Andrews University

Digital Commons @ Andrews University

Professional Dissertations DMin

Graduate Research

2008

Los Medios de Comunicación Masiva en la Evangelización Adventista en Texas

Daniel Sosa

Andrews University

Follow this and additional works at: <https://digitalcommons.andrews.edu/dmin>

Part of the [Practical Theology Commons](#)

Recommended Citation

Sosa, Daniel, "Los Medios de Comunicación Masiva en la Evangelización Adventista en Texas" (2008).
Professional Dissertations DMin. 704.

<https://dx.doi.org/10.32597/dmin/704>

<https://digitalcommons.andrews.edu/dmin/704>

This Project Report is brought to you for free and open access by the Graduate Research at Digital Commons @ Andrews University. It has been accepted for inclusion in Professional Dissertations DMin by an authorized administrator of Digital Commons @ Andrews University. For more information, please contact repository@andrews.edu.

ABSTRACT

MASS MEDIA IN SEVENTH-DAY ADVENTIST EVANGELISM

by

Daniel Sosa

Adviser: Loron Wade

ABSTRACT OF GRADUATE STUDENT RESEARCH

D.Min. Dissertation

Andrews University

Seventh-day Adventist Theological Seminary

Title: MASS MEDIA IN SEVENTH-DAY ADVENTIST EVANGELISM

Name of researcher: Daniel Sosa

Name and degree of faculty adviser: Loron Wade, D.Min.

Date completed: April 2008

The mission Jesus entrusted to the church, “Go and make disciples,” is not yet accomplished. To solve this problem, mass media communications can be used, especially in Hispanic churches.

At all times, God has communicated with created beings. This communication has taken many shapes, culminating in the coming of God’s Son to earth. However, the Bible is the most accessible form to human beings in the twenty-first century.

Adventist pioneers used the secular press as well as the publication of their own books and periodicals, both before and after the disappointment of October 22, 1844. The Adventist Church has taken advantage of technological advances of the twentieth century, using radio and television at an early date. Over time the church has developed

structures, both official and supporting, to organize and promote communication, to preach the eternal gospel.

One must have a clear understanding of these means in order to use them. The most important kinds of print journalism are news, reporting, and articles. Electronic journalism includes radio and television. Each has its own rules, which must be learned and followed.

This thesis presents a practical model for using media for evangelism. The television program, *Buenos días Señor Jesús* (Good morning, Lord Jesus), together with evangelistic meetings in the Texas Conference has given good results for internal and external growth.

The Adventist Church has used and continues to use mass media for evangelism. The challenge of preaching the gospel to all the world can be met if pastors and lay people are motivated to use print and media journalism to evangelize, as was done in Texas with the program *Buenos días Señor Jesús*.

SÍNTESIS DE LA TESIS DOCTORAL

D.Min. Dissertation

Andrews University

Seventh-day Adventist Theological Seminary

Título: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA
EN LA EVANGELIZACIÓN ADVENTISTA

Nombre del investigador: Daniel Sosa

Nombre y grado del asesor: Loron Wade, D. Min.

Fecha de terminación: Diciembre de 2007

La misión de Jesús encomendada a la iglesia, “Id, y haced discípulos a todas las naciones”, sigue inconclusa. Para resolver este problema pueden usarse los medios masivos de comunicación, sobre todo en las iglesias hispanas.

En todos los tiempos, Dios se ha comunicado con sus seres creados. Sus modos de comunicación han sido diversos, culminando con la venida de su Hijo al mundo. Sin embargo, la Biblia es el medio más accesible a los seres humanos en el siglo XXI.

Los pioneros adventistas usaron la prensa secular y la impresión de libros y revistas antes y después del chasco del 22 de octubre de 1844. La Iglesia Adventista aprovechó los avances tecnológicos del siglo XX, usando desde sus inicios la radio y la

televisión. Con el correr del tiempo se han estructurado ministerios de comunicación, oficiales y de apoyo, con el fin de predicar el “evangelio eterno”.

Para poder usar estos medios, hay que conocerlos. En el periodismo impreso, los géneros más importantes son la noticia, el reportaje y el artículo. En el periodismo electrónico, están la radio y la televisión. Cada uno tiene sus reglas y su manera de funcionar. La preparación de publicaciones y programas debe seguir las reglas de su género.

Este trabajo presenta un modelo práctico del uso de los medios masivos para la evangelización. El programa televisivo *Buenos días Señor Jesús*, unido a campañas de evangelismo en la Conferencia de Texas, ha dado buenos resultados en el fortalecimiento de la fe y en la testificación.

La Iglesia Adventista ha usado y sigue usando los medios masivos de comunicación para evangelizar. El desafío de predicar el evangelio a todo el mundo puede ser menor si pastores y laicos son motivados a usar el periodismo impreso y electrónico para evangelizar, como se hizo en Texas con el programa *Buenos días Señor Jesús*.

Andrews University
Seventh-day Adventist Theological Seminary

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN LA
EVANGELIZACIÓN ADVENTISTA EN TEXAS

Tesis
presentada en cumplimiento parcial
de los requisitos del
Doctorado en Ministerio

por
Daniel Sosa
Abril 2008

© Copyrighted by Daniel Sosa 2008
All Rights Reserved

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN LA
EVANGELIZACIÓN ADVENTISTA EN TEXAS

Tesis doctoral
presentada en cumplimiento parcial
de los requisitos para el título de
Doctor en Ministerio

por

Daniel Sosa

APPROBADO POR:

Asesor,
Loron Wade

Ricardo Norton

Pedro Navia

Director, Doctorado en Ministerio
Skip Bell

Decano, Seminario Teológico
Denis Fortin

Fecha de aprobación

A mi esposa Julieta,
Mis hijas Maggy, Julie y Danelia
y a mis nietos
José Daniel, Valerie, Arodi, Dane, Marcello e Ian

ÍNDICE DE CONTENIDO

Reconocimientos.....	viii
Capítulos	
1. INTRODUCCIÓN	1
El problema	1
Propósito del estudio.....	2
La justificación.....	2
Delimitaciones	3
Metodología	3
Expectativa.....	4
Esbozo de la tesis	4
2. BASES BÍBLICAS PARA EL USO DE LA COMUNICACIÓN	6
La comunicación antes de la entrada del pecado	8
La entrada del pecado en el cielo	10
La comunicación de Dios con Adán y Eva antes de la entrada del pecado.....	11
El plan de redención y la comunicación de Dios después de la entrada del pecado	14
Diferentes maneras de la comunicación en el plan redentor de Dios	16
La palabra hablada de Dios.....	17
La encarnación de Cristo	20
La ley de Dios	21
La preparación	21
La conmoción de la naturaleza	22
La ley, un camino o modo de proceder.....	24
La comunicación de Dios en el santuario	25
La Palabra escrita de Dios, la Biblia.....	26
La revelación.....	27
La inspiración.....	29
Conclusión del capítulo	31

3. DESARROLLO HISTÓRICO DEL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA IGLESIA ADVENTISTA	32
El uso de la comunicación en el siglo XIX.....	33
Guillermo Miller y el movimiento Millerita.....	35
La influencia de Josué V. Himes	39
El uso de la comunicación después del chasco de 1844	42
El papel de Elena G. de White	43
Las primeras revistas.....	45
Los vendedores de libros	47
La prensa secular.....	48
El mundo de los pioneros en la segunda mitad del siglo XIX.....	52
La economía en la era de la industrialización.....	52
La inmigración en la era dorada.....	55
El crecimiento de la Iglesia Adventista en los tiempos de los pioneros	56
El uso de la comunicación en el siglo XX y en la actualidad	57
Los primeros programas religiosos en la radio y televisión	58
La Oficina de Relaciones Públicas y el	
Departamento de Comunicación.....	60
La estructura denominacional actual	61
La Red de Televisión Adventista.....	63
El Centro de Medios de Comunicación Adventista	64
Voice of Prophecy.....	65
La Voz de la Esperanza.....	67
Breath of Life	69
Faith for Today	69
It Is Written	70
Life Talk	71
Radio Mundial Adventista	71
Ministerios de apoyo.....	72
Algunas revistas	74
Adventist Review.....	74
Signs of the Times	75
El centinela.....	77
Enfoque de nuestro tiempo	78
El evangelismo por satélite	79
Internet	81
4. USOS PRÁCTICOS DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS EN LA EVANGELIZACIÓN	86
Breve historia del periodismo	88
La Iglesia Adventista y la prensa	91
Definición y clasificación de los géneros periodísticos.....	92

Cómo escribir en algunos géneros del periodismo impreso	96
La noticia	97
Los valores noticiosos.....	99
La estructura y redacción de la noticia	104
El reportaje.....	109
Entradas del reportaje	111
Clases de reportajes.....	113
El artículo.....	113
La crónica.....	117
La entrevista.....	118
El periodismo electrónico	119
El periodismo radial.....	120
Géneros del periodismo radial	121
El guión radiofónico	121
El periodismo de la televisión.....	124
Definición y descripción	124
Cómo hacer un programa de televisión	125
Resumen del capítulo.....	131
 5. EL PROGRAMA DE TELEVISIÓN “BUENOS DÍAS SEÑOR JESÚS” Y SUS RESULTADOS	 133
Breve historia del programa.....	133
Descripción del programa	135
Aceptación del programa	138
El evangelismo posterior.....	139
Campaña de evangelismo en Edinburg, Texas	139
La campaña en Layford, Texas	140
Evangelismo en Álamo, Texas	140
Otras campañas de evangelismo	144
 6. RESUMEN, CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES	 146
Resumen	146
Conclusiones	151
Recomendaciones	152

Apéndices

A.	Cuadro de la inmigración a los Estados Unidos en la era dorada.....	153
B.	Crecimiento de la Iglesia Adventista en el mundo por millones de 1848 a 2001	154
C.	Participación de la Red Adventista de Televisión en el evangelismo por satélite.....	155
D.	Lista de valores noticiosos.....	156
E.	Ejemplos de las pirámides en redacción de noticias.....	157

F.	Ejemplos de guiones	159
G.	Muestras, resultado de encuesta y organización de la campaña de Edinburg, Texas	161
H.	Muestras de la campaña de evangelismo en McAllen, Texas	162
BIBLIOGRAFÍA		163
CURRÍCULUM VITAE		172

RECONOCIMIENTOS

Expreso mi gratitud a Dios por su amor y omnipotencia manifestada en todo el proceso para llevar a adelante esta tarea. Asimismo a familiares y amigos que me animaron a terminar lo que había empezado.

En forma especial, expreso mi gratitud a mi esposa y mis hijas por su apoyo por muchos años a mi superación personal y educacional. Particularmente en este proyecto universitario. Incluyo a mis nietos por su paciencia, porque en lugar de pasear con ellos, estuve muchas horas leyendo libros, y transcribiendo notas en la computadora.

Expreso mi gratitud en forma marcada al Dr. Loron Wade por su paciencia, dedicación y apoyo incondicional para ser mi primer lector, consejero y asesor para, como dijo un día: “llevar a final término este trabajo”; en igual forma a mis maestros de cada curso, pero con mayor distinción al Dr. Ricardo Norton quien en los momentos críticos, estuvo dispuesto a darme ánimo y apoyo para seguir y terminar el proyecto.

Agradezco al maestro Alberto Moncada por ayudar editar la tesis, a la Dra. Nancy Vyhmeister por hacer la corrección oficial del contenido y formato, a mi hija Margarita S. Neyra por su apoyo desde el comienzo al fin del proyecto, por fin, agradezco al Dr. Pedro Navia y a los demás miembros del comité examinador por su apoyo y valiosas observaciones para que este trabajo sea una herramienta útil en la evangelización.

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

“Y será predicado este evangelio del reino en todo el mundo, para testimonio a todas las naciones; y entonces vendrá el fin” (Mt. 24: 14).¹ “Por tanto, id, y haced discípulos a todas las naciones, bautizándolos en el nombre del Padre, y del Hijo, y del Espíritu Santo” (Mt. 28: 19). Con esta base bíblica cada miembro activo de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, tiene el gran desafío de predicar el evangelio, en su propia comunidad y hasta donde sea posible.

Jesús prometió el Espíritu Santo para que cada miembro sea un verdadero testigo: “Pero recibiréis poder, cuando haya venido sobre vosotros el Espíritu Santo, y me seréis testigos en Jerusalén, en todo Judea, en Samaria, y hasta lo último de la tierra” (Hch.1:8).

El problema

Han pasado los años y algunas iglesias hispanas de Texas no han crecido como debe ser, y no se ha alcanzado a la población la cual es cada vez mayor, no obstante que se han usado los métodos tradicionales de evangelización. ¿Cómo se resolverá este problema? Una solución sería optimizar los recursos humanos y aprovechar la oportunidad para testificar por los medios masivos de comunicación.

¹A menos que se indique algo diferente, en este trabajo los textos bíblicos fueron tomados de la versión Reyna Valera, revisión 1960 (Nashville, TN: Broadman & Colman Publishers, 1992).

Propósito del estudio

Los propósitos de este estudio han sido tres. Se los puede resumir de la siguiente forma:

1. Presentar las bases bíblicas que demuestran la importancia de la comunicación. Así pueden verse efectos del pecado en la comunicación y cómo Dios ha manifestado su comunicación redentora en diferentes formas con el propósito de salvar a la humanidad.
2. Considerar los métodos de los pioneros adventistas. ¿Cuáles fueron dichos métodos? ¿Hasta qué punto fueron efectivos? ¿Por qué? ¿Hasta qué punto pueden ser considerados como modelo o pauta para imitarlos ahora? ¿Cómo pueden las iglesias de hoy aplicarlos en el contexto del siglo XXI?
3. Reunir información sobre comunicación masiva para preparar un libro de instrucciones del uso de los medios escritos y electrónicos para que lo usen pastores y laicos de las iglesias adventistas.

La justificación

La justificación de este trabajo es múltiple. Quizás la más importante es que las iglesias de Texas no han cumplido a plenitud la misión encomendada por Jesucristo: “Id y haced discípulos” (Mt. 28:19).

Frente a esta situación, un medio factible para cumplir la misión es el uso de los medios masivos de comunicación, en particular los variados géneros periodísticos. En las iglesias hay laicos talentosos que podrían usar los medios masivos para evangelizar, pero no saben cómo hacerlo.

A pesar de las posibilidades, no hay mucha información en español del uso del periodismo por los pioneros de la iglesia y de lo que se está haciendo en la actualidad.

Delimitaciones

Este estudio no pretende ser completo y se limita a dar algunos ejemplos de la comunicación redentora de Dios y del uso de los recursos de la comunicación masiva por los pioneros de la iglesia adventista. Considera la prensa secular y la impresión de revistas y libros, con ejemplos de los variados recursos de la comunicación masiva en el siglo XX, especialmente en las últimas décadas, y en la actualidad.

Por último se presentan algunos géneros periodísticos impresos y electrónicos y cómo se pueden usar para la testificación. Hay algunos recursos que se mencionan pero no se cubren en la totalidad, como el evangelismo radial, satelital y en Internet.

Metodología

En primer término se asentaron las bases bíblicas de la importancia de la comunicación redentora de Dios.

Se buscó información histórica del uso de la imprenta y del periodismo impreso por los pioneros de la iglesia adventista y del uso actual de los medios masivos de comunicación para testificar.

Se trató de que el material bibliográfico fuera teórico-práctico, información que fuera útil para laicos y pastores que no tuvieron oportunidad de aprender periodismo en el aula.

La investigación tuvo un cronograma que comenzó en agosto del 2005 y terminó en agosto de 2007.

Se tomaron como ejemplos en el capítulo 5 el programas de televisión: *Buenos días Señor Jesús*.

Expectativa

Es de esperar que esta información ayudará y motivará a los laicos y pastores a incursionar en el mundo moderno y apasionante del periodismo cristiano. De este modo las iglesias se beneficiarán al tener laicos activos en esta forma de testificación y se alegrarán de verse proyectadas debidamente como iglesias humanitarias, que tienen una fe y una misión.

El programa propuesto podrá ser usado en los cursos de adiestramiento de laicos y oficiales del distrito pastoral local y después se podrá promover su uso en otras partes donde se habla español.

Esbozo de la tesis

En el capítulo 2 se asentaron las bases bíblicas para el uso de la comunicación, divididas en dos partes. En la primera se trató de la comunicación antes de la entrada del pecado y en la segunda, la comunicación redentora de Dios después de la entrada del pecado.

En el capítulo 3 se trató el desarrollo histórico del uso de los medios de comunicación en la iglesia adventista. Se comenzó en el siglo XIX, repasando la influencia de Josué V. Himes para usar los medios antes del chasco y la experiencia en el uso de la imprenta por los pioneros adventistas después del 22 de octubre de 1844. Se notó también el papel de Elena White, las primeras revistas y las actividades de los colportores.

En el capítulo 4, que viene a ser un manual de comunicación para la evangelización, se narró una breve historia del periodismo secular y de los adventistas,

entonces se definió y clasificó los géneros periodísticos y cómo escribir en algunos de tales géneros.

En el capítulo 5 se narró la breve historia de los programas de televisión: *Buenos días Señor Jesús*, la descripción de un programa, su aceptación y se indicó su uso en la evangelización.

El capítulo 6 contiene un resumen del estudio, junto con las conclusiones a las cuales se llegó y unas recomendaciones para el uso de los medios entre los hispanos adventistas de Texas

CAPÍTULO 2

BASES BÍBLICAS PARA EL USO DE LA COMUNICACIÓN

Comunicarse es algo inherente en el ser humano; es parte de su naturaleza. Dios así lo hizo. Dice la Biblia: “Y dijo Jehová Dios: no es bueno que el hombre esté solo; le haré ayuda idónea para él” (Gn. 2:18). Este texto se refiere a la creación de Eva, aunque vale para toda la humanidad, porque Adán y Eva fueron los padres de la raza humana. “Y los bendijo Dios, y les dijo: Fructificad y multiplicaos; llenad la tierra, y sojuzgadla (Gn. 1:28). Se establece, entonces, que Eva fue creada para una comunicación constante con Adán y después con sus hijos. Elena G. de White dice: “El hombre no fue creado para que viviese en soledad; habría de tener una naturaleza sociable”.¹

La mayoría de las definiciones y conceptos de la palabra comunicación giran alrededor de la existencia de una fuente, o sea el origen del mensaje, y de un destino, alguien quien reciba el mensaje. Una fuente y un receptor, un cifrador y un descifrador. Por ejemplo, *El gran diccionario enciclopédico McGraw Hill ilustrado* dice que “comunicación [Del latín *communicatio*] es una acción y efecto de comunicar o comunicarse. Trato entre dos o más personas. Transmisión de señales al emisor y al receptor por medio de un código común”.²

¹Elena G. de White, *Patriarcas y profetas* (Mountain View, CA: Pacific Press, 1975), 32.

²*Gran diccionario enciclopédico McGraw-Hill ilustrado*, 2001, ver “comunicación.”

Por su parte Francisco Javier de la Torre Hernández y Francisco de la Torre Zermelo señalan que “la palabra ‘comunicar’ proviene del latín *communicare* que significa ‘poner en común’; así, la comunicación tiene como propósito poner en común conocimientos y sentimientos, lo que se logra a través de signos y símbolos tales como la palabra hablada, la señal, el gesto y la imagen”.¹ La misma fuente recuerda el concepto de comunicación enseñado por Aristóteles, quien dijo: “El objetivo principal de la comunicación es la persuasión; es decir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista”.²

Carlos Fernández Collado define la comunicación como “el proceso dinámico interpretativo mediante el cual los individuos en sus relaciones, grupos, organizaciones y sociedades -responden y crean mensajes para adaptarse a su entorno y a las personas que los rodean”.³

Resumiendo estas definiciones, se puede decir que la comunicación es un proceso dinámico mediante el cual fuentes y receptores de mensajes interactúan en un contexto social dado, para transmitir ideas e influir en los demás.

Estos conceptos están bien de acuerdo con el funcionalismo; sin embargo, el teólogo William F. Fore dice que hay un problema en estas definiciones y es que ellas colocan a la comunicación “en un tercer rol, como si algo ocurriera entre dos personas o cosas. No se da suficiente énfasis a la comunicación como una relación que envuelve a

¹Francisco Javier de la Torre Hernández y Francisco J. de la Torre Zermelo, *Taller de análisis de la comunicación* (México, D. F.: McGraw-Hill Interamericana de México, 2001), 1.

²Ibíd.

³Carlos Fernández Collado, *La comunicación humana en el mundo contemporáneo* (México, D. F.: McGraw-Hill/Interamericana, 2001), 16.

las personas y cosas, una relación de la cual todos somos una parte integral”. “Tratar de entender la comunicación, sin esa relación”, dice Fore, “es como tratar de entender a un ser humano a través de su autopsia, falta vida”.¹

Juntando los conceptos de teología y comunicación, según Fore, “se descubre que, llevado al nivel más básico posible, existen solamente tres cosas: La materia, la energía y las relaciones. Y esas relaciones, ya sea entre átomos y moléculas, entre abejas y flores, o entre los seres humanos y Dios, son creadas, sustanciadas y modificadas por alguna clase de comunicación”.² Otra forma de decirlo, sigue diciendo Fore, es que todas las cosas se relacionan con algo, o dejan de existir, y en todas las relaciones la comunicación está presente”.³

Partiendo de estos principios y definiciones hay por lo menos tres tipos de comunicación a las que los teóricos como David K. Berlo las describe de la siguiente manera: “intrapersonal en la que la fuente y el receptor son la misma persona, la intercomunicación, comunicación entre dos personas o grupo pequeño y la comunicación masiva, dirigida a un público mayor.”⁴

La comunicación antes de la entrada del pecado

Partiendo del concepto de que la comunicación es más que transmitir hechos e ideas, pues sería más bien, una relación significativa, en este estudio se presentan

¹William F. Fore, “A Theology of Communication,” <http://www.religion-online.org/showarticle.asp?title=268> (5 de marzo de 2006).

²Ibíd.

³Ibíd.

⁴David K Berlo, *El proceso de la comunicación* (Buenos Aires: El Ateneo editorial, 1977), 41.

ejemplos de comunicación entre Dios y los seres creados celestiales y terrenales antes y después de la entrada del pecado. La Biblia es la fuente básica de estos ejemplos, y da por hecho la existencia de Dios y los ángeles, quienes como criaturas de Dios, se comunican con Él y Él con ellos, como después lo hizo con el ser humano.

La vida celestial era una constante relación y comunión gozosa entre el Creador y las criaturas celestiales. A esto se refiere Job 38:7 que dice: “Cuando las estrellas, todas del alba alababan y se regocijaban todos los hijos de Dios”.

Sobre quiénes eran las estrellas y los hijos de Dios, El *Matthew Henry's Commentary* señala que este texto se refiere a los “ángeles bendecidos, quienes en la mañana del tiempo brillaban como el resplandor de las estrellas de la mañana... Ellos eran hijos de Dios, quienes aclamaron de gozo cuando los fundamentos de la tierra se formaron”.¹

Entendiendo que la comunicación es más que transmitir y recibir mensajes, sino que puede ser una relación personal o colectiva, White dice de la relación que había entre Dios y sus creaturas en el cielo, antes de la entrada del pecado: “El rey del universo convocó a las huestes celestiales a comparecer ante él, a fin de que en su presencia él pudiese manifestar cuál era el verdadero lugar que ocupaba su Hijo y manifestar cuál era la relación que él tenía para con todos los seres creados”.²

Sigue la misma autora: “Mientras todos los seres creados reconocieron la lealtad del amor, hubo perfecta armonía en el universo de Dios. Cumplir los designios de su

¹“The Creation of the World,” *Matthew Henry's Commentary on the Whole Bible, Complete and Unbridged in one Volume* (Peabody, MA: Hendrickson Publishers, 1996), 732.

²White, *Patriarcas y profetas*, 15.

Creador era el gozo de las huestes celestiales... No había nota discordante que perturbara las armonías del cielo”.¹ Por lo tanto, había una atmósfera llena de amor, bondad y obediencia. White señala: “Los ángeles habían sido creados llenos de bondad y amor. Se amaban unos a otros sin parcialidad y a Dios en forma suprema. Ese amor lo mostraban al complacer a su Creador. Para ellos, la ley de Dios no representaba un yugo penoso, sino que se deleitaban en cumplir sus mandamientos y estar atentos a la voz de su palabra”.²

Esto quiere decir que antes de la entrada del pecado, Dios y sus criaturas, ya fueran los ángeles o Adán y Eva en la tierra, mantenían un sistema de comunicación excelente en el cual la fuente, Dios, y los receptores, sus criaturas, se entendían en plenitud.

La entrada del pecado en el cielo

El pecado se gestó en la mente de Lucifer, quien era una criatura de Dios, como los demás ángeles. La Biblia dice: “Tú, querubín grande, protector, yo te puse en el santo monte de Dios, allí estuviste; en medio de las piedras de fuego te paseabas. Perfecto eras en todos tus caminos desde el día que fuiste creado, hasta que se halló en ti maldad”. (Eze 28:14, 15).

También dice la Escritura: “Tú que decías en tu corazón: Subiré al cielo; en lo alto, junto a las estrellas de Dios, levantaré mi trono, y en el monte del testimonio me

¹Ibíd., 13.

²Elena G. de White, *La verdad acerca de los ángeles* (Miami: Asociación Publicadora Interamericana, 1997), 33.

sentaré, a los lados del norte; sobre las alturas de la nubes subiré, y seré semejante al Altísimo” (Isa. 14:12-14).

Al respecto White añade: “Codiciando los honores que el Padre Infinito había concedido a su Hijo, este príncipe de los ángeles aspiraba a un poder que sólo Cristo tenía derecho a ejercer... El orgullo de su propia gloria le hizo desear la supremacía. Lucifer no apreció como don de su Creador los altos honores que Dios le había conferido, y no sintió gratitud alguna. Se gloriaba de su belleza y elevación, y aspiraba a ser igual a Dios”.¹ Lucifer, transformado en Satanás, comenzó todo un sistema de desinformación para engañar y ganar para su causa a los ángeles. White lo dice de esta forma: “Abandonando el lugar que ocupaba en la presencia inmediata del Padre, Lucifer salió a difundir el espíritu de descontento entre los ángeles. Obrando con mentira sigilosa y encubriendo durante algún tiempo sus verdaderos fines bajo una apariencia de respeto a Dios”.²

La Biblia narra lo ocurrido:

Hubo una gran batalla en el cielo: Miguel y sus ángeles lucharon contra el dragón; y luchaban el dragón y sus ángeles; pero no prevalecieron, ni se halló ya lugar para ellos en el cielo. Y fue lanzado fuera el gran dragón, la serpiente antigua, que se llama diablo y Satanás, el cual engaña al mundo entero; fue arrojado a la tierra, y sus ángeles fueron arrojados con él. (Ap. 12:7-9)

La comunicación de Dios con Adán y Eva antes de la entrada del pecado

Adán y Eva, la primera pareja humana, antes de pecar gozaban de una comunicación directa con Dios su creador y con los ángeles. “La santa pareja eran no

¹Elena G. de White, *El conflicto de los siglos* (Mountain View, CA: Publicaciones Interamericanas, 1975), 548, 549.

²Ibíd., 549.

sólo hijos bajo el cuidado paternal de Dios, sino también estudiantes que recibían instrucción del omnisciente Creador. Eran visitados por los ángeles, y se gozaban en la comunión directa con su Creador, sin ningún velo oscurecedor de por medio”.¹

Dios se comunicaba con Adán y Eva en forma verbal y a través de sus obras, proveyendo así felicidad plena para ellos. “En el medio en que vivía la santa pareja, había una lección de todos los tiempos, a saber, que la verdadera felicidad se encuentra, no en dar rienda suelta al orgullo y al lujo, sino en la comunión con Dios por medio de sus obras creadas”.²

La adoración a Dios, con sus variadas expresiones, era una forma de la comunicación de Adán y Eva. “La santa pareja unía sus voces en forma de alabanzas y adoración al Padre y a su Hijo amado, por las muestras de amor que la rodeaban”.³

Según White, sabiendo la Deidad de los planes tentadores de Satanás en contra de la pareja edénica, “Dos ángeles se apresuraron a visitar a nuestros primeros padres, la santa pareja los recibió con inocente alegría, expresando su gratitud al Creador por haberles rodeado con tal profusión de bondad... Lo que estimaban por sobre toda otra bendición era su relación con el hijo de Dios y los ángeles celestiales.”⁴

Satanás usó los principios básicos de la comunicación verbal y no verbal para persuadir, primero a Eva y después a Adán, a desobedecer a Dios y por lo tanto pecar. Uno de esos principios es que en el proceso de comunicación la fuente y el receptor

¹Ibíd., 32.

²Ibíd., 31.

³Elena G. de White, *La historia de la redención* (Washington, DC: Review and Herald, s.f), 23.

⁴Ibíd., 29, 30.

interactúan, hay espacio de retroalimentación. La Biblia asienta que:

La serpiente era astuta, más que todos los animales del campo que Jehová Dios había hecho; la cual dijo a la mujer: ¿Con que Dios os ha dicho: No comáis de todo árbol del huerto? Y la mujer respondió a la serpiente: Del fruto de los árboles del huerto podemos comer; pero del fruto del árbol que está en medio del huerto dijo Dios: No comeréis de él, ni lo tocaréis, para que no muráis. (Gn. 3:1-3)

Siguiendo el diálogo, la Biblia añade:

Entonces la serpiente dijo a la mujer: No moriréis; sino que sabe Dios que el día que comáis de él, serán abiertos vuestros ojos, y seréis como Dios, sabiendo el bien y el mal. Y vio la mujer que el árbol era bueno, para comer, y era agradable a los ojos, y árbol codiciable para alcanzar la sabiduría; y tomó de su fruto, y comió; y dio también a su marido, el cual comió así como ella”. (Gn. 3:4-6)

Con la entrada del pecado, la naturaleza humana cambió y las personas comenzaron a sufrir la incomunicación, o sea la ausencia de la comunicación; un vacío en la relación de una persona con otra, o de un grupo de personas con otro grupo; la pérdida de la señal directa entre el transmisor y el receptor. Este fenómeno social, que se vive hasta la actualidad, en algunas circunstancias, se le conoce como la angustia de la comunicación. Carmen Millén Moyano lo dice de esta manera: “El estado de incomunicación le provoca al ser humano, una situación de angustia en forma de temor o sentimiento de soledad”.¹

Las consecuencias del pecado fueron múltiples y complejas. El profeta Isaías dice: “Pero vuestras iniquidades han hecho división entre vosotros y vuestro Dios, y vuestros pecados han hecho ocultar de vosotros su rostro para no oír” (Is. 59:2).

¹Carmen Millán Moyano, *La necesidad de comunicarse* (México, D. F.: Editores Mexicanos, 1993), 12.

El plan de redención y la comunicación de Dios después de la entrada del pecado

Al desobedecer a Dios, el hombre habría de morir, pero la Deidad, por amor, había previsto un plan de salvación para la raza humana, prefigurado en los sacrificios que Dios les enseñó ofrecer al pueblo hebreo, comenzando con los patriarcas, con Abraham (Gn. 15:9-21; 22:1-14), siguiendo en el santuario y su servicio (Ex. 31-39) y por fin Jesús mismo vino y en su momento declaró: “Porque de tal manera amó Dios al mundo, que ha dado a su Hijo unigénito, para que todo aquel que en él cree, no se pierda, más tenga vida eterna” (Jn. 3:16) y en otro momento agregó: “Porque el Hijo del Hombre vino a buscar y a salvar lo que se había perdido”. (Lc. 19:10)

Uno de los expositores más destacados del plan de salvación fue el apóstol Pablo. Por ejemplo, él declara: “Mas Dios muestra su amor para con nosotros, en que siendo aún pecadores, Cristo murió por nosotros” (Ro. 5:8); “porque la paga del pecado es muerte, mas la dádiva de Dios es vida eterna en Cristo Jesús Señor nuestro” (Ro. 6:23).

Cuando se rompió la relación entre Dios y los seres creados terrenales, por el pecado, ángeles fueron enviados para dar esperanza de salvación a Adán y a Eva. White comenta: “Se les informó que el Hijo de Dios se había ofrecido voluntariamente para soportar el castigo que les correspondía, y morir para que los seres humanos pudieran vivir... Por medio de Jesús se había abierto una puerta de esperanza para que el hombre, a pesar de su gran pecado, no quedara bajo el dominio completo de Satanás”.¹

Hasta aquí y en los próximos modelos de comunicación de Dios, parece que Dios es la fuente de los mensajes y no hay la respuesta del receptor por lo tanto, no se cumple

¹White, *La historia de la redención*, 48.

el proceso dinámico de la comunicación, pero tal cosa no es así. No obstante que la respuesta o retroalimentación del receptor de mensajes puede ser activa o pasiva, a viva voz o tácita, los siguientes son algunos ejemplos bíblicos de la respuesta a la comunicación de Dios:

“Y oyeron la voz de Jehová Dios que se paseaba en el huerto, al aire del día; y el hombre y su mujer se escondieron de la presencia de Jehová Dios entre los árboles del huerto. Más Jehová Dios llamó al hombre y le dijo: ¿Dónde estás tú? Y él respondió: Oí tu voz en el huerto, y tuve miedo, porque estaba desnudo; y me escondí” (Gn. 3:8-10). En el caso de Caín cuando Dios no aceptó su ofrenda y mató a su hermano Abel, Dios habló y Caín respondió: “Y Jehová dijo a Caín: ¿Dónde está Abel tu hermano? Y él respondió: No sé. ¿Soy yo acaso guarda de mi hermano?” (Gn. 4:9).

Se registra otro diálogo, el de Dios con Abram:

Después de estas cosas vino la palabra de Jehová a Abram en visión, diciendo: No temas, Abram; yo soy tu escudo, y tu galardón será sobremanera grande. Y respondió Abram: Señor Jehová, ¿qué me darás, siendo así que ando sin hijo, y el mayordomo de mi casa es ese damasceno Eliezer? Dijo también Abram: Mira que no me has dado prole, y he aquí que será mi heredero un esclavo nacido en mi casa. Luego vino a él palabra de Jehová diciendo: No te heredaré éste, sino un hijo tuyo será el que te heredaré. Y lo llevó fuera, y le dijo: Mira ahora los cielos, y cuenta las estrellas, si las puedes contar. Y le dijo: Así será tu descendencia. (Gn. 15:1-5)

El diálogo de Dios con Moisés es un ejemplo donde hay comunicación intrapersonal y comunicación interpersonal:

y se le apareció el ‘Ángel de Jehová en una llama de fuego en medio de una zarza; y él miró y vio que la zarza ardía en fuego, y la zarza no se consumía. Entonces Moisés dijo: Iré yo ahora y veré esta grande visión, por qué causa la zarza no se quema. Viendo Jehová que él iba a ver, lo llamó Dios de en medio de la zarza y dijo: ¡Moisés, Moisés! Y él respondió: Heme aquí. Y dijo: No te acerques; quita tu calzado de tus pies, porque el lugar en que tú estás, tierra santa es. (Ex. 3:1-5)

Hay otros ejemplos en el Antiguo Testamento de diálogos entre Dios y personajes bíblicos que cumplen el proceso de la comunicación: encuentro de Dios con Elías (1 R. 9:4-18; la visión de Isaías y el llamado de Dios (Is.6:1-13).

