democrática. Además, el “no-hay-otro-modo” esconde la existencia de una serie de estilos de vida alternativos. Hay muchas personas que rechazan el *smartphone* y optan por celulares tradicionales para no estar conectados todo el tiempo a Internet, evitar distracciones en el día a día, y dejar de entregar informaciones valiosas sobre sus patrones de uso y consumo. Y hay incluso alternativas más radicales, como la de la permacultura, que adopta un estilo de vida orientado hacia la comunidad local. Así, se reduce bastante la necesidad de tecnologías producidas en lugares distantes y del consiguiente consumo intensivo de energía, que contribuye al agotamiento de los recursos de la Tierra. Por lo tanto, es incorrecto decir: “no hay otro modo”. Todo depende del estilo de vida que queremos, con qué intereses estamos

alineados. Dependiendo de la respuesta, hay una serie de alternativas.

Paralelamente, en relación con la concepción de lo posible y lo imposible que la tecnología trae aparejada, la cosa es más complicada. Usar de una u otra forma estos dispositivos, o aun dejar de usarlos, no va a cambiar significativamente nuestra concepción sobre lo que es real. De cierta forma, somos “rehenes” de esta nueva perspectiva del mundo. ¿Qué podemos hacer en relación con ella? Tal vez, lo más importante es mantener las posibilidades abiertas. ¿Cuántas veces en la historia de la humanidad nuestros antepasados estuvieron convencidos de que tenían las explicaciones correctas para lo posible y lo imposible? Y ¿cuántas veces fueron sorprendidos por lo que vino después? Es lógico que ahora se haga más difícil porque, aparentemente, el desarrollo tecnológico se impone como una realidad inexorable, y hace que parezca que la única cuestión pendiente es cómo usarlo. Pero, si no sucumbimos al silencio y nos mantenemos haciendo preguntas, seguiremos abiertos a otras posibilidades. Entonces, lejos de ser una cuestión meramente práctica –la tradicional y poco reflexionada ansiedad del “cómo usar las tecnologías”–, la tecnología contemporánea es mucho más compleja e impone una agenda que, si se toma en serio, obliga a la reflexión detenidamente. La conclusión parece todavía distante en el horizonte. Por eso, más que nunca, es tiempo de pensar y preguntar. **MA**

Referencias:

¹ Domenico de Masi, *Criatividade e Grupos Criativos: Descoberta e invenção* (Rio de Janeiro: Sextante, 2005).

² Vea detalles, inclusive los valores de mercado, en <<https://goo.gl/oHs6r8>>.

³ Krishan Kumar, *Da Sociedade Pós-industrial à Pós-moderna: Novas teorias sobre o mundo contemporâneo* (Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006), p. 71.

⁴ Jonathan Hardy, *Critical Political Economy of the Media: An introduction* (Londres: Routledge, 2014).

⁵ Ver el tema “À espera de transplante, americano vive 555 dias sem coração”, en <http://g1.globo.com/bemestar/noticia/2016/06/a-espera-de-transplante-americano-vive-555-dias-sem-coracao.html>

⁶ Ver, por ejemplo, André Gorz, *O Imaterial: Conhecimento, valor e capital* (San Pablo: Annablume, 2005).

⁷ Bruno Latour, *Agency at the Time of the Anthropocene*. *New Literary History*, t. 45, n° 1, 2014.



Cuestión de creatividad

La obra prohibida en sábado y la edificación del Tabernáculo.

André Vasconcelos,
editor en la Casa Editora Brasileira.

Dios bendijo y santificó el séptimo día para establecer un parámetro que debía ser seguido por toda la humanidad, dado que el sábado es una alianza eterna para los hijos de Israel (Éxo. 31:16) y el punto de inclusión del “extranjero” en la alianza (Isa. 56:3-8). Aquí se puede notar que el cuarto Mandamiento (Éxo. 20:8-11) no es relevante solamente para un grupo étnico particular, sino para todos aquellos que están dispuestos a entrar en un pacto con el Señor.

Las peculiaridades de su observancia se vuelven, entonces, un factor importante sobre el cual discutir. En Éxodo 31:14, encontramos la siguiente declaración: “Así que guardaréis el día de reposo, porque santo es a vosotros; el que lo profanare, de cierto morirá; porque cualquiera que hiciere obra alguna en él, aquella persona será cortada de en medio de su pueblo”. A pesar de que algunas actividades prohibidas en el día sábado son mencionadas en el Antiguo Testamento, la Biblia no define la naturaleza de la obra referida en el texto citado. Entonces, ¿cómo es posible observar el Mandamiento sin entender lo que prohíbe? Hayim Halevy Donin observa que “cualquier ley, en cualquier sistema judicial, que es vaga y oscura, y que puede ser interpretada correctamente de diferentes formas, es inútil y no puede ser aplicada”.¹

Teniendo esto en cuenta, este artículo se propone responder la siguiente pregunta: ¿Cuál es la naturaleza de la obra (heb. *mela'khah*) prohibida en Éxodo 31:12 al 17? Para responder esta cuestión se hace necesario rastrear el uso del término *mela'khah* en el Antiguo Testamento, y también analizar la estructura del texto y las principales palabras de la perícopa.

Mela'khah en el Antiguo Testamento

La palabra *mela'khah* es un sustantivo femenino singular derivado de la raíz *l'kh* y puede ser traducida como: obra, negocio o labor.² Aunque la raíz *l'kh* no aparezca en el texto bíblico en su forma verbal, está registrada en otras lenguas semíticas como, por ejemplo, el ugarítico *laak* y el etíope *la'aka*, ambos con el sentido de “enviar”, así como el verbo *l'kh* en hebreo.³

El término aparece 166 veces en el Antiguo Testamento. De estas, 16 se refieren a un sábado semanal, 19 a un sábado ceremonial, y 64 a la edificación o a la restauración del Santuario. En el Pentateuco, el uso de esta expresión en relación con el sábado y el Santuario se vuelve aún más evidente. De las 65 veces que la encontramos en esta porción de las Escrituras, apenas ocho se refieren a otro asunto (Gén. 33:14; 39:11; Éxo. 22:8, 11; Lev. 7:24; 11:32; 13:48, 51), lo que parece sugerir algún tipo de relación entre la “obra” prohibida en sábado y la “obra” de edificación del Tabernáculo.

El hecho de que la palabra *mela'khah* aparece abundantemente en el Pentateuco con relación a estos dos temas llevó a los Tanaim (rabinos que preservaron sus

enseñanzas en la Mishná) a formular 39 categorías de trabajos prohibidos en sábado, conocidas como *'avot mela'khah*.⁴ Ellos entendían que la “obra” prohibida en sábado estaba íntimamente relacionada a la “obra” de edificación del Santuario, al punto de establecer 39 clases de trabajos que, a su entender, reunían todas las actividades necesarias para la construcción del Tabernáculo.

