

MINISTERIO A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



**DISCÍPULOS EN
MINISTERIO**

Ministerio a través de los medios de comunicación

DISCÍPULOS EN MINISTERIO

Utter, Brian

Discípulos en ministerio MCL1 : Ministerio a través de los medios de comunicación / Brian Utter y Myriam Pozzi ; coordinado por Jorge Julca ; dirigido por Christian Sarmiento. - 1a ed. - Derqui : Producciones SAM, 2010.

74 p. ; 28x20 cm.

ISBN 978-987-1733-01-9

1. Discipulado. 2. Vida Cristiana. I. Pozzi, Myriam II. Julca, Jorge, coord. III. Sarmiento, Christian, dir. IV. Título

CDD 266.66

Fecha de catalogación: 19/04/2010

Discípulos EN MINISTERIO

Director Regional de Sudamérica
Christian Sarmiento

Coordinador General
Jorge L. Julca

Escritores

Lecciones 1, 3, 4, 6 y 8 Brian Utter
Lecciones 2, 5 y 7 Myriam Pozzi

Discípulos en Ministerio
es un proyecto editorial de la Oficina Regional
de la Iglesia del Nazareno en Sudamérica

Copyright © 2009 por Iglesia del Nazareno
Publicaciones SAM
Casilla de Correo 154; Código Postal 1629
Pilar, Buenos Aires, Argentina

Impreso en Argentina

Impreso en www.ghioneimpresores.com.ar

Contenido

PRESENTACIÓN	4
INSTRUCCIONES	5
Lección 1: ¿Por qué estudiamos la comunicación?	9
Lección 2: Comunicando a través de los medios masivos	17
Lección 3: La ética de la comunicación	25
Lección 4: Una teología wesleyana de la comunicación	33
Lección 5: La comunicación efectiva	41
Lección 6: La audiencia	49
Lección 7: La comunicación como herramienta evangelística	57
Lección 8: Una estrategia de comunicación para la iglesia local	67

Presentación

La serie de cursos de autoestudio DISCÍPULOS EN MINISTERIO (DEM) está diseñada para discípulos del Señor Jesucristo que están dispuestos a cumplir su orden de hacer discípulos en todas las naciones (Mateo 28:20).

Un discípulo es un seguidor de su maestro. En el caso de los discípulos de Cristo, no sólo seguimos a nuestro Maestro, también queremos ser como Él. Realmente nos falta mucho para imitarlo. El asunto del discipulado cristiano tiene que ver con permitir que Jesús sea el dueño, el amo y el Señor de todo lo que somos. Es decir, que tenga el control total de nuestra vida. Cuando Cristo Jesús tiene el control absoluto, entonces, Él comenzará a “ser y hacer” en nosotros, aún más de lo que pudiéramos “ser y hacer” por nosotros mismos. Este concepto radical de discipulado es para toda la vida.

Como todo proceso, el discipulado tiene sus etapas. La primera es recibir a Jesús como Salvador y Señor y aprender que esto significa ceder a nuestra voluntad hasta llegar al momento especial cuando Jesús toma todo el control de cada aspecto de nuestra vida. En ese momento, Dios “produce el querer como el hacer, por su buena voluntad” (Filipenses 2:13) en nosotros. Sin el completo control de Dios, no podemos servirle. Él debe producir el hacer como el querer. Únicamente después de “ser”, podemos pasar a la etapa del “hacer”.

El apóstol Pablo nos dice que “somos hechura suya, creados en Cristo Jesús para buenas obras, las cuales Dios preparó de antemano para que anduviésemos en ellas” (Efesios 2:10). Ahora que somos parte del cuerpo de Cristo (la iglesia), y que Jesús como cabeza nos controla, entonces debemos encontrar cómo podemos ser de mayor utilidad para el Cuerpo. La segunda parte del discipulado es perfeccionarnos “para la obra del ministerio, para la edificación del cuerpo de Cristo” (Efesios 4:12).