En el Nuevo Testamento se relatan pláticas donde seres celestiales hablan con seres terrenales y éstos responden en una interacción comunicativa. Una de esas pláticas es la del ángel Gabriel y María: “Y entrando el ángel en donde ella estaba, dijo: ¡Salve, muy favorecida! El Señor es contigo; bendita tú entre las mujeres. Más ella, cuando le vio, se turbó por sus palabras, y pensaba qué salutación sería esta. Entonces el ángel le dijo: María no temas, porque has hallado gracia delante de Dios. Y ahora concebirás en tu vientre y darás un hijo, y llamarás su nombre Jesús... Entonces María dijo al ángel: ¿Cómo será esto? Pues no conozco varón” (Lc.1:28-34. Otros ejemplo se registran en Jn.4:7-26; Hch.9:3-6; Ap.10:1-4.

Diferentes maneras de la comunicación en el plan redentor de Dios

Después de la entrada del pecado la comunicación redentora de Dios se ha manifestado en diferentes maneras. Cuando se habla aquí de comunicación redentora, se habla del plan de redención, cuya mayor manifestación fue la encarnación, vida, muerte y resurrección de Jesucristo. “Dios, habiendo hablado muchas veces y de muchas maneras en otro tiempo a los padres por los profetas, en estos postreros días nos ha hablado por el Hijo, a quien constituyó heredero de todo, y por quien asimismo hizo el universo” (He. 1:1, 2).

White habla del uso de la comunicación de Dios para dar a conocer su plan redentor: “Los ángeles se comunicaron con Adán después de su caída y le informaron

acerca del plan de salvación, y de que la raza humana no estaba fuera del alcance de la redención”.¹

Por falta de espacio en este estudio se mencionan sólo algunas de las expresiones de Dios en su palabra verbal, y se da mayor énfasis a su comunicación escrita, o sea la Biblia, donde se unen las expresiones verbales y no verbales.

La Palabra hablada de Dios

Por revelación divina a Moisés, quien escribió el Pentateuco, o sea los primeros cinco libros de la Biblia, se encuentra el lector con un Dios que habla y ve. La expresión “dijo Dios” se registra ocho veces en el primer capítulo de Génesis (Gn. 1:3, 6, 9, 14, 20, 24, 26, 29); y la expresión “vio Dios” se registra cuatro veces (Gn. 1:4, 10, 21, 31). Dios habló con Adán y Eva varias veces en forma directa (Gn. 3: 8, 9, 13, 16, 17) y lo mismo hizo con Caín (Gn. 4:6, 9-13, 15), y con Noé (Gn. 6:13- 21; 7: 1; 8:15-17).

Cuando Dios no habló directamente con los patriarcas, profetas, reyes y otras personas que menciona la Biblia, lo hizo a través de la revelación en sus variadas expresiones. Por ejemplo, se le reveló a Abraham (Gn. 12: 1-3; 15:1-21; 18:15); a Jacob (Gn. 28:12-17) y a Moisés (Ex. 3:2-22) en en variadas ocasiones de su vida.

William Sanford LaSor, David Allan Hubbard y Frederic Wm. Bush lo narran de esta forma:

Hay ciertas características de la religión bíblica, o bien son únicas o son notablemente diferentes de las religiones de los pueblos vecinos. Una de ellas es el concepto bíblico según el cual Jahvéh, como se le llama a Dios en el Antiguo Testamento, desea y mantiene la comunicación con su pueblo.

La Biblia se inicia con un relato de Dios que crea los cielos y la tierra, crea a la familia humana a su propia imagen (Gn. 1:26) y se comunica con ella (vv.28-30). Esa comunión original se interrumpió por la desobediencia (3:23), pero a pesar de esa

¹Ibid., 58.

rebelión contra la autoridad de Dios, él continuó comunicándose con la humanidad a lo largo de todo el Antiguo y del Nuevo Testamento.¹

De la palabra hablada de Dios a la palabra escrita, en la historia hebrea, pasaron muchos siglos y fue hasta cuando el pueblo hebreo salió de Egipto que Dios les dio la ley escrita. En todo ese tiempo, los mensajes de los designios de la voluntad de Dios, fueron transmitidos de padres a hijos en forma verbal. No hay evidencia bíblica de que los hebreos hayan sabido escribir y leer en la era patriarcal.

Algunos personajes que vivieron en el largo tiempo que precedió a la aparición de la palabra escrita, tuvieron la bendición de la longevidad. Aparte de vivir muchos años, poseían mentes claras y una extraordinaria retentiva. Adán y Eva, por ejemplo, “se sentían pletóricos de vigor que procedía del árbol de la vida, y su poder intelectual era apenas un poco menor que el de los ángeles”.²

La Biblia dice: “Y vivió Adán ciento treinta años, y engendró un hijo a su semejanza conforme a su imagen, y llamó su nombre Set. Y fueron los días de Adán después que engendró a Set ochocientos años, y engendró hijos e hijas. Y fueron todos los días que vivió Adán novecientos treinta años; y murió”. (Gn. 5:3, 5)

Después se narran los datos genealógicos de Set: “Vivió Set ciento cinco años y engendró a Enós, Y vivió Set, después que engendró a Enós, ochocientos siete años, y engendró hijos e hijas. Y fueron todos los días de Set novecientos doce años; y murió”. (Gn. 5:6, 7)

¹William LaSor, David Allan Hubbard, y Frederic Wm. Bush, *Panorama del Antiguo Testamento* (Buenos Aires: Nueva Creación, 1995), 7-8.

²White, *Patriarcas y profetas*, 32.

Esto quiere decir que Adán tuvo el privilegio o la oportunidad de repetir en forma verbal, por lo menos, a ocho generaciones la historia de la creación, su vida en el Edén, la caída en pecado y el plan de redención de Dios.

El hombre que vivió más años, según la Biblia, fue Matusalén:

Vivió Enoc sesenta y cinco años, y engendró a Matusalén y caminó Enoc con Dios, trescientos años, y engendro hijos e hijas... Vivió Matusalén ciento ochenta y siete años, y engendró Lamec, y vivió Matusalén, después que engendró a Lamec, setecientos ochenta y dos años, y engendró hijos e hijas. Fueron, pues, todos los días de Matusalén novecientos sesenta y nueve años; y murió. (Gn. 5:21-22)

Al analizar la genealogía de Génesis 5:1-32, Génesis 11:10-32 y Lucas 3:23-38, se entiende que, por ejemplo, Matusalén conoció a Adán su ancestro y también a Noé, y uno de los hijos de Noé habría conocido a Abraham, padre de los hebreos, con el cual comienza la genealogía de Mateo 1:1-17, la cual termina identificando la genealogía terrenal de Jesucristo. Esto confirma que la comunicación verbal fue muy relevante en el Antiguo Testamento, hasta que se inventó la escritura.

Otra de las formas como Dios se ha revelado o comunicado con la humanidad es a través de sus hechos portentosos como cuando dividió las aguas del mar Rojo para que el pueblo Hebreo cruzara en seco (Ex. 14:1-22); o cuando alimentó con maná a los hebreos en el desierto (Ex. 16:4-31) y les dio agua salida de la roca (Ex. 17:1-17; Nm. 20:2-13).

Más adelante, en el tiempo de los jueces y de los reyes, se narran milagros de liberación, como la derrota de los madianitas con treientos hombres dirigidos por Gedeón (Jue. 7:1-25), y el caso de la destrucción del ejército de Senaquerib (2 R. 19:1-37). Algunos profetas también fueron medios y testigos de hechos portentosos de Dios, por ejemplo, Elías (1 R. 18:20-46), Eliseo (2 R. 4:1-44; 5:1-27; 6:1-23).

El ministerio de Jesús estuvo lleno de milagros, su mismo nacimiento fue un hecho milagroso (Lc. 1:35), lo mismo cuando calmó la tempestad (Mt. 14:22-33), dio de comer a miles de personas con unos cuantos panes y peces (Jn. 6: 1-12), sanó al ciego de nacimiento (Jn. 9:1-9) o cuando resucitó a Lázaro (Jn. 11:38-44), sólo por enumerar algunos de sus hechos maravillosos.

La encarnación de Cristo

El Cristo hecho humano es la máxima expresión de comunicación no escrita de Dios para el mundo. Cristo es “la Palabra encarnada”. Aquí se abre otro panorama de estudio, que no se puede cubrir aquí porque excede el propósito del trabajo.

Algunos textos bíblicos básicos sobre la divinidad y encarnación de Cristo son los siguientes: “En el principio era el Verbo, y el Verbo era con Dios, y el Verbo era Dios. Este era en el principio con Dios. Todas las cosas por él fueron hechas, y sin él nada de lo que ha sido hecho, fue hecho”. (Jn. 1:1-3) “Y aquel Verbo fue hecho carne, y habitó entre vosotros y vimos su gloria, gloria como del unigénito del Padre, lleno de gracia y de verdad”. (Jn.1:14) “Ahora pues, Padre, glorifícame tú al lado tuyo, con aquella gloria que tuve contigo antes que el mundo fuese”. (Jn. 17:5) “Cuando vino el cumplimiento del tiempo, Dios envió a su Hijo, nacido de mujer y nacido bajo la ley” (Gá. 4:4); “He aquí, una virgen concebirá y dará a luz un hijo, Y llamarás su nombre Emmanuel, que traducido es: Dios con nosotros”. (Mt. 1:23)

La Biblia tiene un tema central, Jesucristo. Atilio Dupertuis anota:

No hay duda alguna que el tema central de la Escritura es el Señor Jesús. Por lo tanto, la doctrina de Cristo es el tema principal al cual debiéramos darle importancia primordial... La doctrina de Cristo o cristología incluye un estudio de la persona y la misión de Cristo: Quién es y qué vino a hacer. Normalmente, la cristología abarca en

primer lugar la persona de Cristo y la soteriología, la doctrina de la salvación, más bien su misión, lo que él vino a hacer.¹

La ley de Dios

Uno de los eventos que marcó historia hebrea fue lo ocurrido en el en el Monte Sinaí. Primero, se manifestaron el poder y la gloria de Dios, segundo, Dios entregó el Decálogo y otras leyes, que tenían gran significado en el pacto o alianza que Dios hacía con el pueblo y tercero, porque fue la primera manifestación de comunicación escrita de Dios para los hebreos y la humanidad.

La preparación

La preparación para el encuentro con Dios fue muy importante: “El Señor dijo a Moisés: ‘Vé al pueblo y santificalo hoy y mañana. Que laven sus vestidos. Y estén preparados para el tercer día, porque al tercer día descenderé a la vista de todo el pueblo, sobre el monte Sinaí’” (Ex. 19: 10-11).

Una distinción en la preparación fue el poner límites. Dios fue muy explícito en esto. La narración bíblica dice: “Señala límites alrededor del monte, y diles: ‘Guardaos, no subáis al monte, ni toquéis su límite. El que toque el monte de seguro morirá; ninguna mano lo tocará, sino que ha de ser apedreado o asaeteado, sea animal o sea hombre, no vivirá. Cuando el cuerno suene largamente, se acercará al monte’” (Ex. 19:12-13).

“Y descendió Moisés del monte al pueblo, y santificó al pueblo; y lavaron sus vestidos. Y dijo al pueblo: Estad preparados para el tercer día; no toquéis mujer” (Ex. 19:15). La preparación de santidad incuyó en forma especial a los sacerdotes (Ex. 19:22).

¹Atilio Dupertuis, *El carpintero divino* (Berrien Springs, MI: Pioneer, 1991), 12.

En resumen, la preparación para el encuentro con Dios, consistió en: (1) santificación, (2) limpieza, y (3) hacer conciencia de no tocar el monte. Dios quiso hacer conciencia de la pureza de corazón y la santidad.

La conmoción de la naturaleza

Al acercarse Dios al monte, antes de hablar con Moisés y con el pueblo, varios fenómenos naturales se presentaron como anuncio de la presencia de Dios. La Biblia lo narra en la siguiente manera:

Al tercer día, cuando amaneció, vinieron truenos y relámpagos, una espesa nube sobre el monte. Y un penetrante sonido de trompeta estremeció a todo el pueblo que estaba en el campamento. Y Moisés sacó del campamento al pueblo para recibir a Dios. Y se quedaron al pie del monte. Todo el monte Sinaí humeaba, porque el Señor había descendido sobre fuego. El humo subía como el humo de un horno, y todo el monte se estremecía en gran manera. El sonido de la bocina iba aumentando en extremo. Moisés hablaba y Dios le respondía en tronante voz. (Ex. 19: 16-19)

Éste es ejemplo más de la comunicación interpersonal, donde Uno habla y el otro responde. En este caso Moisés y Dios dialogaron, de persona a persona.

La razón por la que Dios usó tal comunicación no verbal para hablar a un pueblo liberado de la esclavitud Adam Clarke la explica de esta manera: “Era absolutamente necesario que Dios diera al pueblo una grande y particular evidencia de su ser y de su poder, en tal forma que se liberaran de la idolatría y reconocieran a Moisés, quien sería el constante mediador entre Dios y ellos”.¹

Esta parte de la historia hebrea no se puede dissociar de Moisés, el gran caudillo de Israel, pero todavía habría más. “Dios, entonces, en su indescriptible majestad, descendió

¹Adam Clarke, *The Holy Bible with a Commentary and Critical Notes* (New York: Abingdon, 1826), 400.

sobre el monte; y, por la espesa y oscura nube, los violentos truenos, los vívidos rayos, el extenso y penetrante sonido de la trompeta, el humo que cubrió todo el monte, y el excesivo temblor de tierra, proclamó su poder, su gloria y su santidad”.¹

La ley del Decálogo es considerada como la mayor manifestación escrita de Dios para el pueblo hebreo en el Antiguo Testamento. “Cuando Jehová terminó de hablar con Moisés en el monte Sinaí, le dio dos tablas del Testimonio, tablas de piedra escritas con el dedo de Dios” (Ex. 31:18).

Hay que considerar que la escritura era de Dios y las tablas de piedras también lo eran. “Volvió Moisés y descendió del monte trayendo en sus manos las dos tablas del Testimonio, las tablas escritas de ambos lados, de una y de otra cara. Las tablas eran obra de Dios; y la escritura era escritura de Dios grabada sobre las tablas” (Ex. 32: 15-16).

El pueblo había experimentado el poder de Dios, en la liberación del pueblo hebreo de la esclavitud de Egipto, en el cruce del Mar Rojo. Ahora Dios se manifestaría en la escritura milagrosa o sobrenatural de su santa Ley. El *Pulpit Commentary* señala que la frase “escritas con el dedo de Dios”, significa que fueron grabadas en forma sobrenatural, no labradas por mano humana. Es inútil especular sobre la forma o el modo exacto de tal operación Divina”.² Es claro que si Dios le dio a los hebreos la Ley moral escrita, es porque ellos o parte de ellos ya sabía leer y escribir.

Las razones principales, por las que Dios le dio la ley del Decálogo, son expuestas

¹Ibíd.

²H. D. M. Spence, y Joseph S. Exell, eds., *The Pulpit Commentary* (Grand Rapids: Wm. B. Eerdmans, 1977), 1:320.

así por Dupertuis: “Para mostrarles cuál era el camino a seguir. Quería distanciarlos de la idolatría a la que se habían acostumbrados... Él deseaba protegerlos de todo aquello que pudiese robarles la libertad que acababan de recibir o que pudiese impedir o limitar su conocimiento, a fin de que, finalmente, pudieran llegar a ser instrumentos que Dios anhelaba usar para bendecir a sus vecinos”.¹

Los hebreos estuvieron en Egipto un poco más de 400 años (Gn. 15:13, 14; Hch. 7:6) y la mayor parte de ese tiempo fueron esclavos. Allí en Egipto habían caído en un nivel espiritual muy bajo y según Dupertuis, “la ley tenía por objeto ayudarlos a recuperar lo perdido; a reorientar sus prioridades. Es por eso que los cuatro primeros mandamientos enfatizan la relación del hombre para con Dios; mientras que los siguientes seis, para con su prójimo”.²

La ley, un camino o modo de proceder

Desde el comienzo, cuando Dios le dio a Moisés la ley del Decálogo en el Sinaí, y después todas las demás leyes que conforman en su totalidad la *Torá*, el sistema jurídico de Israel estuvo simbolizado por la metáfora del “camino”. Lo que quiere decir que más que leyes la *Torá* es un estilo de vida, un modo de proceder. Roberto Badenas aclara este concepto de comunicación en la siguiente forma: “La ley aparece asociada, desde su origen, a la palabra *halakah* que significa ‘marcha’, ‘andadura’, derivada de la raíz *halak*, ‘andar’, ‘caminar’”.³ Esto es probablemente lo que quiso decir Jetro a Moisés al dar el

¹Ibíd.

²Dupertuis, 207.

³Roberto Badenas, *Más allá de la ley* (Madrid: Safeliz, 2000), 25.

consejo: “Enséñales las ordenanzas y las leyes, muéstrales el camino por donde deben andar, y lo que han de hacer” (Ex. 18:20).

Por orden divina, los padres debían aprender la ley, practicarla y enseñarla a sus hijos, usando la comunicación verbal y escrita. “Estas palabras que yo te mando hoy, estarán sobre tu corazón; y las repetirás a tus hijos, y hablarás de ellas estando en tu casa, y andando por el camino, y al acostarte, y cuando te levantes. Y las atarás como señal en tu mano, y estarán como frontales entre tus ojos; y las escribirás en los postes de tu casa, y en tus puertas” (Ex. 6:6-9).

La comunicación de Dios en el santuario

Se ha dicho que en el proceso de la comunicación, transmisores y receptores usan signos y símbolos, que evocan un significado en común. En el santuario terrenal hay mucho de esto, y se puede hacer un estudio exhaustivo de la comunicación de Dios a Moisés y de éste al pueblo hebreo. En alguna parte de este proceso, se debe haber necesitado tiempo para entender (codificar) los símbolos y su significado.

Salim Japas resume el simbolismo del santuario en siete pasos:

1. La justicia de Cristo nos es imputada. En la puerta del atrio se reconoce la necesidad de salvación. La justicia humana es como ‘trapo de inmundicia’ (Is. 64:6).
2. En el altar de los holocaustos. El ‘Cordero de Dios’ (Jn. 1:29), Cristo Jesús, es ofrecido en sacrificio cruento e inmolado por todos nosotros.
3. En el lavacro hay limpieza y purificación. Se nos imparte la justicia de Cristo en el largo y penoso proceso de la santificación. (Heb. 12:6-16).
4. En el altar del incienso hay intercesión continua. Jesús vive siempre para interceder por nosotros. (Heb. 7:24-25).
5. En la mesa de los panes hay comunión con Dios y con nuestros hermanos. Cristo es el ‘pan de vida’ que nos alimenta. (1 Cor. 10:17).

6. En el candelero de oro tenemos la unión de la vida y la luz, y el Espíritu Santo testifica a favor de Cristo por medio de la iglesia (Mat. 5:14-16).
7. En el arca del pacto la justicia y la misericordia se encuentran en Cristo. Si dejamos que su sangre nos limpie y vivimos en la obediencia, algún día veremos al Señor cara a cara. (Apo. 22:3, 4)¹

Hay temas muy importantes en el santuario y su servicio, que muestran un mensaje redentor. Entre los más importantes están las grandes festividades hebreas: la pascua (Ex. 12:6-8), el pentecostés (Lv. 23:10-14), la expiación (Lv. 16, 23:27-32) y la fiesta de las cabañas. (Lv. 23:34-37)

Otro tema que merece mayor consideración es el del sacerdocio aarónico (Ex. 28), con sus ropas especiales y perfectas, el *urim* y el *tumín*, el racional del juicio, así como el manto del *efod*, la túnica labrada, el cinturón y la mitra, y por último la ordenación sacerdotal (Ex. 29).

En conclusión, hay dos temas principales en el santuario y su servicio, a saber: Dios decidió habitar en medio de su pueblo (Ex. 25:8) y los símbolos del servicio ritual apuntaban mayormente al Mesías, Cristo Jesús, como el “Cordero de Dios que quita el pecado del mundo” (Jn.1:19).

La Palabra escrita de Dios, la Biblia

La Biblia es la máxima expresión escrita de Dios no sólo para los hebreos más para toda la humanidad. Desde el Génesis hasta el Apocalipsis se encuentra y desarrolla todo un proceso de comunicación por excelencia. En algunas partes el proceso es

¹Salim Japas, *Cristo en el santuario* (Mountain View, CA: Publicaciones Interamericanas, 1980), 33, 34.

completo en otras el énfasis es la fuente, el mensaje, el canal, o el receptor, sin pasar por alto el contexto social dado y la retroalimentación inmediata o lejana.

Así, para tener la Biblia como la conocemos en la actualidad, pasaron varios siglos. No es el propósito de este estudio hacer una completa reseña de la formación de la Biblia, sino señalar sólo algunos elementos de mayor importancia, como parte de la comunicación de Dios dentro de su plan redentor.

La revelación

En principio se debe entender el significado bíblico de revelación. LaSor, Hubbard y Bush dicen que “la palabra ‘revelación’ puede tener significado activo o pasivo, según se refiera a la acción de revelar o dejar al descubierto, o bien a aquello que se revela o se deja al descubierto; antiguamente se acentuaba el sentido activo”.¹

Con el entendido de que es Dios que se revela al hombre, y no éste a Dios, la misma fuente dice: “Las revelaciones se hallaban en las comunicaciones de Dios con las personas: por medio de visiones que les daba, palabras que pronunciaba u obras que realizaba. Según el énfasis más reciente, la revelación se halla en determinados acontecimientos históricos que han sido reconocidos como obras de Dios. La perspectiva bíblica abarca ambos elementos. En palabras de un estudioso, uno *ve* en acontecimiento histórico y *comprende* por la palabra de *Yahvéh*”.²

Hay textos bíblicos indicadores de la revelación de Dios y del por qué algunas veces guarda silencio. El profeta Amós dice: “Porque no hará nada Jehová el Señor, sin

¹LaSor, Hubbard, y Bush, 8.

²Ibíd., la cursiva está en el original.

que revele sus secretos a sus siervos, los profetas” (Am. 3:7). Por otro lado, se declara: “Las cosas secretas pertenecen a Jehová nuestro Dios; mas las reveladas son para nosotros y para nuestros hijos para siempre, para que cumplamos todas las palabras de esta ley” (Dt. 29:29).

Palabras habladas y escritas así como los hechos portentosos o maravillosos, son desde el Génesis hasta el Apocalipsis, las expresiones de la revelación de Dios. La misma fuente señala:

La liberación de la esclavitud egipcia, que comprende las obras poderosas del Éxodo, es una de las más grandiosas obras reveladoras de Yahvéh en el Antiguo Testamento, pero paralelamente a esta acción existe una palabra de revelación. Yahvéh se reveló a así mismo y reveló su propósito antes de la liberación (Ex. 2:2-10), durante el Éxodo (cf. 12: 12s) y luego del acontecimiento (cf. 20:2; Ez. 20:6-10). De hecho, el Antiguo Testamento ha sido llamado un ensayo de las obras poderosas de Dios.¹

Estos hechos milagrosos son una expresión de la comunicación redentora de Dios. El pueblo debía entender que no dependía de su fuerza, sino del poder y la gracia de Jehová, aun para comer y tener salud. Moisés dijo al pueblo: “Te sustentó con maná... Tu vestido nunca se envejeció sobre ti, ni el pie se te ha hinchado en estos cuarenta años” (Dt. 8:3, 4)

LaSor, Hubbard y Bush también apuntan que aparte de las visiones y sueños Dios se comunicó con ciertas personas en forma directa. “La Biblia sugiere claramente que hubo personas que recibieron comunicaciones de parte de Dios, de la misma forma en que las recibirían de otra personas, por medio de la palabra hablada”.²

¹Ibíd.

²Ibíd., 10.

La inspiración

La inspiración es parte de la comunicación de Dios. Es la relación entre Dios y los que escribieron la Biblia. Para muchos es un misterio el que la Biblia sea “inspirada” y que al mismo tiempo sus autores fueran personas humanas. Por ejemplo, David Dockery dice: “La Biblia es un libro escrito por numerosos autores en un período de años, y todavía, al mismo tiempo es la Palabra de Dios; esto es el misterio de la inspiración”.¹

Aunque la carta de Pablo a Timoteo se refiere al Antiguo Testamento, dice Dockery: “La afirmación de que la Escritura es parcialmente la palabra de Dios y parcialmente la palabra de humanos es inadecuada, lo que debe ser afirmado es que la Biblia es entera y completamente la Palabra de Dios y las palabras de los autores humanos (Hch. 4:25)”.²

Esto quiere decir que la parte humana es la escritura en sí, el estilo y la personalidad del autor. De allí, por ejemplo, que el estilo de Juan sea muy diferente al de Pablo. Aun el vocabulario de cada quien es diferente. Pablo sabía varios idiomas, era erudito y Juan no lo era, sin embargo los dos hablan del mismo tema: El plan redentor de Dios a través de Jesucristo. En otras palabras, Dios se manifestó con un mensaje divino mediante un instrumento humano.

LaSor, Hubbard y Bush, hablando de la inspiración, dicen lo siguiente: “Inspiración no es una palabra bíblica, si bien el concepto lo es. La palabra del Nuevo Testamento que se traduce ‘inspirada’ es ‘*theópneustos*’, que significa exhalada por Dios.

¹David S. Dockery, *Christian Scripture: An Evangelical Perspective on Inspiration, Authority, and Interpretation* (Nashville: Broadman & Holman, 1995), 37.

²Ibid.

Haciendo referencia al hecho de que las Escrituras tienen una cualidad inherente, cuyo propósito es provocar ciertas consecuencias en la persona que las lee o escucha”.¹

Se puede decir que esto es lo que hace la diferencia entre los libros regulares y la Biblia. San Pablo dice: “Porque la palabra de Dios es viva y eficaz, y más cortante que toda espada de dos filos; y penetra hasta partir el alma y el espíritu, las coyunturas y los tuétanos, y discierne los pensamientos y las intenciones del corazón” (He.4:12). Entonces se puede afirmar que la Biblia es una comunicación de Dios inspirada con un propósito santo de afectar en forma intencional para la salvación del ser humano.

Sobre la palabra inspiración, el *Comentario bíblico adventista*, comentando 2 Timoteo 3:16, señala lo siguiente: “Inspirada por Dios, Gr. *Theópneustos* ‘exhalado’ o sea soplado por Dios. Pablo presenta aquí por qué la Biblia hace al hombre ‘sabio para la salvación, (vers 15): porque ella es el pensamiento de Dios comunicado a los hombres (ver 2 Pd. 1: 21). La vitalidad de las Escrituras se debe a la vida que Dios ha alentado en ellas”.²

Cuando se declara que la Escritura fue inspirada, se puede decir que se refiere al proceso de comunicación en el cual la Escritura o el mensaje llega a la mente humana. Peter van Bemmelen toma muy en cuenta la obra del Espíritu Santo en este proceso, él dice: “Así, aunque la palabra inspiración no es una traducción precisa de ninguna palabra griega usada en la Biblia para describir el proceso por el cual la Escritura llega a la mente humana, puede usarse apropiadamente para representar un proceso en el cual el Espíritu

¹LaSor, Hubbard, y Bush, 12.

²“Inspiración,” [2 Ti. 3:16], *Comentario bíblico adventista*, ed. Francis D. Nichol, trad. V. M. Ampuero Matta, 7 vols. (Boise, ID: Publicaciones interamericanas, 1978-1990), 7:355.

Santo obra en seres humanos escogidos, para impulsarlos a proclamar mensajes recibidos de Dios. Algunos hablaron la palabra, otros la escribieron. La forma escrita constituye la Escritura inspirada por Dios (2 Ti. 3:16).”¹

Sobre la autoridad y veracidad escritural de la Biblia, JoAnn Davidson escribe: “Por supuesto, la Biblia no es un ‘libro de texto’ en la definición moderna de la palabra, sin embargo, es un libro. Sus materiales necesitan ser estudiados con imparcialidad y con atención, haciéndolo a uno seguro de hacer caso de la variedad de formas en la que diferentes partes de la Escritura se relacionan e interactúan entre sí”.²

Conclusión del capítulo

En todos los tiempos, Dios se ha comunicado con sus seres creados. Lo hizo antes de la entrada del pecado y también después. Por el pecado el hombre y la mujer perdieron la comunicación directa con Dios, sin embargo, Dios tomó la iniciativa para hacerles saber su plan de salvación. En este trabajo se le conoce como “la comunicación del plan redentor de Dios”. Los modos de esta comunicación han sido diversos, pero el que queda más accesible a los seres humanos que viven el siglo XXI es la Biblia. Si se recibe como una comunicación divina y se le interpreta debidamente, es una manera de escuchar la voz de Dios.

¹Peter M. Van Bemmelen, “Revelación e inspiración”, en *Teología: Fundamentos bíblicos de nuestra fe*, 9 vols. (Miami: Asociación Publicadora Interamericana, 2005-), 1:107.

²Jo Ann Davidson, “Word Made Flesh: The Inspiration of Scripture,” *Journal of the Adventist Theological Society* 15 (primavera 2004), 21.

CAPÍTULO 3

DESARROLLO HISTÓRICO DEL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA IGLESIA ADVENTISTA

La comunicación de Dios, como ya se dijo en el capítulo anterior, fue transmitir su plan redentor a los hebreos y a la humanidad. Dios usó diferentes maneras de comunicación y la venida de Jesús para salvar al pecador fue la máxima expresión de dicho plan. “Dios habiendo hablado muchas veces y de muchas maneras en otro tiempo a los padres por los profetas, en estos postreros días nos ha hablado por el Hijo” (He. 1:1).

Jesús encomendó una misión a sus discípulos “Id, y haced discípulos a todas las naciones” (Mt. 28:19). Los discípulos aceptaron el desafío y salieron a predicar y se convirtieron en medios para llevar el mensaje de salvación. Desde entonces muchas generaciones de creyentes en Cristo han hecho lo mismo. Los adventistas del siglo IX, XX y de la actualidad no han sido la excepción.

El propósito de este capítulo es revelar el uso de los medios de comunicación que le dieron los pioneros al comienzo del movimiento adventista, su metodología de tal uso y su grado de efectividad en el contexto social de su época.

En la segunda parte se narra el uso de los mismos recursos de comunicación y otros más, de acuerdo con los avances tecnológicos y a las prioridades y necesidades de la iglesia. Por último se dice cómo está organizada la iglesia en la actualidad para optimizar el uso de los medios masivos con el mismo fin del pasado, de “preparar un

pueblo para el segundo Advenimiento” y predicar el evangelio eterno “a los moradores de la tierra a toda nación, tribu, lengua y pueblo” (Ap. 14:6).

Es común oír dentro de la iglesia del éxito que tuvieron los pioneros al dar a conocer sus creencias y convicciones bíblicas y del éxito que hoy tienen los adventistas del séptimo día en sus proyectos misioneros a nivel mundial. Lo que no es muy común es el conocimiento de cómo los pioneros usaron y cómo la iglesia actual está usando los medios masivos de comunicación para difundir sus creencias y prestar sus servicios a la humanidad.

Como se ha dicho, la comunicación es un proceso activo. Esto quiere decir que a través del tiempo puede haber cambios en las fuentes, canales y receptores de la comunicación. También el contexto social tiene que ver mucho. Esto ha pasado en el uso de los medios masivos de comunicación en la iglesia adventista.

El uso de la comunicación en el siglo XIX

El siglo XIX fue un siglo de grandes movimientos y cambios sociales en los Estados Unidos, en Europa y algunas otras partes del mundo. Algunos de estos cambios se conocieron como reformas o simplemente movimientos sociales. En el mundo protestante de los Estados Unidos, tanto los cambios religiosos como sociales estuvieron relacionados con una creencia muy generalizada de mil años de paz y prosperidad antes de la venida de Cristo. George Knight dice que “para ellos el milenio significaba mil años de paz y plenitud en la tierra que sería producida por reforma social, progreso nacional y perfección personal”.¹

¹George R. Knight, *Ellen White's World* (Hagerstown, MD: Review and Herald Publishing, 1998), 14.

Esta idea del milenio se le conoce como postmilenialismo, pues se afirmaba que Cristo vendría después de los mil años de prosperidad y perfección humano, sin embargo, dice Knight, “no todos los estudiantes de la Biblia estaban de acuerdo con la interpretación que Cristo vendría al final de los mil años (postmilenialismo). Algunos sostenían que El llegaría al comienzo de los mil años (premilencialismo). Entre aquellos que sostenían esta posición minoritaria en las décadas de 1830 y 1840 estaba un bautista de nombre Guillermo Miller”.¹

El milenismo fue parte de lo que se conoce como el “segundo gran despertar” que, de acuerdo con Knight, se desarrolló en tres fases: “El primero tuvo lugar entre 1795 y 1810, primordialmente en el oeste de Tennessee y Kentucky... Este reavivamiento comenzó en reuniones campestres teniendo como base los sermones llenos de fervor, el cantar con entusiasmo y la intensa reacción de los adoradores”.²

La segunda fase del segundo despertar tuvo como centro de reavivamiento el este de los Estados Unidos, donde se vio influencia poderosa de predicadores como Lyman Beecher, y “después de 1825, el despertar se centró en torno a Charles G. Finney, cuyo éxito comenzó en el estado de Nueva York y después se esparció a las ciudades del este, incluyendo Nueva York, Boston y Filadelfia. Finney, el Billy Graham de sus días, es el padre del evangelismo moderno”.³

El fervor de reavivamiento entre los años 1825 y 1835 comenzó a palidecer, a partir del pánico de 1837, año de la depresión económica cuyos efectos llegaron hasta los

¹Ibíd., 14.

²Ibíd., 21

³Ibíd.

comienzos de 1840, dando como resultado el desánimo de muchos estadounidenses en la eficacia del esfuerzo humano para alcanzar el reino milenial.

En este punto histórico apareció Guillermo Miller con el mensaje de la segunda venida de Cristo antes del milenio. Y con el precedente de la primera y segunda fase del segundo despertar, su movimiento tuvo éxito. Knight dice:

En un mundo en problemas a fines de 1830, las enseñanzas de Miller comenzaron a tener sentido. La gente buscaba respuestas en ambos mundos en su mundo, personal y en el social. Como un predicador con respuestas, Miller recibió un interminable afluente de invitaciones para tener reavivamientos de las iglesias evangélicas en la parte final de 1830 y los comienzos de los 1840, de las iglesias evangélicas. Los pastores encontraron en Guillermo Miller a un hombre que podría revitalizar la decaída confianza en el Segundo Gran Despertar.¹

Guillermo Miller y el Movimiento Millerita

Pero ¿quién fue Miller (1782-1849)? ¿Qué alcance tuvo su movimiento? ¿Cómo usó los medios de comunicación para esparcir sus convicciones?

Miller fue un agricultor bautista norteamericano, nacido en Pittsfield, Massachusetts, quien en su juventud se volvió deísta y escéptico, pero después de reconvertirse al cristianismo, en 1816, fue un ávido estudiante de la Biblia.

C. Mervyn Maxwell cita las palabras de Miller diciendo: “Me vi obligado a admitir que las Escrituras deben ser la revelación de Dios... Ellas llegaron a ser mi delicia, y en Jesús hallé a un amigo”.²

¹Ibíd. 22.

²C. Mervyn Maxwell, *Dilo al mundo: La historia de los Adventistas del Séptimo Día*, trad. Fernando Chaij (Coral Gables, FL: Asociación Publicadora Interamericana, 1990), 10.