Sábado y Tabernáculo

La relación entre obra, sábado y Santuario también puede ser observada en la estructura del libro pues, como aseguran Martin Buber y Franz Rosenzweig, “el contenido subsiste por medio de la propia e inseparable forma”.⁵

El libro de Éxodo presenta dos secciones de capítulos referidas al Santuario, siendo la primera los capítulos 25 al 31; y la segunda, los capítulos 35 al 40. En la primera sección, se encuentran las directrices para la construcción del Tabernáculo; en la segunda, el relato de su ejecución. La orden de no realizar ninguna *mela'khah* en día sábado es introducida en el libro bajo pena de muerte al final del capítulo 31, y repetida al inicio del capítulo 35, siendo, de esta manera, un puente entre las dos secciones del Santuario.⁶

Acerca de esta relación, Nahum Sarna comenta: “El reinicio de la narrativa del Tabernáculo, en el capítulo 35, comienza con la ley del sábado. Este patrón estructural se destina a enfatizar la jerarquía de valores que informa a la Torá: el Tabernáculo consagra la noción de santidad del espacio y el sábado incorpora el concepto de santidad

del tiempo. Este último tiene precedencia sobre el primero, y la obra del Tabernáculo debía ceder un día cada semana para el descanso sabático.⁷

Considerando esta relación estructural entre el sábado y el Santuario, se nota una intencionalidad en la prohibición de realizar una obra en el séptimo día. De las 33 apariciones de *mela'khah* en Éxodo, 23 de ellas se encuentran en la segunda sección del Santuario. O sea que, después de prohibir la realización de una obra en sábado (Éxo. 35:1-3), Dios orientó al pueblo a ejecutar la obra de edificación del Tabernáculo (por ej., Éxo. 35:21-35; 36:1-8; 38:24).

Sábado, Santuario y Creación

La relación entre obra, sábado y Santuario se torna aún más evidente cuando se la vincula con el relato de la Creación. La referencia a la Creación en Éxodo 31:14 al 17 lleva al lector nuevamente a la narración de Génesis 2:2 y 3, pasaje en el que la palabra *mela'khah* aparece por primera vez en la Biblia. La forma del texto también reafirma su contenido, de modo que es posible establecer un paralelo estructural entre la construcción del Tabernáculo y la Creación. Un ejemplo de esto es la estructura de los capítulos 25 a 31 de Éxodo. Esta sección está dividida en siete partes, conforme a la repetición de la fórmula “Habló Jehová a Moisés” (25:1; 30:11, 17, 22, 34; 31:1, 12). En otras palabras, la instrucción para la construcción del Santuario fue realizada en siete etapas, de la misma forma en que Dios creó el mundo en siete días. Además, la séptima unidad literaria de esta sección y el séptimo día de la Creación

culminan con la celebración del sábado.⁸

Palabras clave

La expresión *shabbat shabbaton* (“reposo solemne” [ver 31:15]) es una de las palabras clave en este texto. En la Biblia, esta expresión aparece principalmente en relación con el sábado y el día de la Expiación (Éxo. 16:23 [orden inverso, *shabbaton shabbat*]; 31:15; 35:2; Lev. 16:31; 23:3, 32).⁹ Cuando el término hebraico *shabbaton* aparece solo, lo hace en asociación con la fiesta de las Trompetas y la fiesta de los Tabernáculos (Lev. 23:24, 39).

La expresión *shabbat shabbaton* funciona como un superlativo y representa un alto grado de descanso.¹⁰ Por esta causa, quien realizase cualquier tipo de obra en sábado o en el Día de la Expiación debería ser eliminado del pueblo (Éxo. 31:14; Lev. 23:29). En estos días, estaba prohibida la realización de cualquier tipo de obra (*kol-ha'oseh mela'khah*), de acuerdo con Éxodo 31:15 y 35:2 (cf. Lev. 16:29; 23:3, 31). En un sábado común, solamente las obras de siervos (*kol mele'khet 'avodah*) estaban prohibidas (por ej., Lev. 23:25, 35; Núm. 29:1, 12, 35).

Siendo que en un *shabbat shabbaton* estaba prohibida “todo tipo de obra” y que en un *shabbaton* estaban prohibidas solamente las “obras de siervos”, es posible concluir que la obra prohibida en una festividad común estaba restringida a un trabajo de naturaleza física/servil, mientras que, en sábado y en el Día de la Expiación, ningún tipo de obra debería ser realizada. Por lo tanto, la *mela'khah* prohibida en Éxodo 31:14 y 15 no debe ser entendida solo como una

actividad laboral; caso contrario, no sería necesaria la diferenciación entre no realizar “ninguna obra” en un *shabbat shabbaton* y la prohibición de no realizar “ninguna obra de siervos” en un *shabbaton*.

Otra palabra para resaltar en esta perícopa es el verbo *shavat* (Éxo. 31:17), el cual puede ser traducido como “cesar” o “parar”.¹¹ Según Génesis 2:2 y 3, Dios “cesó” (*shavat*) su “obra” (*mela'khah*) en el séptimo día. Esto implica que toda actividad creativa desarrollada durante los seis días de la Creación fue considerada *mela'khah*. De acuerdo a lo observado por Mathilde Frey, el uso de la palabra *mela'khah* en este texto resume las “acciones creativas de Dios” realizadas en los seis días de la semana, las cuales son expresadas por los verbos “crear” (*bara'*); “hacer” (*asah*); “llamar” (*qara'*); “ver” (*ra'ah*); “hablar” (*amar*); y otros.¹² Así, la clasificación del término *mela'khah* como una obra de naturaleza creativa parece reflejar mejor la amplitud de utilización de esta palabra en el Antiguo Testamento, así como su relación con la Creación y la construcción del Tabernáculo.

El verbo *asah* (“hacer”) es otro término importante en este análisis. Este verbo aparece tres veces en conjunto con la palabra *mela'khah* en Éxodo 31:14 y 15. Además, también es utilizado para referirse de los seis días de la semana (ver Éxo. 20:9-11, cf. Gén. 1:31). De esta forma, tanto *asah* como *shavat* son verbos que dictan el movimiento de la Creación efectuada por Dios, y también de la construcción del Tabernáculo. Dios hizo que la secuencia de trabajo y descanso expresada en Éxodo 31: 12 al 17 fuese análoga



Construcción del Santuario (Éxo. 25-31)	Narrativa de la Creación (Gén. 1-2:3)
1er mensaje de Dios a Moisés (25:1)	1er día de la Creación (1:3-5)
2do mensaje de Dios a Moisés (30:11)	2do día de la Creación (1:6-8)
3er mensaje de Dios a Moisés (30:17)	3er día de la Creación (1:9-13)
4º mensaje de Dios a Moisés (30:22)	4º día de la Creación (1:14-19)
5º mensaje de Dios a Moisés (30:34)	5º día de la Creación (1:20-23)
6º mensaje de Dios a Moisés (31:1)	6º día de la Creación (1:24-31)
7º mensaje de Dios a Moisés (31:12) Contenido: sábado	7º día de la Creación (2:2, 3) Contenido: sábado

a su obra creadora;¹³ es decir, así como Dios “hizo” el mundo en seis días y “cesó” en el séptimo, los hijos de Israel deberían “hacer” el Tabernáculo durante seis días y “cesar” su obra en el séptimo.

Por medio del mandamiento del sábado, Dios invita a la humanidad a imitar (*imitatio Dei*) el proceso de Creación y descanso efectuado por él. En las palabras de Heschel: “El arte de guardar el séptimo día es el arte de pintar en el lienzo del tiempo la grandeza misteriosa del clímax de la Creación; así como él santificó el séptimo día, debemos hacerlo nosotros. El amor al *Schabat* es el amor del hombre por lo que él y Dios tienen en común. Nuestro acto de guardar el día del *Schabat* es una paráfrasis de su santificación del séptimo día”.¹⁴

Conclusión

Después de analizar la presencia del término *mela'khah* en el Antiguo Testamento, la estructura del texto y las principales palabras de Éxodo 31: 12 al 17, es posible concluir que la clave para la identificación de la naturaleza de la obra prohibida en el séptimo día está en la relación entre la palabra *mela'khah*, el sábado y la construcción del Santuario. Se puede observar también que el contenido de Éxodo 31:12 al 17 aborda la “obra” relativa al sábado; y su contexto, la “obra” relativa a la construcción del Tabernáculo. Ya la forma del texto indica que la “obra” del sábado está conectada con la “obra” del Tabernáculo; y ambas, al relato de la Creación en el Génesis.