Estos cuadernos de autoestudio nos ayudarán a profundizar en el llamado de servir a Jesucristo, lo que Dios ha designado para cada uno de nosotros. Ahora somos “linaje escogido, real sacerdocio, nación santa, pueblo adquirido por Dios, para que anunciéis las virtudes de aquel que nos llamó de las tinieblas a su luz admirable” (1 Pedro 2:9). Una de las mejores maneras de anunciar las virtudes de Jesús es demostrando quién es Él por medio de un ministerio en nuestra iglesia local, es decir, siendo en verdad una parte activa de su Cuerpo.

Este programa para Discípulos en Ministerio está compuesto por cuatro cursos generales y seis cursos especializados en cada ministerio específico. Los primeros cuatro cursos nos orientarán en los pasos básicos del discipulado: (1) ¿Quién es Jesús y qué significa seguirlo? (2) ¿Qué significa estar en Cristo? (3) ¿Qué significa ser parte del pueblo de Dios? y (4) ¿Qué significa crecer a semejanza de Cristo? Los seis cursos restantes nos ofrecerán contenidos especializados en diferentes ministerios como “Evangelismo”, “Ministerio pastoral básico”, “Educación cristiana”, “Comunicaciones cristianas: medios y

literatura", "Compasión cristiana", "Liderazgo", "Ministerio a la mujer", "Misiones cristianas" y "Ministerio juvenil".

Nuestra oración es que usted encuentre su función en el "cuerpo de Cristo" y que esta serie de cursos lo ayuden a convertirse en un discípulo involucrado en ministerio. Por esta razón Dios lo salvó y ahora usted es parte del cuerpo de Cristo.

Dr. Christian Sarmiento
DIRECTOR REGIONAL
Iglesia del Nazareno
América del Sur

El material que tiene en sus manos forma parte de uno de los cursos del proyecto Discípulos en Ministerio (DEM) que busca perfeccionar a los santos para desempeñar su ministerio como establece la Palabra de Dios en Efesios 4:12.

Este material ha sido elaborado por diferentes autores como un recurso de autoenseñanza para desarrollar con excelencia el ministerio que el Señor le ha llamado a realizar en su iglesia local.

De ninguna manera este material pretende sustituir una preparación académica formal para las personas que Dios ha llamado a dedicar sus vidas de lleno al ministerio, porque para tal fin existen varias instituciones de educación teológica en los diferentes países de nuestra Región.

Cómo usar este material:

Este curso está dividido en ocho lecciones, para estudiar ya sea en forma individual o grupal. Creemos que de ser factible estudiar las lecciones en grupos pequeños será de mayor beneficio.

Por estar diseñado el material para autoestudio no requiere necesariamente de un maestro-guía; sin embargo, si algún pastor o líder avanzado de su iglesia local puede ayudar estamos seguros que será de mucho provecho.

Usted puede decidir cuál es el mejor tiempo para estudiar cada lección. Las modalidades pueden ser muy variadas y esperamos que se ajusten a su disponibilidad de horario. Recomendamos que se estudie al menos una lección por semana.

Antes de empezar cada lección debe tener en cuenta lo siguiente:

- Dedique un tiempo de oración antes de comenzar su estudio.
- Tenga a mano una Biblia para poder buscar las citas de referencia que se encuentran en cada una de las lecciones.
- Le recomendamos realizar una lección a la vez y dedicar tiempo para responder a las preguntas planteadas, así como hacer las actividades propuestas y lograr los objetivos establecidos.

En cada lección usted encontrará diferentes secciones identificadas con sus respectivos íconos. A continuación le explicamos cuál es el significado de cada una de esas secciones.



OBJETIVOS

OBJETIVOS: Son los logros que usted alcanzará al terminar la lección. Le recomendamos leerlos y al terminar la lección preguntarse si se han cumplido. Estos objetivos están dirigidos a encaminar sus valores, sus convicciones como creyente, así como a conocer lo necesario para cumplir nuestro ministerio.