Los historiadores dicen que Miller dedicó dos años para estudiar texto por texto la Biblia, y con la ayuda de una concordancia descubrió enseñanzas muy valiosas para su vida. Maxwell narra, por ejemplo, lo siguiente:

Lo mejor de Miller en el estudio de la Biblia fue el encontrar a Jesús, su amante Amigo y Salvador, quien había prometido venir de nuevo a la tierra. Descubrió que muchas otras promesas se habían cumplido; así que, ¿por qué no ésta en particular? Entonces, un día descubrió el texto que había de marcar un nuevo rumbo al resto de su vida, Daniel 8: 14 ‘Hasta dos mil trescientas tarde y mañanas, y luego el santuario será purificado’.¹

Miller, como la mayoría de los bautistas de su tiempo, creía en el principio evangélico de “sola Escritura”, y tuvo la convicción de que la Biblia era y debía ser su propio intérprete. Siguiendo ese criterio, dedujo que en la profecía bíblica un día representa un año (Nm. 14:34, Ez. 4:6) y que por lo tanto al terminar los 2.300 años de la profecía “el santuario sería purificado”.²

Las dos cuestiones resultaron básicas para su estudio de la venida de Cristo: La Biblia como base de fe y la interpretación profética y el modo de contabilizar los días y años proféticos.

No era nuevo, en los tiempos de Miller, la interpretación de que el santuario de Daniel 8:14 era la tierra. Al respecto, White, señala:

Miller aceptaba la creencia general de que durante la era cristiana la tierra era el santuario, y dedujo por consiguiente que la purificación del santuario predicha en Daniel 8:14 representaba la purificación de la tierra con fuego en el segundo advenimiento de Cristo. Llegó pues a la conclusión de que si se podía encontrar el punto de partida de los 2,300 días sería fácil fijar el tiempo del segundo advenimiento.³

¹Ibíd., 11, 12.

²White, *El conflicto de los siglos*, 371.

³Ibíd.

En su estudio de las profecías de Daniel 9 encontró el punto de partida en el año 457 a.c., fecha en la que entró en vigor el decreto del rey Artajerjes (Esd. 6:14), para restaurar y edificar a Jerusalén, según la profecía de las 70 semanas que son parte de los 2.300 días.

Con su estudio profético Miller se persuadió de que la segunda venida de Cristo sería personal y anterior al milenio, y que ocurriría en el año 1843.

Emma E. Howell anota: “Este pensamiento lo conmovió vívidamente:

Inmediatamente se sintió llamado a amonestar a un mundo culpable, a difundir este mensaje del primer ángel, según el cual la hora del juicio de Dios era inminente”.¹ El desafío era muy grande y él tenía limitaciones. Tenía experiencia en la milicia y en la agricultura no en la predicación. Allí estaba el llamado ¿Qué haría? Howell dice: “Él era sólo un agricultor, además tenía ya unos cincuenta años, y nunca había dictado conferencias públicas”.²

No fue fácil para Miller predicar en público y escribir y usar la prensa para difundir sus conclusiones bíblicas, pero cuando aceptó las invitaciones para hacerlo, tuvo éxito desde el comienzo.

En esta lucha por sentirse incapaz de hablar en público y escribir para diversas publicaciones, pues la prensa era una de los pocos recursos de comunicación masiva que había en su tiempo, Miller puso a prueba a Dios. Estudiaba la Biblia y hablaba con aquellos con quienes se relacionaba; pero proclamar públicamente el mensaje que había

¹Emma E. Howell, *El gran movimiento adventista* (Keene, TX: Gospel Reproductions, s.f.), 15

²Ibid., 15

descubierto era algo que le parecía que no podía hacer. Finalmente tomó la decisión y prometió al Señor que si recibía alguna invitación de hablar en público, lo haría.

La respuesta de Dios no se hizo esperar. Howell relata:

Al cabo de media hora llegó a caballo, de unos 25 kilómetros de distancia, Irving Guilford, hijo de la hermana del Sr. Miller, con una invitación a hablar, porque el pastor bautista estaba ausente... Al recibir Miller el pedido, se sintió acobardado, pero no veía otra salida sino cumplir la promesa hecha al Señor. De modo que el segundo domingo de agosto de 1831 dio su primera conferencia pública sobre el segundo advenimiento.¹

Al regresar a casa, agrega Howell, Miller encontró una carta de un pastor de Poultney, Vermont, que le rogaba que fuese allá a dar una conferencia sobre la venida de Cristo. Desde entonces recibió abundantes e insistentes invitaciones de parte de los pastores como también de miembros principales de las iglesias. “En el año 1836 el Sr. Miller recopiló dieciséis conferencias en un libro que fue leído por muchos. Centenares iban a escucharlo, o por carta le hacían preguntas respecto a la Biblia”.²

Entre los pastores de diferentes denominaciones que se unieron al movimiento de Miller estuvo Carlos Fitch, pastor de una iglesia Congregacionalista de Boston; él fue el primero en utilizar carteles para ilustrar las profecías bíblicas.

En las grandes reuniones evangelísticas y en los congresos de adventistas, estos carteles llegaron a ser un medio masivo de comunicación gráfica. ¿Cómo inició Fitch el uso de carteles? Howell responde: “Cierta vez mientras Carlos Fitch predicaba, hicieron en su mente una profunda impresión las palabras de Habacuc 2:2. Esto lo indujo a hacer

¹Ibíd., 16

²Ibíd.

los carteles proféticos que fueron de tanta ayuda para dar el mensaje en aquellos tiempos”.¹

La Influencia de Josué V. Himes

Josué V. Himes, desde que se convirtió al adventismo en 1839, fue uno de los personajes que más influyó en Miller para que éste se decidiera a predicar en las grandes ciudades y usar a la comunicación escrita para predicar sobre la inminente segunda venida de Cristo en 1844.

Antes de unirse a Miller, Himes fue un gran promotor de la libertad de los esclavos, de la lucha contra el alcohol y en contra de la guerra, así que cuando abrazó de todo corazón el adventismo se volvió también un gran promotor de esta creencia. Entre otras cosas animó a Guillermo Miller a llevar su mensaje a las grandes ciudades.

Maxwell dice: “Himes hizo muchas contribuciones dinámicas. Tal vez la más grande fue mediante publicaciones. En febrero de 1840, sin tener dinero ni lista de suscriptores, lanzó el primer periódico adventista, que se llamó *Signs of the Times* (Señales de los tiempos).”²

Al narrar la vida de Himes. Everett Dick dice que “nació el 19 de mayo de 1805, en North Kingston, estado de Rhode Island. Su padre fue un hombre con ciertos recursos financieros que negociaba con las Antillas y era miembro eminente de la Iglesia Episcopal”.³

¹Ibid., 18

²Maxwell, 16

³Everett Dick, *Fundadores del mensaje* (Keene, TX: Gospel Reproductions, s.f.), 48.

Por un desastre económico que tuvo, apunta Dick, el padre de Himes no pudo enviarlo a la Universidad Brown de Providencia para que llegara a ser un ministro episcopal, por lo que lo mandó a aprender un oficio y lo colocó como aprendiz en la casa de un ebanista de New Bedford.¹

La misma fuente describe a Himes: “Alguien lo ha descrito como un caballero afable, urbano, con mucho don de gentes. Su indumentaria aseada, su personalidad encantadora, sus ojos negros y vivaces, en los cuales brillaba el ardor del celo que ardía en él, y todos sus modales y comportamiento inspiraban confianza y la seguridad de que era un joven muy sincero”.²

El movimiento Millerita, como todos los de la época, necesitaba publicidad. En este caso, el joven Himes resultó la persona ideal para ser el vocero de las convicciones de Miller. Él fue quien tomó la iniciativa y animó a Miller a escribir y editar revistas, himnarios y toda clase literatura para esparcir su mensaje.

Dick afirma que *Signs of the Times* que fue la progenitora de miles de páginas que se publicaron sobre la segunda venida de Cristo, y que esto se realizó gracias al trabajo vigoroso de Himes. “De ahí en adelante, Himes estuvo encargado de la publicación y la distribución de los impresos. Publicó carteles grandes y pequeños, sobres y cartas con membrete, folletos, himnarios, libritos, libros grandes y otros diversos tipos de material impreso”.³

¹Ibid., 47.

²Ibid., 49.

³Ibid., 51, 52.

El señor Himes animó y enseñó a otras personas a escribir panfletos y revistas con el mensaje de la segunda venida de Cristo. Comenzaba en un lugar la publicación y animaba a otros a seguir el proyecto mientras él partía a otra ciudad para iniciar otra.

Parece ser que era costumbre de Himes, como de Miller y otros, que al tener una campaña de evangelismo en una ciudad, publicaban un panfleto con diferente título.

En un período de cuatro años, el mensaje adventista fue proclamado en diferentes ciudades por las siguientes revistas: *Midnight*, *The Glad Tidings*, *The Advent Chronicle*, *The Jubilee Trumpet*, *The Philadelphia Alarm*, *The voice of Elijah*, *The Southern Midnight Cry*, *The Western Midnight Cry*, *The True Midnight Cry* y varias otras, la mayor parte de ellas escritas con toda claridad, hábilmente editadas, y bien impresas en papel de calidad. También se publicaron libros, en una serie de más de cuarenta, conocidos como ‘*La Biblioteca del Segundo Advenimiento*’. Antes del gran chasco del 22 de octubre de 1844, ocho millones de ejemplares de publicaciones adventistas fueron leídos por la gente y proclamaron el mensaje.¹

Los congresos y grandes concentraciones a menudo eran cubiertos por los periódicos de la localidad. Un ejemplo de esto, dice Maxwell, fue una concentración en East Kingston, Nueva Hampshire, donde se reunieron de siete a diez mil personas. Acerca de esta concentración el “diario *Boston Daily Mail* publicó noticias acerca del acontecimiento y felicitó a las multitudes por su decoro”.²

Después del chasco del 22 de octubre de 1844, muchos se desanimaron y volvieron a sus iglesias de origen, otros apostataron de la fe cristiana y un grupo más, tomando mejor actitud, siguió estudiando la Biblia con el fin de descubrir mayor conocimiento y encontrar el error en el que habían caído.

Hasta aquí se puede ver que estos pioneros, Miller y Himes, usaron los medios de comunicación escrita en forma sistemática para proclamar sus convicciones. Este sistema

¹Maxwell, 16.

²Ibíd., 18.

tuvo éxito a pesar de que sus editores fueron itinerantes, porque todavía no tenían imprenta propia, menos una editorial establecida.

Además de imprimir revistas y panfletos, que se distribuían en los congresos y reuniones de los creyentes, se escribieron libros, que formaron parte de una serie de más de cuarenta volúmenes, conocidos como “La biblioteca del segundo advenimiento”.¹

El uso de la comunicación después del chasco de 1844

Uno de los personajes que usó la prensa después del chasco, para publicar sus convicciones bíblicas, en particular la doctrina del sábado como el verdadero día de reposo bíblico, fue, según Gordon, José Bates (1792-1872). Su principal publicación en 1846 fue: *The Seventh-day Sabbath, a Perpetual Sign* (El sábado del séptimo día, una señal perpetua). Sin embargo, dice Poul A. Gordon, “fue Preble el primero que se valió de los recursos de la imprenta para divulgar el conocimiento relacionada con el tema. Sus convicciones sobre la santidad del sábado fueron publicadas en las columnas del periódico *Hope of Israel* [Esperanza de Israel], en su edición del 28 de febrero de 1845”.²

Y en cuanto los creyentes adventistas percibían un nuevo conocimiento, después del chasco, escribían sus convicciones en revistas y panfletos que repartían por miles, cuestión que se verá más adelante.

También hay que destacar que muchos de ellos tomaron muy en serio el desafío del primer ángel de Apocalipsis 14: 6 quien “tenía el evangelio eterno para predicarlo a los moradores de la tierra”, por eso usaron los medios de comunicación a su alcance.

¹Ibíd.

²Paul A. Gordon, *In the Footsteps of the Pioneers* (Silver Spring, MD: Ellen G. White Estate, 1990), 116.

El papel de Elena G. de White

Elena G. de White jugó un papel importante en el uso de la comunicación impresa en la formación de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, primero en los Estados Unidos y después en otras partes del mundo. Escribió para revistas y libros de variados temas que han servido a la iglesia adventista, la cual considera que fue una gran escritora, y más, fue una mensajera de Dios inspirada por el Espíritu Santo, o sea que tuvo el don de profecía. En el manual de la iglesia advenstista se declara:

“Uno de los dones del Espíritu Santo es el de profecía. Este don es una señal identificadora de la iglesia remanente y se manifestó en el ministerio de Elena G. de White. Como mensajera del Señor, sus escritos son una permanente y autorizada fuente de verdad”.¹

Algunos de sus datos biográficos los presenta Dick: “Elena G. Harmon, nombre de soltera, nació juntamente con su hermana melliza, el 26 de noviembre de 1827 en Gorhan, estado de Maine. Pertenecía a una familia de ocho hijos. Sus padres, cristianos fervientes de la fe metodista episcopal, vivían en circunstancias moderadas en cuanto se refiere a los bienes de este mundo”.²

La señorita Harmon se “casó con Jaime Springer White en agosto de 1846, de 25 años de edad, y ella de 17, formando el matrimonio White.”³ Trabajaron juntos hasta la muerte de Jaime en 1881.

¹*Manual de la iglesia* (Miami: Inter-American Division Publishing Association, 2001), 14.

²Dick, 133.

³Ibíd., 143, 147, 150.

La misma fuente afirma que “la Srta. Harmon recibió su primera visión en diciembre de 1844. En esa ocasión, ella con otras cuatro mujeres, estaba arrodillada en oración, cuando le pareció estar rodeada de una gloriosa luz y sintió que se elevaba cada vez más por encima de la tierra. Se le mostraron el pueblo adventista, la segunda venida de Cristo y la tierra nueva”.¹

Más adelante tuvo una visión con respecto a usar la imprenta para predicar los mensajes de los creyentes adventistas. De esta visión, Nancy Weber de Vyhmeister dice: “Elena tuvo una visión en 1848 en la que se instaba a su esposo a empezar a imprimir una pequeña revista. Como resultado apareció el primer número de *Present Truth* [La Verdad Presente]. De ahí en adelante, los White dedicaron mucho de su tiempo y esfuerzo a la preparación y publicación de folletos y revistas”.²

Teniendo fe en el uso de la imprenta como medio de comunicación de su tiempo, y a pesar de que en sus días la mujer no tenía mucha influencia social, a lo que se sumaba su poco entrenamiento escolar, su precaria salud, sus constantes viajes y la atención del hogar, como escritora Elena G. de White fue muy prolífera: “Su producción literaria comprende más de 80 libros, 200 tratados y folletos, y 4.600 artículos publicados en diversos periódicos. Sus sermones, sus diarios, sus testimonios personales y cartas comprenden otras 60.000 páginas de material en manuscritos”.³

¹Ibíd., 137.

²Nancy Weber de Vyhmeister, “¿Quiénes son los adventistas del séptimo día?” en *Teología: Fundamentos bíblicos de nuestra fe*, 9 vols., eds. Sergio V. Collins, Mario A. Collins, y Félix Cortés (Miami: APIA, 2005), 1:53.

³Asociación Ministerial de la Asociación General de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, *Creencias de los Adventistas del Séptimo Día: Una exposición bíblica de las doctrinas fundamentales* (Nampa, ID: Publicaciones Interamericanas, 2006), 259.

Ella esperaba que los adventistas guardadores del sábado sacaran solamente de la Biblia sus reglas de fe y práctica. La misma fuente dice que “Elena de White consideraba que sus obras eran una guía para la comprensión más clara de la Biblia. ‘No son sacadas a relucir verdades adicionales; sino que Dios ha simplificado por medio de los *Testimonios*, las grandes verdades ya dadas’”.¹

Woodrow Whidden señala que hay un tema principal en Elena G. de White, a saber: Jesucristo. Él afirma: “El foco central del ministerio de Elena G. de White es Jesucristo: Su relevante papel como agente de la Deidad, en la restauración de los pecadores para Dios, y dentro de una relación viva y profundamente satisfactoria con él”.²

Las primeras revistas

Jaime White y su esposa comenzaron a escribir sus convicciones y las visiones que ella recibía. La habilidad de escribir de Elena G. de White fue notable; su esposo, además de ser escritor, fue editor y administrador. En la *Seventh-day Adventist Encyclopedia* se afirma lo siguiente:

Su primera publicación fue un panfleto de 24 páginas fechado en mayo de 1847, en Brunswick, Maine, titulado: *A Word to the “Little Flock”* [Una Palabra a la “Manada Pequeña”]... En el verano de 1849, animado por su esposa, con su Biblia de 75 centavos y su concordancia, preparó los artículos para las ocho páginas de *Present Truth*. Los primeros números fueron publicados en Middletown, Connecticut, en julio, agosto y septiembre de 1849. En diciembre de 1849 publicó un panfleto de himnos de 48 páginas titulado: *Hymns for God’s Peculiar People that Keep the Commandments of God and the Faith of Jesus* [Himnos para el pueblo peculiar de Dios que guarda los mandamientos de Dios y la fe de Jesús].³

¹Ibíd., 247.

²Woodrow W. Whidden, “Elena G. de White: Inerrancia e interpretación,” *Ministerio Adventista*, septiembre-octubre de 2003, 28.

³*SDA Encyclopedia*, ed. 1996, ver “White, James Springer.”

En noviembre de 1850 Jaime White inició otra publicación llamada *Advent Review* (Revista del Advenimiento) que muy pronto cambió de nombre a *Second Advent Review and Sabbath Herald* (Revista del segundo advenimiento y heraldo del sábado), “una publicación que tomó el lugar de la *Present Truth* y de la *Advent Review*. Irregular al comienzo, llegó a ser en 1853 una revista semanal y hasta hoy es el órgano oficial de la iglesia adventista”.¹

Más adelante en este trabajo se narra en forma más amplia la influencia que han tenido la *Adventist Review* y *Signs of the Time* para esparcir el mensaje en el mundo y fortalecer la fe de los miembros de la iglesia adventista. Desde que Jaime White, su esposa y otros pioneros las fundaron permanecen en circulación.

El iniciar las publicaciones y mantenerlas no fue fácil para los esposos White; tuvieron que pasar por muchas dificultades. La principal fue la falta de dinero para sus proyectos editoriales. Por ejemplo, ella escribió: “Nos acabamos de instalar en Rochester. Hemos alquilado una casa vieja por ciento setenta y cinco dólares al año. Tenemos la prensa en casa, pues de no ser así hubiéramos tenido que pagar cincuenta dólares al año por un local para oficina”.²

De su experiencia en Rochester ella también escribió: “Tomamos nuestras primeras comidas en un bastidor de chimenea colocado sobre dos barriles vacíos de harina. Nada nos importan las privaciones con tal que adelante la obra de Dios. Creemos que la mano del Señor nos guió para llegar a esta población”.³

¹Ibíd.

²Enoch de Oliveira, *La mano de Dios al timón* (Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 1987), 88.

³Ibíd.

Las publicaciones fueron en ese tiempo el medio más importante para comunicar el mensaje adventista aparte de hacerlo a viva voz, por lo que se necesitaba gente capaz para redactar, corregir e imprimir las revistas. C. Mervyn Maxwell dice que “entre los que se unieron al equipo en aquellos días se destacaba Ana Smith y más tarde su hermano Urías. Anita ayudaba dondequiera se le necesitara, especialmente como correctora de originales y de pruebas y, a veces como redactora cuando el pastor White estaba ausente”.¹

Los vendedores de libros

La primera editorial fue establecida en Battle Creek y fue un avance más en el uso de un medio de comunicación, muy importante en ese tiempo. Acerca de esto, George R. Knight, narra lo siguiente: “El esfuerzo en publicaciones de los guardadores del sábado luego a ser una aventura comercial mayor, al establecer su propia casa publicadora en Battle Creek, Michigan, en 1855”.²

Al comienzo las revistas y panfletos se compartían de persona a persona o se enviaban por correo, donde el destinatario pagaba el porte. La impresión se pagaba con donativos de creyentes y amigos del movimiento adventista. Pronto se vio que se necesitaba un sistema más seguro para lograr mayor circulación de las revistas y libros entre el público en general.

Sobre esto, la señora Elena de White, dijo: “Si hay una obra más importante que otra, es la de presentar al público nuestras publicaciones, induciéndolos así a escuchar las

¹Maxwell, 97.

²George R. Knight, *A Brief History of Seventh-Day Adventists* (Hagerstown, MD: Review and Herald, 2004), 58.

Escrituras”.¹ También ella declaró: “Nuestras publicaciones deberían de ir a todos lados. Permitamos que sean impresas en muchas lenguas... Hay muchos lugares en los cuales la voz del ministro no podría ser oída, los cuales no podrían ser alcanzados solamente por nuestras publicaciones”.²

Entonces surgió el sistema de colportaje, que es la actividad de personas dedicadas a vender libros impresos en las publicadoras adventistas. Sobre su inicio Enoch de Oliveira anota que fue en el Congreso de la Asociación General de 1880 cuando sucedió lo siguiente: “Jorge King persuadió a los delegados a juntar los dos libros más conocidos de Urías Smith: *Thoughts on Daniel* (Ideas sobre Daniel) y *Thoughts on Revelations* (Ideas sobre Apocalipsis) y hacerlos un solo libro, ilustrado y bien encuadernado, pues él estaba dispuesto a venderlo. El congreso aprobó la propuesta y muy pronto pusieron los libros en las manos de King quien los vendió y en poco tiempo la primera tirada de este libro, se agotó”.³

La prensa secular

Los pioneros adventistas aprovecharon el desarrollo tecnológico de su tiempo para publicar sus convicciones bíblicas. Knight dice que “así como en la Reforma protestante del siglo dieciséis sus éxitos se debieron en gran medida a la invención de los tipos móviles por Gutenberg en 1453, así también la difusión de la reforma y de las

¹Elena G. de White, *Colporteur Ministry* (Boise, ID: Pacific Press, 1990), 7.

²Ibíd., 5.

³de Oliveira, 90.

ideologías religiosas de los comienzos del siglo diecinueve dependieron en gran parte de la revolución de la imprenta”.¹

El mismo autor señala que la prensa de vapor aceleró el proceso de impresión después de 1822, y al llegar las máquinas de hacer el papel y de cortarlo, los periódicos de las grandes ciudades vieron el resultado inmediato. Knight apunta al respecto:

El resultado fue fenomenal: En 1833, por ejemplo, el *Courier* y el *Enquirer* de Nueva York, con 4.500 lectores, tenían mayor audiencia en la ciudad y su costo era de cinco centavos por copia. Dos años más tarde el *New York Sun* publicaba un tiraje de 53.000 en un día a un centavo la copia. En esos dos años se fue de 200 a 5.500 copias por hora y de 2.000 a 55.000 por día.²

Conforme comenzaron los avances técnicos para la impresión de los periódicos y la forma de distribución se aceleró, éstos fueron aprovechados por los movimientos sociales y religiosos. En el adventismo inició su aprovechamiento Millar, cuando en 1832 publicó una serie de ocho artículos en el *Vermont Telegraph*, seguidos por los descubrimientos bíblicos de la obra de Cristo en el santuario celestial de Hiram Edson, publicados en el periódico *Day-Star* de Gibson, Nueva York.

Después de organizarse la Iglesia Adventista del Séptimo Día (1860), y por consejo de Elena G. de White, se usó con más empeño la prensa secular para testificar. Y en cuanto aparecían nuevas técnicas para recabar o conseguir la información, transmitirla a los centros noticiosos y de allí procesarla y venderla al público, la organización adventista aprovechaba este recurso para evangelizar.

Por ese tiempo la familia White invitó a sus viajes a su sobrina, Mary L. Clough, quien aunque nunca fue miembro de la iglesia adventista, sirvió como la primera

¹Knight, *Ellen White's World*, 67.

²Ibíd., 68.

reportera, llevando a los diarios los sermones y escritos de las actividades de las reuniones campestres. De su desempeño como periodista se habla más en el próximo capítulo.

En ese entonces, el periodismo impreso era el medio más popular y servía para informar y formar opinión. En las pequeñas y medianas ciudades, así como en las grandes urbes, la prensa escrita era la base de la opinión pública. Por esto los movimientos sociales y religiosos usaban la prensa secular para esparcir las ideas.

En 1875 White dijo: “Es necesario que se efectúen planes sabios para lograr la oportunidad de insertar artículos en los periódicos del mundo; porque esto será un medio de despertar a las almas para ver la verdad”. También dijo: “Utilícese la prensa, y empleese todo elemento de propaganda que pueda llamar la atención hacia la obra. Esto no debe considerarse como algo no esencial”.¹

En algunos lugares los periódicos locales cubrían las reuniones de los adventistas y en otros cerraban sus puertas. Por tal razón la señora White dijo: “Hasta donde sea practicable, publíquese en los diarios los discursos pronunciados en nuestras reuniones. Así la verdad que fue presentada ante un número limitado, puede hallar acceso a muchas mentes”.²

¿Cuál era la verdad a la que se refería la señora White debería ser publicada en los medios masivos de comunicación? Los pioneros usaron mucho el término “la verdad presente”. Este término fue tomado del apóstol Pedro, quien en su segunda carta

¹Elena G. de White, *El evangelismo* (Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 1976), 99.

²Ibíd., 100.

universal habla en esta forma: “Por esto yo no dejaré de recordaros siempre estas cosas, aunque vosotros las sepáis, y estéis confirmados en la verdad presente” (2 P. 1:12).

También usaron el término “el evangelio eterno”, revelado a Juan: “Ví volar por en medio del cielo a otro ángel, que tenía el evangelio eterno para predicarlo a los moradores de la tierra, a toda nación, tribu, lengua y pueblo” (Ap. 14:6). Con esta expresión se entiende que la verdad de Dios es dinámica, que rebasa el tiempo y el espacio. Es válida para todas las épocas y es para todas las naciones.

“La verdad presente” para los pioneros de la Iglesia Adventista, dice William Johnsson, estuvo basada en “la Biblia y la Biblia sola... Lo que la Biblia les enseñaba plenamente, ellos lo seguían, lo que no les enseñaba, lo rechazaban”.¹ Al publicar sus creencias, los términos como “la verdad presente”, “el santuario celestial” y “el mensaje del tercer ángel” llegaron a ser comunes.

Johnsson también escribió: “Paso a paso arribaron a esas doctrinas que los hicieron —y nos hacen— un pueblo distinto: El sábado, el ministerio de Cristo en el santuario celestial, el mensaje de los tres ángeles, el juicio previo al advenimiento de Cristo y la inmortalidad del alma”.²

Por su parte Ángel Rodríguez dice que “la histórica contribución de la doctrina del santuario está directamente conectada a la identidad misma del movimiento adventista, su mensaje y su misión”.³

¹William G. Johnsson, “Present Truth: Walking in God’s Light,” *Adventist Review*, 6 de enero 1994, 8.

²Ibíd.

³Ángel Manuel Rodríguez, “God Presence in the Sanctuary: A Theology of His Nearness,” *Ministry*, noviembre de 2004, 16.

El mundo de los pioneros en la segunda mitad del siglo XIX

Como ya se dijo al inicio de este capítulo, el siglo XIX se caracterizó por movimientos y reformas sociales y religiosos. La guerra civil en los Estados Unidos (1861-1865) marcó un hito o punto de referencia entre el antes y después de tales movimientos y reformas.

Aquí se mencionan algunos de esos movimientos y cambios, como ejemplo del mundo donde les tocó vivir a los adventistas de la segunda mitad del siglo XIX. Apenas así se puede entender su entorno social y su empeño en usar los medios de comunicación para evangelizar.

Los movimientos y reformas sociales se fueron gestando poco a poco. No fueron movimientos fortuitos pero tampoco fueron hechos planeados y algunos de ellos se entrelazaron en tiempo y espacio en los Estados Unidos.

La economía en la era de la industrialización

Uno de los cambios sociales se dio en la economía de los Estados Unidos en la era de la industrialización. Rebecca Brooks Gruver dice: “Mientras muchos estadounidenses se mudaron al oeste en los años 1865 al 1900, los que quedaron atrás fueron atrapados en un proceso económico que transformaría la sociedad estadounidense: la industrialización”.¹

Gruver narra que “antes de la guerra civil, los Estados Unidos habían sido una nación primariamente agrícola... Después de 1865, el énfasis en la economía cambió

¹Rebecca Brooks Gruver, *An American History* (Nueva York: Hunter College of the City University of New York, 1985), 484.

rápidamente de la agricultura a la industria. Fábricas y máquinas llegaron a ser los nuevos símbolos de la vida estadounidense”.¹

Entre los factores interdependientes que iniciaron y fortalecieron la industrialización y cambio en la economía, estuvieron: “La extensión de las vías ferroviarias que vincularon las fuentes de recursos naturales y sus mercados; el capital financiero que se reactivó después de la guerra civil, lo cual hizo que las inversiones internas y extrajeras se multiplicaran; el surgimiento de fuentes de trabajo, mayormente en las zonas urbanas; y el desarrollo tecnológico”.²

El desarrollo tecnológico se fue gestando poco a poco de acuerdo con la forma en que aparecían los descubrimientos e inventos, de los cuales, muchos de ellos no fueron más que el desarrollo práctico de los principios científicos ya descubiertos por hombres y mujeres del pasado.

Este desarrollo tecnológico introdujo e hizo común el concepto del cambio. Cambios sociales, cambios urbanos, cambios en la comunicación, cambios en el transporte, muchos cambios que los pioneros adventistas vivieron en su entorno social.

Gruver resume el desarrollo tecnológico en esta forma:

El desarrollo tecnológico transformó la industria en su totalidad. Como el paso de la máquina de vapor impulsada con electricidad; la invención de la máquina de escribir, patentizada por Christopher Sholes en 1868 y que llegó a ser un equipo estandarizado en la oficinas para 1880, creando eventualmente, nuevas fuentes de trabajo para la mujer; el teléfono de Alexander Graham Bell, introducido en 1876, también expandió las posibilidad de trabajo para ellas.³

¹Ibíd.

²Ibíd.

³Ibíd.

Con estos adelantos tecnológicos los medios de comunicación se beneficiaron marcadamente. El periodismo impreso optimizó el tiempo en el manejo de recibir la información, procesarla en los términos y reglas periodísticas, imprimir los periódicos y venderlos. De este proceso periodístico se habla en el siguiente capítulo. Himes, Miller, los White y otros pioneros vivieron muchos de esos cambios en la publicación de la literatura adventista. Por ejemplo Jaime White, a quien Dick llama “el padre de la obra de publicaciones”, murió el 6 de agosto de 1881 y su esposa el 16 de julio de 1915. Ellos, como muchos otros guardadores del sábado, vieron la introducción de las máquinas eléctricas y comenzaron a alumbrar sus casas con luz eléctrica, viajaron a Europa y a Australia con más rapidez y pudieron mandar cartas y telegramas a sus amigos y familiares en sus lugares de origen, con la certidumbre que su comunicación llegaría más rápida y segura. Todo esto era algo histórico en su contexto social. Los pioneros adventistas no podías separar el mensaje que predicaban, en forma verbal o escrito, del medio social que los rodeaba. Era algo vital en su vida de relación.

Thomás Edison, el inventor de la lámpara eléctrica, patentó más de mil inventos, desde la batería y el fonógrafo hasta la cámara fotográfica. “Pero la invención y desarrollo del foco o bombilla eléctrica en 1879, con su sistema de producción y distribución fue lo que marcó uno de los más grande cambios en la vida y el trabajo de los estadounidenses”.¹

En ese contexto de cambios sociales y económicos, los pioneros de la iglesia adventista se propusieron esparcir el “evangelio eterno” usando los medios masivos, que

¹Ibíd., 484.

fueron cambiando en su tecnología conforme aparecían nuevos inventos y recursos de comunicación.

La inmigración en la era dorada

La inmigración fue otra de las vivencias de los adventistas de la segunda mitad del siglo XIX. En parte, ése fue el público a quien predicarían usando los medios de comunicación.

Roger Daniels ubica esta era de 1866 a 1900. Tomando como base las estadísticas oficiales, dice que “de 1860 hasta 1920 los censos mostraban que aproximadamente un séptimo de la población había nacido en el extranjero”.¹

Sobre las olas de inmigración en la parte tardía del siglo XIX y la parte temprana del siglo XX, Daniels apunta:

Algunos estudiosos de la inmigración a los Estados Unidos en la parte tardía del siglo XIX y la temprana del siglo XX, la dividen en “vieja inmigración” [old immigration], inmigración de las naciones occidentales de Europa, exceptuando a británicos, alemanes y escandinavos, esa ola de inmigración terminó a comienzos de los 1880, y la “nueva inmigración” [new immigration], por gente italiana, polacos, eslovacos, judíos y griegos, incluyendo los no enlistados en la vieja inmigración, esta ola terminó con la Primera Guerra Mundial, o durante el período de 1921 al 1924 con la Ley de Cuota americana [American Quota Act].²

Los hispanos tienen otra historia de inmigración. Johnny Ramírez-Johnson, con Edwin Hernández y otros, dicen que originalmente los inmigrantes de otros países vinieron “voluntariamente, buscando ya sea prosperidad económica o libertad de persecución religiosa o política en sus países de origen”. En contraste, la “mayoría de

¹Roger Daniels, “The Immigrant Experience in the Gilded Age,” en *The Gilded Age: Perspectives on the Origins of Modern America*, ed. Charles W. Calhoun (Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2007), 75. Ver gráfica completa en el apéndice A.

²Ibíd.

hispanos y africanos vinieron a los Estados Unidos por conquista militar”. Así ocurrió con “México en la guerra de 1846-1848 y Puerto Rico en la guerra de 1898”.¹

El crecimiento de la Iglesia Adventista en los tiempos de los pioneros

De acuerdo con las estadísticas oficiales de la Iglesia Adventista, se tardaron “107.5 años (1848-1955) para que la iglesia llegara a un millón de miembros”.² Aparentemente fue un crecimiento lento, sin embargo en relación con la cantidad de habitantes, sí hubo crecimiento *per cápita*, especialmente en los Estados Unidos, si se toman en cuenta las siguientes estadísticas:

En “1850 la población mundial era de 1.2 mil millones, para 1950 ya eran 2.55 mil millones de habitantes y para el 2005 la población mundial era de 6.45 mil millones de habitantes”. En los Estados Unidos, donde los pioneros mayormente evangelizaron en el siglo XIX, existían para “1850, 23.191,876 habitantes, y para el año 2000 ya eran 281.421.906”.³

En resumen, los pioneros adventistas del siglo XIX usaron la comunicación hablada y escrita para evangelizar en un contexto social de cambios. En tal tiempo los medios masivos más usuables fueron la impresión de revistas y panfletos y la prensa escrita que era ya un medio común para informar y comentar.

¹Johnny Ramírez-Johnson, Edwin I. Hernández y otros, *Avance: A Vision for a New Mañana* (Loma Linda CA: Loma Linda University Press, 2003), 3.

²General Conference of Seventh-day Adventists, Office of Archives and Statistics, “Membership growth of the Seventh-day Adventist Church by Millions,” <http://www.adventistarchives.org/docs/Stats/> (12 de enero de 2007). El cuadro estadístico completo se puede ver en el apéndice B.

³*Time Almanac* (2007), ver “World Statistics.”

El uso de la comunicación en el siglo XX y en la actualidad

Como ya se señaló, en los siglos XIX y XX sobresalieron los avances tecnológicos y los medios de comunicación evolucionaron notablemente. Fue en ese siglo XX cuando se optimizó el uso de los recursos tecnológicos del siglo anterior y se incluyeron los inventos tecnológicos y avances de la ciencia en cada década de esos cien años.