Por lo tanto, la forma y el contenido del texto sugieren que la *mela'khah* prohibida en 31:12 al 17 no está relacionada solamente a una actividad de naturaleza física, laboral o de siervos, sino a una actividad de “naturaleza creativa” semejante a la construcción del Ta-

bernáculo y a la obra de Dios en la Creación. Mientras que esta es una definición más precisa, aún mantiene la amplitud intrínseca al término *mela'khah* y a la subjetividad natural del texto, sin incurrir en el error tanaítico de definir y objetivar minuciosamente lo que no puede ser definido. **MA**

Referencias:

¹ Hayim Halevy Donin, *O Ser Judeu: Guia Para a Observância Judaica na Vida Contemporânea* (Jerusalén: Organización Sionista Mundial, 1985), p. 106.

² Benjamin Davidson, *The Analytical Hebrew and Chaldee Lexicon*, 2ª ed. (Massachusetts: Hendrickson, 2011), p. 403.

³ J. Milgrom; D. P. Wright; H. J. Fabry, “מְלָאכָה”, en G. J. Botterweck (ed.); H. Ringgren (ed.); H. J. Fabry. (ed.), *Theological Dictionary of the Old Testament*

(Grand Rapids; Cambridge: William B. Eerdmans Publishing Company, 1997), t. 8, p. 325.

⁴ Mishnah Shabbat, 7:2. Ver B. Shabbat 49b.

⁵ Martin Buber; Franz Rosenzweig, *Scripture and Translation* (Indianápolis: Indiana University Press, 1994), p. 28.

⁶ John Durham, *Word Biblical Commentary: Exodus* (Dallas: Word Incorporated, 2002), t. 3, p. 475.

⁷ Nahum Sarna,

The JPS Torah Commentary: Genesis (Filadelfia: Jewish Publication Society, 1989), p. 201. Elena de White también establece esa conexión; ver *Comentario bíblico adventista*, t. 7-A, p. 1.122.

⁸ Richard Davidson, “Cosmic Metanarrative for the Coming Millenium”, *Journal of the Adventist Theological Society* 11 (2000), p. 110.

⁹ La expresión *shabbat shabbaton* también es usada para referirse al año sabático, en Levítico 25:4. Aun así, aparece asociada al término *shabbaton* en el versículo 25, diferente a los otros dos ejemplos en el que este término nunca ocurre.

¹⁰ Sarna, p. 90.

¹¹ L. Koehler; W. Baumgartner; M. E. J. Richardson; J. J. Stamm, *The Hebrew and Aramaic Lexicon of the Old Testament*, edición electrónica (Leiden; Nueva York: E.J. Brill, 1999), p. 1.407.

¹² Mathilde Frey, “The Sabbath in the Pentateuch: An Exegetical and Theological Study” (Tesis de doctorado, Universidad de Andrews, 2011), p. 41.

¹³ Umberto Cassuto, *A Commentary on the Book of Exodus* (Jerusalén: The Hebrew University Magnes Press, 1967), p. 404.

¹⁴ Abraham J. Heschel, *O Schabat: Seu Significado Para o Homem Moderno* (San Pablo, San Pablo: Perspectiva, 2009), p. 29.



Tiempo de mudanza

Consejos para enfrentar con optimismo los traslados pastorales.



Edimar Sena,
pastor en Tatuí, Brasil.

Nunca he reaccionado muy bien a las mudanzas. Soy el tipo de persona que se apega fácilmente a otros y al ambiente. Mi esposa, por otro lado, lidia con esta cuestión de una manera más natural, aunque demora más tiempo en adaptarse a los nuevos lugares. Desde el día en que dejamos nuestra ciudad natal, hace 25 años, para poder cursar en la facultad de Teología, ya vivimos en doce lugares diferentes. Aun así, no me acostumbré todavía al hecho de tener que alejarme de todo lo que se vuelve parte de mi ministerio en cada destino por el que pasamos. Cada vez que somos trasladados, las mudanzas me dejan con la sensación de no haber cumplido aún mis objetivos.

Como pastores, necesitamos tener consciencia de que las mudanzas son inevitables. Comparo la vida del pastor y de su familia con la experiencia de Abraham, cuando Dios lo llamó a salir de Ur de los caldeos para ir a un lugar desconocido (Gén. 12:1-4). Una mirada a la peregrinación de este patriarca nos permite ver los desafíos y las luchas que él enfrentó en diferentes lugares y situaciones (Gén. 12:10-20; 13:1-13;

14:14-17; 16:1-4; 22:1-19; 23:1, 2). En su ejemplo, podemos apreciar que, aunque caminemos bajo la dirección divina, eso no significa que no enfrentaremos sufrimientos, pérdidas, desilusiones o tristezas.

En nuestros 25 años de ministerio, el tiempo máximo de permanencia en un lugar fue de cuatro años y medio. Actualmente, estamos a más de 3 mil kilómetros del lugar en donde iniciamos nuestra trayectoria. Durante este tiempo, tuve la oportunidad de aprender algunas lecciones que me han sido muy útiles y me gustaría compartir.

Acostúmbrese a las mudanzas

La primera lección que aprendí es que los traslados y las mudanzas son inevitables en la vida ministerial. Algunos ocurren cuando ya estamos adaptados al lugar, a la función y a la iglesia. De vez en cuando, el lugar al que estamos siendo trasladados es muy diferente de lo que imaginábamos. Puede ser que tengamos dificultades en proveer la mejor escuela para nuestros hijos, encontrar un trabajo para nuestra esposa o conseguir un buen servicio para atender la salud de la familia. En esas situaciones, siempre pienso: “Si los habitantes de este lugar pueden vivir aquí, el pastor y su familia también pueden, bajo la bendición divina”. Otras veces, ocurren mudanzas que son más favorables y, yo diría, ¡hasta festejadas!

Confíe en Dios

Lo segundo que aprendí es que tanto Dios como el enemigo siempre acompañarán al pastor y a su familia. Ciertamente, el Señor sustentará a su siervo fiel, pero el enemigo procurará usar sus armas contra el ministro y sus seres queridos en el nuevo lugar de trabajo. Si la voluntad de Dios es que el pastor vaya, el diablo intentará estorbar para que no lo haga; o vaya insatisfecho, reclamando, lamentando y, por lo tanto, perjudicando la causa del Maestro.

Mi consejo para esos momentos de cambio de distrito o de función es: ore y confíe en el Señor. Alguien me dijo cierta vez: “Nadie sabe qué hay detrás de un traslado o un llamado”. Por más sufrimiento que genere una mudanza, caiga a los pies del Señor en oración, suplicando fuerzas para hacer aquello que Dios aprueba, y él lo fortalecerá. Elena de White escribió: “Debemos confiar en la mano omnipotente, en el corazón lleno de amor”.¹ En esas horas, especialmente, es muy importante saber que el Padre Celestial cuidará de ustedes en el nuevo campo de trabajo, así como los cuidó en los lugares por donde ya pasaron. No importa lo que el enemigo o las personas hagan, si permanecemos fieles a Dios, él nos honrará (1 Sam. 2:30). La promesa de Jesús es que él estará con nosotros todos los días, en todos los lugares, mientras



estemos involucrados en el cumplimiento de su misión (Mat. 28:20).