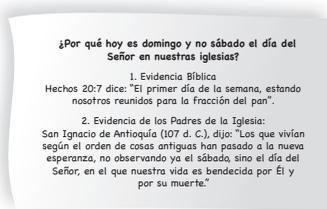


IDEAS PRINCIPALES

IDEAS PRINCIPALES: En esta sección usted encontrará un resumen de los aspectos más importantes de la lección. Lo que lea aquí es lo que se desarrollará de manera más detallada a lo largo del contenido. Le sugerimos al terminar la lección volver a las Ideas Principales y reafirmar los conceptos centrales que aprendió.



AYUDAS DIDÁCTICAS: En la columna angosta de cada lección encontrará algunas consignas relacionadas con el tema que se está desarrollando. En la mayoría de los casos son preguntas o indicaciones que le ayudarán en la comprensión y diálogo con los contenidos.



¿Por qué hoy es domingo y no sábado el día del Señor en nuestras iglesias?

1. Evidencia Bíblica
Hechos 20:7 dice: "El primer día de la semana, estando nosotros reunidos para la fracción del pan".

2. Evidencia de los Padres de la Iglesia:
San Ignacio de Antioquía (107 d. C.), dijo: "Los que vivían según el orden de cosas antiguas han pasado a la nueva esperanza, no observando ya el sábado, sino el día del Señor, en el que nuestra vida es bendecida por Él y por su muerte."

NOTAS COMPLEMENTARIAS: Son apuntes con información adicional que le permitirán profundizar en los contenidos que está estudiando.

Actividades

ACTIVIDADES: Al finalizar cada lección encontrará alguna tarea para reforzar lo aprendido a través de preguntas, esquemas o una consigna de carácter práctico. Le sugerimos dedicar el tiempo necesario para realizar cada actividad, lo cual le permitirá autoevaluarse en relación a su aprendizaje.

Le animamos a seguir adelante en su desarrollo espiritual como líder de la iglesia de Jesucristo. Dios tiene reservado para usted un ministerio maravilloso en su iglesia local y esperamos que este curso le acompañe e instruya para cumplir esta sagrada tarea.

¿Por qué estudiamos la comunicación?





¿Qué es la comunicación?

La comunicación es una habilidad docta. Los seres humanos en su mayoría nacemos con la capacidad física de hablar, pero debemos aprender a "hablar bien" y a comunicarnos con eficacia. El discurso, el escuchar, y nuestra capacidad para entender significados verbales y no verbales son habilidades que desarrollamos de varias maneras. Aprendemos comunicación observando a la gente y modelamos nuestros comportamientos basados en lo que vemos. También se nos enseñan algunas habilidades de la comunicación con la educación y básicamente aprendemos cuando practicamos con ella.

OBJETIVOS

- Desarrollar el concepto de comunicación.
- Ver por qué es importante como hijos de Dios aprender a comunicarnos.
- Mostrar de qué manera se comunicaba Jesús.

IDEAS PRINCIPALES

- Es importante estudiar comunicación social para el desarrollo integral de la persona.
- La comunicación impregna cada elemento de nuestras vidas y forma la manera en que percibimos, interactuamos y describimos el mundo.
- Estudiamos comunicación para poder anunciar a Jesús de una manera más efectiva a la gente. Como Jesús, podemos encontrar formas de comunicar su historia de manera que afecte la vida de las personas alrededor de nosotros.



¿Por qué la comunicación es importante?

La comunicación oral ha sido nuestro método principal para comunicarnos unos con otros. Se estima que el 75% del día de una persona transcurre tratando de comunicarse de diferentes maneras. La mayoría de ese

DISCÍPULOS EN MINISTERIO

y describimos el mundo. Desde este punto de vista, la comunicación es una ventana a través de la cual nos entendemos a nosotros mismos, regulamos nuestras interacciones con los demás, y experimentamos la vida.