En cuanto se hicieron populares los medios masivos de comunicación, la Iglesia Adventista comenzó a usarlos para evangelizar. Uno de los primeros fue la radio.

A menudo se dice que la radio no fue una invención fortuita, sino fue una invención buscada para satisfacer una necesidad. María Cristina Romo Gil lo dice de esta manera: “la radio nació por la enorme necesidad que tiene el ser humano de comunicarse en todas las formas posibles. A diferencia de los otros medios de comunicación, se origina por la imperiosa necesidad de comunicarse con los barcos en altamar”.¹

Ese esfuerzo de transmisión inalámbrica, Romo Gil lo ubica desde los experimentos de “James C. Maxwell en 1860 respecto a la teoría electromagnética de la luz y la predicción de la existencia de las ondas de radio en el espacio, su modo de propagarse y la demostración de la existencia real de esas ondas hecha por Hertz en 1888, quien produjo en el laboratorio un aparato capaz de generarlas”.²

Luego pasa, la misma fuente, a los experimentos y logros de Guillermo Marconi en “1895 al enviar por primera vez señales auditivas”, y el “2 de junio de 1897, obtuvo la

¹María Cristina Romo Gil, *Introducción al conocimiento y práctica de la radio* (México, D.F.: Diana, 1991), 31.

²Ibíd., 32.

primera patente para enviar señales a través del espacio” y Reginald Aubrey Fessenden, “quien logra por primera vez transmitir la voz humana a distancia y sin cable en 1900”, hasta “David Sarnoff, de quien, se puede decir, surgió la radio como medio de comunicación dirigido a públicos amplios”.¹

Termina Romo Gil diciendo que “la estación KDKA de la Westinghouse fue la primera emisora pública con permiso oficial de transmitir, saliendo al aire el 2 de noviembre de 1920; naciendo así lo que se conoce como la radiodifusión”.²

Los primeros programas religiosos en la radio y la televisión

El historiador Hal Erickson dice que “el primer programa religioso...que salió al aire, fue en la estación KDKA de la ciudad de Pittsburg el 2 de enero de 1921, programa que fue transmitido a control remoto desde la Calvary Episcopal Church [Iglesia Episcopal del Calvario]”.³

Añade Ericksson: “El primer programa patrocinado por la Iglesia Adventista del Séptimo Día, fue en el año 1930, conocido como *The Voice of Prophecy* [La Voz de la Profecía], dirigido por H. M. S. Richards”.⁴ Más adelante se amplía la información del desarrollo histórico de este programa que ya pasó del siglo XX al XXI en el aire como un medio evangelizador. La televisión, como un medio masivo de comunicación, también

¹Ibíd.

²Ibíd., 35, 38.

³Hal Erickson, *Religious Radio and Television in the United States, 1921-1991* (Jefferson, NC: McFarland, 1992), 1.

⁴Ibíd.

tuvo su origen en diferentes países, siendo Inglaterra el país que desarrolló más temprano la televisión pública.

Pierre Albert y André-Jean Tudesq señalan que “a instancias de lord Selsdon, la BBC decidió lanzar un programa público; éste se inauguró el 2 de noviembre de 1936 con el sistema EMI de 405 líneas... La guerra puso un término brutal a estas emisiones, el primero de septiembre de 1939. La BBC tenía entonces y de lejos, la mejor y más experimentada de las televisiones”.¹

En los Estados Unidos fue en 1941 cuando “la FCC [Federal Communications Comission] concedió licencias a las estaciones comerciales, aprobó unas quince en los meses que siguieron. En febrero de 1942, tras la entrada de Estados Unidos en la guerra, el gobierno prohibió la fabricación de televisores. La televisión norteamericana entró en un letargo”.²

Así como en la radio, cuando comenzaron las transmisiones comerciales de televisión abierta los adventistas pronto hicieron intentos de usarla para evangelizar. El primer programa adventista fue *Faith for Today* [Fe para hoy] que “fue emitido al aire por primera vez en la WJZ-TV [Ahora WABC-TV] en Nueva York, a las 9:30 de la noche, el domingo 21 de mayo de 1950. El programa fue fundado por William y Virginia Fagal, siendo dueños y patrocinadores la Iglesia Adventista”.³

Después surgió otro programa adventista por televisión, conocido como *It is Written* (Está escrito), que comenzó a transmitirse en 1955, dirigido y diseñado para

¹Pierre Albert, y André-Jean Tudesq, *Historia de la radio y la televisión* (México, D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1982), 92.

²Ibíd., 93.

³*Faith for Today*, “History,” <http://www.faithfortoday.tv/history.php> (16 de noviembre de 2006)

evangelizar las grandes ciudades. De éste y otros programas de radio y televisión se habla en forma amplia más adelante.

La Oficina de Relaciones Públicas y el Departamento de Comunicación

En el siglo XX se organizó lo que se conoce ahora como el Departamento de Comunicación de la Asociación General. Este departamento surgió de lo que por mucho tiempo se llamó Oficina de Relaciones Públicas (Bureau of Public Relations, 1912- 1940) y el Departamento de Radio y Radio y Televisión (1940-1973). La *Enciclopedia adventista* señala que el primer director de Relaciones Públicas de la Iglesia fue W. L. Burgan de 1912 a 1940.¹

En las últimas décadas del siglo XX se comenzó a hablar de una comunicación global e instantánea. La información se recibe y se procesa en los grandes centros de comunicación. En la actualidad, Internet es un recurso globalizador. “Hoy, por ejemplo, se habla de la telecomunicación en el hogar, que se refiere al uso de las computadoras en casa para obtener información, incluso procedente de otros países para hacer operaciones bancarias, comprar libros, etc., sin la necesidad de acudir al banco o a la librería”.²

La Iglesia Adventista, como otras en el mundo, está aprovechando estos recursos. Está creando cada vez nuevas infraestructuras operacionales para optimizar el tiempo y los recursos humanos y económicos disponibles y así cumplir la misión encomendada por Jesús: “Por tanto, id, y haced discípulos a todas las naciones” (Mt. 28:19).

¹*Seventh-day Adventist Encyclopedia*, ed. rev. 1996, ver “Communication, Department of.”

²*Ciencias de la Comunicación*, (México, D. F.: Instituto de la Investigación de Tecnología Educativa de la Universidad Tecnológica de México, 2001), 150.

La estructura denominacional actual

En las últimas décadas del siglo XX hasta la actualidad, la Iglesia Adventista ha proyectado sus planes de expansión en términos de globalización. Así surgieron planes como Mil días de cosecha, Estrategia mundial, Misión global y Dilo al mundo con fechas específicas de iniciación y conclusión, por lo general en planes quinquenales.

Este planeamiento mundial llevó a una interdependencia más estrecha entre los departamentos o ministerios y los servicios de la iglesia en todos los ámbitos: Asociación General, divisiones, uniones y campos locales.

La *Seventh-day Adventist Encyclopedia* dice que “el Departamento de Comunicación tiene que ver con el desarrollo y el mantenimiento de una correcta imagen de la iglesia, una clara comprensión de sus principios por el público y el uso efectivo de técnicas y medios audiovisuales y de transmisión masiva para comunicar el evangelio al mundo”.¹

Por lo general el Departamento de Comunicación de la Asociación General ha tenido dos proyecciones en sus actividades: la primera hacia fuera de la iglesia, representando a la iglesia ante los medios de comunicación y la segunda, produciendo material para transmitir en los medios de comunicación de la iglesia. La misma fuente apunta:

Desde 1990 cuando se reenfocaron las actividades, el Departamento de Comunicación tuvo como función principal el ser la Oficina de Noticias e Información. En 1994 el departamento incluía cuatro unidades: (1) La oficina de noticias e información, con su Red de Noticias Adventistas (ANN), sirviendo como agencia de prensa oficial de la Iglesia Adventista; (2) Servicios para los Medios, un centro de producción de video y servicio de programación de difusión electrónica; (3)

¹*Seventh-day Adventist Encyclopedia*, ed. rev. 1996, ver “Communication, Department of.”

el Foro On-line Adventista en CompuServe [SDAs On-line Forum]; y (4) Relaciones Públicas y servicio de guías a los visitantes de la Asociación General.¹

Cuando en 1993 surgió la idea de descubrir nuevas formas de llevar el evangelio a todo el mundo en una forma más rápida y efectiva...surgió el concepto de usar el satélite en series de evangelismo, para muchas partes del mundo saliendo la señal de un solo sitio. “La idea y los planes prosperaron y se invitó al pastor Mark Finley, quien fue el orador de lo que llegó a ser conocido como Red 95”.²

Fue en esa nueva forma de hacer evangelismo que surgió en el Departamento de Comunicación lo que hoy se conoce como Red de Comunicación Adventistas (ACN por sus siglas en inglés, Adventist Communication Network). En la historia narrada en su sitio Internet dice: “En esta nueva forma de hacer evangelismo había que diseñar y preparar equipo y persuadir a las iglesias a participar, adquiriendo los equipos para recibir las series de evangelismo por satélite. Como resultado, ACN fue organizada como sub-producto de un sueño de evangelismo hecho realidad”.³

Desde su organización hasta la actualidad el Departamento de Comunicación de la Asociación General ha sido un centro de apoyo a otros ministerios de la iglesia que están usando los medios de comunicación masivos para difundir el “Evangelio Eterno a toda nación, tribu y pueblo”.⁴

¹Ibíd.

²Adventist Communication Network, “Our History,” <http://www.acnsat.org/about.htm> (13 de noviembre de 2006).

³Ibíd.

⁴Cómo ha participado ACN en los eventos de la iglesia, en forma cronológica, se puede ver en el apéndice C.

La Red de Televisión Adventista

La Red de Televisión Adventista (ATN por sus siglas en inglés, Adventist Television Network), es otro medio de actualidad que los adventistas de la era postmoderna están usando para predicar sus convicciones bíblicas.

Gary Gibbs, al hablar de cómo surgió el “Canal Esperanza” (Hope Channel) que es la difusora de televisión oficial adventista, de 24 horas los siete días de la semana por satélite a todo el mundo, dice: “Después de la primera transmisión de Red 95, la Asociación General unió los esfuerzos para que las campañas de evangelismo por satélite tuvieran una audiencia más internacional, entonces se formó la “Red de Comunicación Global Adventista (AGCN) [por sus siglas en Inglés, Adventist Global Communication Network]”.¹

Según Gibbs, “Más tarde, en el 2001, se cambió el nombre por Red de Televisión Adventista (ATN), para reflejar el creciente impacto que el ministerio por la televisión está haciendo en la Obra del Señor”.²

Hoy, dice la misma fuente, ATN tiene una red satelital de más de 2.000 sitios en las iglesias, que reciben la señal... Más de un millón de personas se han bautizado y unido a la Iglesia Adventista a través de las campañas de evangelismo transmitidas por satélite.³

Gary Gibbs termina su historia diciendo:

Fue un milagro de Dios el poder contratar para una cobertura mundial de 24 horas, los siete días de transmisión por menos costo de lo que previamente habíamos pagado

¹Gary Gibbs, “Hope Channel and the Miracle Factor,” *Hope Channel*, Verano 2005, 4-5.

²Ibíd.

³Ibíd.

por una fracción de cobertura. La junta aprobó el presupuesto y el plan para una transmisión de 24 horas los siete días de la semana llamado Canal Esperanza. En octubre del 2003, se transmitieron las primeras 24 horas de Canal Esperanza con el mensaje de las buenas nuevas de Jesús.¹

El Canal Esperanza transmite mayormente en inglés, sin embargo tiene proyectos en español y se une con los ministerios de apoyo para llevar adelante programas en español. De esto se dará más información en la siguiente parte.

La sede administrativa de la ATN está en Silver Spring, Maryland, y desde allí se han proyectado sus actividades a favor del evangelismo, del estilo de vida de los adventistas y otras actividades a favor de la comunidad mundial. Su actual director es Brad Thorp y Gary Gibbs es el director asociado.

El Centro de Medios de Comunicación Adventista

El Centro de Medios de Comunicación Adventista (AMC, Adventist Media Center) está ubicado en Simi Valley, California y es el centro de filmación y transmisión electrónica de la iglesia adventista. Incluye “los estudios de radio y televisión, los departamentos centrales de servicios, las oficinas administrativas y las escuelas por correspondencia de los programas: *Breath of Live* (Aliento de vida), *Fe para Hoy*, *Está Escrito*, *Voice of Prophecy* y *La Voz de la Esperanza*, así como la Asociación de Evangelismo Adventista”.²

En 1969 se comenzó un estudio para determinar la conveniencia de establecer un centro denominacional de grabación, filmación y transmisión. Durante 1970 hubo

¹Ibíd., 5.

²*Seventh-day Adventist Encyclopedia*, ed. rev. 1996, ver “Adventist Media Center.”

problemas de producción en Nueva York, lo cual llevó a Fe para Hoy a solicitar un cambio de sede a California. El Concilio Anual de la Asociación General de la iglesia votó el establecimiento del centro y se nombró un comité del fidecomiso, con R. R. Bietz, como presidente de la junta y a Walter R. L. Scragg como secretario. Alvin G. Munson fue elegido como director del centro.¹

A continuación se presentan los ministerios que operan en el AMC con una breve historia y una descripción de sus actividades a favor del evangelismo:

Voice of Prophecy

Este programa de radio es el más antiguo de la Iglesia Adventista. De hecho, fue el primer programa religioso en ser transmitido por cadena nacional en la Mutual Broadcasting System en los Estados Unidos. Comenzó a la par de otros programas religiosos cuando la radio se comercializó. En ese tiempo la música y los temas religiosos eran de prioridad en cualquier hora y sobre todo al comenzar y cerrar las emisiones diarias. Otra de las características en los albores de la radiodifusión en los Estados Unidos eran las oraciones al abrir y cerrar las transmisiones.

El surgimiento de los programas de radio y televisión, por lo general, está relacionado con personajes visionarios, por lo que, junto con la historia del programa, va la historia de dichos personajes. En el caso de *The Voice of Prophecy*, fue Harold Marshall Sylvester Richards, (1894-1985), conocido como H. M. S. Richards, y después H. M. S. Richards hijo (1929-1999).

¹Ibíd.

Pablo C. Rodríguez narra lo siguiente: “La idea de predicar el evangelio por medio de la radio surgió en la mente de un joven ministro recién salido del seminario, en una noche de invierno de 1920, dicho joven era Harold Marshall Sylvester Richards”.¹

En 1926 Richards estaba en Bakersfield, California, realizando un ciclo de evangelización. Allí usó la radio para invitar al público a sus reuniones. En 1930 “transmitió por la emisora KNX de Los Angeles charlas devocionales para la familia. Como eran de interés de la emisora, fueron sin cargo para el orador. Pero esto no lo conformaba, pues deseaba predicar el evangelio con toda libertad”.²

Cuando Richards habló de su proyecto con algunas personas de la iglesia a fin de que costearan un programa de radio, recibió la siguiente respuesta:

La radio es algo nuevo todavía, además hace publicidad de licores y tabaco, por lo tanto no es más que una herramienta del diablo. Y algunos para reforzar más su posición, parafraseaban al apóstol Pablo diciendo que las ondas de la radio eran las “huestes espirituales de maldad en las regiones celestes” (Ef. 6:12). Richards no se desanimó. Siguió hablando de su proyecto a amigos y extraños. Y fue en ese mismo año, 1930, cuando dos de sus amigos, Harold Young y Glenn Luther, lo animaron a comenzar.³

Con el tiempo *La Voz de la Profecía*, llegó a ser toda una institución, reconocida dentro y fuera de la iglesia adventista. Su historia a favor de la comunidad estadounidense, está muy relacionada con la vida y ministerio de la familia Richards y el cuarteto The King’s Heralds (Los Heraldos del Rey).

Actualmente el director y orador es Lonnie Melaschenko, quien transmite diariamente en más de 400 estaciones de radio en Estados Unidos y en su sitio de

¹Pablo C. Rodríguez, *Las alas del mensaje* (Santa Fe, Argentina: Talleres Gráficos de Ciscato, 2004), 15.

²Ibid., 15, 16.

³Ibid., 16, 17.

internet. También difunde un programa de televisión que es transmitido en ATN, 3ABN, SafeTV, Loma Linda Broadcasting Network, Blue Mountain TV y algunos canales por cable local. Su escuela bíblica por correspondencia se estableció en 1940. Actualmente la escuela ofrece dos cursos bíblicos por correo y por Internet: “Discover” (Descubra) y “Focus on Prophecy” (Foco sobre la profecía).¹

La Voz de la Esperanza

El primer programa radial en español de la iglesia adventista fue La Voz de la Esperanza. Surgió como una versión en español de *Voice of Prophecy* en 1943, adoptando poco después su actual nombre. Tanto *Voice of Prophecy* como *La Voz de la Esperanza*, por muchos años se produjeron en la ciudad de Los Ángeles, California.

El personaje central, que le dio personalidad a La Voz de la Esperanza, fue Braulio Pérez Marcio (1904-1974), quien como orador, poeta y comunicador, fue reconocido, dentro y fuera de la iglesia adventista.

Milton Peverini García declara: “No dudo que nuestra institución, y por extensión la Iglesia Adventista del Séptimo Día que gozó de su servicio abnegado, considera a nuestro biografiado como uno de sus líderes visionarios. Fue fundador del programa internacional La Voz de la Esperanza y su director durante más de treinta años”.²

“Por este motivo”, sigue relatando Peverini, “llegó al mundo hispano el padre de la transmisión del evangelio a través de los medios de comunicación masiva. Fue un

¹*The Voice of Prophecy*, “The Voice of Prophecy Real Gospel for Real Life,” <http://vop.com/article.php?id=266> (15 de noviembre de 2006).

²Milton Peverini García, *Vida de Braulio Pérez Marcio, fundador de la Voz de la Esperanza: De incrédulo a campeón del evangelio* (Nampa, ID: Pacific Press, 2007), 10.

auténtico pionero. Este hecho y sus dotes como poeta y escritor tuvieron gran repercusión. La sagrada tarea de alcanzar el corazón y la mente de multitudes fue su obra ciclópea”.¹

Al retirarse Braulio Pérez Marcio en 1971, siguió como director y orador del programa Milton Peverini García, quien promovió el programa a dimensión internacional y la Escuela Radio Postal se expandió mundialmente. En el sitio de Internet de La Voz de la Esperanza se lee: “El doctor Peverini García ha hecho un significativo aporte a la vida espiritual de multitudes, no solamente como orador del programa, sino también como conferenciante de evangelismo a nivel internacional, y como autor de numerosas obras”.²

Este programa ha tenido influencia evangelizadora por muchos años en los países de habla hispana. Por ejemplo, en México se trabaja en evangelismo público, promoviendo las campañas en nombre del programa radial, y se hace evangelismo personal con los “Carteros misioneros”, que llevan las lecciones de los cursos ofrecidos por la Escuela Radiopostal del programa.

Desde 1998 el director y orador del programa es Frank González y el ministerio de *La Voz de la Esperanza* se ha multiplicado, ofreciendo “los programas de radio *La Voz de la Esperanza*, el programa televisivo *Descubra* y la Escuela Bíblica por Correspondencia, con sus 45 filiales en el mundo, donde más de 300.000 personas se inscriben en los cursos cada año”.³

¹Ibid.

²*La Voz de la Esperanza*, “Nuestra historia: Breve reseña histórica,” <https://www.lavoz.org/v4/content/view/13/28/> (16 de noviembre de 2006).

³Adventist Media Center Trust Services, *Adventist Media Center* (Simi Valley, CA: Adventist Media Center, 2006), 6.

Breath of Life

Breath of Life (Aliento de vida) es otro de los programas que se prepara en el Centro de Medios de Comunicación Adventista. Este programa de radio y televisión está especialmente dirigido a la población afro-americana y a los grupos que viven en los grandes centros urbanos. Su declaración de misión es: “Presentar el evangelio eterno de Jesucristo a todos los grupos urbanos en una perspectiva contemporánea”.¹

Su actual director, Walter L. Pearson, hijo, dice que su serie de temas grabados para radio y televisión, “Una experiencia de poder”, se ha transmitido en unos 1.600 sitios en los Estados Unidos, en otros miles de lugares en el Caribe y el mundo entero, y ha sido traducido al español, al francés, portugués y al swahili. El programa ha servido para reavivar el amor de Jesús entre los miembros, animar la fe en nuestras creencias fundamentales y ha llevado a miles a la decisión del bautismo. *Breath of Life* puede verse en Church Channel, The Black Family Channel, TVOne y DirectTV, así como en 3ABN y en el Canal de la Esperanza. Su sitio en internet es: <http://www.bolministries.com>.²

Faith for Today

Faith for Today (Fe para hoy) es uno de los programas de televisión de mayor historia en el aire. Desde sus comienzos, este programa ha sido de los más prestigiosos en los Estados Unidos y el extranjero, por su contenido, perfil y formato. Por ejemplo en 2006, “En honor de que Fe para Hoy cumplió 50 años de transmisión, la National

¹*Breath of Life* Ministries, “Our Mission: The Urban Agenda,” <http://www.bolministries.com/newbol/mission.htm> (15 de noviembre de 2006).

²Adventist Media Center, 2.

Religious Broadcasters (NRB) le reconoció con el Milestone Award en la sesión de apertura de la 57ª convención y exposición anual efectuada en Anaheim, California”.¹

En la actualidad contiene variados programas como “*Lifestyle Magazine, The Evidence y McDougal, M.D*, que son transmitidos alrededor del mundo por la Trinity Broadcasting Network cada semana”.²

It Is Written

El Centro de Producción Adventista es sede también de *It Is Written*. Este programa lo fundó el pastor George Vandeman, quien tuvo un “interés especial en su corazón” de evangelizar a través de la televisión. Como los otros programas del centro, éste tiene su perfil peculiar, especialmente en el formato del programa:

Desde el inicio del programa en 1955 el plan fue “combinar el medio masivo de comunicación con evangelismo público y los contactos misioneros hechos por los laicos”.³

Después del pastor Vandeman, siguió Mark Finley con el proyecto de *It Is Written*, siguiendo el plan de usar el programa de televisión, las campañas de evangelismo y la participación de los laicos en escala mundial. En su tiempo se hicieron las grandes campañas masivas en lo que fue la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas y en otras partes del mundo.

Este ministerio, dirigido en la actualidad por Shawn Boonstra, busca alcanzar a la

¹*Faith for Today*, “Milestone Award,” http://faithfortoday.tv/awards_mile.php (11 de noviembre de 2006).

²*Ibíd.*

³*Seventh-day Adventist Encyclopedia*, ed. rev. 1996, ver “It Is Written.”

gente a través de variados métodos: programa de televisión semanal, las campañas de evangelismo en todo el mundo, programas de vida cristiana, por los medios masivos digitales y a través de Internet.¹

El director y orador de *Está Escrito* en español es Robert Costa. En este idioma se sigue el modelo del programa en inglés uniendo las presentaciones de televisión con campañas de evangelismo. La primera campaña de evangelismo en español vía satélite se efectuó en noviembre de 2003, saliendo la transmisión de Maracaibo, Venezuela. El orador fue el pastor Milton Peverini.

Life Talk

El último ministerio que se ha integrado al Centro de Medios de Comunicación de la iglesia adventista es *Life Talk* (Charla de vida), dirigido por Steven Gallimore. Este ministerio también usa “televisión, radio e Internet para esparcir la palabra de Dios en múltiples formas; por ejemplo en Internet se presentan programas en video, estudios bíblicos, programas de archivo, transmisión en vivo, doctrinas animadas y materiales para el ministerio”.²

Radio Mundial Adventista

En 1971 la iglesia adventista creó Adventist World Radio (AWR, Radio Mundial Adventista) para evangelizar por medio de la radio de onda corta. En su página de Internet dice que su “misión es transmitir el evangelio a la gente del mundo en su propia idioma. AWR transmite por más de 1,000 horas a la semana en onda corta, en radio de

¹Adventist Media Center, 3.

²Ibíd.

AM/FM y por Internet. Sus programas se producen en estudios locales en cerca de 70 lenguas”.¹

Hablando de un aspecto de AWR, Sandra Blackmer dice que Isaías Duong, quien ha presentado los mensajes en vietnamés por más de 12 años, “sabe que su mensaje será transmitido a una audiencia potencial de al menos un millón de radioescuchas en su país, Vietnam. Él añade historias pregrabadas para niños y charlas de salud, todo en su idioma natal”.²

Blackmer dice que con la misión de comunicar el mensaje evangélico, particularmente en los territorios del mundo difíciles de alcanzar, Radio Mundial Adventista sirve como un brazo vital para la iglesia adventista. Cita al director, Benjamín D. Schoun, quien dijo que “más de 100.000 cartas, llamadas por teléfono y mensajes por correo electrónico llegan de los radioescuchas cada año. Las personas escuchan nuestras transmisiones en las más increíbles circunstancias y toman una firme posición por sus nuevas creencias al encarar directamente serios peligros personales”.³

Ministerios de apoyo

Hay otros servicios adventistas de laicos, ministerios de radio y televisión de sostén propio, que apoyan la organización oficial de la iglesia. Por ejemplo: Three Angels Broadcasting (3ABN, por su siglas en inglés). De hecho, las grandes campañas de evangelismo de los últimos años, conocidas como “Redes”, han utilizado los servicios de

¹Adventist World Radio, “Learn about AWR,” http://www.awr2.org/index.php?option=com_content&task=view&id=2&Itemid=3 (22 de octubre de 2007).

²Sandra Blackmer, “Adventist World Radio: Short ‘Waves’ Net Tall Results,” *Adventist World*, octubre de 2007, 16-17.

³Ibíd.

3ABN para transmitir a los Estados Unidos, Canadá y muchas partes del mundo el mensaje adventista.

Johnny Dinzey, gerente general de 3ABN Latino en la actualidad, habla del alcance mundial que ha tenido este ministerio de apoyo:

Desde el año 1986 3ABN ha estado transmitiendo el mensaje de los tres ángeles vía satélite. Con siete satélites 3ABN en inglés está transmitiendo el evangelio a todo el mundo los siete días de la semana, las 24 horas del día. ¡Realmente eso es un milagro de Dios! Desde el año 2003, 3ABN Latino está transmitiendo el evangelio por medio de dos satélites a las tres Américas y a Europa, en español y en portugués.¹

Uno de los recientes eventos de gran impacto a nivel mundial que 3ABN ha tenido fue un maratón de predicaciones a favor de la Ley de Dios en la ciudad de Washington D. C., el fin de semana de mayo 5 y 6 del 2006.

Otro ministerio de sostén propio es el canal de televisión KSBN-TV de Springdale, Arkansas, el cual es propiedad de laicos de la iglesia y que ha servido incondicionalmente desde hace unos diez años a la causa del evangelio.

La organización Creation Enterprises International, dirigida por Carlos Pardeiro, ha introducido en la sociedad estadounidense un nuevo concepto llamado Safe Television for all Ages (Televisión segura para todas las edades) donde no hay violencia, crimen, ni anuncios que promuevan el alcohol y el tabaco, entre otros. Desde su inauguración, el 8 de mayo de 1996, este ministerio de televisión ha sido bien aceptado por la comunidad y el gobierno del estado de Arkansas, en tal forma que cada año el 8 de mayo se celebra en

¹Johnny Dinzey, gerente general de 3ABN Latino, carta circular a los pastores de la División Norteamericana, 7 de diciembre de 2005.

la entidad el día de la televisión segura para todas las edades.¹

Algunas revistas

El periodismo impreso sigue siendo un clásico medio informativo, ayudado por la electrónica, las computadoras, Internet, el sistema satelital y hasta el teléfono celular. No podría haber historia del periodismo impreso sin las revistas, ya que los periódicos dan la información, la noticia, mientras que las revistas analizan la noticia y forman opinión. A continuación se narra cómo los adventistas han usado este medio.

Adventist Review

Esta revista, denominada *Revista adventista* en español, ha cumplido 150 años de circulación. En este tiempo la revista ha variado su nombre y formato pero básicamente su contenido es el mismo. Esto quiere decir que es una de las revistas religiosas que más años ha durado en circulación continua en los Estados Unidos.

William G. Johnsson, editor de la revista por 24 años, escribe de las raíces y la misión de esta revista. “El año era 1848, un grupo de adventistas, remanente dejado del chasco, estaba reunido en Dorchester, Massachusetts. Una joven mujer estaba entre ellos: Ellen Harmon White. Durante el curso de la reunión ella fue tomada en visión de la cual tuvo un mensaje para su esposo Jaime: ‘Comenzar una pequeña publicación’”².

Del humilde inicio a la circulación actual de la revista, Johnsson comenta:

Su primer número, fechado en julio de 1849, fue seguido por una publicación esporádica que aparecía cuando había fondos disponibles. La revista ha alcanzado una circulación semanal en la cual ha permanecido sin interrupción a través de los años,

¹Safe TV, “Welcome to Safe TV,” <http://www.safetv.org/Awards.htm> (23 de enero de 2007).

²William G. Johnsson, “Our Roots and Mission,” <http://www.adventistreview.org/article.php?id=22> (19 de enero de 2007).

convirtiéndose así en una de las publicaciones más antiguas en los Estados Unidos. Se ha expandido a múltiples ediciones impresas en muchos idiomas y países. Cada mes sus tres cuartos de millón de copias y más, circundan el globo como rayos de luz.¹

Johnsson dice que “la iglesia y la *Review*, la *Review* y la iglesia significan una misma cosa... Se combinan, interactúan y se apoyan una a la otra”. Termina afirmando los cuatro principios que en cada edición, los editores procuran incorporar: espiritualidad, mensaje y misión, diversidad e interacción de los lectores.²

El primer editor de la *Revista adventista* fue Jaime White, el actual es Bill Knott, “nombrado por el Concilio otoñal de los líderes de la Iglesia Adventista, reunida en septiembre del 2006.”³

También Knott es editor de una nueva revista de énfasis más misionero que se titula *Adventist World*, esta revista comenzó a circular en noviembre de 2005. Con las diferentes traducciones en las regiones del mundo, conocidas en la iglesia adventistas como divisiones, la revista alcanza un tiraje de “más de 1 millón de ejemplares cada mes”.⁴ Para alcanzar esta gran circulación en el mundo, los originales se traducen a diferentes idiomas y son enviados por Internet a los diferentes puntos de impresión.

Signs of the Times

Mientras que la *Revista adventista* es el órgano oficial de la iglesia, *Signs of the Times* (Las señales de los tiempos) es la revista misionera de la iglesia en Norte América.

¹Ibíd.

²Ibíd.

³Adventist News Network, “World Church: Bill Knott, Historian and Editor, Elected Adventist Review and Adventist World Editor,” <http://news.adventist.org/data/2006/09/1160335344/index.html> (22 de enero de 2007).

⁴William G. Johsson, “From the Editor’s Pen,” *Adventist World, NAD Edition*, noviembre 2005, 3.

Está proyectada para ser leída, principalmente, por no adventistas. Es editada por la Pacific Press Publishing Association, una de las dos más grandes publicadoras de la Iglesia Adventista. Como la *Revista adventista*, *Signs of the Times* comenzó a circular en el tiempo de los pioneros. De hecho, su historia dice que “comenzó a publicarse en Oakland, California, el 4 de junio de 1874”.¹ “Su primera edición fue de 3.500 copias, en la actualidad se imprimen alrededor de 200.000 copias mensuales... Su primer editor fue Jaime White; el actual es Marvin Moore”.²

En su origen, “la intención de Jaime White fue publicar la revista semanalmente y que no fuera sólo un expositor de las profecías, un reporte de las señales de nuestro tiempo, sino también un periódico general para la familia, los religiosos, en fin, para todos los miembros del hogar”.³

A través del tiempo, *Signs of the Times* ha cambiado de formato; el último cambio se hizo en la primera edición de la revista de enero de 2007. Ahora el tamaño de página es más chico y consta de 64 páginas. Hablando de este nuevo formato, la Pacific Press en su sitio Internet, dice: “Ahora *Signs* es más relevante, más versátil y más amigable”.⁴

En un artículo sobre los 125 años de circulación de la revista, se señala: “*Signs of the Times* es una publicación de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. Nuestra misión es compartir las convicciones y esperanzas con aquellos que no son de nuestra fe y más que

¹*Signs of the Times*, “More Than a Century of Signs,” <http://www.signstime.com/?p=about> (22 de enero de 2007).

²Ibíd.

³*Signs of the Times*, “New Look 2007,” <http://www.signstimes.com/?p=news> (24 de enero de 2007).

⁴Ibíd.

eso, hacer una diferencia en la vida espiritual del lector, como nuestro nombre sugiere, parte de nuestra misión es puntualizar a la gente la próxima venida de Jesús y las señales que la preceden”.¹

La *Adventist Review* y *Signs of the Times* tienen sus similares en español. La primera se llama *Revista adventista*; la segunda es *El centinela*.

El centinela

El centinela es la revista misionera en español de la iglesia adventista en los Estados Unidos y otros países donde se habla español. En la nota de internet de *El centinela* se narra que en la historia de la Iglesia Adventista del Séptimo Día han existido dos revistas con el nombre *El centinela*. La primera fue iniciada por Brenton E. Connerly (1869-1937) en Mayagüez, Puerto Rico. “Cuando los Connerly se mudaron a la Zona del Canal, Panamá, para unir fuerzas con los editores de la revista *Caribbean Watchman*...se dejó de hacer porque el edificio donde se imprimía se quemó el 23 de marzo de 1911”.²

En julio de 1919, la Pacific Press comenzó a publicar, en Mountain View, California, una nueva revista llamada *El centinela*. Hubo dos números trimestrales ese año, y en 1920 la publicación se tornó mensual. Su primer director fue Ernesto Johnson. Aunque no hay una conexión directa entre el nuevo *El centinela* publicado por la Pacific Press y la revista anterior, ahora discontinuada, algunos ven *El centinela* actual como una continuación del proyecto de 1903.³

¹“Celebrating 125 Years,” *Signs of the Times*, junio de 1999, 17.

²“Acerca de *El centinela*: Historia,” <http://www.elcentinela.com/?p=about> (31 de enero de 2007).

³Ibíd.

Por otro lado, la misma fuente dice que la primera revista misionera en castellano publicada por la iglesia adventista fue la impresa en Guadalajara, México, en 1896, bajo el nombre de *El amigo de la Verdad*. Esta publicación apareció con varios nombres hasta 1922, cuando fue reemplazado por *El centinela*.¹

En el sitio Internet de *El centinela*, hay esta aclaración de la historia: “Es una de las revistas cristianas en español más antiguas, publicada ininterrumpidamente por la misma institución desde 1919 y con dos revistas precursoras iniciadas en 1896 (México), y 1903 (Puerto Rico)”.²

Enfoque de nuestro tiempo

Enfoque de nuestro tiempo es la revista misionera en español de mayor circulación en Interamérica y se toma en cuenta por cercanía a la División Norteamericana .

Comenzó a editarse en México, en enero de 1986 con un tiraje de 100.000 ejemplares mensuales, especialmente para ser distribuida en México. Después se comenzó a editar, también en México, la revista *Mundo joven*. La última publicación editada en Interamérica se llama *Prioridades*.

Estas revistas están sirviendo como medio de comunicación en la evangelización adventista en los países de Interamérica donde se habla español y representan a la Iglesia Adventista dignamente por su contenido, redacción, diseño gráfico, calidad de papel. Al imprimirse en los países latinos, disminuye el precio de producción y distribución.

¹Ibíd.

²*El centinela*, “Pautas para escritores,” <http://www.elcentinela.com/?p=guide> (22 de enero de 2008).