El testimonio de Elena de White cuando fue enviada a Australia, donde vivió desde 1881 hasta 1900, calza bien en este contexto. Aunque juzgaba que su trabajo era más útil en los Estados Unidos, ella se dispuso a seguir la recomendación de los líderes de la iglesia. Y Dios la bendijo mucho en aquel país, aun cuando, posteriormente, le fue revelado que el Señor no quería que ella fuese allí.² Mientras estaba en Oceanía, ella escribió: “Las circunstancias pueden separarnos de todo amigo terrenal, pero ninguna circunstancia ni distancia puede separarnos del Consolador celestial. Dondequiera que estemos, dondequiera que vayamos, está siempre a nuestra diestra para apoyarnos, sostenernos y animarnos”.³

Aproveche las oportunidades

En tercer lugar, descubra las nuevas ventanas que Dios está abriendo para usted en el nuevo lugar de trabajo, y disfrute de ellas. No deje que el pasado lo aprisione. Difícilmente volverá al lugar del que salió y, aunque vuelva, notará que la realidad no es

la misma. Las personas maduran, las iglesias cambian, la institución tiene nuevos líderes y la comunidad vive una nueva fase. Por lo tanto, concéntrese en la nueva realidad, en los desafíos del presente, y comience a soñar con lo que podrá lograr en el lugar en el que Dios lo colocó bajo la dirección de su Espíritu. Ningún ministro fracasará si, incondicionalmente, obedece la voluntad del Padre (Jer. 29:11-14).

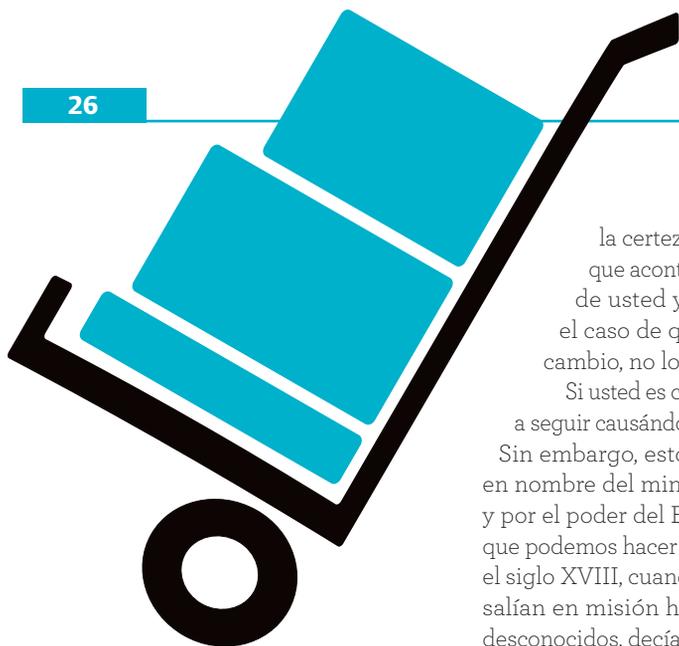
Hace algunos años, un colega que cambió de función me habló acerca de lo que él llama la “ley de la compensación”. Me dijo: “Dios no permitirá que ninguno de sus ministros y sus familias sean perjudicados por un cambio de lugar o de función. Por el contrario, junto al cambio, el Señor dará la ley de la compensación”. Y explicó: “Esta compensación es una bendición reservada que él no daría si estuvieses en el lugar anterior. Esta bendición puede estar relacionada a la salud, la madurez profesional, la edificación espiritual, la familia, las finanzas...” He experimentado esa realidad en mi vida ministerial. Agradezco y alabo al Señor por sus infinitas bendiciones derramadas sobre mí y mi familia con la “ley de la compensa-

ción”. Por lo tanto, ¡descubra cómo esta ley se ha cumplido en ustedes también!

Perdone

En el caso de que alguien haya actuado de modo equivocado y los hayan lastimado a usted y a su familia en un proceso de traslado o cambio de función, aunque esa persona no venga a pedirle perdón, ¡perdone! Esta es la cuarta lección. Deje ese tema en el pasado y siga hacia adelante. En el futuro, si le tocara participar en las decisiones de casos de otros colegas de ministerio, recuerde darles a ellos el trato que a usted le habría gustado haber recibido.

Hace un tiempo, después de haber vivido una experiencia desagradable, decidí agregar en mi agenda el compromiso de llamar, conversar y animar a colegas que, tal vez, sientan más que otros el impacto de los cambios de lugar o de función. El objetivo no es criticar las decisiones tomadas, sino ayudar a superar ese momento de transición. Es necesario confiar en Dios, sea cual fuere la situación. La nueva generación de pastores tiene la necesidad de ver en nosotros el ejemplo de sumisión al llamado



de Cristo. Precisamos hacer uso del remedio que recomendamos a las personas que sufren: confianza en Dios y en su constante cuidado por nosotros (Isa. 46:3, 4).

Mantenga la comunión

El último consejo que me gustaría compartir es: manténgase siempre en sintonía con el Padre Celestial para cumplir su misión. Cuando hacemos esto, profundizamos la intimidad en nuestra relación con el Espíritu de Dios, y percibimos con mayor claridad su voluntad en nuestra vida y en nuestro ministerio. Así, cuando lo consulten o le pasen un llamado oficial, estará preparado para atender lo que el Señor desea que realice en su ministerio. Algunas veces, Dios también nos habla por medio de personas. Y si eso no ocurriera, haga como Elena de White: acepte y cumpla el llamado. Tenga

la certeza de que, no importa lo que acontezca, él siempre cuidará de usted y de su familia, aun en el caso de que, en el momento del cambio, no lo entienda.

Si usted es como yo, los cambios van a seguir causándole alguna incomodidad. Sin embargo, estoy convencido de que, en nombre del ministerio que abrazamos y por el poder del Espíritu Santo, lo mejor que podemos hacer es confiar y avanzar. En el siglo XVIII, cuando los jóvenes moravos salían en misión hacia lugares nuevos y desconocidos, decían: “Para que el Cordero, que fue inmolado, reciba la justa recompensa por su sacrificio, a través de nuestra vida”.⁴ He aquí la verdadera motivación que debe superar todos los desafíos que son parte del proceso común de los cambios en la vida de un ministro.

El apóstol Pablo escribió: “¿Quién nos separará del amor de Cristo? ¿Tribulación, o angustia, o persecución, o hambre, o desnudez, o peligro, o espada? Como está escrito: Por causa de ti somos muertos todo el tiempo; somos contados como ovejas de matadero. Antes, en todas estas cosas somos más que vencedores por medio de aquel que nos amó. Por lo cual estoy seguro de que ni la muerte, ni la vida, ni ángeles, ni principados, ni potestades, ni lo presente, ni lo por venir, ni lo alto, ni lo profundo, ni ninguna otra cosa creada nos podrá separar del amor de Dios, que es en Cristo Jesús Señor nuestro” (Rom. 8:35-39).

Animémonos unos a otros con estas palabras, ya sea en próximos traslados o cambios de función. Y que Dios nos ayude a ser totalmente fieles en el cumplimiento de su misión, en la función y en el lugar en los que él, por medio de la Iglesia, nos llevaré. ^{MA}

Referencias:

¹ Elena de White, *La educación* (Florida, Bs. As.: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2009), p. 169.

² Arthur L. White, *Elena de White: Mujer de visión* (Florida, Bs. As.: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2003), p. 288.

³ Elena de White, *El Deseado de todas las gentes* (Florida, Bs. As.: Asociación Casa Editora Sudamericana, 1955), p. 623.

⁴ Steve Addison, *Movimientos que mudan o mundo* (Curitiba, Paraná: Editora Esperança, 2011), p. 53.