El evangelismo por satélite

Una de las alternativas más sofisticadas en la era actual es la comunicación satelital. Su uso es tan común en la actualidad que los medios de comunicación masivos como televisión, radio, Internet y periodismo impreso la han aprovechado en forma gradual, al punto en que hoy es una carrera constante para estar a la vanguardia satelital en un mundo cada vez más globalizado.

Una definición simple de este fenómeno actual es la siguiente: “Los satélites artificiales son naves espaciales fabricadas en la tierra y enviadas en un vehículo de lanzamiento, un tipo de cohete que envía una carga útil al espacio exterior. Pueden orbitar alrededor de lunas, cometas, asteroides, planetas, estrellas o incluso galaxias. Tras su vida útil, pueden quedar orbitando como basura espacial”.¹

Si bien los soviéticos fueron los primeros en lanzar un satélite llamado Sputnik I, el 4 de octubre de 1957, no fue hasta “1960 cuando se lanzó el primer satélite de comunicaciones: el Echo I, el cual era un satélite pasivo que no estaba equipado con un sistema bidireccional sino que funcionaba como reflector. En 1962 se lanzó el primer satélite de comunicaciones activos, el Telstar I, creando el primer enlace televisivo internacional”.²

La Iglesia Adventista ha aprovechado esta comunicación vía satélite haciendo evangelismo y presentando programas especiales de la iglesia. La primera campaña de evangelismo por satélite fue en 1995 con el pastor Mark Finley, *Discoveries in Prophecy*

¹Wikipedia, “Satélite artificial,” http://es.wikipedia.org/wiki/Sat%C3%A9lite_artificial (7 de octubre de 2007).

²Ibid.

(Descubrimientos en las profecías), conocida como “Net” [Red]. Desde entonces, y hasta el cierre de este trabajo, en la División Norteamericana ha habido diez eventos de red. El último fue en 2006 y el orador fue el pastor Shawn Boonstra.¹

En español la iglesia ha aprovechado el satélite con campañas de evangelismo también llamadas redes. La primera Red en Español fue en 1997 con el pastor Alejandro Bullón; él fue también el orador en 2006, cuando la red se difundió desde la ciudad de Dallas, Texas. La última campaña por satélite en español fue del 30 de marzo al 8 de abril de 2007, salió la señal desde Bridgeton, Nueva Jersey; y el predicador fue el Dr. José H. Cortés.

El más reciente evento donde se unieron todos los recursos accesibles de este modo de comunicación, en español, fue en la División Interamericana, en una ceremonia bautismal sin precedente el 24 de marzo de 2007, durante la cual casi 45.000 personas se bautizaron. La ceremonia se enlazó vía satélite a toda la división, saliendo la señal del Palacio de los Deportes en Santo Domingo, República Dominicana, y tuvo como orador a Jan Paulsen, presidente mundial de la Iglesia Adventista.²

Con la creación de la Red de Televisión Adventista, de donde surgió lo que se conoce como Canales de Esperanza, se logró que haya presencia adventista por televisión satelital 24 horas los siete días de la semana, todo el año. ATN transmite una amplia programación internacional alrededor del mundo en una gran cantidad de idiomas. “La programación actual incluye series de evangelismo, programas especiales de la

¹Adventist Communication Network, “Our History,” <http://www.acn.info/about.htm> (5 de octubre de 2007).

²Libna E. Stevens, y Williams Costa Junior, “Pentecost Multiplied,” *Adventist World, NAD Edition*, mayo 2007, 17-19.

organización, sermones, estudios de la Escuela Sabática, noticias semanales de la iglesia, salud pública, educación, vida familiar y eventos especiales de la iglesia”,¹ tales como los congresos mundiales de la Iglesia Adventista.

Este método de predicar el evangelio por el sistema satelital, ya sea por la radio o por la televisión, ha venido a optimizar el tiempo y globalizar el mensaje adventista.

Internet

El último medio que nos ocupa en este capítulo es Internet, recurso de comunicación que la Iglesia Adventista comienza a usar para evangelizar. Este es uno de los medios de comunicación de mayor importancia en la actualidad. Sobre la importancia que está teniendo, Leiner y otros, dicen: “Internet ha revolucionado la computadora y el mundo de las comunicaciones como ninguna cosa anterior. La invención del telégrafo, el teléfono, la radio y la computadora asentaron la plataforma para esta sin precedente integración de capacidades”.²

La misma fuente añade lo siguiente: “Internet es a la vez una forma de transmisión a lo ancho del mundo con una enorme capacidad, un mecanismo para la disseminación de información y un medio para la colaboración e interacción entre individuos y sus computadoras sin considerar su ubicación geográfica”.³

¹Adventist Televisión Network, “Adventist Television Network: Parent of the Hope Channels,” <http://adventist.tv/index.html> (5 de febrero de 2007).

²Barry M. Leiner, y otros, “A Brief History of the Internet,” <http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml> (5 de febrero de 2007).

³Ibid.

La enciclopedia *Microsoft Encarta* define Internet como “la conexión entre miles de redes informáticas de todo el mundo que permite a los ordenadores que se conecten a ella y comunicarse entre sí”.¹

Ante esta nueva forma de comunicar el evangelio, la Iglesia Adventista ha ido incursionando en forma gradual. En 1997 James Arkusinski presentó en forma detallada los recursos disponibles a la iglesia a través de Internet. Indicó que en el World Wide Web (www, por sus siglas en inglés), usando los enlaces, se llega a Adventist Connections, SDAnet y TAGnet y de allí sería posible conectarse materialmente a cada escuela e institución de la iglesia. Para ese entonces, ya la iglesia tenía su página *web*, ubicada en www.adventist.org, donde se encontraban las doctrinas, los servicios y los ministerios de la iglesia mundial.²

En el año 2003, Tamara Shetler escribió de la presencia adventista en Internet la cual “está creciendo, gracias a TAGnet”, dijo, y señaló que TAGnet es una iniciativa de laicos y sus siglas quieren decir “Red de Intercomunicación Global losTres Angeles (Three Angels Global Networking)”.³

Por su parte, Tim Crosby, en 2004 presentó siete formas de ministrar a través de la internet, a saber: con música, correo electrónico (E-mail), estudio bíblico, sermones, libros, evangelismo y conferencias en la red”.⁴

¹*Microsoft Encarta*, 2006, ver “Internet.”

²James Arkusinski, “Net Notes,” *Adventist Review*, noviembre de 1997, 26-29.

³Tamara Shetler, “A Ministry Portal to the World (Wide Web),” *Adventist Review*, mayo, 2003, 38.

⁴Tim Crosby, “eTreasures: Seven Ways to Enhance Your Ministry through the Internet,” *Ministry International*, junio de 2004, 5-6.

Sobre la ganancia de nuevos miembros a través de Internet, las evidencias fueron presentadas en el cuarto Foro Mundial de Evangelismo por Internet, que se efectuó el 3 de agosto de 2006, en San Diego California, dando evidencia de ser una herramienta de incalculable valor para esparcir el mensaje adventista. Ahí el Departamento de Comunicación de la Asociación General, quien patrocinó el foro, informó: “Si bien su sede está en los Estados Unidos, BibleInfo.com alcanza a una audiencia global de más de 100.000 visitantes todos los meses, y ha recibido visitas ‘de todos los países donde hay Internet’, afirmó Fred Hardinge, quien fundó el sitio 11 atrás”.¹

Uno de los problemas de Internet es la falta de sistematización de las reglas para tener un sitio o página web y hacerse presente en el universo de este medio de comunicación. Hasta este momento, hay libre acceso en forma indiscriminada y sin censura alguna. Otro problema es el robo de identidad. En esto hay intentos de servidores (empresas que venden, administran y dan servicio de apoyo a las personas o clientes que compran una página web o una dirección de correo electrónico), que proponen ciertas normas éticas, pero sin mucho éxito.

Según información de La Red de Noticias Adventistas, “los Adventistas fueron una de las primeras iglesias cristianas en aprovechar las redes en línea, a partir de diversos foros de CompuServe en la década de 1980. El primer sitio *web* adventista hizo

¹Red de Noticias Adventistas, “Iglesia mundial: En todo el mundo la Iglesia alcanza a muchas personas por medio de la Internet,” <http://news.adventist.org/data/2006/08/1157469439/index.html.es> (11 de noviembre de 2006).

su debut en 1995, y hoy día, cientos de entidades de la iglesia y ministerios de apoyo utilizan Internet como medio de evangelismo, obra misionera y comunicación”.¹

Lo más reciente sobre el uso de Internet para el evangelismo adventista lo informa Craig R. Jeffery al presentar el nuevo servicio en Internet, The Adventist Channel (Canal adventista), *www.theadventistchannel.org*. Él dice:

Es la primera vez que tenemos la oportunidad de estar en una red de videos digitales de banda ancha. George Vandeman fundó el ministerio de televisión *It Is Wretten* en 1956, usando la tecnología de su tiempo para ayudar a esparcir el evangelio. En ese tiempo, la televisión era la llave para alcanzar a las masas humanas. Para H.M.S. Richards, cerca de unos 80 años atrás, fue la radio. Pero para Vandeman, y William and Virginia Fagal, fundadores de *Faith for Today*, fue la televisión.²

A través del Adventist Channel, que usa el servidor BiggyTV, con los videos digitales y conecciones a otros ministerios adventistas, se abre muchas posibilidades de predicar en forma global el evangelio por Internet. Jeffery dice que “Vandeman y otros pioneros en el uso de las transmisiones electrónicas, nunca podrían haberse imaginado como el internet, los *smartphones*, los mensajes de texto, *iPods*, *Facebook*, y *YouTube* podrían ser usados para compartir el evangelio, pero el tiempo ha llegado”.³

Al entrar a The Adventist Channel, se encuentran 12 ventanas que contienen programas cortos en videos digitales que se pueden ver en la pantalla, algunos de sus

¹Red de Noticias Adventistas, “Iglesia mundial: El Concilio Anual vota las nuevas pautas para sitios web de la Iglesia,” <http://news.adventist.org/data/2006/09/1160518057/index.html.es> (11 de noviembre de 2006).

²Craig R. Jeffery, “Powered by the Holy Spirit,” *Adventist World, NAD Edition*, enero de 2008, 31-32.

³Ibid.

títulos son: Adventist Mission, Bible Study, Daily Inspiration, Health and Lifestyle; también hay un programa en español que se titula “Vislumbres de Esperanza.”¹

¹Ibíd.

CAPÍTULO 4

USOS PRÁCTICOS DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

EN LA EVANGELIZACIÓN

Hasta aquí se han visto las bases bíblicas de la comunicación y el desarrollo histórico del uso de los medios de comunicación para evangelizar de los adventistas del séptimo día. Falta saber cómo usar en forma técnica los medios más comunes para seguir evangelizando y mejorar su uso, para así “predicar el evangelio eterno a los moradores de la tierra, a toda nación, tribu, lengua y pueblo” (Ap. 24:6).

En este capítulo se verán los conceptos básicos del periodismo, algo de su historia secular y de la iglesia adventista y con mayor amplitud el uso práctico de los géneros periodísticos escritos y electrónicos.

El lenguaje hablado y escrito es la base del periodismo, y cuando se habla del periodismo se habla de comunicación masiva impresa y por los medios electrónicos, por Internet, la multimedia y otras modalidades en la actualidad. Hay que recalcar que el periodismo moderno es de carácter masivo y global.

Emilio Fillippi define el concepto “masivo” así: “Se puede decir que la comunicación de masas es el sistema por el cual se transmiten significados y mensajes de un agente o transmisor a un auditorio o receptor relativamente grande, heterogéneo y anónimo. La comunicación de masas se caracteriza por ser pública, rápida y transitoria”.¹

¹Emilio Fillippi, *Fundamentos del periodismo* (México, D. F.: Trillas, 1997), 13.

Hay variadas definiciones de periodismo, las cuales se podrían agrupar de acuerdo a la escuela, el sistema social funcional o estructural y otras formas de estudiar y practicarlo. Por ejemplo, Silvia González Longoria dice: “Periodismo es la actividad que consiste en informar y en opinar periódicamente, sobre asuntos de interés general, valiéndose de un medio de comunicación masivo”.¹

Por su parte Carlos Marín dice que el periodismo “es una forma de expresión social sin la cual el hombre conocería su realidad únicamente a través de versiones orales, resúmenes, interpretaciones, relatos históricos y anecdóticos... El periodismo satisface la necesidad humana de saber qué pasa en su localidad, en su país, en el mundo; de conocer hechos, declaraciones y reflexiones de interés público”.²

Carlos Wagner Echegaray resume los conceptos de periodismo de Manuel Pérez Miranda y Martín Alonso, diciendo: “Así podemos afirmar que el periodismo tiene como propósitos ineludibles informar, orientar y divertir. Informar es dar a conocer los hechos acontecidos. Orientar es explicar y analizar la información. Divertir es recrear o distraer”.³

El periodismo es una ciencia social, y como dice Julio del Río Reynaga, “El periodismo, como todas las ciencias sociales, se encuentra en pleno desarrollo. No hay conceptos definitivos, por lo que cada autor da su versión y aporta sus conocimientos”.⁴

¹Silvia L. González Longoria, *El ejercicio del periodismo* (México, D. F.: Trillas, 1997), 16.

²Carlos Marín, *Manual de periodismo* (México D. F.: Grijalbo, 2005), 10.

³Carlos Wagner Echegaray, *Déjame que te cuente: Los géneros periodísticos y su ética profesional* (México, D. F.: Trillas, 2000), 16.

⁴Julio del Río Reynaga, *Periodismo interpretativo: el reportaje* (México, D. F.: Trillas, 2002), 9.

Por último, Carlos González Alonso, en el *Diccionario de la Comunicación*, define así el periodismo: “Término con el que se engloba y agrupa la actividad del oficio en las agencias, en la prensa, radio, televisión, caracterizadas siempre por su periodicidad. Entre otras definiciones, tenemos las siguientes: ‘El periodismo consiste en escribir a sueldo sobre asuntos que se ignoran’, ‘es llevar información de aquí y de allá, con precisión, perspicacia y rapidez’”.¹

Breve historia del periodismo

Sin menospreciar los intentos del periodismo impreso en el Ágora, en Atenas, Grecia, y en varios lugares en China, fue en Roma, Italia, donde surgió el primer esbozo de lo que se podría considerar como la cuna del periodismo impreso. Carlos Alvear Acevedo cuenta que el emperador Julio César (101-44 a. C.) “diariamente hacía juntar las noticias más importantes de la ciudad y el imperio; las hacía escribir con pintura negra sobre tablas enyesadas, las cuales se exponían en la plaza pública para que la gente se enterara de su contenido. A esta forma de periódico mural se le llamó *diurna urbis acta*”.²

Por su parte Rubén Gil remonta el origen un poco más atrás, al decir que el periodismo “hunde sus raíces en la historia del hombre y de los pueblos, ya que para entonces existían cronistas a su manera y en distintas actividades. Todos ellos sentían la necesidad de escribir para contar sus hechos. Estos escritos contenían lo que con un poco

¹Carlos González Alonso, *Diccionario de la comunicación* (México, D. F.: Trillas, 2003), 116.

²Carlos Alvear Acevedo, *Breve historia del periodismo* (México, D. F.: Editorial JUS, 1982), 15.

de imaginación, podríamos denominar diarios”.¹

Como ejemplos, Gil dice que “los navegantes escribían en ellos, o sea en los diarios, las aventuras del viaje, sus descubrimientos y sus impresiones a través de los mares o de remotos países”. También “Los guerreros seguían una práctica similar, narrando en sus diarios las hazañas más atrevidas, y las guerras más feroces. Cuando estos diarios trascendían al público, se constituían en vehículos de conocimiento popular y dejaban de ser lo que conocemos como diario íntimo y personal”.²

La invención de la imprenta sirvió como un instrumento vital para el desarrollo del periodismo impreso; sin embargo, pasó mucho tiempo entre la noticia manuscrita y la noticia impresa. Georges Weill, en su clásico libro de historia del periodismo, señala que hasta el siglo XV la noticia manuscrita todavía tenía mucha importancia en Europa, especialmente en Italia y Alemania.³

En Venecia surgieron los mercaderes de noticias, que hacían todo lo posible por conseguir y dar las informaciones por medio de sus *avissi* o avisos manuscritos, los cuales eran llevados a Alemania y otros países, donde después se imprimieron.⁴

Estos noticieros manuscritos no murieron cuando vino la imprenta; siguieron apareciendo juntos por mucho tiempo y se conserva gran cantidad de ellos en los museos y bibliotecas de ciudades como Venecia, Florencia y Roma, en Italia, y en otras ciudades de Europa.

¹Rubén Gil, *Periodismo historia y teoría*, vol. 1, *Curso práctico de periodismo evangélico* (Barcelona: CLIE, 1993), 39.

²Ibíd.

³Georges Weill, *El periódico*, trad. Virgilio Meléndez (México, D.F.: UTEHA, 1979), 5.

⁴Ibíd., 6.

No solamente estas hojas manuscritas fueron comunicación noticiosa, se usaban en forma rutinaria para contratos de compra-venta, actas de juicios, cartas para instituciones y personales y otros usos comunes de la comunidad.

De hecho, dice Weill, “se han conservado varias colecciones de estas hojas manuscritas, que son abuelas de nuestros periódicos. Las más importantes proceden de los *Fugger*. veintisiete volúmenes así conservados en la Biblioteca Nacional de Viena se refieren a los años comprendidos entre 1588 y 1606”.¹

A los profesionales dedicados a elaborar y hacer circular las noticias manuscritas en Italia, se les conoció como *menanti*, *novellanti*, *rapportisti* y *gazettanti*. Este último término, según Weill, hace recordar la tradición que afirma que la palabra gaceta viene de la pequeña moneda veneciana *gazzeta* con que se pagaba la hoja escrita puesta en venta.²

El medio que tiene más historia es el periodismo impreso y no se podría hablar de este medio sin recordar la invención de la imprenta. Gil dice de Gutenberg lo siguiente: “Johannes Gutenberg (1397-1468) fue un inventor alemán nacido en Maguncia; su apellido verdadero era Gensfleisch. Orfebre de profesión, fue el primero en idear en occidente la imprenta de tipos móviles... En 1450 Gutenberg erigió en Maguncia, en compañía del rico joyero Johann Fust, una prensa de tipos móviles en la que imprimió la Biblia latina”.³

Con la imprenta, el sistema de correo llamado posta y la organización de los mercaderes de las noticias, el periodismo fue tomando forma en Occidente. En los siglos

¹Ibíd.

²Ibíd., 7.

³Gil, 42.

XVI y XVII las hojas y folletos de noticias, ahora impresos, abundaban en Europa, especialmente en Italia, Alemania, Francia, Inglaterra y los Países Bajos.

Es importante señalar que en la actualidad los países donde hay más periódicos son los de oriente, donde tienen los periódicos de mayor circulación del mundo. Por ejemplo:

El *Yomiuri Shimbun* de Japón tiene un tiraje de 14.562.436 ejemplares diarios; el *Asahi Shimbun*, también de Japón, publica 12.722.651 ejemplares; en tercer lugar está el *Sichuan Ribao* de China, con una circulación diaria de 8.000.000. En los Estados Unidos el periódico de mayor circulación es el *USA Today*, con 1.629.665 ejemplares diarios. En Latinoamérica el de mayor circulación es el *O Estado de Sao Paulo* de Brasil, con una impresión diaria de 1.230.160 ejemplares, y en segundo lugar está el *Clarín*, de Argentina con 700.000 números diarios.¹

La Iglesia Adventista y la prensa

Como ya se dijo en el capítulo anterior, Miller usó la imprenta y la prensa para dar a conocer su convicción profética de que Jesucristo vendría en la década de 1840.

Después del chasco de 1844 y al organizarse la iglesia adventista en 1860 se siguió usando la prensa secular aprovechando los nuevos recursos tecnológicos que los medios impresos ya comenzaban a usar. Para alentar esta actividad, en 1875 Elena de White declaró: “Es necesario que se efectúen planes sabios para lograr la oportunidad de insertar artículos en los periódicos del mundo; porque esto será un medio de despertar a las almas para ver la verdad”.²

Un trabajo periodístico de la época fue descrito así:

La señorita M. L. Clough, una sobrina de la hermana White, quien está viajando con ellos como reportera cubrió cada día las actividades completas de las reuniones para la *Free Press* [Prensa libre], mandando una sinopsis de todos los sermones

¹*Time Almanac* (2007), ver “Newspapers”.

²White, *El evangelismo*, 99.

presentados... La señorita Clough, con infatigable abnegación, con gran versatilidad de pensamiento y alegre expresión ha dado cuenta diariamente con sus reportes de cada reunión, de todas las declaraciones particulares, sin dejar ningún punto de interés pasado por alto... En Iowa a ocho periódicos se les entregó los reportes diariamente. En las reuniones de Sparta a tres diarios de Wisconsin y al Chicago Times se les entregó el material o los boletines de prensa... Tales reportajes, sabemos, han sido compartidos a otros periódicos, y están presentando a la gente la obra los adventistas del séptimo día como nunca antes se había hecho.¹

Más adelante White declararía: “Debemos usar todos los medios justificables para presentar la luz delante de la gente. Utilícese la prensa, y empleése todo elemento de propaganda que pueda llamar la atención hacia la obra. Esto no debe considerarse como algo no esencial”.²

En 1888, la iglesia nombró una Comisión de Prensa, la que se convirtió un año más tarde en Comisión de Libertad Religiosa. Como ya se dijo en el capítulo anterior, en 1912, la Asociación General recomendó la formación de una oficina de prensa, organización que llegó a ser en 1954 Oficina de Prensa y Relaciones Públicas. Así funcionó hasta que en 1973 nació el Departamento de Comunicación, el cual hoy es parte de la infraestructura de la iglesia adventista.

Definición y clasificación de los géneros periodísticos

En periodismo es común usar el término “género periodístico”, y hay bases sólidas para seguir usándolo. Quizá la mejor forma de entenderlo es estudiando y practicando esta actividad.

Una de las mejores definiciones de géneros periodísticos la da Gil en esta forma:

¹Uriah Smith, “The Camp-meeting at Ripon, Wis.,” *Adventist Review and Sabbath Herald*, 13 de julio de 1876, 4.

²White, *El evangelismo*, 99.

“Los géneros periodísticos podrían definirse como las diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva. Son los relatos de hechos y los comentarios que sirven para exponer las ideas”.¹

Por su parte Wagner Echegaray, al señalar las funciones del periodismo, de informar, orientar y divertir dice: “Ello es posible a través de los géneros periodísticos. Todo el material que se incluye en los periódicos puede ser clasificado en géneros periodísticos. Género significa ‘modo o manera de hacer las cosas’, de tal forma que los géneros periodísticos serán la manera de ‘hacer periodismo’”.²

En la actualidad los géneros del periodismo impreso se clasifican en informativos, los cuales se caracterizan por mantener una actitud objetiva, e interpretativos, que sostienen una actitud subjetiva. En el pasado no había tal clasificación ya que la prensa era más de comentario y crónica. Guillermina Baena Paz lo dice de esta manera: “El periodismo se inició como periodismo de comentario y crónica. Durante el siglo XIX era más claramente periodismo de opinión y no fue hasta este siglo [XX] cuando se empezó a manejar la división del periodismo informativo, como respuesta a la exigencia de un lector con poco tiempo para informarse”.³

De cualquier forma, el periodista cristiano adventista, al escribir para la prensa, para las revistas o cualquier órgano informativo de su iglesia o institución, debe saber la clasificación y las reglas claras que distinguen los géneros periodísticos. La clasificación

¹Gil, 181.

²Wagner Echegaray, 16.

³Guillermina Baena Paz, *Géneros periodísticos informativos* (México, D.F.: Editorial Pax, 1993), 35.

de los géneros periodísticos varía un poco, de acuerdo con los expertos en la materia. Por ejemplo, González Longoria los clasifica primero en géneros periodísticos informativos noticiosos y luego en los de opinión o editoriales.

“Los géneros periodísticos informativos o noticiosos son los siguientes: (1) noticia, (2) entrevista, (3) crónica, (4) columna, (5) reportaje y los géneros periodísticos de opinión (también llamados editoriales) son los siguientes: (1) editorial, (2) artículo, (3) columna, (4) epigrama, (5) caricatura o cartón editorial, (6) crónica, (7) reseña, (8) crítica y (9) ensayo”.¹

Sobre los géneros híbridos, la misma fuente dice: “En la anterior clasificación de los géneros periodísticos figuran algunas repeticiones, como son los casos de la columna y de la crónica. Estos géneros, que pueden servir tanto para informar como para opinar, reciben el nombre de híbridos, precisamente en virtud de su pertenencia a ambos grupos genéricos”.²

Por su parte Marín hace el siguiente cuadro de clasificación:

Informativo: Noticia o nota informativa. Entrevista. Reportaje.

Opinativos: Artículo. Editorial.

Híbridos: Crónica. Columna.³

Por último, en este apartado, Baena Paz advierte que “los tratadistas no se ponen de acuerdo en la clasificación del periodismo”. Sin embargo, dice ella, “la tradición ha impuesto dos grandes divisiones: el periodismo informativo y el periodismo de opinión.

¹González Longoria, 41-42.

²Ibíd., 42-43.

³Marín, 62.

Los franceses llaman al primero, periodismo de razón (*journal de raison*) y al otro, periodismo de emoción (*journal d'émotion*). Los norteamericanos predicán la doctrina del *news* y *views*".¹

Desde el punto de vista de la comunicación y de la lingüística, el periodismo se caracteriza por el uso de distintos tipos de discursos para referirse a los acontecimientos. Susana González Reyna hace un recuento de estas formas discursivas y su uso, de acuerdo a los géneros del periodismo impreso, a saber: "la exposición, la descripción, la narración y la argumentación".²

Por ejemplo dice la fuente, "la narración es la forma discursiva que se propone relatar un suceso o serie de sucesos relacionados, de tal manera que adquieren un significado distinto de aquel que tienen por separado". Añade que "el hecho aislado no interesa a la narración; más bien, le importa el conjunto de acontecimientos que ofrecen la realidad: Qué sucede, a quién le sucede; en dónde sucede y en qué circunstancias sucede".³

Por otra parte "la descripción", añade González Reyna, es la forma que adopta el discurso para señalar las características de un objeto. Describir es dibujar con palabras,... desde luego, la descripción puede referirse a personas, animales, cosas o situaciones", mientras que la exposición "enuncia los hechos y las ideas y su propósito es explicar la naturaleza de un objeto, una idea o un tema".⁴

¹Baena Paz, 34.

²Susana González Reyna, *Géneros periodísticos I: Periodismo de opinión y discurso* (México, D.F.: Trillas, 1999), 13.

³Ibíd., 16.

⁴Ibíd., 14.

Por último, la argumentación “es la forma discursiva cuyo propósito central es convencer al lector para que adopte una determinada doctrina o actividad. Por su interés persuasivo, la argumentación se dirige al intelecto y a los sentimientos de las personas”.¹

Cómo escribir en algunos géneros del periodismo impreso

Uno de los dilemas para el periodista secular, y en mayor proporción para el periodista cristiano, tiene que ver con la pregunta ¿qué escribir y cómo escribir para ser publicable? La respuesta depende mucho del entendimiento claro del concepto y manejo literario de los géneros periodísticos.

Un escrito que llega al jefe de información en la sala de redacción tiene cualquiera de estos destinos: se incluye en la edición inmediata de la publicación, se archiva para una posible oportunidad de inclusión posterior o se descarta. Los jefes de redacción o directores de información de los periódicos, revistas y otras publicaciones son a menudo serios y hasta drásticos en su labor. Además siguen la política de la empresa donde trabajan.

En uno de los libros de textos más usados en las universidades y escuelas de periodismo de la actualidad en los Estados Unidos, Richard Whitaker, Janet Ramsey y Ronald Smith dicen: “El escribir para los medios masivos de comunicación es más que reunir hechos y juntar palabras. Los reporteros deben trabajar entre las oportunidades y los límites provistos por la tecnología, la sociedad, el proceso de la comunicación, las demandas de los negocios y las necesidades de su audiencia”.²

¹Ibid., 14, 16, 18-19.

²W. Richard Whitaker, Janet E. Ramsey, y Ronald D. Smith, *Media Writing: Print, Broadcast and Public Relations* (Nueva York: Addison Wesley Longman, 2000), 2.

La misma fuente señala que “la comunicación masiva es una fuerza tan poderosa en la sociedad moderna que la radio, la televisión, los periódicos, las revistas, películas, las relaciones públicas y la publicidad, todas ellas determinan la forma como reaccionamos ante el mundo que nos rodea”.¹

La noticia

El concepto de noticia es amplio y variado y mucho depende de la escuela y los maestros de tales escuelas. Por ejemplo, en la prensa de occidente, en particular en los Estados Unidos, la noticia en el periodismo tradicional es “una marcada desviación de la norma” y se ha ejemplificado con el axioma de John Bogart del *NewYork Sun*: “Cuando un perro muerde a un hombre no es noticia, porque esto ocurre muy a menudo. Pero si un hombre muerde a un perro, eso sí es noticia”.²

Una idea cotidiana en la sala de redacción es que la noticia, como dice Carlos Marín, “es la materia prima del periodismo”.³ Si no hay noticia, no hay redacción y por lo tanto no hay periodismo.

Otro concepto de noticia abarca el querer y la necesidad del lector. En otras palabras, “noticia es una combinación de lo que la audiencia necesita saber y lo que quiere saber”.⁴

Por su parte Melvin Mencher, periodista y profesor de periodismo en la

¹Ibid., 3.

²José Luís Benavides Ledesma, y Carlos Quintero Herrera, *Escribir en prensa: Redacción informativa e interpretativa* (México, D.F.: Alhambra Mexicana, 1997), 63.

³Marín, 73.

⁴Whitaker, Ramsey, y Smith, 12.

Universidad de Columbia, citado por José Luis Benavides Ledesma y Carlos Quintero Herrera, resumiendo los conceptos anteriores dice: “Se considera noticia la información sobre una ruptura del flujo normal de los eventos, una interrupción de lo esperado. Noticiosa es toda aquella información que la gente necesita para tomar decisiones acertadas sobre la vida”.¹

Hay definiciones de noticia que se pueden considerar clásicas, porque han quedado a pesar de los cambios tecnológicos y sociales. Por ejemplo, Salvador Borrego dice: “La noticia es la significación de un suceso probable o consumado. Más que el hecho, la significación del hecho”.²

Por su parte Gonzalo Martín Vivaldi, citado por José Luis Martínez Albertos, señala que “noticia, desde el punto de vista de la redacción, es el género periodístico...que da cuenta de un modo sucinto, por completo, de un hecho actual o actualizado, digno de ser conocido y divulgado, y de innegable repercusión humana”.³

La definición de Martínez Albertos, es aún más amplia: “Noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión”.⁴

Por último, Baena Paz apunta que la noticia tiene que ver con los cambios que en sí tiene el hecho en la comunidad. Ella dice: “Noticia es la relación de un suceso que

¹Benavides Ledesma, y Quintero Herrera, 63.

²Salvador Borrego, *Periodismo trascendente*, 13ª ed. (México, D. F.: Alfaro Hermanos, 1980), 9.

³José Luis Martínez Albertos, *Redacción periodística: Los estilos y los géneros en la prensa escrita* (Barcelona: A. T. E., 1974), 87.

⁴Ibíd., 88.

altera el *status quo*".¹ Este cambio del orden existente puede ser en diferentes aspectos, tales como políticos, económicos, sociales, religiosos o físicos.

Los valores noticiosos

Los valores noticiosos son factores circunstanciales de la noticia. Cada escuela de periodismo tiene su lista y énfasis de tales valores, sin embargo, hay valores comunes o rectores que el periodista secular o evangélico puede seguir.

González Longoria maneja los valores noticiosos como criterios de interés y dice que "estos criterios pueden variar de acuerdo con los lugares, el tiempo y el entorno de los lectores. Es evidente que los intereses de un europeo del siglo XV difieren considerablemente de los intereses de un europeo de la actualidad".²

Los valores noticiosos no son absolutos; son relativos y circunstanciales. Esto quiere decir que varían de acuerdo al entorno social, la cosmovisión de los que viven en tal entorno. También tienen que ver con el tiempo o la época y las circunstancias que permitieron o motivaron el hecho noticioso.

En este trabajo se sigue a propósito la lista de valores o criterios noticiosos desglosada por los periodistas citados, Benavides Ledesma y Quintero Herrera,³ porque son escritores latinos y trabajan para una comunidad hispana. Sin embargo, al final de esta sección se agregan ejemplos de otros autores.

¹Baena Paz, 96.

²González Longoria, 19.

³Benavides Ledesma y Quintero Herrera, 64-65.

Impacto

Entre los valores prioritarios de la noticia está el impacto. El impacto noticioso es aquello que afecta a un gran número de personas y tiene consecuencias para sus vidas. Por ejemplo, cuando el ciclón Iván azotó las costas de la Florida y las Carolinas, en el 2004, en cuanto los medios de comunicación anunciaron el peligro, fue un hecho y una noticia que impactó las comunidades afectadas.

Actualidad

Por definición, la gente necesita saber qué es lo último que ha ocurrido o está ocurriendo. “Pero actualidad no se refiere sólo a lo que pasó ayer, sino a todo aquello que por uno u otro motivo está en boca de la gente”.¹

Cuanto más actual es la noticia, más noticia es. No es lo mismo escribir de la Segunda Guerra Mundial que del conflicto en el Medio Oriente o de la Guerra en Irak.

Este valor noticioso es tan importante en tal forma que el reportero se siente frustrado si no logra alcanzar la noticia del día, porque mañana esa noticia será historia.

Prominencia

Wagner Echegaray, quien a los valores o criterios noticiosos los nombra como factores de interés, dice que la “prominencia trata de personas, animales, cosas o situaciones de relevancia en la comunidad. (Que sean conocidas o que tengan prominencia o preponderancia en la comunidad)”.²

¹Ibíd.

²Wagner Echegaray, 23.

La gente quiere saber sobre la vida y obra de las personas conocidas, por sus logros o estatus, también quieren saber de sus derrotas y fracasos y lo que afecta las decisiones de la gente. Cuanto más prominente sea un personaje, es más noticia. Las elecciones para presidente de los Estados Unidos de Norteamérica, efectuadas en el otoño del 2004, llevaron a George W. Bush y John Kerry a ser las personas más prominentes en las noticias de ese país. Sin embargo, al ganar Bush la reelección de la presidencia, Kerry perdió la prominencia. Desde el año 2007 al 2008 irán surgiendo personajes que serán prominentes para los medios noticiosos hasta que al final se sepa en noviembre de 2008 quien será el nuevo presidente de los Estados Unidos, y él tendrá la prominencia en turno.

Proximidad

Aquello que sucede en el área de circulación o recepción del medio, afecta directamente a la comunidad, despertando su interés. Por esa razón las notas locales ocupan más espacio que las notas internacionales en los periódicos y en los medios electrónicos. Esto se aplica también a la publicidad. Es claro que cuanto más cerca esté el hecho noticioso, más noticia es. Lo que afecta el orden establecido de la comunidad local es más noticia para esa comunidad en particular que para el resto del mundo.

Conflicto

En el periodismo postmoderno este valor noticioso es tan relevante que los diferentes libros de texto de periodismo lo recalcan como un factor dominante. La gente está a la expectativa de los conflictos porque su desenlace puede afectar directa o indirectamente su diario vivir y su futuro.