“Si los habitantes de este lugar pueden vivir aquí, el pastor y su familia también pueden, bajo la bendición divina”.



PROFUNDICE SU ESTUDIO



Elena G. de White

Cartas y manuscritos

TOMO I

Millones de lectores conocen a Elena de White por sus obras publicadas, pero pocos saben que gran parte de lo escrito en ellas surge de las cartas dirigidas a personas reales, que fueron beneficiadas por su fervor evangelizador. Este libro reúne sus cartas y manuscritos con notas aclaratorias que iluminan sus visiones, registros en diarios

personales, datos biográficos y un riguroso trabajo de introducción. Una tarea monumental, que le permite al lector encontrar principios relacionados con casi todas las circunstancias de la vida, además de una herramienta valiosa para ayudar a “hacer de Cristo lo primero, lo último y lo mejor en todo”.

La insistencia de Dios

La perseverancia es una característica fundamental en el proceso del discipulado.

Erton Köhler,
presidente de la Iglesia Adventista
del Séptimo Día para América del Sur.

Uno de los énfasis de la Biblia está puesto en la insistencia de Dios. Él es insistente para buscar, salvar y restaurar a aquellos a quienes ama, y también para involucrar, a aquellos que son suyos, en una tarea especial en favor de su obra. En la historia de los doce apóstoles, encontramos uno de los grandes ejemplos de esa insistencia. Ellos fueron escogidos por Cristo aun cuando no eran los más preparados. Sin embargo, día a día, el Maestro se dedicó a moldearlos para que cumplieran su misión. Pedro, el más preeminente del grupo, fue el más beneficiado. Era un hombre temperamental, impulsivo, hablador y desequilibrado. Aun así, Jesús vio en él lo que podría llegar a ser e insistió en su transformación.

En este proceso, el Maestro usó tres situaciones especiales. En tres oportunidades, Jesús enseñó importantes lecciones a Pedro, siempre con una triple insistencia.

Así, buscaba hacer de él un discípulo completo, con los mismos énfasis que utilizamos hoy en nuestra visión del discipulado: comunión, relaciones y misión.

La primera vez ocurrió cuando Pedro negó tres veces a Jesús (Mat. 26:69-74). Él había sido alertado, pero aun así se escondió y maldijo. En eso, el gallo cantó, conforme le había dicho el Señor (Mat. 26:33-35). ¿Por qué no resistió la presión? ¿Por qué negó su compromiso con Cristo? Hay al menos dos razones para ello: él durmió mientras debía estar orando (Mat. 26:40-43) y siguió a Jesús de lejos (Mat. 26:58). Por fragilidad espiritual, falló en asumir su identidad. La caída tuvo relación directa con su vida de comunión.

La segunda situación ocurrió después de la resurrección de Jesús, cuando el Señor le preguntó tres veces a Pedro: “¿Me amas?” (Juan 21:15-17). Cada pregunta ofreció una oportunidad para superar las tres negaciones. Esa insistencia demostró cuánto cree Cristo en los nuevos comienzos. Sin embargo, su pedido más importante vino después: “Apacienta mis corderos”. La visión de Pedro estaba centrada en sí mismo y Jesús quería

cambiar el foco y colocarlo en las personas, que eran la razón de su ministerio. Esa segunda experiencia fue un llamado para que Pedro construyera relaciones fuertes.

La tercera y última situación se dio cuando el apóstol tuvo la visión del lienzo, lleno de animales inmundos, que representaba la invitación a evangelizar a Cornelio y a los gentiles (Hech. 10:9-22). Pedro fue llamado tres veces para el cumplimiento de la misión. Él había oído el “id” presentado por Cristo a los discípulos (Mat. 28:18-20) pero, esta vez, recibió su “id” personal. El Señor trabajaba, al mismo tiempo, en el llamado a Pedro y en el corazón de Cornelio. Él siempre actúa en aquel que es enviado y en quien debe ser alcanzado. Dicho esto, el único punto negativo de la historia es que Dios precisó llamar a Pedro tres veces hasta que aceptó, mientras que Cornelio aceptó inmediatamente la obra de la salvación. Esto muestra que las limitaciones de nuestra misión normalmente no están en la dificultad de alcanzar a la comunidad, sino en el desafío de comprometer a los cristianos con la obra divina. No precisamos tener miedo de alcanzar a personas aparentemente improbables

o imposibles, como Cornelio. Él era gentil, y no mantenía las tradiciones y la pureza de los judíos. Era un líder romano, pueblo que dominaba a los judíos. Era un centurión, jefe militar de los “enemigos”. Era de origen rico y noble, lo que lo volvía inaccesible. Aun así, hubo salvación en su casa. No importa el tamaño de las dificultades, Dios es quien hace el milagro de la transformación.

El resultado de la visita de Pedro a Cornelio fue un segundo Pentecostés (Hech. 10:44-48). Todo porque el apóstol aceptó el llamado y Dios actuó poderosamente. El Señor nunca deja sin resultados a aquellos que cumplen la misión. No necesitamos tener miedo ni adoptar estrategias complicadas para alcanzar a aquellos que parece imposible alcanzar. Tenemos que acercarnos a ellos, enseñarles la Palabra y no vacilar en invitarlos a entregar su vida a Jesús por medio del bautismo.

Así como lo hizo con Pedro, Dios también insiste para que veamos el discipulado de un modo más completo. Él espera que los pastores, como sus representantes, seamos insistentes al presentar esta visión a la iglesia, y fortalecerla. Muchos viven corriendo detrás de las novedades, buscando nuevas tendencias y dependiendo de estímulos especiales para avanzar. Sin embargo, si queremos generar cambios profundos, necesitamos ser insistentes en la misma visión del discipulado. La innovación es siempre bienvenida, pero debe estar orientada a fortalecer el mismo mensaje, porque el discipulado que desarrolla cristianos más profundos, fructíferos y felices lleva tiempo. Es necesario que seamos insistentes.

Más allá de esto, tenemos que tener cuidado de no distraernos en nuestra insistencia. No podemos perdernos en medio de tantas novedades, eventos y materiales que no fortalecen la visión principal. Buscamos un proceso de discipulado que redunde en gente cuidando de gente, y que equilibre el cuidado de las personas y el crecimiento de la misión. Que tenga resultados claros y nos ayude a evaluar cuánto estamos avanzando en el proceso. Al final, sin la referencia de los indicadores mensurables, puede haber promoción, motivación, agitación y hasta ilusión, menos discipulado. Estos indicadores son simples, pero contienen la esencia de la vida cristiana.

Comunión: más gente estudiando la Biblia y dedicando tiempo a la oración.

Relación: más gente involucrada en *Grupos pequeños* y en las unidades de acción de la Escuela Sabática.

Misión: más gente dando estudios bíblicos.

Para apoyar este crecimiento y fortalecer nuestra unidad, participamos juntos de cuatro programas integrados, que potencian la visión y los resultados. En 2019, las fechas de estos programas serán:

- **10 días de oración y 10 horas de ayuno:** del 14 al 23 de febrero
- **Semana Santa:** del 13 al 20 de abril
- **Impacto Esperanza:** el 25 de mayo
- **Semana de Esperanza (Evangelismo de cosecha):** del 21 al 28 de septiembre.

Para consolidar este movimiento, habrá dos materiales adicionales. La comunión será fortalecida por la serie “El Gran Conflicto”, de Elena de White, en lenguaje actualizado,

por un precio especial y subvencionado. La misión recibirá el refuerzo de la nueva *Biblia Misionera*, con recursos que facilitarán el compromiso de los miembros: estudios bíblicos en cadena, explicación de textos difíciles, guías para reuniones de *Grupos pequeños* e interacción con imágenes en realidad aumentada, que darán más vida a los momentos de estudio de la Biblia.

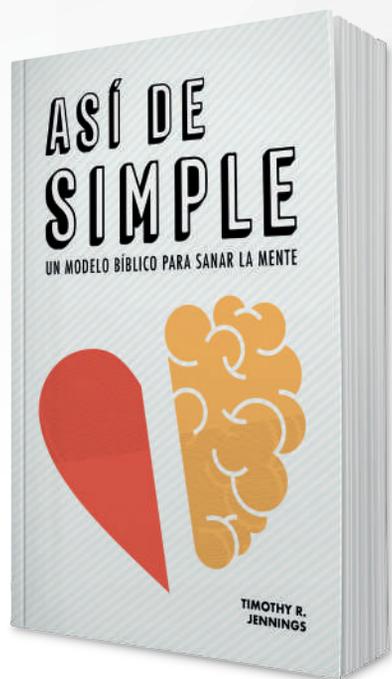
Tenemos una visión de discipulado clara, bíblica y profunda, con actividades y materiales de apoyo para fortalecer el foco. Es preciso que seamos insistentes, con creatividad, pasión y oración, para que ella se vuelva efectiva en la vida de la iglesia. Solo así tendremos una iglesia más fuerte en esta Tierra y mucha más gente preparada para el Reino de los cielos.^{MA}



Así como lo hizo con Pedro, Dios también insiste para que veamos el discipulado de un modo más completo.



LECTURA RECOMENDADA



Así de simple
Timothy R. Jennings
[10208]

Satanás interfiere con el plan de Dios para curar la mente, con sutiles tácticas como: sentimientos de desvalorización, baja autoestima, culpa ilegítima, incapacidad para perdonar, amargura, resentimiento, dependencia y patrones de relaciones dañinos. Descubre en este libro las herramientas para cooperar de una mejor manera con Dios a fin de alcanzar un bienestar emocional y mental, y lograr una verdadera victoria espiritual.



Cocina vegana
Graciela Rung
[10380]

Cocina vegana, de Graciela Rung, contiene 125 recetas ricas y naturales de fácil elaboración, que proponen una alimentación basada en plantas. Cada una nos invita a reemplazar productos como la carne, la leche, el queso y el huevo por ingredientes vegetales sencillos de adquirir. Un libro para innovar en la cocina, y alimentarte de manera práctica y saludable.

Las frustraciones del pastor

Como cualquier actividad humana, el ministerio tiene sus alegrías y, también, muchas situaciones frustrantes. En colaboración con la Universidad Pepperdine, el Instituto Barna condujo una investigación con pastores de los Estados

Unidos, acerca de los altibajos del trabajo ministerial. Este estudio, que consultó a 900 ministros del 90 % de las iglesias protestantes del país, tocó varios aspectos referidos al liderazgo pastoral. En uno de ellos, los investigadores preguntaron qué es lo que más

frustraba a los entrevistados. Las respuestas son interesantes, y deberían hacernos pensar en nuestras propias frustraciones como pastores sudamericanos.

Los aspectos frustrantes del ministerio son los siguientes:

FALTA DE COMPROMISO DE LOS MIEMBROS 35%



BAJA MADUREZ ESPIRITUAL DE LOS ASISTENTES 27%



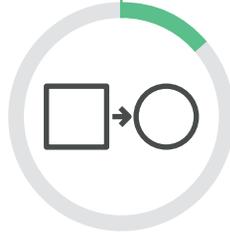
ACTIVIDADES FINANCIERAS/ ADMINISTRATIVAS 19%



LA POLÍTICA EN LA IGLESIA 18%



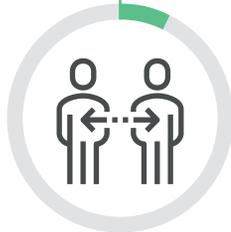
LA IMPLEMENTACIÓN DE CAMBIOS 16%



EL TRABAJO CON LAS INSTANCIAS DENOMINACIONALES 10%



DIFICULTADES EN LAS RELACIONES 8%



Fuente:

Instituto Barna, "The Ups and Downs of Ministry".
 Disponible en: <https://goo.gl/X2ATc2>

Desafío cultural

Willy Castro,
pastor del distrito de Tabatinga, Brasil.

El distrito pastoral que atiendo está localizado en el extremo de la región norte del Brasil. La ciudad sede, Tabatinga, es fronteriza con dos países: el Perú y Colombia. La población del municipio es altamente mezclada, pues está compuesta por brasileños, peruanos, colombianos y, entre estos, indígenas de diversas etnias, como *tikunas* y, principalmente, *kokamas*. Entre los brasileños en Tabatinga, existen grupos que son rotativos como, por ejemplo, los militares de las fuerzas armadas, bancarios y empleados de los organismos públicos. Ellos residen en la ciudad por un período, llegados de diversas regiones del Brasil y, después, son trasladados a otros lugares.

Considerando esta realidad, el desafío es lograr que el evangelio alcance a las personas insertas en esta diversidad cultural, cada una de ellas con sus necesidades inherentes a la propia cultura, pero todas carentes de la gracia divina. ¿Cómo llegar a ellas? ¿De qué modo romper las barreras culturales y lingüísticas?

Al mirar hacia atrás en el tiempo, al derrotero de mi vida, puedo ver cómo Dios siempre me preparó para este momento, para este distrito. Soy natural del Perú, graduado en Teología en la Universidad Peruana Unión (UPeU). Durante las vacaciones, y gracias al colportaje, tuve el privilegio de trabajar y conocer diferentes países de América del Sur: la Argentina, Bolivia, el Brasil, Chile y el Paraguay. En estos lugares, conocí diferentes culturas, y aprendí a adaptarme a sus costumbres e



inclusive a superar barreras relacionadas con el idioma.

En el sur del Brasil, conocí a mi esposa que, desde que nos casamos, me acompaña en el camino del ministerio. Luego de diez años de pastorado, fuimos enviados a trabajar en la región norte del Brasil. Cuando fuimos llamados, yo me preguntaba: ¿Por qué nosotros? ¿No había ministros más jóvenes? Pero Dios sabía el porqué: él nos preparó para este desafío.

Predicar en portugués para brasileños, y en español para peruanos y colombianos es rutina en las iglesias que pastoreo, además de, muchas veces, atender tres países en el mismo día, llevando el mensaje de esperanza.

Ante este enorme desafío cultural, una inquietud rondaba mis pensamientos: ¿Qué método utilizar para evangelizar esta ciudad? Recordé, entonces, un texto del libro *El ministerio de curación*, de Elena de White: “Solo el método de Cristo será el que dará éxito para llegar a la gente. El Salvador trataba con los hombres como quien deseaba hacerles bien. Les mostraba

simpatía, atendía a sus necesidades y se ganaba su confianza. Entonces, les decía: ‘Seguidme’” (p. 102).

Confiado en que ese mensaje era la respuesta y la solución divina para mis inquietudes, me coloqué en las manos del Espíritu Santo. Por la gracia del Señor, tuvimos la alegría de plantar cinco nuevas iglesias en la ciudad, estar más cerca del pueblo y observar sus necesidades. Hoy, tenemos iglesias para los comerciantes peruanos y para los colombianos, iniciamos trabajos en las comunidades indígenas, y estamos realizando proyectos sociales con los inmigrantes.