Benavides Ledesma y Quintero Herrera dicen que “los temas que reflejan la lucha entre individuos o instituciones son siempre fuentes de historias interesantes. Tienen una fuerte carga dramática, la cual marca el transcurrir de la vida del individuo y de la sociedad”.¹

Por su parte, Marín recalca este valor noticioso en esta forma: “La mayor parte de las informaciones periodísticas se refiere a una lucha de contrarios. El elemento periodístico más interesante para el público es el conflicto. La economía, la política, el trabajo, son fuentes inagotables de información que resultan importantes por su conflictividad”.²

Algunas de estas fuentes noticiosas son, por ejemplo, las campañas electorales, las notas deportivas, juicios, guerras y conflictos locales, regionales y nacionales. El mayor conflicto que hay al momento de redactar este trabajo es la guerra en Irak, donde, hasta el 20 de marzo del 2007: “han muerto 3.217 soldados de los Estados Unidos desde el 20 de marzo del 2003; 23.417 soldados heridos de los Estados Unidos; 65 mil iraquíes muertos; 500 mil millones de dólares invertidos en la guerra; un millón de iraquíes se fueron al exilio; y protestas masivas en contra de los Estados Unidos en todo el mundo, y la opinión dividida sobre la guerra en este país”.³

Rareza

Por naturaleza al ser humano le llaman la atención las cosas, hechos o cualquier

¹Ibid., 65.

²Marín, 53, 54.

³“Cuatro años de terror,” *La Frontera: Noticias del Valle*, McAllen, Texas, 20 de marzo de 2007, 1.

cosa rara. Cuanto más raro es un hecho, más noticia es. Por ejemplo, eventos como el nacimiento de quintuples, animales que hablan o aparecimientos resultan de sumo interés.

Otros valores noticiosos

Otros valores noticiosos que agrega Carlos Warren,¹ en su obra clásica *Géneros periodísticos*, son la curiosidad y el suspenso. Lo primero, es algo natural del hombre, lo segundo es como una mina noticiosa de la que el reportero puede sacar cada día algo publicable, porque hace que una noticia vaya en ascenso de interés, hasta llegar a su clímax. Warren también apunta la emoción. Dice que las noticias se piensan y se sienten. Entre más afecta o estimule la emoción de un hecho, suceso o evento, es más noticia.

Warren señala, por último, las consecuencias. Cuántas más consecuencias tenga un hecho, su valor noticioso aumenta. Por ejemplo: Una crisis económica en Los Estados Unidos, repercute en la economía de muchos países del mundo, por lo que la gente está pendiente de la inflación, de los índices bursátiles de la bolsa de valores, así como del déficit del presupuesto de dicho país.

Por su lado, Fillippi le da el nombre de requisito para ser noticia a los valores, criterios o factores noticiosos y da una lista de estos requisitos como: “Ser un hecho diferente, reflejar cambios en la vida de la comunidad y ser inédita, es decir, no haber sido conocida antes por el público”.² Si se manejan los valores noticiosos como requisitos, el redactor tiende a enlistar y la noticia se puede convertir en una receta de incisos que estresan al redactor.

¹Carl N. Warren, *Géneros periodísticos informativos* (Barcelona: A. T. E., 1975), 25.

²Fillippi, 24.

Como último ejemplo, González Longoria incluye el colorido y el sentido humano, que pueden incluir, dice ella, ternura, compasión, sensibilidad y condolencia.¹

Es importante que el reportero, el director de comunicación, o el encargado de escribir los boletines de prensa de una institución, o de una iglesia local, regional o mundial, tenga en cuenta y sepa valorar los factores noticiosos de su escrito, de su reportaje audiovisual o cualquier aportación a los medios, porque mucho depende de esto la divulgación de su escrito.²

El periodista cristiano, como los que trabajan para el mundo secular, viven el mismo dilema, el de la página en blanco: dónde empezar, qué escribir y qué no escribir. Por lo que sólo la experiencia lo va haciendo un “galgo” que olfatee la noticia de interés común para hacerla publicable y lograr, si es para el periodismo electrónico, que sea incluida en el noticiario radial o de televisión. Una de las grandes metas del periodista es que su nota sea la noticia de ocho columnas en el periódico local, regional o nacional, o que sea tan importante que circule en el mundo entero por las agencias o por Internet.

La estructura y redacción de la noticia

Por lo general en la redacción de una noticia se toman en cuenta dos partes esenciales, es a saber, la entrada (*lead*) y el cuerpo de la noticia. González Longoria añade otro elemento al decir que la estructura de la noticia consiste en: entrada [*lead*], párrafo de refuerzo, cuerpo y remate”.³

¹González Longoria, 25.

²Una lista más completa de los valores noticiosos aparece en el apéndice D.

³González Longoria, 18.

Una vez que el periodista ha reportado la información que va a escribir, debe valorarla y jerarquizarla. Wagner Echegaray dice que el reportero “debe ver qué es trascendente y qué es circunstancial. Lo trascendente formará la noticia, lo circunstancial irá al cesto de la basura”.¹

Al redactar una noticia, el reportero debe empezar por anotar lo más importante, según su criterio, después lo que sigue en importancia hasta llegar a lo menos importante. Una vez que se ha hecho esto, se está en condiciones de redactar.

En la obra de Wagner Echegaray, leemos que “el estilo periodístico de la noticia ha de dar preferencia a los factores de interés, es decir, las ideas se construyen en la redacción, empezando por las circunstancias de mayor relieve. Unas veces interesará comenzar por el lugar, otras por el nombre, el tiempo, el instrumento, el método o la causa”.²

El reportero debe saber que la noticia está compuesta por un título y una redacción. “El titular es responsabilidad de la dirección del periódico en tanto que la redacción es responsabilidad del reportero. El titular o encabezado está formado por el balazo o sobretítulo, el título y los sumarios o cabezas secundarias”.³

Aunque el reportero no es el encargado de hacer los titulares con sus sumarios, debe saber qué es un titular y qué papel juega en la edición del impreso. María de Jesús Rojas Espinoza, en su manual de cómo redactar titulares dice: “Hay muchas definiciones en torno a lo que es un titular, y de ellas podemos decir que un titular es opinión,

¹Wagner Echegaray, 23.

²Ibíd.

³Ibíd.

resumen, síntesis de la noticia, mensaje, la noticia misma, escaparate, arte, juego de palabras, y gancho para continuar leyendo las noticias. Los titulares bien redactados venden noticias”.¹

La mayoría de los autores de periodismo impreso dicen que lo más importante en la redacción de una noticia es la entrada. Al respecto Stanley Johnson y Julián Harris dicen: “Al escribir la entrada o *lead* de la noticia, el reportero se aparta del orden cronológico de los hechos y recurre al llamado orden lógico. Narra los incidentes y hechos según su importancia”.²

La palabra *lead*, vocablo común en periodismo, es un anglicismo que significa “guiar, conducir, llevar, dirigir, mandar, estar a la cabeza”.³ La entrada o *lead* es el primer párrafo que se escribe en una noticia. En este párrafo se han de seguir ciertas reglas que se verán en los siguientes párrafos. Las entradas para una noticia varían de las entradas o *leads* para un reportaje u otro género, como se verá más adelante.

Acerca de esto, Marín afirma: “La entrada es la parte más importante del relato noticioso y también la más fiel; tiene entre sus propósitos persuadir al lector para que continúe la lectura: atraerlo, informarlo. Por eso debe ser clara, directa, llana y sencilla”.⁴

Hay varias razones para seguir el orden lógico de importancia: El lector está interesado en saber lo más importante de la noticia primero. El lector actual, por lo general, vive muy ocupado, y para estar informado por la prensa lee los titulares

¹María de Jesús Rojas Espinoza, *Manual para redactar titulares* (México, D. F.: Trillas, 2003), 1.

²Stanley Johnson, y Julián Harris, *El reportero profesional* (México, D. F.: Trillas, 1976), 66.

³*Simon and Schuster Diccionario Español*, segunda edición Inglés/Español, Español/Inglés (1997), ver “Lead.”

⁴Marín, 94.

(cabezas) y los primeros párrafos de los diarios; si le interesa o le llama la atención sigue leyendo, si no, con leer el primer párrafo ya tiene la información principal.

Otra razón tiene que ver con el trabajo del diagramador o formador del periódico o revista. Si por alguna razón es necesario recortar la noticia porque a última hora surgió otra noticia de mayor importancia, con facilidad se pueden eliminar párrafos de la parte inferior sin mutilar lo más importante de la noticia original.

A esta forma de redactar la entrada y el cuerpo de la noticia se le conoce como pirámide invertida, al contrario de la redacción de la novela o el drama donde el clímax o desenlace se escribe al final, o sea en pirámide normal. Esta forma de entrada es exclusiva de la noticia, aunque hay reportajes que empiezan con una noticia. De esto se hablará más adelante.¹

Para que en la entrada de la noticia se informen más o menos los datos más importantes, el reportero se puede valer de recursos periodístico como la respuesta a preguntas básicas. En el periodismo estadounidense este recurso se conoce como la fórmula WS. En esta fórmula el reportero debe contestar las preguntas: ¿Qué?, quién, dónde, cuándo y cómo (What, Who, Where, When, How, o What).

La formula WS nació en la segunda mitad del siglo XIX, durante la Guerra de Secesión de los Estados Unidos. Warren dice al respecto:

Mientras el gran conflicto se extendía desde Bull Run hasta Appotomattox, pasando por Gettysburg, los periódicos enviaban a sus mejores reporteros a Washington, a Richmond y a los frentes de batalla. Nunca tantas personas, con tanta desesperación, habían necesitado información que sólo la prensa podía dar. Las líneas telegráficas se cortaban con frecuencia. Desalentados por las interrupciones en la transmisión y las demoras en los informes bélicos, los editores ordenaron a sus corresponsales que

¹Ver ejemplos gráficos de las pirámides y de las entradas en la noticia en el apéndice E.

incluyeran los hechos principales el *–quid y meollo de una información–* en las primeras líneas.¹

Fue sólo en 1930 cuando en los primeros párrafos de las noticias se incluyó el por qué. Lo usó primero el diario *New York Time*, como resultado de la crisis económica de 1929 en Estados Unidos. Entonces la gente comenzó a preguntar: ¿Por qué?

En el periodismo contemporáneo se ha incluido en la noticia otro elemento llamado el para qué, lo cual ha llevado a la prensa moderna a un periodismo más interpretativo y analítico.

Al escribir la entrada de la noticia o una forma de reportaje, hay que saber que las primeras palabras se llaman “ventana”. Marín dice: “Las palabras con que se inicia la entrada reciben el nombre de ventana y tienen como función de abrir la información... No basta que la entrada conteste las preguntas esenciales para aceptar que cumple su cometido. Desde sus primeras palabras, esta parte sustancial de la nota informativa debe llamar la atención del receptor, debe impactarlo”.²

La ventana será de acuerdo al hecho o suceso. Marín añade a esto lo siguiente: “El dónde se usa como ventana únicamente cuando el hecho es importante o significativo por el lugar donde se produce... El cómo se utiliza en la ventana, generalmente, cuando se reseñan acontecimientos vivos, presenciados por el reportero”.³

Y así se puede decir de todas las preguntas básicas de la redacción de la noticia como el qué, el quién y el porqué o para qué. Esta última ventana se utiliza en hechos o

¹Warren, 95; la cursiva es del original.

²Ibíd., 95.

³Ibíd., 98, 99.

declaraciones cuyos móviles o razones requieren una explicación para el público, a fin de establecer claramente la significación del acontecimiento.

El reportaje

El reportaje es el género periodístico más completo y muchas veces conlleva otros géneros en su estructura. Es el género periodístico por excelencia.

La mayoría de los autores de periodismo clasifican al reportaje como género informativo; sin embargo, en los últimos años algunos autores, como Benavides Ledesma y Quintero Herrera, le dan un carácter más interpretativo.

Estos autores citan al maestro Carlos Monsivais quien trata al reportaje como un género periodístico, aunque le da un carácter más interpretativo. Él declara en su libro “A ustedes les consta”, lo siguiente: “Hay la necesidad en el periodismo mexicano, de cultivar y desarrollar los géneros interpretativos, especialmente el reportaje y la crónica”.¹

Como todavía prevalece la escuela clásica, en este estudio se sigue la clasificación del reportaje como género informativo. Gonzalo Martín Vivaldi, uno de los expositores de esta línea, dice que “el reportaje es un relato periodístico informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al género y redactado preferentemente en modo directo, en el que se da cuenta de un hecho o suceso de interés actual o humano”.²

¹Benavides Ledesma, y Quintero Herrera, 160.

²Gonzalo Martín Vivaldi, *Géneros periodísticos* (México, D.F.: Prisma, s.f.), 65.

También él dice: “el reportaje es el género periodístico por excelencia, ya que todo lo que no sea comentario, crónica o artículo, es reportaje, que en el sentido lato, equivale a información”.¹

Por su parte Wagner Echegaray dice que el reportaje es el rey de los géneros, pues de alguna manera los engloba a todos, particularmente la noticia, la entrevista, la crónica y el artículo. Señala que se trata de “una exposición detallada y documentada, presentada como narración –objetiva y/o subjetiva– de un hecho, de una persona, de un lugar, de una situación o de un conocimiento, presentando sus antecedentes, el estado actual que guarda, las consecuencias que produjo o que pueda producir y sus posibles soluciones si se trata de un problema”.²

En resumen, el reportaje es una exposición detallada y documentada de un suceso, de un problema, de una semblanza o de una situación. De acuerdo con lo dicho, se infiere que el reportaje tiene como base una información, por lo tanto, lo componen una o varias noticias dadas a conocer con libertad de entrada [*lead*] y con mayor densidad expositiva.

Hay dos acciones importantes que el periodista debe realizar, tratándose de cualquier tipo de reportaje: describir y narrar. Margarita Gorz y Pedro Ulloa dicen al respecto: “Desde el punto de vista formal un reportaje no debe escribirse como artículo; requiere de la capacidad descriptiva y narrativa”.³

Para lograr el mejor objetivo de hacer un buen reportaje que cubra los requerimientos desglosados anteriormente, especialmente describir y narrar, las más de

¹Ibíd., 378.

²Wagner Echegaray, 99.

³Margarita Gorz, y Pedro Ulloa, *ABC del periodismo* (México, D. F.: Concepto, 1988), 45.

las veces el reportero debe estar en el lugar de los hechos y aplicar la capacidad de observar e indagar. Su trabajo es apuntar, tomar fotografías, grabar, tomar video, hacer entrevistas, encuestar, investigar y documentarse en fuentes serias y fidedignas.

Con su material fresco, más su documentación de fuentes (enciclopedias, diccionarios y libros afines.), el reportero se sentará a escribir el reportaje con su estilo propio. Es importante leer y corregir el escrito más de una vez antes de entregarlo al jefe de redacción de la empresa, o enviarlo por la vía más rápida como el correo electrónico o el teléfono celular, por los cuales ahora se pueden enviar escritos, gráficas y fotos a color.

Entradas del Reportaje

Cuando se dice que en el reportaje hay libertad de entrada, se refiere a la variedad de formas que el reportero puede tener para iniciar su escrito, cosa que la nota informativa o noticia no tiene, pues en ésta se sigue, como ya se dijo, el orden lógico de importancia, o sea, la forma de pirámide invertida.

Warren señala por lo menos ocho posibilidades de entradas o *leads* en un reportaje. A las entradas de Warren se incluye un ejemplo personal.

Lead de sumario. Esta entrada es igual a la entrada de una noticia, y se basa en la fórmula “WS”.

Lead de golpe o impacto. La intención de esta entrada es causar sorpresa o impacto de lo inesperado. “No hay sitio como la Escuela de Pedagogía...para reprobado gramática”.

Lead de pintura o retrato. Esta es una forma de comenzar un reportaje usando los recursos de la narración y de la descripción. “Cubierto de lodo los zapatos, enrojecida la nariz y los dedos de las manos, pasó por el arco universitario rumbo a un mejor refugio”.

Lead de contraste. El contraste puede referirse a hechos, situaciones o personas. “Juan Martínez, recién graduado del doctorado en Consejería del Hogar, se divorció hoy”.

Lead de pregunta. La interrogante puede ser o no contestada. “¿Cuál será el error del siglo XXI? ¿Habrà otro Y2K?”.

Lead de talón de fondo. Consiste en enmarcar geográficamente un sitio importante, un hecho o describir la semblanza de un personaje que es protagonista del suceso. Ejemplo del primer caso: “Al noreste de la mediana ciudad, en medio de una arboleda que en octubre cambia sus hojas en variados colores, está el histórico cementerio de Battle Creek”.

Las últimas entradas de Warren son la *lead* de cita y de extravagancia. La primera es muy común en el periodismo colmado de declaraciones de políticos, líderes religiosos y terroristas. La segunda se refiere al uso literario de contraste, caricatura y juego de palabras como: “Para ley obedecer, aquí la basura has de poner”.¹

Wagner Echegaray añade otras entradas que vale la pena considerar. Por ejemplo, está la entrada de definición, donde el reportero comienza dando una definición de un elemento del asunto o del propio tema del reportaje. También da la entrada de juicio. “En esta se hacen consideraciones críticas o se presentan juicios u opiniones del reportero sobre el asunto que va a tratar. Se podría decir que la entrada es un artículo o que el reportaje parte o arranca de un artículo, o de un comentario del reportero”. El mismo autor describe otras formas de entradas como la de “detalle, coloquial, con cita textual y con escena marginal o de túnel”.²

¹Warren, 118-119.

²Wagner Echegaray, 138-139.

Clases de Reportajes

La clasificación de los reportajes varía de acuerdo a las fuentes, por ejemplo: González Longoria clasifica los reportajes como “demostrativos, descriptivos, narrativos, y los reportajes de entretenimiento”.¹

Wagner Echegaray incluye a la lista anterior, el reportaje instructivo en el que “se instruye a los lectores sobre un tema determinado. Esta clase de reportaje se utiliza, fundamentalmente, en los avances tecnológicos, para describirlos y explicar en qué consisten, para qué sirven, cómo se utilizan, cuál fue el procedimiento que se siguió para producirlos, qué investigación se realizó para descubrirlos”.²

Por último, Warren citado por Martínez Albertos, los clasifica en tres tipos: “De acontecimiento [*Fact story*], de Acción [*Action story*], y de cita [*Quote story*”].³

El artículo

Este género periodístico subjetivo o interpretativo es un buen recurso para el periodista evangélico, por varias razones: El escritor evangélico tiende a ser más subjetivo que objetivo. Este género es de los que están en la frontera entre el periodismo y la literatura. Se presta más para revista que para los periódicos y hay más revistas evangélicas que diarios. Hay variadas modalidades en este género periodístico. Por ejemplo hay artículo de opinión, especializado, de fondo, de creación literaria, conocido mejor como ensayo, y artículo editorial.

¹González Longoria, 98-99.

²Wagner Echegaray, 121.

³Martínez Albertos, 105.

En contraste con la noticia, no hay muchas definiciones de este género. Benavides Ledesma y Quintero Herrera definen el artículo como “texto de opinión firmado por su autor y que aparece por lo general identificado como texto de opinión. A diferencia de la columna, no tiene lugar y una periodicidad fijos. Algunas veces se utiliza artículo de opinión para referirse a los que aparecen en la páginas editoriales de un periódico”.¹

González Alonso lo define como “género de la prensa escrita, consistente en un texto de extensión variable y que se refiere a alguna información de interés, sobre la cual el autor desarrolla el asunto o tema, sin que éste necesariamente sea una noticia”.²

El mismo autor clasifica los artículos en la forma siguiente: “Pueden distinguirse varios tipos de artículos: el de colaboración, que es en el que el articulista no forzosamente trabaja de ‘planta’ en el cuerpo formal de redacción del medio; el de comentario; el de ensayo; el literario, etc.”.³

Como se dijo, el artículo está en la frontera entre el periodismo y la literatura, de ahí que el tema ya ha sido discutido por ambas partes, por periodistas y literatos. René Avilés Fabila hace un balance al decir: “Lo que ocurre es que estamos ante una presencia de una saludable fusión de géneros. Una buena biografía, una hazaña histórica, una acción de tono epopéyico, la crónica de un monstruoso crimen o un reportaje sobre el narcotráfico, si poseen el mérito de la buena prosa y una sólida construcción, pasarán la prueba del tiempo; se convertirán en arte, en literatura”.⁴

¹Benavides Ledesma, y Quintero Herrera, 257.

²González Alonso, 20.

³Ibíd.

⁴René Avilés Fabila, *La incómoda frontera entre el periodismo y la literatura* (México, D. F.: Universidad Autónoma Metropolitana, 1999), 10.

En el artículo de opinión, que es el más común en las revistas, el autor trata un tema o una idea, que desarrolla conforme a su estilo y más o menos en forma original. Para defender, explicar o desarrollar la idea principal algunas veces es necesario desglosar el tema en tópicos, que se constituyen en subtemas. Aunque haya argumentos periféricos de apoyo, el escritor debe mantener en el escrito su idea principal o núcleo temático. El escritor requiere también claridad, sencillez, concisión, así como ritmo y colorido, virtudes que se van desarrollando con la práctica y experiencia.

Wagner Echegaray clasifica el artículo en sólo dos tipos: el de fondo y el editorial. Afirma: “Hay dos tipos de artículos: de fondo, cuando se trata de un tema que no es de actualidad, y artículo editorial, cuando se trata de un tema de actualidad”.¹ Luego aclara: “El artículo de fondo, por lo general, es un poco más extenso que el artículo editorial, pues trata de temas que no son de actualidad y busca dar luz en torno a sus causas, fundamentos o motivos por los que acontece determinado fenómeno”.²

Termina con la siguiente explicación: “El artículo de fondo, es entonces, un comentario un poco más ‘profundo’ que el artículo editorial, pues para escribirlo se suele tener, también, más tiempo que para el artículo editorial”.³

El escribir esporádicamente un artículo no quiere decir que el autor es un escritor, sin embargo puede llegar a serlo si junta su talento de escribir, aprende los principios y normas de redacción y hace el hábito de practicar la escritura.

¹Wagner Echegaray, 156.

²Ibíd.

³Ibíd.

Según Vivaldi, “redactar, etimológicamente, significa compilar o poner en orden; en un sentido más preciso, consiste en expresar por escrito los pensamientos o conocimientos ordenados con anterioridad”.¹

También dice que redactar es diferente a redactar bien. “Redactar bien es construir la frase con exactitud, originalidad, concisión y claridad”. “Un escritor”, sigue diciendo Vivaldi, “es todo el que escribe habitualmente” y por lo tanto necesita conocer “lo más perfectamente posible los útiles de su trabajo: las palabras, el lenguaje”.²

Por su parte Antonio Miguel Saad dice cómo aprender a redactar:

Para aprender a redactar sólo hay un camino: practicar. Recordamos que como arte dominado impone la condición de creatividad. El redactor debe conocer, naturalmente, los principios permanentes que no pueden soslayarse; es decir, debe conocer la gramática básica, saturarse del deseo de cultivarse como disciplina formativa y, como norma, superarse en cada escrito, no estancarse, sino procurar siempre mejorar sin caer en la copia de lo ajeno o en la de su propia creación. Esto tiene que ser sistemático, porque el redactor debe considerar la redacción como una herramienta cuyo manejo se propone dominar³

Así como en el reportaje, en el artículo el periodista debe saber describir y narrar. Zoila Balmes Zúñiga y Gracia González de López recuerdan que describir es como pintar con palabras un objeto, un paisaje o una persona. Narrar, es relatar con una determinada secuencia hechos o acciones vividos por personajes”. Luego dan un método para describir: “(a) Captar el objeto utilizando todos los sentidos, (b) Hacer una lista de las características del objeto. Esta lista deberá ser detallada, (c) Seleccionar, de la lista

¹Martín Gonzalo Vivaldi, *Curso de redacción* (Madrid: Editorial Paraninfo, 1993), 14.

²Ibíd.

³Antonio Miguel Saad, *Redacción, desde cuestiones gramaticales hasta el informe formal extenso* (México, D. F.: Continental, 1984), 24.

anterior, elementos que caractericen mejor al objeto y subrayarlos y (d) redactar la descripción utilizando los elementos subrayados”.¹

La redacción de un artículo de opinión varía de acuerdo con el estilo y la personalidad del autor; también varía dependiendo del público al que es dirigido el mensaje. Un artículo para niños y adolescentes se escribe en forma diferente del que es dirigido a los adultos, profesionales, campesinos, mujeres o a otros.

La extensión de un artículo de opinión varía de acuerdo al tema, el autor y las circunstancias, sin embargo, un artículo de una cuartilla literaria (1.500 golpes en el teclado de la computadora) es corto y de más de seis cuartillas se considera largo.

La crónica

Los maestros del periodismo impreso incluyen la crónica como género no como un subgénero. Por ejemplo Benavides Ledesma y Quintero Herrera, citan al maestro Carlos Monsiváis quién, como ya se dijo, escribió de “la necesidad, en el periodismo mexicano, de cultivar y desarrollar los géneros interpretativos, especialmente el reportaje y la crónica”.²

Partiendo de esta aclaración, la crónica es uno de los géneros híbridos del periodismo, es decir tiene elementos informativos y elementos interpretativos. En otras palabras es objetiva y subjetiva.

De acuerdo a este criterio híbrido, la crónica es la narración temporal de un acontecimiento, con frecuencia en el orden en que éste se desarrolló. Se caracteriza por

¹Zoila Balmes Zúñiga, y Gracia González de López, *Comunicación Escrita* (México, D. F.: Trillas, 1997), 39.

²Benavides Ledesma, y Carlos Quintero, 159.

transmitir, además de información, las impresiones del cronista. Más que retratar la realidad, este género recrea la atmósfera en que se produce un determinado hecho y cómo se desarrolló. Según Marín, “las crónicas se distinguen en los siguientes tipos: informativas, cuando el cronista se limita a informar sobre un suceso (la crónica de una sesión del Congreso), por ejemplo y opinativa, cuando el cronista informa y opina simultáneamente (como ocurre en las crónicas taurinas o deportivas)”.¹

En resumen la crónica es el escrito en el que la sucesión temporal de un hecho es su principal determinante. En su inicio requiere de una síntesis y después se desarrolla en orden cronológico. Debe tener además objetividad, neutralidad y fuerza expresiva. Puede afirmarse que la crónica es un arte que debe ser cultivado y constituirse en un auténtico servicio para el lector y la sociedad.

La entrevista

La entrevista periodística, dice González Alonso, “es una técnica de reportaje que por lo general, se realiza por medio de preguntas y respuestas, o bien por una selección de respuestas interpretadas por el entrevistador o por el medio que las difunda. La entrevista es parte del trabajo cotidiano del reportero”.²

Es tan importante este género periodístico que Baena Paz dice: “La mejor fuente noticiosa y de opiniones es la gente en forma directa. Por ésta, la entrevista es piedra angular del periodismo. La entrevista puede tener valor por el personaje, por el tema o por ambos, y puede referirse tanto a un asunto de actualidad como de interés permanente.

¹Marín, 65.

²González Alonso, 63.

El mejor resultado se obtiene cuando se une a un personaje con un buen tema”.¹

Es obvio que la preparación del reportero para la entrevista es básica para un buen resultado. La preparación debe ser física, intelectual, psicológica y periodística. Marín añade: “A través del diálogo se recogen noticias, datos, opiniones, comentarios, interpretaciones, juicios de interés social”. Luego dice: “A la entrevista que en lo fundamental recaba informaciones se la llama noticiosa o de información; a la que principalmente recoge opiniones y juicios se le conoce como entrevista de opinión, y a la que sirve para que el periodista realice un perfil –profesional, psicológico y físico del entrevistado– se le llama de semblanza”.²

Hasta aquí se ha hablado del periodismo impreso, en el siguiente apartado se trata del periodismo electrónico. En esta forma de hacer periodismo, los géneros en algunos casos toman los nombres del periodismo impreso, más los términos comunes y técnicos de la comunicación audiovisual.

El periodismo electrónico

Por su origen e historia, al periodismo impreso se le considera como la base del periodismo electrónico. También resulta interesante que los inventos electrónicos de los siglos XIX y XX, como el telégrafo, el teléfono, el uso de la electricidad y otros adelantos técnicos, sirvieron como apoyo y desarrollo del periodismo impreso.

Con la invención de la radio, después la televisión, el sistema satelital y por último Internet y el teléfono celular, unidos al periodismo impreso, se llegó a formar la

¹Baena Paz, 122.

²Marín, 65.

gran familia de los medios de comunicación masivos del planeta tierra.

El periodismo radial

La radio es un medio donde el comunicador adventista puede incursionar con más facilidad que en la televisión, por varias razones: (1) Hay más espacios de tiempo para programas de perfil cultural, religioso o social de interés común; (2) es más barato; (3) es más fácil hacer un programa para la radio que para la televisión; y (4) hay formatos de programas adventistas, reconocidos en la comunidad, como el de *La Voz de la Esperanza*, *Una Luz en el Camino*, y otros que se pueden usar, en las radioemisoras locales, o que se pueden usar como modelo de un programa original.

Otro punto importante del periodismo radial es que tiene la ventaja de la espontaneidad del mensaje. En algunos casos el mensaje llega de inmediato en línea directa. Esta es la razón por la cual la radio se usa para avisar a la comunidad del clima y los posibles huracanes, tornados o tsunamis. Así como el mensaje llega en forma espontánea, también puede llegar la reacción del público, lo que en comunicación se llama retroalimentación o *feed back*.

En la actualidad, este factor de dialogo entre el locutor en turno y el público es tan común e importante que las grandes cadenas de radioemisoras tienen reporteros especiales para conseguir personajes de la vida social, política, artística, deportivas, en fin de personas prominentes, para hacerles entrevistas en vivo, en persona o por teléfono. Sus declaraciones le dan vida al periodismo radial y divisas económicas a las estaciones radiales, ya que aprovechan los cortes o pausas para anuncios comerciales y sociales.

Géneros del periodismo radial

De acuerdo con el propósito de este estudio, se incluye solamente el modelo de Romo Gil quien enumera el periodismo radiofónico en: (1) información radiofónica, (2) la entrevista radiofónica, (3) el editorial, (4) programas de comentarios, (5) eventos especiales y transmisiones deportivas y (6) la revista.¹

Cada género radial tiene sus propias reglas, que el profesional de la radio ha de saber como parte de su oficio, reglas que el aficionado o colaborador esporádico, como el director de comunicación de una iglesia adventista, no necesariamente debe entender en plenitud, con lo esencial es suficiente, por ejemplo lo qué es un código radial. De lo cual Romo Gil explica:

El código es uno de los componentes de todo proceso de comunicación. Por código se entiende un conjunto de reglas que sirven para generar mensajes. En su aspecto esencial, estas reglas establecen una correspondencia entre los elementos expresivos propios de un medio determinado y el significado o contenido que estos elementos, adecuadamente combinados, pueden transportar o transmitir. En el caso concreto de la radio, en virtud de su particular naturaleza tecnológica, los elementos expresivos que pueden ser utilizados son exclusivamente de carácter auditivos: la voz, la música y los efectos sonoros.²

Con estos tres elementos del código radial, la voz, la música y los efectos sonoros, que han de ser apropiados de acuerdo al género a practicar, sale la producción del periodismo radiofónico. Resta, entonces, sólo hacer un guión radiofónico para que haya un producto transmisible y que el público receptor pueda y quiera escuchar.

El guión radiofónico

Hay diferentes tipos de guiones radiofónicos, dependiendo del programa a

¹Romo Gil, 68-87.

²Ibíd., 49.

desarrollar. Romo Gil los divide solamente en dos: (1) “*El guión completo*. Generalmente es el adecuado para programas dramáticos. En él se incluyen todas las palabras, efectos y música que van a ser escuchados por el auditorio y (2) el guión semicompleto. Se utiliza para aquellos programas en los que participan personas con opinión o con textos de los locutores.”¹

El guionista para radio ha de conocer cómo se realiza un programa, esto es, cómo se produce, se graba, se transmite y recibe un programa. Hay varios elementos que el guionista debe tomar en cuenta. González Alonso dice al respecto: “Antes que nada, es necesario tener presente tres factores importantes: Primero, el tiempo de duración del programa está previamente delimitado, segundo, el único sentido que entra en acción en este medio es el del oído...y que en el guión de radio se dan tres elementos muy importantes: El relato, la acción y los diálogos”.²

Dice también González Alonso que “en el relato se suele utilizar un personaje característico o representativo muy útil: El narrador, cuya función específica consiste en servir de enlace entre las diversas escenas y de hablar en ciertas partes en las cuales la trama o el diálogo resultaría insuficiente para describir lo pretendido”.³

El guionista para radio, al comienzo del programa debe incluir lo que la fuente citada llama “pico” elevado o sea una llamada de atención al radioyente, para que despierte su curiosidad y escuche el programa. Para lograr esto, “se puede utilizar una narración previa, una buena entrada musical o los efectos de sonido”. También, dice

¹Ibíd., 57.

²González Alonso, *El guión*, 58, 59.

³Ibíd.

González Alonso, “es importante aplicar en el momento adecuado los cambios de escena, los cortes, puentes musicales, entonaciones, etc. Todo ello indicado en el guión de forma clara y precisa”.¹

La forma común de hacer un guión radiofónico es dividir una hoja de papel en blanco en tres columnas, sin que sea necesario trazar las líneas verticales. Aquí se sigue un modelo de Romo Gil, la cual señala que “la primera columna es para medir el tiempo y medirá 3 centímetros. La segunda columna es para las indicaciones técnicas, música y efectos; no debe pasar de 6 centímetros. La tercera es para el diálogo y narración y ocupará el resto de la cuartilla”.² Al terminar el guión se juntan todos los elementos necesarios para la grabación en el estudio o en un lugar previamente dispuesto.³

Las formas de guiones en su origen las hacían los mismos guionistas, después se imprimieron por serie, en la actualidad se hacen formas virtuales que se pueden llenar y corregir con facilidad en la computadora.

La transmisión técnica de un programa radial no se incluye en este trabajo por estar al margen de su propósito central; sin embargo hay que señalar que el programa grabado, de acuerdo con la política de la empresa, su propia censura, la censura estatal y por la disponibilidad de tiempo, tiene un destino: Es pasado al aire de inmediato o es archivado. Los programas en vivo se transmiten al instante, pero también son grabados.

¹Ibíd.

²Romo Gil, 64.

³Un ejemplo de un guión para radio se puede ver en el apéndice F.

El periodismo de la televisión

Al hablar de televisión la clasificación de los géneros periodísticos tiene diferente propósito, aunque se nombren en la misma forma de otros medios. Hay que recordar que la diferencia mayor entre las técnicas radiales y las de la televisión la determina el receptor, que en la radio sólo oye, mientras en la televisión oye y mira.

Sobre la interrogante si la televisión ha ganado mayor relevancia a los otros medios de comunicación, la respuesta es obvia, sin embargo, cada medio tiene sus ventajas y desventajas. Por ejemplo, la radio es más espontánea que la televisión, la gente tiene más radios y puede oír mientras trabaja, viaja o pasea. Por el otro lado, como ya se apuntó, en la televisión se puede ver y oír, sin embargo, no se puede usar la televisión en muchas partes, sus espacios para noticieros son cortos y ahora tiene su contraparte que son la Internet y los teléfonos móviles que reciben señal gráfica virtual.