Tenemos todavía mucho por hacer a fin de hacer que nuestra iglesia sea más relevante para la comunidad. Aun así, estoy seguro de que fue nuestro buen Dios quien nos envió a este lugar. El Señor cuida de aquellos a quienes envía. Mi oración es que él nos continúe capacitando a mí y a mi familia para llevar el evangelio a aquellos que necesitan salvación.^{MA}

Unción de enfermos

Erico Tadeu Xavier,

profesor en la Facultad de Teología del Instituto Adventista Paranaense, Brasil.

La unción era una práctica común en la iglesia apostólica. Ella se volvió un recurso espiritual reconfortante y una manifestación de fe en el poder restaurador del Espíritu Santo. Santiago instruyó: “¿Está alguno enfermo entre vosotros? Llame a los ancianos de la iglesia, y oren por él, ungiéndolo con aceite en el nombre del Señor. Y la oración de fe salvará al enfermo, y el Señor lo levantará; y si hubiere cometido pecados, le serán perdonados” (Sant. 5:14, 15). Al pedir que un pastor, o un anciano con la autorización del pastor distrital, ministre una unción, el enfermo reconoce su grave estado de salud y su entrega completa a la voluntad de Dios.

Actualmente, parece que esta práctica ha perdido un poco su importancia, tal vez por falta de conocimiento sobre el asunto. En este espacio, deseo exponer resumidamente cómo se debe proceder en relación con la unción de enfermos.

La iniciativa. Se espera que la unción sea ministrada como consecuencia del deseo de la persona enferma. Por lo tanto, el enfermo debe estar enterado de su condición física y estar consciente en el momento de la unción. En el caso que él aún no comprenda la importancia de esta ceremonia, un familiar, pastor, líder de la iglesia o miembro debe informarlo con relación a esta práctica, para beneficio de su salud y su fe.

El aceite. El aceite de oliva era considerado uno de los remedios más comunes entre los antiguos, usado tanto para ser ingerido como para aplicación externa.

En el clima cálido de Palestina, friccionar el cuerpo con óleo era una práctica común de cuidado. En la Biblia, el aceite simboliza la presencia y la actuación del Espíritu Santo (Zac. 4:2-6).

La circunstancia. La ceremonia de unción no debe ser usada ante cualquier malestar común. Debe ser reservada para dolencias graves, aunque no solamente para las fatales. El acto de ungir significa que reconocemos un grave problema físico y lo enfrentamos colocando nuestra confianza en Dios, por sobre (pero no en lugar de) todos los recursos de la medicina.

El lugar. La Biblia no habla de un lugar específico para realizar la ceremonia. Por lo tanto, creemos que esta puede ser llevada a cabo tanto en la casa de la persona enferma, como en el hospital, en el asilo o en otros lugares. Por ser una ceremonia íntima, normalmente se invita solo a la familia, a algún pariente cercano y a alguien más que la persona desee.

La preparación. Tanto quien oficia como la persona que está enferma deben rogar por el perdón de sus pecados, hacer los debidos arreglos y entregarse completamente en las manos del Señor, a fin de que la oración sea atendida según la voluntad de Dios (1 Juan 5:14, 15).

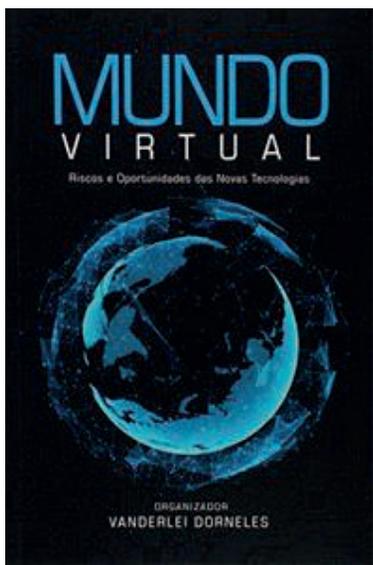
La ceremonia. El rito debe ser realizado de forma simple, corta y objetiva. Antes de la lectura de los textos bíblicos y de la oración, es tarea del oficiante aclarar que no siempre las personas ungidas son curadas. Dios puede curar todas las enfermedades; aun así, si esa no es su voluntad, el Señor

puede proveer fuerzas a la persona enferma para que soporte el sufrimiento y, entonces, permitir que descansa en Cristo, en la esperanza de la resurrección. El oficiante y los participantes pueden orar arrodillados o de pie, dependiendo de las circunstancias. Si el enfermo desea orar, puede hacerlo; en ese caso, el oficiante orará en último lugar y aplicará el aceite con las puntas de los dedos en la frente de la persona enferma.

La lectura. Hay muchos textos y pasajes bíblicos que se pueden utilizar en estas ocasiones, como Santiago 5:13 al 16, Números 21:8 y 9, Salmo 103:1 al 5, y Marcos 16:15 al 20. También se pueden leer fragmentos de algún libro devocional. Dicho esto, la ceremonia no debe prolongarse. Después del cierre, no es recomendable que los participantes se queden conversando en el recinto, sino que dejen a la persona en paz, con sus pensamientos vueltos hacia Dios.

Es importante destacar que no podemos impedir a nadie recibir la unción. Si la Santa Cena está habilitada a todos, el mismo principio debe ser aplicado en esta ceremonia. Se vuelve necesario, aun así, una explicación acerca del significado del rito antes de su realización. El perdón, la cura y la salvación están disponibles para todos los pecadores.^{MA}





Mundo Virtual: Riesgos y oportunidades de las nuevas tecnologías

Vanderlei Dorneles, org., Casa Publicadora Brasileira, 2016, 240 p.

Mundo virtual fue pensado no solo para hacerse eco de los planteos ante las nuevas tecnologías, sino también para ofrecer un análisis equilibrado del contexto en que vivimos. Como líderes cristianos, ciertamente tenemos interés en saber cómo estas tecnologías de la comunicación pueden ser utilizadas para la proclamación del mensaje de la salvación y del establecimiento del Reino de Dios.

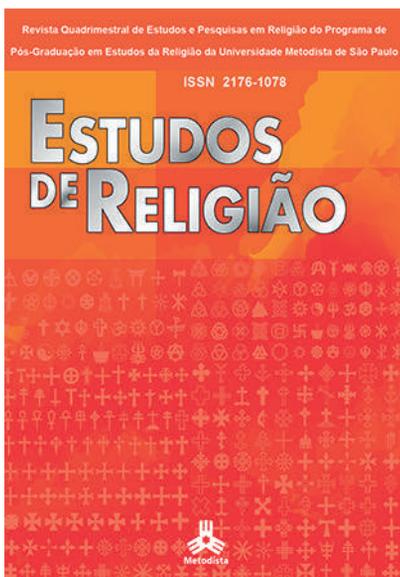
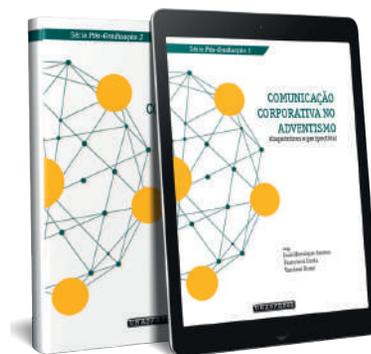
¿De qué manera la experiencia religiosa es impactada en un mundo marcado por la cultura virtual? ¿Cómo se ven afectados la familia y el matrimonio por la cultura y el modo de vida del ciberespacio? ¿Cuál es la solución a la compulsión y la dependencia del vicio de la virtualidad? Este libro aborda estas y otras cuestiones esenciales.

Comunicación corporativa en el Adventismo: Diagnósticos y perspectivas

Luiz H. Santos, Francisca Costa y Valdeni Kunz, org., Unaspres, 2016, 342 p. (e-book)

La comunicación de valor es la principal variable formadora de la imagen y, consecuentemente, de la reputación de las instituciones. Las nuevas plataformas de comunicación han puesto a las organizaciones religiosas en medio de un torbellino de flujos comunicacionales asíncronos, que demandan respuestas y posicionamientos. Uno de los desafíos de la revolución digital es saber de qué modo extraer los beneficios de las herramientas, reconocer los límites de su uso y entender cómo podemos usarlas de forma equilibrada.

La presente obra es un conjunto de artículos acerca de los grandes temas de la comunicación, necesarios para las demandas de la iglesia en la actualidad. El objetivo de esta publicación es presentar soluciones, como estrategias de gestión, y anticipar las nuevas demandas, sugiriendo e inspirando el desarrollo metodológico e instrumental. El objetivo, en ambos casos, es contribuir a una misión mucho mayor que la comunicación en sí: el mensaje del Reino de Dios para todos en esta generación.



Revista Estudos de Religião – UMESP

Estudios de Religião es una publicación cuatrimestral, en portugués, editada por el Programa de Posgrado en Ciencias de la Religión de la Universidad Metodista de San Pablo (Umesp). Circula desde 1985, y tiene por objetivo divulgar artículos científicos, relatos y reseñas acerca del fenómeno religioso, privilegiando sus relaciones con las ciencias sociales, la psicología, la teología, la historia, la literatura del mundo bíblico y la práctica religiosa. La revista está disponible para investigadores y docentes del área de Ciencias de la Religión, para aquellos que tienen el fenómeno religioso como objeto de estudio y para los interesados en general.

www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/ER

Comunicación es misión

Felipe Lemos,
asesor de comunicación para la Iglesia
Adventista en América del Sur.

Es muy común hablar de “comunicación y misión”, las dos palabras, una seguida de la otra. Pero podemos decir, también, que “la comunicación es misión”. Sí, porque la comunicación no es un concepto separado de misión en el aspecto espiritual. La Biblia expone claramente la unidad entre las dos. El cumplimiento de la misión de predicar el evangelio a todas las personas está íntimamente ligado con la comunicación estratégica. Y hay, al menos, tres razones básicas para ello:

El evangelio es enseñanza viva en la comunicación relacional. En Hebreos 4:12, el escritor declara que “la palabra de Dios es viva y eficaz, y más cortante que toda espada de dos filos”. Es decir, la Biblia y sus enseñanzas poseen validez perenne, y eso está totalmente relacionado con la comunicación. La comunicación es, desde un punto de vista, la práctica de la relación entre personas en un intercambio constante de mensajes relevantes, tanto para quien transmite como para quien recibe. Esta es la comunicación en el aspecto relacional. Y ese mensaje, por lo tanto, tiene que ser vivo, porque es lo que Dios enseña. No es algo muerto, obsoleto, superado. Hace la diferencia en la vida de las personas. Por eso, la comunicación es misión!

El evangelio es accesible a todos los públicos en la comunicación estratégica.

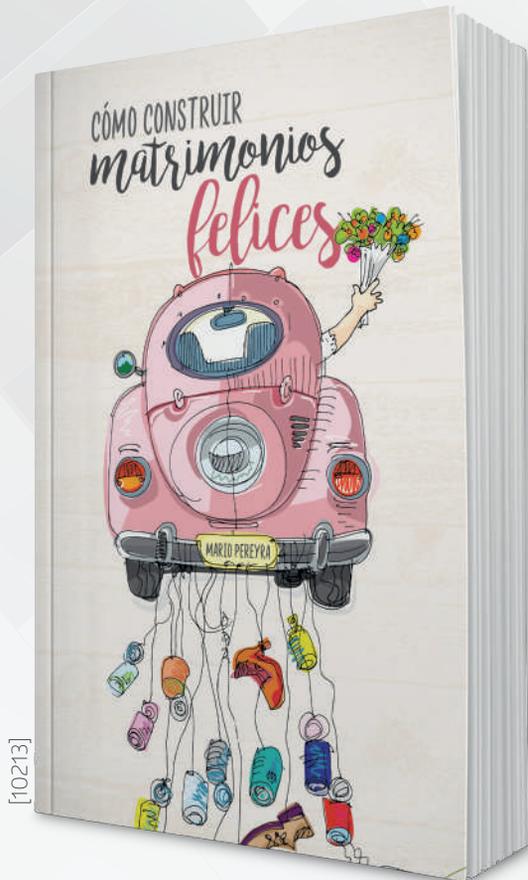
Hay una idea muy importante cuando se piensa en comunicación estratégica: la relevancia del mensaje para diferentes públicos. No todos piensan de la misma forma, ni se comportan de igual modo o asimilan el mensaje de la misma manera. Para diferentes públicos, nada más inteligente que diferentes enfoques de un mismo mensaje. Esto hace que el evangelio sea accesible a mucha gente, con cosmovisiones bien distintas. Así, tenemos la comunicación estratégica: la habilidad de expresar un mensaje de manera que un niño de siete años entienda, y un adulto no religioso, también. El mismo mensaje, con diferentes enfoques. También en este caso, la comunicación es misión!

El evangelio es el poder transformador de Dios en la vida humana. Pablo afirmó: “Porque no me avergüenzo del evangelio, porque es poder de Dios para salvación a todo aquel que cree” (Rom. 1:16). El evangelio es el poder de transformación espiritual porque no establece solo una comunicación en un nivel básico. Piense en la comunicación estratégica en tres dimensiones. La primera de ellas es el nivel de información. Comunicar es informar. Pero ¡es más que eso! En los tiempos en que vivimos, donde la experiencia del usuario con el mensaje es más concreta y completa, comunicar es,

también, formar. Es establecer una manera distinta en que la gente pueda pensar sobre un tema determinado.

La comunicación, sin embargo, es aún más que informar y formar. Dios usa la comunicación estratégica, pensada, organizada, para transformar la vida de las personas. Un video, un sitio web, una publicación en una red social, un texto impreso o digital, una revista, un folleto, una transmisión en vivo, todos estos productos de comunicación son importantes. Sin embargo, solo tienen valor espiritual si significan la predicación del evangelio que cambia efectivamente la perspectiva de las personas y las coloca en dependencia de Dios.

No nos engañemos. La comunicación es predicar el evangelio. Las dos ideas son indisolubles y están completamente vinculadas. Los planes, las tecnologías, los equipos, las estructuras y los profesionales solo tienen sentido si todos estos esfuerzos resultan en una comunicación aplicada a la misión. Por eso, sin ningún temor, ante este escenario, podemos afirmar, con toda certeza, que la comunicación es misión! ^{MA}



4° trimestre

Cómo construir matrimonios felices

Mario Pereyra

¿Cómo hacer para conservar el amor a lo largo de la vida matrimonial? ¿Qué hacer para mantener el amor conyugal siempre activo y fragante? ¿De qué modo evitar el desgaste del tiempo y el deterioro de la rutina? ¿Cómo hacer para conservar la armonía y la mutua satisfacción? Este libro presenta muchas orientaciones y sugerencias basadas en la investigación y la experiencia clínica del autor.

El Santuario y los mensajes de los tres ángeles

Alberto R. Timm

Los fundadores del adventismo del séptimo día vieron en el Santuario y en los mensajes de los tres ángeles el corazón de su teología. De hecho, ambos temas no fueron solo enseñanzas centrales, sino también elementos que sirvieron de puente, al integrar las doctrinas distintivas de la naciente confesión religiosa a un cuerpo doctrinal unificado.

Pídalos a su coordinador de Publicaciones.

ventas@aces.com.ar | Síguenos en:      