Definición y descripción

Mónica Gutiérrez González y Myrthala Villarreal Barocio dicen: “Los géneros televisivos son las categorías en las que se dividen los programas de televisión. Se crean para responder, principalmente, a dos aspectos: a una necesidad de clasificación de los programas y a una necesidad comercial”.¹ Luego hacen una lista de los siguientes géneros y subgéneros:

Informativos: noticiarios, entrevista, reportaje y debate/mesa redonda; documentales, la diferencia entre un reportaje y un documental es que el documental no tiene una vigencia temporal, no es necesario que sea de las noticias del momento; concursos; magazine o misceláneos; musicales; programas especiales; deportivos; ficción, que a

¹Mónica D. Gutiérrez González, y Myrthala I. Villarreal Barocio, *Manual de producción para TV: Géneros, lenguaje, equipo, técnicas* (México, D. F.: Trillas, 1997), 47.

su vez están clasificados en series, telenovelas, y películas; programas educativos; dibujos animados; videos experimentales y religiosos.¹

La mayoría de los géneros de televisión requieren redacción para hacer los programas. Se necesita un guión, el cual es más complejo que el guión radiofónico. Al reportero de televisión se le requiere más que al reportero de radio, ya que éste piensa que su auditorio sólo oirá su información; en cambio el reportero de televisión apelará al sentido de la vista y del oído. Helga Serrano, cita a John Rinkenbaugh, quien dice: “Un buen reportero de televisión permitirá que las imágenes digan la historia. Uno busca lo visual más que lo verbal”.²

En el género informativo de la televisión, según Helga Serrano, “el texto posee la misma estructura del medio impreso: la entrada, el cuerpo y el final, pero todo ello comprimido a la esencia misma de lo noticioso. Si en el periodismo impreso se habla del estilo de la pirámide invertida, en el electrónico la imagen más acertada es la de un rectángulo, donde todo lo que se ofrece tiene la misma importancia”.³

Cómo hacer un programa de televisión

En la televisión, para hacer un programa, se habla de preproducción, producción y postproducción. Estos tres pasos requieren trabajar en equipo, y hay varios equipos, dependiendo de lo grande de la empresa televisiva y su estructura organizacional. Por ejemplo Televisa tiene varios equipos, como ser para deportes, noticias y telenovelas.

¹Ibid., 48-52.

²Helga I. Serrano, *Técnicas de la enseñanza del periodismo* (México, D. F.: Trillas, 1997), 146.

³Ibid.

Preproducción

Verónica Tostado Span dice que “preproducción es la etapa previa a la realización, etapa de planeación, es la etapa de la producción más importante... Es mejor improvisar en el papel que durante la grabación. Así, una buena preproducción asegura el 50 por ciento del éxito del programa”.¹ La televisión se hace sobre el escritorio donde se preparan “presupuestos, se ven cotizaciones, se realizan contactos tanto de técnicos como de talentos, se estudian tiempos y movimientos, se visitan las locaciones, se consideran comidas, viáticos y transporte”.²

Para esta primera etapa, Gutiérrez González y Villarreal Barocio hablan del guión, que en televisión, como ya se dijo, tiene una complicación mayor que para la radio.

Guión para televisión

Para hacer un guión de un género televisivo, donde haya una historia que contar, hay que comenzar por tener una idea. La idea es la base y su desarrollo depende de la creatividad del guionista o redactor para televisión.

Gutiérrez González y Villarreal Barocio señalan: “La creatividad se puede definir como algo novedoso, diferente o hecho de una manera original. Esta es una característica que los guiones deben tener para que sean atractivos para el público, pues la gente está ansiosa de ver algo nuevo, de ver una historia que no tenga nada conocido”.³

¹Verónica Tostado Span, *Manual de producción de video: Un enfoque integral* (México, D. F.: Longman de México, 1996), 86.

²Ibíd.

³Gutiérrez González, y Villarreal Barocio, 81.

Todo guión para televisión se compone de cuatro elementos básicos, sin los cuales no se puede contar una historia. La misma fuente los señala en la forma siguiente:

(1) Personajes. Son el elemento principal de la historia. Ellos realizan las acciones, en uno o varios lugares en un tiempo determinado, poseen carácter y personalidad, y sin ellos no es posible la historia, (2) Acciones. Determinan cambio y movimiento, y van a estar condicionadas por los lugares y el tiempo. La vida de los personajes estará determinada con base en sus necesidades y acciones, (3) Lugares. Dependiendo del tipo de acción que realicen los personajes, ubican la historia en un contexto específico y (4) Tiempo. Existen tres tipos de tiempo en las historias: (a) Tiempo en el que transcurre la historia (siglo XX o XXI), (b) Tiempo total de la historia. Es el tiempo en que transcurre la historia (20 años de nuestro personaje o un día de la vida de nuestro personaje) y (c) Tiempo real de la historia. Es el tiempo de duración de la película”.¹

La sinopsis. González Alonso se detiene a explicar que en el guión televisivo, cuando ya se tiene la idea, se sigue con la sinopsis. “En la sinopsis, dice, hay que establecer los hechos de lo que va a ser el guión, sin ser aún necesario que los considere todos, pero sí los más sobresalientes e importantes, no obstante que en el desarrollo se quiten, cambien o introduzcan otros. Este esquema o ‘esqueleto’ primario es determinante para escribir un guión”.²

La adaptación o tratamiento. La misma fuente dice que “por su parte la adaptación representa la forma o método en que va a aplicarse todo lo que conforma la historia...de cualquier fuente de donde hemos sacado la información, se debe reducir el material a un planteamiento simple y en el vaciado de éste, se reúne todo lo que acompaña, hasta llegar al desenlace o conclusión”.³

¹Ibíd.

²González Alonso, *El Guión*, 26.

³Ibíd.

Por su parte Lourdes Adame Goddard habla de la adaptación como tratamiento y dice que en él “se establecen y describen, una a una, las secuencias, siguiendo el orden cronológico en que se presentarán. La secuencia comúnmente está compuesta por una o varias escenas unidas entre sí por un contenido narrativo”.¹

El resultado de lo anterior es el guión literario, que aunado al guión técnico, compone lo necesario para un programa de televisión. En resumen Adame Goddard enumera así las etapas de la elaboración de un guión para la televisión: “(1) idea, (2) sinopsis, (3) tratamiento y (4) guión literario”.²

Formatos de guiones. En televisión se manejan dos guiones: el guión literario, del que ya se ha hablado, y el guión técnico. El guión técnico se distingue fundamentalmente del literario porque añade a este último los datos técnicos necesarios para su realización. Se puede decir que el guión técnico es la última de las fases narrativas en el proceso creativo del guión.

Aunque no se detallan, se enumeran las partes más importantes: “(1) número de toma, (progresivamente), (2) número de cámara, (3) los planos (iniciales de éstos), (4) movimientos de la cámara, (5) descripción de la acción, (6) texto, (7) tiempo de duración de cada toma (incluyendo el texto), (8) indicaciones sobre efectos sonoros y visuales, (9) música y (10) otras observaciones especiales”.³

El formato de un guión para un programa grabado de televisión puede ser de una

¹Lourdes Adame Goddard, *Guionismo* (México, D. F.: Diana, 1991), 54.

²Ibid., 55.

³Ibid., 61, 62.

o dos columnas. En este guión se describen las escenas, las secuencias, los efectos de transición, el escenario y los diálogos.¹ Así como los guiones radiales, los de televisión se hacen en forma muy simple en hojas de papel o en programas de computadora.

Gutiérrez González y Villarreal Barocio dicen “que el guión a dos columnas es técnicamente más completo que el guión a una columna; la columna izquierda corresponde al video y la derecha al audio”. También señalan que “al igual que el formato de una columna, el formato de dos columnas establece los escenarios, las transiciones y los diálogos. Sin embargo, el guión a dos columnas especifica la toma y el movimiento de la cámara en cada acción”.²

El modelo de Adame Goddard es de tres columnas y en la parte de arriba tiene espacio para escribir de qué programa se trata e indicaciones para el productor y el director, así como para señalar el número de estudio, la fecha, el horario y el número de la hoja. En la columna izquierda hay cuadros para señalar la toma, cámara y plano; en la columna del centro están los cuadros indicadores de video; y en la columna derecha el espacio para el video.³

Producción

El siguiente paso para hacer un programa de televisión grabado es la producción. Tostado Span define la producción “como el momento en el que el equipo se reúne para llevar a cabo la grabación de todo lo planeado en la preproducción. Aquí simplemente es

¹Ver un ejemplo de guión para televisión en el apéndice F.

²Gutiérrez González, y Villarreal Barocio, 84.

³Adame Goddard, 63.

seguir al pie de la letra el *breakdown* y si éste no tiene problema, la producción tampoco lo tendrá”.¹

La escenografía también es importante en la producción, ya que es la vista del programa. Cuando se ve un programa de la televisión se da la impresión de ver la realidad, parece que la acción se está llevando a cabo en donde se muestra (el campo, una sala, un parque, un auditorio, etc.); esto gracias al trabajo del diseñador escénico o escenógrafo quien es el responsable de construir los entornos adecuados a la producción.

El productor de un programa ha de tener conocimiento general de la producción, porque son los ingenieros y técnicos los que saben los mecanismos específicos del video, el sonido y la iluminación.

Postproducción

La última fase en la elaboración de un programa de televisión grabado es la postproducción. Es la etapa que comienza una vez que las tomas ya están grabadas. Es la fase en la que se arma una producción. En este último paso de la elaboración de un programa la mayor parte se hace en forma mecánica, a través de aparatos editores.

La base de la postproducción es la edición. Gutiérrez González y Villarreal Barocio dicen que “la edición es la parte integral de la postproducción en televisión. Mediante este procedimiento se pueden seleccionar las imágenes de una *matriz*, y colocarlas en un *master*, así como manipular por separado el video y el audio”.²

Para la edición de las tomas de video en la actualidad hay programas

¹Tostado Span, 89.

² Gutiérrez González, y Villarreal Barocio, 132.

computarizados que han hecho más fácil el trabajo de un editor. Desde el *Video Toaster* que usaban antes los estudiantes hasta los programas modernos de edición de video, DVD, multimedia y otros. De todos modos, por muy sofisticados que sean los aparatos de producción y postproducción, la creatividad del factor humano hace la diferencia.

Resumen del capítulo

Aunque en Grecia están las raíces del periodismo impreso, fue en Roma, con el emperador Julio César y su *diurna urbis acta*, que surgió la historia formal de este medio de comunicación social.

Desde las hojas manuscritas hasta los modernos periódicos impresos o en línea en Internet, el periodismo ha tenido una influencia poderosa. Por esta razón los grandes movimientos sociales se han valido de este medio para informar y formar opinión.

Los pioneros de la iglesia adventista aprovecharon también la prensa escrita para testificar de su fe y evangelizar. White escribió: “Debemos usar todos los medios justificables para presentar la luz delante de la gente. Utilícese la prensa y empléese todo elemento de propaganda que pueda llamar la atención hacia la obra. Esto no debe considerarse como algo no esencial”.¹

Hay varios géneros en el periodismo impreso y todos tienen sus principios básicos y reglas de estilo. Es importante que el usuario del periodismo impreso para evangelizar aplique tales principios, para que su trabajo se publique.

La noticia es la materia prima del periodismo y es de corte informativo. En su redacción se sigue el orden lógico de importancia o pirámide invertida. En su entrada o

¹White, *El evangelismo*, 99.

lead se contestan por lo menos las preguntas básicas en el periodismo que son qué, quién, cuándo, dónde, y cómo.

El reportaje es el género periodístico por excelencia y puede incluir otros géneros. Es un escrito más amplio y objetivo en su forma aunque contenga elementos subjetivos. La narración y descripción son factores importantes de un buen reportaje.

Por su parte, el artículo tiene una amplia variedad de estilos; sin embargo, el artículo de fondo es el más común y se presta para que, junto con la noticia y el reportaje, el iniciado en el periodismo use este medio para evangelizar.

Hay otros géneros en el periodismo como la entrevista y la crónica que el periodista cristiano debe saber manejar bien para tener éxito.

En los géneros electrónicos se usan términos del periodismo impreso y se agregan otros, muy propios de este trabajo: por ejemplo, los guiones. El guión para radio es menos complicado, porque el redactor parte de que su auditorio lo oye, mientras el guionista para la televisión ha de pensar que su guión se oirá y se verá.

Para hacer un programa de televisión hay tres pasos básicos, que requieren trabajo en equipo: preproducción, producción y postproducción.

CAPÍTULO 5

EL PROGRAMA DE TELEVISIÓN *BUENOS DÍAS SEÑOR JESÚS* Y SUS RESULTADOS

En este capítulo se verá un modelo o ejemplo de un programa de televisión que se usa para evangelizar, se dará cuenta de su historia, así como la descripción de un programa que ya salió al aire, la aceptación general del programa y los resultados en la evangelización.

Breve historia del programa

El programa se gestó en el año 2000, cuando en una comida familiar, a Obed Matus, un miembro de iglesia que ha servido como pastor-laico en la Conferencia de Texas y que es dueño de una compañía de construcción, le vino la idea de hacer algo más grande que predicar el evangelio de persona a persona. La idea fue apoyada por familiares cercanos que son profesionistas y allí mismo, en un conocido restaurante de la ciudad de McAllen, Texas, se ofrecieron recursos financieros para apoyar el plan.

Desde el año 2000 al 2003 el proyecto misionero fue muy simple: conseguir programas grabados y llevarlos a las estaciones de televisión para comprar tiempo y pasar los videos. Desde el comienzo el proyecto tuvo éxito. La gente empezó a solicitar oración, literatura y hasta visitas de representantes de los programas presentados. Las cintas se pasaban en el canal 7 de Televisa en Reynosa, Matamoros y Nuevo Laredo, en

Tamaulipas, México, abarcando algunas ciudades fronterizas de los Estados Unidos: Brownsville, McAllen, Laredo y ciudades circunvecinas del área.

A fines de 2002, Matus y su esposa, ambos hijos de pastores adventistas, tuvieron la idea de hacer su propio programa, y se dieron a la tarea formar un equipo de trabajo. Providencialmente en ese tiempo conocieron al pastor Heberto García, joven egresado del Seminario adventista de la Universidad de Montemorelos, México, y vieron en él la posibilidad de ser el orador del programa. García se unió al proyecto misionero y hasta la fecha es el orador del programa. También se unió al programa William Santana. Con el apoyo financiero de familiares y amigos muy pronto se preparó el primer programa original.

La primera emisión de *Buenos días Señor Jesús* salió al aire el 20 de enero de 2003. Al comienzo, la preproducción, producción y edición del programa fueron caseras, con muchas limitaciones. Sin embargo, con el tiempo se adquirieron los elementos electrónicos necesarios y se emplearon técnicos eficientes como Federico Ruiz y Manuel García en la edición, Gregorio Vázquez para el diseño gráfico y voluntarios de la familia, como Lizett Scardigno, que se encargan ahora de la musicalización, y Yolanda Matus, del guión literario. Así poco a poco el programa ha ido adquiriendo personalidad y cada vez más audiencia.

La grabación del programa se hace en la ciudad de Alamo, Texas, y se edita en la ciudad de Reynosa, México. Se transmite en el canal 7 de Vallevisión, que es una sucursal de la cadena de televisión conocida como Televisa. El canal 7 es un canal comercial hispano que transmite desde la ciudad de Matamoros, Tamaulipas, y cubre el

norte del estado de Tamaulipas, México, y todo el valle del sur de Texas, en los Estados Unidos.

Hay muy pocos programas de perfil religioso transmitidos en México porque las leyes de comunicación del país lo prohíben, sin embargo, en la frontera hay cierta tolerancia y el programa *Buenos días Señor Jesús* es uno de los que permanecen en el aire.

Descripción del programa

Un programa regular de *Buenos días Señor Jesús* sigue las pautas básicas en la preparación de un programa de televisión: preproducción, producción y postproducción, términos explicados en el capítulo anterior. En esta sección sólo se anotan los títulos de los segmentos del programa y el orden de su formato.

Los programas en los días de semana son de 30 minutos. El programa del sábado es transmitido a las 7:30AM y es un repaso de la lección semanal de la Escuela Sabática; se titula “Lecciones para vivir”. El programa del domingo se pasa a las 8:30 de la mañana y tiene un perfil diferente.

El siguiente es un ejemplo del formato de un programa que salió al aire el viernes 15 de febrero de 2008:

- (a) Cortina musical de entrada (voz del grupo “Vahar Shalem” cantando el himno “Por la mañana, oh Señor” con videoclip de paisajes). Aparece en pantalla la leyenda: “Conságrate a Dios todas las mañanas, haz de esto tu primer trabajo”.
- (b) Voz de locutor da la bienvenida (Hay fondo musical de la misma cortina inicial).
- (c) Obed Matus (anunciador) ubicado en un recuadro superior izquierdo, da la bienvenida a la audiencia. Al mismo tiempo aparece en pantalla la leyenda:

“Buenos días Señor Jesús. Lunes a viernes a las 6:00AM, Canal 7, Vallevisión”.

En la segunda parte de la bienvenida aparece en pantalla lo que será el programa.

La leyenda dice: “El día de hoy: Momento devocional: ¿Soy yo guarda de mi hermano? Por su salud: “Ataque al miocardio”. Tels: USA 1 (877) 528-3732, Méx. 01 (800) 714-0667”.

- (d) Primer segmento: Momento devocional con el pastor Heberto García. Su tema es: “¿Soy yo guarda de mi hermano?”. Mientras él habla de cuando en cuando aparece en un recuadro en pantalla el ofrecimiento del curso bíblico “La fe de Jesús”. Al terminar el tema, García, como al inciar, hace una oración. Esta parte ocupa 10 minutos del programa.
- (e) Voz de locutor anuncia las reuniones en la ciudad de Reynosa, Tamaulipas, México, todos los sábados a las 9:30 y a las 11:30 de la mañana en la Plaza de las Américas. En la pantalla aparece en forma gráfica lo que dice la voz del locutor.
- (f) Cortina musical. Ysis España canta: “Hay un mundo feliz más allá”.
- (g) Voz de locutor anuncia la serie de temas que el pastor Heberto García tendrá en Weslaco. En pantalla aparece la leyenda: “Preparación para el tiempo del fin, Todos los martes a las 7:15PM en 1015 Brieger Ave., Weslaco, Texas. Mayores informes: 1 877-528-3732”.
- (h) Segundo segmento. Hay un corto puente musical y Obed Matus da la bienvenida al segmento: “Por su salud”. El segmento se realiza en forma de entrevista.
- (i) Aparecen en pantalla dos recuadros: en el de la izquierda está Obed Matus-entrevistador, en una parate del recuadro dice: “Pastor Obed Matus”; en el recuadro de la derecha está el Dr. David Corona y aparece la leyenda: “Dr. David

Corona: “Medicina general y cirugía”. El tema desarrollado es la aterosclerosis, la cual el doctor explica, junto con la causa y la prevención. Esto ocupa 10 minutos del programa. Matus termina el segmento agradeciendo al doctor y salen de pantalla.

- (j) Voz de locutor anuncia otra vez las reuniones en Plaza de las Américas en la ciudad de Reynosa y aparece en pantalla la misma información como en el anuncio anterior.
- (k) Voz de locutor anuncia de nuevo la serie de temas que Heberto García tendrá en la ciudad de Weslaco. Aparece en pantalla en forma gráfica lo que dice la voz.
- (l) Cortina musical con videoclip del canto: “Y si todos trabajamos”.
- (m) Voz de locutor anuncia las reuniones en la ciudad de Alamo, Texas, los domingos a las 10:00AM. Aparece en pantalla el pastor Heberto García predicando y el mapa con la dirección.
- (n) Obed Matus agradece a los que han donado dinero para sostener el programa. Aparece en pantalla la leyenda: “Colabore en la predicación del Evangelio” Se dan las direcciones para donar: Estados Unidos: La Verdad Presente, P.O.Box 363, McAllen, Texas; México: Alcanzando a la Humanidad, A.C., Banamex Cta. 935-409-8900.
- (o) Obed Matus anuncia el curso “La fe de Jesús” y el programa del sábado a las 7:30AM, “Lecciones para vivir” cuyo tema será: “Preparación para el discipulado”.
- (p) Cortina musical de salida. En pantalla aparece el logotipo del programa.
- (q) Directorio administrativo y de producción.

Los programas semanales en el segundo segmento varían de presentación y contenido. Por ejemplo, el lunes se titula “Cocina vegetariana con Mimí Sauza; el martes es “Momentos de reflexión con Obed Matus”; el miércoles, “Consultando al pediatra con el Dr. Verley Gordon”; el jueves, “Rincón infantil con Tía Estela”; y el viernes, “Por su salud con el Dr. David Corona” y “Finanzas bíblicas con Samuel Sánchez”.

Aceptación del programa

Para tener una idea de la cantidad de personas que ven el programa en la actualidad, García dice: “Ofrecimos gratis el libro *Los Diez Mandamientos*, escrito por el doctor Loron Wade; la indicación fue clara... Las dos únicas líneas que tenemos se saturaron, sólo pedíamos el nombre y el número de teléfono y así pudimos durante media hora captar más de 80 personas interesadas en recibir el libro. De acuerdo con los ejecutivos del canal donde transmitimos, esto fue algo sin precedente en la historia de la programación cristiana local”.¹

Otra de las formas para medir la cantidad de audiencia del programa fue la invitación que se hizo al público para asistir a un programa especial en celebración del quinto aniversario de estar el programa en el aire, evento que se efectuó el 20 de febrero de 2008 en un conocido auditorio de la ciudad de Matamoros, Tamaulipas. Como resultado de la invitación, más de mil personas asistieron a la festividad, escucharon un mensaje y conocieron personalmente al pastor Heberto García y todo el personal que trabaja en “*Buenos días Señor Jesús*”.

¹Heberto García, locutor del programa *Buenos días Señor Jesús*, entrevistado por el autor, McAllen, Texas, 11 de abril, 2007.

Los resultados en aceptación del programa se han medido también en la asistencia a campañas de evangelismo promovidas en el programa y eventos especiales auspiciados y anunciados en el programa. De esto se hablará en las siguientes partes de este trabajo.

El evangelismo posterior

Como parte del trabajo de campo de este proyecto de tesis, el autor se unió con el programa de televisión desde el 2004. El propósito era doble: primero para hacer la primera campaña de evangelismo auspiciada por dicho programa de televisión y segundo para hacer un estudio cuantitativo y cualitativo de las campañas de evangelismo hasta el cierre del período dedicado a esta tesis.

Una de las políticas que ha acordado la administración del programa es no tener cruzadas de evangelismo de una o dos semanas. Lo mínimo debe ser de tres semanas y lo máximo un mes y medio. El plan es hacer evangelismo de siembra-cosecha. Se debe tomar tiempo para presentar una serie completa de temas doctrinales y entonces el seguimiento de consolidación que puede durar hasta un año.

Campaña de Evangelismo en Edinburg, Texas

La campaña de evangelismo efectuada en la ciudad de Edinburg, Texas, fue la primera cruzada donde el orador fue Heberto García y donde se unió el esfuerzo de una iglesia local con el programa de televisión y el apoyo financiero de la Conferencia de Texas.

Después de planear y organizar el evento, se aplicó una encuesta en nombre del programa de televisión a los hispanohablantes de la comunidad de San Juan y

Edinburg. Tanto el formato como la organización del trabajo en la comunidad estuvieron a cargo del autor de esta tesis, para que sirvieran los resultados para la misma.¹

La campaña de evangelismo se inició el sábado 19 de marzo de 2005 y se terminó el 16 de abril del mismo año. Las primeras dos semanas el evento se efectuó en un hotel conocido de la ciudad y las últimas semanas fueron en el templo de la iglesia hispana de Edinburg. Desde el comienzo hubo una buena asistencia, con un promedio de 200 personas, muchos de ellos televidentes del programa. Como resultado de esta cruzada se bautizaron 25 personas y 75 quedaron estudiando la Biblia.

La Campaña en Layford, Texas

La segunda campaña de evangelismo dirigida por el programa *Buenos días Señor Jesús* se realizó en la ciudad de Lyford, Texas, una pequeña ciudad ubicada en el noroeste del valle de Texas. El evento abarcó el mes de mayo y parte de junio de 2005.

Esta campaña de evangelismo se caracterizó por darle un enfoque profético a los temas y por su duración, que fue de 45 días. Se invitó a los televidentes del programa de la zona y decenas de ellos asistieron a las conferencias. Al fin resultó en un reavivamiento de la iglesia y se bautizaron 12 personas; además aceptaron seguir estudiando la Biblia más de 50 personas.

Evangelismo en Alamo, Texas

El modelo de seguimiento de evangelización se inició también en la iglesia de Alamo, Texas, pero no con Heberto García como evangelista, sino con otro. Estas

¹Muestras de la encuesta, los resultados de la misma y la organización de la cruzada se pueden ver en el apéndice G.

reuniones fueron dirigidas por el pastor Fidel Merchán, evangelista de la Conferencia de Texas, del 8 al 22 de septiembre de 2007. Después hubo una serie de temas sobre la ley de Dios, expuesta por el Dr. Loron Wade, en San Juan, Texas (29 de septiembre al 6 de octubre de 2007), publicitada en el programa de televisión. Por fin estuvo la cruzada de evangelismo efectuada en Edinburg, Texas, dirigida por Carlos Turcios, evangelista de la Conferencia de Texas, del 6 al 20 de octubre de 2007.

El seguimiento en Alamo consiste en un programa especial cada miércoles a las 7:00PM. El primer programa se llevó a cabo el 24 de octubre de 2007 y seguirá hasta junio de 2008. La actividad se anuncia en todos los programas de *Buenos días Señor Jesús*, por lo que asisten antiguos y nuevos televidentes cada semana. También van los intereses que quedaron de las campañas de evangelismo y miembros de la iglesia local. Por lo general hay un público de unas cien personas.

En el programa de cada miércoles, además de tener un tema doctrinal por Heberto García, hay variada participación del público con cánticos, testimonios y confraternidad social.

Otra variación de este proyecto evangelístico en la ciudad de Alamo, con participación directa del programa de televisión, es la serie de reuniones especiales los domingos por la mañana. Esta idea vino a los dirigentes de *Buenos días Señor Jesús* cuando surgió la necesidad de atender doctrinalmente a un grupo de la Iglesia Pentecostal, dirigido por su pastor Eduardo Castillo, televidente del programa y quien invitó al grupo a asistir a estas reuniones de evangelización adventista.

La primera reunión se efectuó el domingo 14 de octubre de 2007 a las 10:00 y desde entonces ha sido una experiencia interesante. Para los adventistas de la ciudad, al

principio les extrañó reuniones en día domingo, sin embargo, pronto se acostumbraron y hasta el cierre de este trabajo de tesis, muchos apoyan y sirven en las comisiones como ujieres, con la atención de los niños, y otras actividades.

El formato del programa del domingo en la ciudad de Alamo es el siguiente: cantos, testimonios y oraciones, a lo cual sigue el pastor Heberto García con un tema profético. García ha organizado esta serie profética en partes, las cuales se anuncian en los programas de televisión, como bloques proféticos. Desde que se inauguraron estas reuniones especiales, se han presentado al público dos bloques proféticos y está planeado tener tres más que terminarán en mayo del 2008 cuando se volverá a tener una campaña de evangelismo, auspiciada financieramente por la Conferencia de Texas, planeada y organizada por Daniel Sosa.

Cada bloque está compuesto por cinco temas. Como ejemplo, se presentan dos bloques de temas proféticos, damos aquí los temas presentados en la ciudad de Alamo, Texas. El título general es “Profecías del tiempo del fin”. Esta serie comenzó en octubre de 2007 y sigue en 2008.

Primer bloque:

Domingo 21 de octubre: “Cuatro bestias señalan el futuro”

Domingo 28 de diciembre: “El cuerno blasfemo”.

Domingo 2 de diciembre: “El fin de una era”.

Domingo 9 de diciembre: “Llegó tu hora”.

Domingo 16 de diciembre: “Las reglas del juego”.

Segundo bloque:

Domingo 13 de enero: “Setenta semanas”.

Domingo 20 de enero: “Ataque al santuario”.

Domingo 27 de enero: “¿Cuál santuario es atacado?”.

Domingo 3 de febrero: “El santuario y su servicio”.

Domingo 10 de febrero: “El día de expiación”.

La misma serie y los mismos bloques de temas proféticos se comenzaron a predicar en la Iglesia Hispana de de Weslaco, Texas, administrada también por el autor de este trabajo, el martes 19 de febrero de 2008 a las 7:15 de la noche. Esta serie también fue promocionada en la televisión y en la iglesia local.

Esta forma de seguimiento comenzó en Reynosa, Tamaulipas, después de haber tenido la última campaña de evangelismo en esa ciudad en un conocido centro comercial en los meses de abril y mayo de 2007. Allí se reúne los sábados por la tarde un grupo de personas que han formado el núcleo de una nueva iglesia adventista que tiene como base miembros regulares de la ciudad y los nuevos creyentes. Hasta el cierre de este trabajo, esa nueva congregación tiene 200 personas. El formato del programa que siguen es de tipo evangelístico: música, mensaje doctrinal, más testimonios y oraciones. El plan es que al cumplir un año de consolidación en mayo de 2008, la nueva iglesia adventista pase a ser atendida por los pastores regulares de la ciudad.

Los dirigentes del programa tienen como principio hacer seguimientos doctrinales a largo plazo. El seguimiento doctrinal sirve para alcanzar tres objetivos: (1) Saber cuántos televidentes del programa aceptan la invitación de asistir a las campañas de evangelismo, en las diferentes áreas donde llega la señal; (2) dar seguimiento de

evangelización a los que ya se bautizaron y viven en el área de iglesias adventistas donde se haya hecho una campaña de evangelismo y (3) bautizar en la iglesia adventista a nuevas personas como resultado de unir el esfuerzo misionero del programa de televisión y las campañas de evangelismo de las iglesias locales.

Otras campañas de evangelismo

El plan de los dirigentes de conjuntar el programa de televisión con evangelismo público se ha manifestado en otras invitaciones en diferentes distritos pastorales, ya sea en las ciudades fronterizas del lado de México como del lado de los Estados Unidos, específicamente en Texas.

En 2006 y 2007 se han estado haciendo campañas de evangelismo, por ejemplo, en Matamoros y Reynosa, del lado mexicano, y en la zona de McAllen, en Texas. Una de ellas se llevó a cabo en la ciudad de McAllen, en el templo adventista conocido como *All Nations Church* (Iglesia de todas las naciones) del 17 de marzo al 15 de abril de 2007.¹

La unión del programa de televisión y las campañas de evangelismo ha dado buenos resultados en reavivamiento en las iglesias y en bautismos. Los dirigentes del programa dicen que tratan de hacer en esta forma un evangelismo integral, por ejemplo, el pastor García, dice al respecto:

En cada lugar hemos tenido diferentes y bendecidas experiencias. En Edinburg, por ejemplo, tuvimos un promedio de 200 personas asistiendo, en la ciudad de Reynosa un promedio de 400 personas, 250 personas se han bautizado, y la audiencia del programa *Buenos Días Señor Jesús* se ha incrementado, en tal forma que sólo del lado de la frontera de los Estados Unidos, tenemos una lista de más de 5 mil personas a las que enviamos constantemente material misionero.²

¹Ver publicidad usada en esta campaña en el apéndice H.

²García, entrevista.

Con el tiempo se ha adquirido experiencia. Lo que se inició en forma muy simple hace cinco años, ahora ha tomado forma más profesional. Sin embargo la idea es mantener un programa para la gente común de la comunidad, pues ése es el público que se busca. Hasta ahora el objetivo se ha logrado.

Este proyecto misional es un ejemplo más de cómo se pueden usar en la actualidad los medios masivos de comunicación para evangelizar, ya sea por los cauces oficiales de la Iglesia Adventista o por iniciativa de sus miembros en la iglesia local.

CAPÍTULO 6

RESUMEN, CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

Resumen

La misión de Jesús fue encomendada a la iglesia: “id, y haced discípulos a todas las naciones” (Mt. 28:19). Esto se une a su declaración profética: “Y será predicado este evangelio del reino en todo el mundo, para testimonio a todas las naciones; y entonces vendrá el fin” (Mt. 24:14). Ésta ha sido la motivación principal de este trabajo de investigación.

Se ha notado un problema, que han pasado los años y algunas iglesias hispanas de Texas no ha crecido como debe ser, ni se ha predicado el evangelio a plenitud, no obstante que se han usado los métodos tradicionales de evangelización. Una solución a este problema es usar los medios masivos de comunicación para la evangelización adventista. De este modo, muchas personas más podrán oír del evangelio de Cristo.

Hay bases bíblicas para el uso de la comunicación, porque comunicarse es algo inherente al ser humano, es parte de su naturaleza. Dios así lo hizo. La escritora Elena G de White dice: “El hombre no fue creado para que viviera en soledad; habría de tener una naturaleza sociable”.¹ Y Dios dijo desde la creación: “No es bueno que el hombre esté solo” (Gn. 2:18).

La comunicación ha sido un factor vital para el ser humano, primero en la

¹White, *Patriarcas y profetas*, 32.

comunicación con su Creador y después con sus semejantes. De allí que es importante saber los conceptos básicos de la comunicación. La comunicación es un proceso dinámico mediante el cual fuentes y receptores de mensajes interactúan en un contexto social dado, para influir en los demás.

La comunicación de Dios con los ángeles y el ser humano antes de la entrada del pecado producía armonía y gozo. Job 38:7 dice: “Cuando las estrellas todas del alba alababan y se regocijaban todos los hijos de Dios”. Sin embargo, con la entrada del pecado por Lucifer, primero en el cielo y después en la tierra, la comunicación varió. Isaías lo dice de esta manera: “Porque nuestras iniquidades han hecho separación entre vosotros y vuestro Dios” (Isa. 52:2).

La raza humana no fue dejada abandonada al pecado y a la muerte. La divinidad estructuró un plan de salvación que incluyó la comunicación redentora de Dios. Esta comunicación redentora tiene dos grandes vertientes: la verbal y la no verbal, la palabra hablada y la Palabra escrita de Dios. Sin embargo, hay otras formas como Dios se ha comunicado con sus hijos, a través de sus hechos portentosos y a través de la encarnación de Cristo, siendo ésta la máxima expresión de amor de Dios al mundo. Cristo fue la “Palabra encarnada”.

Hubo diferentes maneras de comunicación redentora de Dios. Por ejemplo pueden observarse la ley de Dios, la comunicación de Dios en el santuario y las Sagradas Escrituras, conocidas hoy como la Biblia.

Teniendo como base la Biblia, los pioneros de la Iglesia Adventista entendieron que Jesús vendría por segunda vez y comenzaron a predicar esta verdad y después otras creencias, usando con éxito los medios de comunicación a su alcance. Desde entonces

hasta ahora ha habido un desarrollo histórico del uso de los medios de comunicación para la evangelización adventista.

El primero en usar la imprenta para divulgar la creencia de la inminente venida de Cristo fue Guillermo Miller, padre del movimiento millerita. Con la influencia de Joshua Himes, antes del gran chasco del 22 de octubre de 1844, ocho millones de ejemplares de publicaciones adventistas esparcieron el mensaje y fueron leídas por la gente.

Después del chasco, los adventistas que se sobrepusieron a la gran desilusión buscaron nueva luz con oración y estudio de la Biblia. Entre ellos estaban, José Bates, Elena G. Harmon, Jaime White y otros. Estos pioneros, en cuanto entendían una creencia bíblica la predicaban y la publicaban en hojas sueltas, panfletos y revistas o las hacían publicar en los diarios de los pueblos y ciudades.

Elena G. Harmon, después Elena G. de White jugó un papel muy importante en el uso de la comunicación impresa para la evangelización adventista. Su producción literaria comprende más de 80 libros, 200 tratados y folletos, y 4.600 artículos publicados en diversos periódicos. Sus sermones, sus diarios, sus testimonios personales y cartas, comprenden otras 60.000 páginas de material en manuscritos.

Por su parte Jaime White, además de ser administrador, fue escritor y editor. Por consejo de su esposa comenzó la primera publicación adventista, titulada *The Present Truth*, en 1848. En 1853 esta revista llegó a publicarse cada semana. Su nombre ha sido cambiado, pero siempre fue la revista principal de la Iglesia Adventista. Hoy se conoce como *Adventist Review* y *Revista adventista* en español.

Otras revistas que inició Jaime White y que han servido desde el siglo XIX como medio de fortalecer la fe y hacer evangelismo han sido: *Youth's Instructor* que se comenzó a editar en 1852, y *Signs of the Times* que se inició oficialmente en 1874.

La segunda mitad del siglo XIX se caracterizó por los avances tecnológicos, incluyendo los que tienen que ver con la comunicación. Como resultado, los periódicos, los libros y las revistas salieron de las editoriales con más prontitud y se optimizó el tiempo y el espacio. Muy pronto los guardadores del sábado aprovecharon esos avances tecnológicos para predicar. Considerando el número de creyentes por habitantes y en el contexto social que les tocó vivir, los pioneros adventistas tuvieron éxito al usar los medios de comunicación masivos.

En el siglo XX y en la actualidad los avances tecnológicos en la comunicación se han desarrollado a plenitud, y la iglesia ha sabido aprovechar tales adelantos. Por ejemplo se lanzó al aire, en 1930, el programa *Voice of Prophecy* y cuando hubo la oportunidad de usar la televisión para la evangelización, se hizo en 1950 el programa *Faith for Today*. Poco después se organizó el Departamento de Comunicación de la Asociación General y en las últimas décadas del siglo XX se comenzó a hablar de una comunicación global e instantánea. Tanto Internet como el sistema satelital han sido factores de tal globalización.

Hoy se tiene, en la estructura de la iglesia, la Red de Comunicación Adventista, la Red de Televisión Adventista y el Centro de Medios Adventista que engloban todos los ministerios de comunicación de la iglesia con una visión de servicio interno y de evangelización mundial. La comunicación impresa, tiene la misma intención de informar y evangelizar.

La comunicación masiva tiene como fin informar, entretener y formar opinión, o sea afectar al receptor intencionalmente. Para afectar positivamente a las masas humanas con el evangelio es necesario saber usar en la práctica los géneros periodísticos impresos y electrónicos. Desde el director de comunicación de la iglesia local hasta el profesional en este ramo pueden llegar a ser periodistas cristianos de éxito si aprenden los conceptos, algo de la historia y sobre todo cómo redactar los géneros periodísticos.

El redactor de géneros informativos, como la noticia y el reportaje, ha de tomar en cuenta los valores noticiosos, la estructura y redacción de la noticia o del reportaje. En cambio el artículo, que es un género periodístico interpretativo, se redacta en forma diferente.

Entre los géneros del periodismo electrónico están los géneros radiales con sus guiones específicos, así como los de televisión. El hacer un programa de televisión incluye la preproducción, producción y la postproducción, con sus factores claros en cada etapa del proceso, desde la planeación hasta que sale al aire para su difusión.

Un ejemplo de este proceso es el programa de televisión *Buenos días señor Jesús*. Su breve historia se inicia en el año 2000 cuando una pareja de laicos, hijos de pastores, tuvieron la idea visionaria de tener un programa en la frontera entre México y los Estados Unidos, en el área de McAllen, Texas.

Este proyecto de usar la comunicación para la evangelización adventista comenzó comprando tiempo en el canal 7 de Televisa, que transmite desde la ciudad de Matamoros, Tamaulipas, México, y que tiene una cobertura que incluye lo que se conoce del lado de Estados Unidos como el Valle del Río Grande, cubriendo cuatro condados, y del lado de México: las ciudades de Matamoros, Río Bravo, Reynosa y sus alrededores.

Por tres años lo que se hizo fue conseguir programas grabados de los centros de comunicación de la iglesia, pero del año 2003 a la fecha se hace el programa siguiendo los principios básicos de la preproducción, producción y postproducción, desglosados en este trabajo.

Como parte del trabajo de campo y para apoyo de este proyecto universitario, se planeó la primera campaña de evangelismo unida al programa de televisión, teniendo como orador del programa y de la campaña al pastor Heberto García. Desde el comienzo hubo éxito. Después siguieron otras campañas y programas especiales en iglesias administradas también por el autor de es trabajo. De acuerdo con un informe de abril del 2007, se han bautizado unas 300 personas y hay unos 5 mil contactos misioneros surgidos de las campañas de evangelismo y el programa de televisión.

Conclusiones

1. Se concluye este trabajo declarando que la comunicación es una invención de Dios para bien de sus criaturas, sean celestiales o terrenales; y que el pecado originado por Lucifer trastocó la comunicación directa con la raza humana, pero Dios, en su plan de salvación comenzó su comunicación con un mensaje redentor, expresado en forma verbal y no verbal, teniendo como su máxima expresión la “palabra encarnada”, que es Cristo Jesús.

2. La Iglesia Adventista, a través de su historia, ha usado y sigue usando los medios de comunicación para evangelizar, pero el desafío sigue siendo grande. Sin embargo, si los laicos y pastores talentosos en esta área aprenden los principios básicos del periodismo cristiano e incursionaran en el uso correcto de los géneros periodísticos, el

desafío sería menor, ya que con la comunicación masiva se abarca más población en menos tiempo. Un ejemplo de esto es el programa *Buenos días Señor Jesús*.

Recomendaciones

Como resultado de este estudio, se hacen las siguientes recomendaciones:

1. Tener más literatura en español sobre la comunicación masiva para la evangelización adventista.
2. Hacer una mayor promoción, en todos los niveles de la iglesia adventista, pero en este caso particular, entre los hispanohablantes de Texas del aprendizaje y uso de los medios masivos de comunicación para la evangelización como una de las formas de cumplir la misión de Cristo encomendada a la iglesia.

APÉNDICE A

CUADRO DE LA INMIGRACIÓN A LOS ESTADOS UNIDOS EN LA ERA DORADA

Inmigración a los Estados Unidos de 1866 a 1900

AÑOS	NÚMEROS DE INMIGRANTES
1866-1870	1,513,101
1871-1880	2,812,191
1881-1890	5,246,613
1891-1900	3,687,564
TOTAL	13,259,469

Fuente: “Historical Statistics of the United States (1975)”, 1: 106, citado en Charles W. Calhoun, *The Gilded Age Perspectives on the Origins of Modern America* (Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield, 2007), 76.

APÉNDICE B

CRECIMIENTO DE LA IGLESIA ADVENTISTA EN EL MUNDO POR MILLONES DE 1848 A 2001

	Tiempo transcurrido	Fechas
1 Millón	107.1 años	1848 – 1955
2 Millones	14.7 años	1955 – 1970
3 Millones	7.9 años	1970 – 1978
4 Millones	5.1 años	1978 – 1983
5 Millones	3.3 años	1983 – 1986
6 Millones	2.7 años	1986 – 1989
7 Millones	2.3 años	May 31, 1989 - September 30, 1991
8 Millones	2.4 años	September 30, 1991 - February 2, 1994
9 Millones	2.3 años	February 2, 1994 - May 21, 1996
10 Millones	2.2 años	May 21, 1996 - August 23, 1998
11 Millones	1.4 años	August 23, 1998 – January 30, 2000
12 Millones	1.7 años	January 30, 2000 - June 10, 2001

Fuente: General Conference of Seventh-day Adventists, Office of Archives and Statistics. "Membership Growth of the Seventh-day Adventist Church by Millions", <http://www.adventistarchives.org/docs/Stats/MembershipGrowthMillions.PDF> (12 de enero de 2007).

APÉNDICE C

PARTICIPACIÓN DE LA RED ADVENTISTA DE TELEVISIÓN EN EL EVANGELISMO POR SATÉLITE

Año	Evento	Orador	Alcance
1995	Primera Red	Mark Finley	4 lenguajes, 670 sitios
1996	Segunda Red	Mark Finley	16 lenguajes, 2,450 sitios
1998	Tercera Red	Dwight Nelson	40 lenguajes
1998	Primera Red en Español	Alejandro Bullón	850 sitios
1998	Primera Red en África		17 lenguajes, 357 sitios
1999	En la Región del Pacífico	Mark Finley	600 sitios
1999	Cuarta Red	Doug Batchelor	
2000	Quinta Red	Kenneth Cox	
2000	Esperanza 2000	Alejandro Bullón	2,000 sitios en Brasil
2000	Campaña en Lima, Perú	Alejandro Bullón,	12,000 bautizados.
2001	Campaña en Port Moresby	Mark Finley	
2002	Sexta Red	Shawn Boonstra y Henry Feyerabend	
2002	Primer evento juvenil en Australia		
2002	Primer evento juvenil en Español	México, D. F.	
2003	Séptima Red	Lonnie Melashenko	
2004	Octava Red	Walter Pearson	
2005	Novena Red	Doug Batchelor	
2006	Décima Red	Shawn Boonstra	

Fuente: Gary Gibbs, "Miracle Factor: Celebrating 10 Years of Net Satellite Evangelism and Over 1 Million New Members", Hope Channel, verano, 2005, <http://www.acnsat.org/about.htm> (13 noviembre, 2006).

APÉNDICE D

LISTA DE VALORES NOTICIOSOS

Lista de valores noticiosos de tres autores

Lista de Carl N. Warren	Lista de Stanley Johnson y Julian Harris	Lista de Carlos Wagner Echegaray
1. Actualidad	1. Conflicto	1. Actualidad
2. Proximidad	2. Progreso y desastre	2. Trascendencia
3. Prominencia	3. Consecuencias	3. Prominencia
4. Curiosidad	4. Eminencia o preeminencia	4. Expectación
5. Conflicto	5. Oportunidad y proximidad	5. Rareza
6. Suspenso	6. Sexo	6. Conflicto
7. Emoción	7. Diversos	7. Humano o emotivo
8. Consecuencias		8. Progreso
9. Rareza		9. Hazaña
10. Interés Humano		10. Magnitud
		11. Transgresiones a la ley o nota roja

Fuentes: Carlos N. Warren, *Géneros periodísticos informativos*. (Barcelona: A.T.E., 1975). 25; Stanley Johnson y Julián Harris, *El reportero profesional* (México, D.F.: Trillas, 1976), 33-36; Carlos Wagner Echegaray, *Déjame que te cuente: Los géneros periodísticos y su ética profesional* (México, D.F.: Trillas, 2000), 20, 21..

APÉNDICE E

EJEMPLOS DE LAS PIRÁMIDES EN REDACCIÓN DE NOTICIAS

Ejemplos de Pirámides según Carlos Marín

Fuente: Carlos Marín, *Manual de periodismo* (México D.F.: Grijalbo, 2005), 109.

APÉNDICE F

EJEMPLOS DE GUIONES

Ejemplo de un guión de radio

México y su historia

Programa No. 3

2'	30"	<u>Música</u> -Cortina 10" disco Oscar Chavez: Banda 4	
		Se corta de golpe cuando entra el locutor	
	10"		<u>Narrador 1</u> Nos encontramos en el Lago de Texcoco, donde el emperador Moctezuma se dirige a su séquito.
		<u>Efecto</u> : Ruidos metálicos, ruedas, murmullos, permanecen 5" y desaparecen lentamente	
	5"		<u>Moctezuma</u> - Digan a la gente que esperen en silencio a que yo les haga una señal para comenzar a caminar.
		<u>Efecto</u> : Pasos que se acercan.	<u>Niño</u> – Señor, señor, a lo lejos se ve mucho polvo.
			<u>Moctezuma</u> - ¿Qué dices? Tendremos que apresurarnos. ¡Pronto! (pausa) Llama al segundo.
	20"	<u>Efecto</u> : Pasos multiples agitación se mezclan con música	
	10"	<u>Música</u> : Revueltas-Redes permanece de fondo	
			<u>Narrador</u> : El emperador sabía que el peligro estaba cerca y que debía tomar decisiones rápidas...

Fuente: María Cristina Romo Gil, *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*
(México, D.F.: Diana, 1991), 66.

Ejemplo de un guión de televisión

Programa: Nuestra vida Capítulo: 5 Productor: Juan Pérez	
VIDEO	AUDIO
FADE IN VLS de pradera. PAN → a hombre sentado CORTE A MS de hombre. ZIN CUP de cara, el hombre tiene la mirada perdida. DISOLVENCIA A LS de mujer en recámara de un niño. CORTE A MS de mujer acercándose a la cama. CORTE A CUP de niño durmiendo CORTE A MS de mujer acariciando el pelo del niño. CUP de mujer.	FADE IN MUSICA A PRIMER PLANO FADE OUT MUSICA FADE IN A CANCIÓN DE CUNA
MS de niño moviéndose en la cama, la mujer lo acaricia y lo tapa de nuevo. CUP de mujer.	MUSICA SEGUNDO PLANO —MUJER: Nunca sabrás lo duro que ha sido para mí tomar una decisión como ésta, querido mío, lamento mucho que las cosas hayan salido de esta manera.
CORTE A	—MUJER: La vida a veces es injusta y no debería ser así con un niño tan bueno como tú.

Fuente: Mónica Diana Gutiérrez González y Myrthala I. Villarreal Barocio, *Manual de producción para TV: Géneros, lenguaje, equipo, técnicas* (México, D.F.: Trillas, 1997), 85.

APÉNDICE G

MUESTRAS, RESULTADO DE ENCUESTA Y ORGANIZACIÓN DE LA CAMPAÑA DE EDINBURG, TEXAS

ENCUESTA VOLUNTARIA DE TELEVISION

ESTE ES UN SERVICIO SOCIAL EN LA COMUNIDAD DE LOS PROGRAMAS "BUENOS DIAS SEÑOR JESÚS" Y "LA VERDAD PRESENTE" TRANSMITIDOS EN EL CANAL 9 Y CABLE 19 A LAS 7:00 DE LA MAÑANA Y LOS DOMINGOS A LAS 10 DE LA NOCHE POR EL CANAL 7

¿Cuándo ve Ud. más televisión? Mañana ☐ Tarde ☐ Noche ☐

¿Cree que en la Tele hay mucha violencia y sexo? Si ☐ No ☐ No sé ☐

¿Le gustaría que hubieran más programas educativos, de salud, superación personal y religiosos: Si ☐ No ☐ No sé ☐

¿Ha visto el programa "Buenos Días Señor Jesús" y "La Verdad Presente"? Si ☐ No ☐ No sé ☐

¿Le gustaría recibir información gratis de estos programas? Si ☐ No ☐ No sé ☐

Nombre _____ Tel. _____

Dirección _____

Joven ☐ Adulto ☐ Sexo: M ☐ F ☐

¡MUCHAS GRACIAS!

Resultado de la encuesta realizada en los alrededores de los templos adventistas de San Juan y Edinburg, Texas

¿Cuándo ve Ud. más televisión?	Mañana: 29	Tarde: 43	Noche: 90
¿Cree que en la Tele hay mucha violencia y sexo?	Si: 123	No: 10	No sé: 10
¿Le gustaría que hubieran más programas educativos, de salud, superación personal y religiosos:	Si: 137	No: 2	No sé: 3
¿Ha visto el programa "Buenos Días Señor Jesús" y "La Verdad Presente"?	Si: 79	No: 62	No sé: 8
¿Le gustaría recibir información gratis de estos programas?	Si: 104	No: 6	No sé: 8
Jóvenes: 25	Adultos: 111		
Hombres: 48	Mujeres: 98		
Encuestas Contestadas: 146	Total de Encuestas Repartidas: 200		

APÉNDICE H

EN

MUESTRAS DE LA CAMPAÑA DE EVANGELISMO

EVENTOS FINALES

**Terrorismo, guerras, desastres naturales, crímenes,
matrimonio entre homosexuales, anticristos...**

¿Qué le recuerda todo esto?

Jesús dijo: "Cuando estas cosas comiencen a suceder, erguíos y levantad vuestra cabeza, porque vuestra redención está cerca". (Lucas 21:28)

**El orador de los programas "Buenos Días, Señor Jesús" y "La Verdad Presente" dará una serie de 20 conferencias de los eventos finales.
A partir del sábado 17 de marzo del 2007**

¡Porque a usted le interesa saber, aproveche esta oportunidad!

**LUGAR: Templo All Nations de McAllen
6105 N. Ware Rd., (entre milla 4 y Dove)**

<p>Pastor Heberto García</p>	<p>Habrà dos turnos. Llame al teléfono (956) 821-4893. Para apartar su lugar en el turno que usted desee.</p> <p>Primer turno - 6:30 pm Segundo turno - 8:30 pm</p> <p>¡Empezaremos a tiempo!</p>	<p>ALL NATIONS</p> <p>Milla 4 Ware Rd. Dove</p>
---	--	--

LOS PRIMEROS TRES TEMAS:

Sábado 17- El siniestro plan de los Estados Unidos.

Domingo 18 - Los eventos finales.

Lunes 19 - Cuando desaparezcan los buenos.

¡Habrà regalos, sorpresas, música especial!

Venga con toda la familia. Se proveerá cuidado para los niños.

McALLEN, TEXAS

BIBLIOGRAFIA

“Acerca de *El centinela*: Historia.” <http://www.elcentinela.com/?p=about> (31 de enero de 2006).

Adame Goddard, Lourdes. *Guionismo*. México, D.F.: Diana, 1991.

Adventist Communication Network. “Energy for Adventists: Our Mission”.
<http://news.adventist.org/data/2006/09/11635344/index.html.en> (22 de enero 2007).

_____. “Our History.” <http://www.acn.inf/about.htm> (5 de octubre de 2007)

Adventist Media Center Trust Services. *Adventist Media Center*. Simi Valley, CA: Adventist Media Center, 2006.

Adventist News Network. “World Church: Bill Knott, Historian and Editor, Elected Adventist Review and Adventist World Editor.” <http://news.adventist.org/data/2006/09/1160335344/index.hrml.en> (22 de enero de 2007).

Adventist Review Online. “About the Review, our Roots and Mission”.
<http://adventistreview.org/thisweek/history.htm> (19 de enero de 2007).

Adventist Television Network. “Adventist Television Network: Parent of the Hope Channels.” <http://adventist.tv/index.html> (5 de febrero de 2007).

Adventist World Radio. “Learn about AWR.” http://www.awr2.org/index.php?option=com_content&task=view&id=2&Itemid=3 (22 de octubre de 2007).

Albert, Pierre, y Andre-Jean Tudesq. *Historia de la radio y la televisión*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1982.

Alvear Acevedo, Carlos. *Breve historia del periodismo*. México, D.F.: Editorial JUS, 1982.

Arkusinski, James. “Net Notes.” *Adventist Review*, noviembre de 1997, 28-29.

- Asociación Ministerial de la Asociación General de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. *Creencias de los adventistas del séptimo día: Una exposición bíblica de las doctrinas fundamentales*. Nampa, Idaho: Publicaciones Interamericanas, 2006.
- Avilés Fabila, René. *La incómoda frontera entre el periodismo y la literatura*. México, D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana, 1999.
- Bacre Parra, Víctor. *Comunicación cultural y educación*. México, D.F.: Trillas, 2000.
- Badenas, Roberto. *Más allá de la ley*. Madrid: Safeliz, 2000.
- Baena Paz, Guillermina. *Géneros periodísticos informativos*. México, D.F.: Editorial Pax, 1993.
- Balmes Zúñiga, Zolila, y Gracia González de López. *Comunicación escrita*. México, D.F.: Trillas, 1997.
- Benavides Ledesma, José Luis, y Carlos Quintero Herrera. *Escribir en prensa: Redacción informativa e interpretativa*. México, D.F.: Alhambra Mexicana, 1997.
- Berlo, David. *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires: Ateneo, 1977.
- Blackmer, Sandra. "Adventist World Radio: Short 'Waves' Net Tall Results." *Adventist World-NAD*, octubre 2007, 16-17.
- Borrego, Salvador. *Periodismo trascendente*. 13^a ed. México, D.F.: Alfaro Hermanos, 1980.
- Branson, Roy. "The Sabbath and the Sanctuary." *Adventist Review*, mayo de 2001, 27.
- Breath of Life Ministries. "Our Mission: The Urban Agenda." <http://www.bolministries.com/newbol/mission.htm> (15 de noviembre de 2006)
- Calhoun, W. Charles. *The Gilded Age: Perspectives on the Origins of Modern America*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield, 2007.
- "Celebrating 125 Years." *Signs of the Times*, junio de 1999, 17.
- El centinela*. "Pautas para escritores." <http://www.elcentinela.com/?p=guide> (22 de enero de 2008).
- Ciencias de la comunicación*. México, D. F.: Ediciones Instituto de la Investigación de Tecnología Educativa de la Universidad Tecnológica de México, 2001.
- Clarke, Adam. *The Holy Bible with a Commentary and Critical Notes*. Nueva York: Abingdon Press, 1826.

- "The Creation of the World." *Matthew Henry's Commentary on the Whole Bible, Complete and Unbridged in one Volume*. Peabody, MA: Hendrickson Publishers, 1996. 732.
- Crosby, Tim. "eTreasures: Seven Ways to Enhance Your Ministry through the Internet." *Ministry*, junio de 2004, 5-6.
- "Cuatro años de terror." *La Frontera: Noticias del Valle*. McAllen, Texas, 20 de marzo de 2007, 1.
- Daniels, Roger. "The Immigrant Experience in the Gilded Age." En *The Gilded Age Perspectives on the Origin of Modern America*, ed. Charles W. Calhoun, 76-89. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield, 2007.
- Davidson, Jo Ann. "Word Made Flesh: The Inspiration of Scripture." *Journal of the Adventist Theological Society* 15 (primavera 2004): 21-33.
- de Oliveira, Enoch. *La mano de Dios al timón*. Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 1987.
- del Río Reynaga, Julio. *Periodismo interpretativo: El reportaje*. México, D.F.: Trillas, 2002.
- de la Torre Hernández, Francisco Javier, y Francisco J. de la Torre Zermeño, *Taller de análisis de la comunicación*. México, D. F.: McGraw-Hill Interamericana de México, 2001.
- Dick, Everett. *Fundadores del mensaje*. Keene, TX: Gospel Reproductions, s.f.
- Dinzey, Johnny. Carta circular enviada a los pastores de la División Norteamericana; 7 diciembre de 2005.
- Dockery, David S. *Christian Scripture: An Evangelical Perspective on Inspiration, Authority, and Interpretation*. Nashville: Broadman & Holman, 1995.
- Dupertuis, Atilio. *El carpintero divino*. Berrien Springs, MI: Pioneer, 1991.
- _____. *De Egipto a Canaan*. Berrien Springs, MI: Pioneer, 1995.
- Ellen G. White Estate. *Ellen White Books and Pamphlets*. Silver Spring, MD.: Ellen G. White Estate, 1996.
- Erickson, Hal. *Religious Radio and Television in the United States, 1921-1991*. Jefferson, NC: McFarland, 1992.

Faith for Today. "History." <http://www.faithfortoday.tv/history.php> (16 de noviembre de 2006).

_____. "Milestone Award." http://www.faithfortoday.tv/awards_mile.php (11 de noviembre de 2006).

Fernández Collado, Carlos. *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*. México, D. F.: McGraw-Hill/Interamericana, 2001.

Fillippi, Emilio. *Fundamentos del periodismo*. México, D.F.: Trillas, 1997.

Fore, F. William. "A Theology of Communication." <http://www.religion-online.org/showarticle.asp?title=260> (5 de marzo de 2006).

García, Heberto, locutor del programa *Buenos días Señor Jesús*. Entrevista por el autor. McAllen, Texas, 11 de abril, 2007.

General Conference of Seventh-day Adventists, Office of Archives and Statistics. "Membership Growth of the Seventh-day Adventist Church by Millions." <http://www.adventistarchives.org/docs/Stats/MembershipGrowthMillions.PDF> (12 de enero de 2007).

Gibbs, Gary. "Hope Channel and the Miracle Factor." *Hope Channel*. Verano de 2005, 4-5.

Gil, Rubén. *Periodismo: Curso práctico de periodismo evangélico*. 3 vols. Barcelona: CLIE, 1993.

González Alonso, Carlos. *Diccionario de la comunicación*. México, D.F.: Trillas, 2003.

_____. *El Guión*. México, D.F.: Trillas, 1989.

González Longoria, Silvia L. *El ejercicio del periodismo*. México, D.F.: Trillas, 1997.

González Reyna, Susana. *Géneros periodísticos I: Periodismo de opinión y discurso*. México, D.F.: Trillas, 1999.

Gordon, Paul A. *In the Footsteps of the Pioneers*. Silver Spring, MD: Ellen G. White Estate, 1990.

Gorz, Margarita, y Pedro Ulloa. *ABC del periodismo*. México, D.F.: Concepto, 1988.

Gran diccionario enciclopédico McGraw-Hill ilustrado. México, D.F.: McGraw-Hill/Interamericana, 2001. Ver "comunicación."

- Gruver, Rebecca Brooks. *An American History*. Nueva York: Hunter College of the City University of New York, 1985.
- Gutiérrez González, Mónica Diana, y Myrthala I. Villarreal Barocio. *Manual de producción para TV: Géneros, lenguaje, equipo, técnicas*. México, D.F.: Trillas, 1997.
- Henry, Matthew. *Matthew Henry's Commentary on the Whole Bible, Complete and Unbridged in one Volume*. Peabody, MS: Hendrickson Publishers, 1996.
- Hoover, Stewart M. *Mass Media Religion*. Newbury Park, CA: Sage, 1988.
- Howell, Emma E. *El gran movimiento adventista*. Keene, TX: Gospel Reproductions, s.f.
- "Inspiración." [2 Ti. 3:16]. *Comentario bíblico adventista*. Ed. Francis D. Nichol, trad. V. M. Ampuero Matta. 7 vols. Boise, ID: Publicaciones interamericanas, 1978-1990. 7:355.
- Japas, Salim. *Cristo en el santuario*. Mountain View, CA: Publicaciones Interamericanas, 1980.
- Jeffery, Craig R. "Powered by the Holy Spirit." *Adventist World, NAD Edition*, enero de 2008, 31-32.
- Johnson, Stanley, y Julián Harris. *El reportero profesional*. México, D.F.: Trillas, 1976.
- Johnsson, William G. "From the Editor's Pen." *Adventist World, NAD Edition*, noviembre de 2005, 3.
- _____. "Our Roots and Mission." <http://www.adventistreview.org/article.php?id=22> (19 de enero de 2007).
- _____. "Present Truth: Walking in God's Light." *Adventist Review*, 6 de enero 1994, 8.
- Knight, George R. *A Brief History of Seventh-day Adventists*. Hagerstown, MD: Review and Herald, 2004.
- _____. *Ellen White's World*. Hagerstown, MD: Review and Herald, 1998.
- LaSor, William, David Allan Hubbard, y Frederic Wm. Bush. *Panorama del Antiguo Testamento*. Buenos Aires: Nueva Creación, 1995.

- Leiner, Barry M., Vinton G. Cerf, David D. Clark, Robert E. Kahn, Leonard Kleinrock, Daniel C. Lynch, Jon Postel, Larry G. Roberts, y Stephen Wolff. "A Brief History of the Internet." <http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml> (5 de febrero de 2007).
- Manual de la Iglesia*. Miami: Inter-American Division Publishing Association, 2001.
- Marín, Carlos. *Manual de periodismo*. México, D.F.: Grijalbo, 2005.
- Martínez Albertos, José Luís. *Redacción periodística: Los estilos y los géneros en prensa escrita*. Barcelona: A. T. E., 1974.
- Maxwell, C. Mervyn. *Dilo al mundo: La historia de los Adventistas del Séptimo Día*. Traducido por Fernando Chaij. Coral Gables, FL: Asociación Publicadora Interamericana, 1990.
- Microsoft Encarta*. 2006. Ver "Internet."
- Millán Moyano, Carmen. *La necesidad de comunicarse*. México, D.F.: Editores Mexicanos, 1993.
- Nichol, Francis D., ed. *Comentario bíblico adventista*. Traducido V. E. Ampuero Matta. 7 vols. Boise: Publicaciones Interamericanas, 1978-1990.
- Peverini García, Milton. *Vida de Braulio Pérez Marcio, fundador de la Voz de la Esperanza: De incrédulo a campeón del evangelio*. Nampa, ID: Pacific Press, 2007.
- Ramírez-Johnson, Johnny, Edwin I. Hernández, Marla Berry, José Ramírez, y Audrey Howard. *Avance: A Vision for a New Mañana*. Loma Linda, CA: Loma Linda University Press, 2003.
- Red de Noticias Adventistas. "Iglesia mundial: El Concilio Anual vota nuevas pautas para los sitios Web de la Iglesia." <http://news.adventist.org/data/2006/09/1160518057/index.html.es> (11 de noviembre de 2006).
- _____. "Iglesia mundial: En todo el mundo, la Iglesia alcanza a muchas personas por medio de la Internet." <http://news.adventist.org/data/2006/08/1157469439/index.html.es> (11 de noviembre de 2006).
- Rodríguez, Angel Manuel. "God's Presence in the Sanctuary: A Theology of His Nearness." *Ministry*, noviembre 2004, 16-19.
- Rodríguez, Pablo C. *Las alas del mensaje*. Santa Fe, Argentina: Talleres Gráficos de Ciscato, 2004.

- Rojas Espinoza, María de Jesús. *Manual para redactar titulares*. México, D.F.: Trillas, 2003.
- Romo Gil, María Cristina. *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*. México, D.F.: Diana, 1991.
- Saad, Antonio Miguel. *Redacción, desde cuestiones gramaticales hasta el informe formal extenso*. México, D.F.: Continental, 1984.
- Safe TV. "Welcome to Safe Television." <http://www.safetv.org/Awards.htm> (23 de enero de 2007).
- Serrano, Helga I. *Técnicas de la enseñanza del periodismo*. México, D.F.: Trillas, 1997.
- Seventh-day Adventist Encyclopedia*. 2 vols. Edición revisada 1996. Hagerstown, MD: Review and Herald, 1996. Ver "Adventist Media Center."
- _____. 2 vols. Edición revisada. Hagerstown, MD: Review and Herald, 1996. Ver "Communication, Department of."
- _____. 2 vols. Edición revisada. Hagerstown, MD: Review and Herald, 1996. Ver "It Is Written."
- _____. 2 vols. Edición revisada. Hagerstown, MD: Review and Herald, 1996. Ver "White, James Springer."
- Shetler, Tamara. "A Ministry Portal to the World (Wide Web)." *Adventist Review*, mayo de 2003, 38.
- Signs of the Times*. "More than a Century of Signs." <http://www.signstime.com/p=about> (22 de enero de 2007).
- _____. "New Look 2007." <http://www.signstime.com/?p=news> (24 de enero de 2007).
- Simon and Schuster Diccionario Español*. Segunda edición Inglés/Español, Español/Inglés. 1997. Ver "Lead."
- Smith, Uriah. "The Camp-meeting at Ripon, Wis." *Adventist Review and Sabbath Herald*, 13 de julio de 1876, 4.
- Spence, H. D. M, y Joseph S. Exell, eds. *The Pulpit Commentary*. Grand Rapids: Wm. B. Eerdmans, 1977.
- Stevens, Libna E., y Williams Costa Junior. "Pentecost Multiplied." *Adventist World, NAD Edition*, mayo 2007, 17-19.

- Time Almanac*. Boston: Pearson Education Company, 2007. Ver "Newspapers."
- _____. Boston: Pearson Education Company, 2007. Ver "World Statistics."
- Tostado Span, Verónica. *Manual de producción de video: Un enfoque integral*. México, D.F.: Longman de México, 1996.
- Van Bemmelen, Peter. "Revelación e inspiración". En *Teología: Fundamentos bíblicos de nuestra fe*. 9 vols. Miami: APIA, 2005-. 1:85-151.
- Vivaldi, Gonzalo Martín. *Curso de redacción*. Madrid: Editorial Paraninfo, 1993.
- _____. *Géneros periodísticos*. México, D.F.: Prisma, s/f.
- Voice of Prophecy*. "Real Gospel for Real Life." <http://vop.com/article.php?id=266> (15 de noviembre de 2006).
- La Voz de la Esperanza*. "Nuestra historia: Breve reseña histórica." <https://www.lavoz.org/v4/content/view/13/28/> (16 de noviembre de 2006)
- Wagner Echegaray, Carlos. *Déjame que te cuente: Los géneros periodísticos y su ética profesional*. México, D.F.: Trillas, 2000.
- warren, Carlos N. *Géneros periodísticos informativos*. Barcelona: A.T.E., 1975.
- Weber de Vyhmeister, Nancy. "¿Quiénes son los adventistas del séptimo día?" En *Teología: Fundamentos bíblicos de nuestra fe*, ed. Sergio V. Collins, Mario A. Collins, y Félix Cortés, 1:41-83. 9 vols. Miami: APIA, 2005.
- Weill, Georges. *El periódico*. Traducido Virgilio Meléndez. México, D.F.: UTEHA, 1979.
- Whidden, Woodrow W. "Elena G. de White: Inerrancia e interpretación." *Ministerio Adventista*, septiembre-octubre de 2003, 15-16.
- Whitaker, Richard W., Janet E. Ramsey, y Ronald D. Smith. *Media Writing: Print, Broadcast and Public Relations*. Nueva York: Addison Wesley Longman, 2000.
- White, Elena G. de. *Colporteur Ministry*. Boise, ID: Pacific Press, 1990.
- _____. *El conflicto de los siglos*. Mountain View, CA: Publicaciones Interamericanas, 1975.
- _____. *El evangelismo*. Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 1976.

_____. *La historia de la redención*. Washington, DC: Review and Herald, s.f.

_____. *Patriarcas y profetas*. Mountain View, CA: Pacific Press, 1975.

_____. *La verdad acerca de los ángeles*. Miami: Asociación Publicadora Interamericana, 1997.

Wikipedia. "Satélite artificial." http://es.wikipedia.org/wiki/Sat%C3%A9lite_artificial (5 de octubre de 2007).

CURRÍCULUM VITAE

DATOS PERSONALES

Nombre: Daniel Sosa,
Nacido el 17 de octubre de 1944, en Las Choapas, Veracruz, Mexico
Nombre de la esposa: Julieta Sosa
Hijas: Margarita, Julieta, Danelia, todas casadas

EDUCACIÓN

2000–	Andrews University, Doctorado en Ministerio
1986	Universidad Autónoma de Nuevo León Bachiller en comunicación y periodismo
1980	Maestría en Religión, Andrews University
1975	Bachiller en Teología

EXPERIENCIA PROFESIONAL

1991-Presente	Asociación de Texas, Pastor
1993-1999	Universidad de Montemorelos Profesor visitante para comunicación y periodismo
1985-1990	Unión Mexicana, director y redactor de la revista <i>Enfoque de nuestro tiempo</i>
1985	Asociación del Norte de México, Secretario ejecutivo
1984-1985	Asociación del sur de México, Presidente
1982-1984	Asociación del Sureste Mexicano, Secretario de campo.
1979-1984	Asociación de Texas, Pastor
1978-1979	Universidad de Montemorelos, Pastor de la iglesia universitaria
1975-1977	Mexican Union, Director, Communication Dept.
1971	Ordenación al ministerio
1967-1974	Asociación Central Mexicana, Pastor (Toluca – Mexico City)