Bueno, hasta aquí hemos dado una respuesta que podríamos encontrar en los libros de texto sobre el porqué estudiamos la comunicación. Sin embargo, ¿qué sobre nosotros como hijos de Dios y seguidores de Cristo? ¿Por qué necesitamos estudiar comunicación? La respuesta es simple y se puede encontrar en la Gran Comisión. Todos sabemos que la Biblia dice "Id y haced discípulos". ¿Cómo hacemos discípulos? Miremos qué dice Mateo 28:20 "enseñándoles que guarden todas las cosas que os he mandado..." Si busca en un diccionario la palabra 'enseñar', encontrará que dice: "Impartir conocimiento, instruir por precepto, ejemplo o experiencia". ¿Cómo impartimos el conocimiento? ¿De qué manera instruyó Jesús a sus discípulos? Él se comunicó con ellos con historias o parábolas, con sus experiencias diarias y con su ejemplo. Nuestras vidas enteras giran alrededor de la comunicación verbal y no verbal.

Charles Kraft en su libro, *Comunicando el evangelio a la manera de Dios*, explora las características de la comunicación de Dios. Él relaciona cada uno de estos elementos con la teoría de la comunicación moderna y después sugiere que debemos poner el esfuerzo en imitar a Dios.

1. **Impacto.** Cuando Dios se comunica con el hombre lo impresiona. Hace un impacto en su vida. Podríamos preguntarnos qué elemento es el que estimula a la acción. ¿Qué consiguió que Abraham saliera del hogar y dejara su país, con familia y todo, para ir a una tierra nueva donde él era un extranjero? ¿O qué hizo que Moisés se parara contra el reino de Egipto? Fue más que una transferencia de información lo que consiguió el cambio en las personas. Fue un impacto emocional también. La comunicación nos impacta.
2. Dios toma la **iniciativa** en comunicarse. Así como Dios inició la comunicación con Noé, Abraham, Moisés y muchos profetas, debemos iniciar la comunicación. Las historias entretienen y, en principio al menos no confrontan a las personas, por eso nos sirven para iniciar la comunicación.
3. Cuando Dios intenta comunicarse, Él se mueve en el *marco de referencia de la persona* —su cosmovisión. Hay varias maneras de hacer esto. Uno se pone en paralelo a esta cosmovisión y habla desde una postura

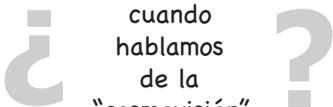
similar. Mucha gente en el mundo vive hoy en culturas similares a las del Antiguo Testamento.

Otra forma es explorar el marco de referencia en una charla y después ofrecer una alternativa mejor en la historia con las observaciones que conseguimos de la misma historia.

Fuimos llamados a cumplir la Gran Comisión, a hacer discípulos, enseñándoles. La única manera de hacer esto es comunicando el mensaje de Jesucristo a otros. Estudiamos comunicación para poder anunciar a Jesús de una manera más efectiva a la gente. Como Jesús, podemos encontrar formas de comunicar su historia de manera que afecte la vida de las personas alrededor de nosotros.

4. La comunicación de Dios *es siempre personal*. Dios habla de una manera personal. Los oyentes se encuentran en las historias, estas son sobre la gente y cómo ellos interactuaron con Dios.
5. La comunicación de Dios *es interaccional*. Al contar una historia, la interacción comienza con la persona que cuenta la historia y los oyentes que interactúan con él, mientras el Espíritu de Dios trae entendimiento y después convicción, la interacción comienza a trasladarse hacia el oyente y Dios.
6. La comunicación de Dios va más allá de las generalidades llegando a ser *específica para la vida real*. Las historias son personales y sobre gente real. Es bueno decir que Dios es amor, pero tiene más impacto demostrar en las historias cómo se expresa ese amor. Jesús utilizó historias cotidianas para enseñar verdades eternas.
7. La comunicación de Dios *invita al descubrimiento personal*. Esta es una característica tan importante de la comunicación que merece una mención adicional. En contraste con dar una conferencia a los oyentes, las historias les proporcionan un tiempo de descubrimiento donde son libres para descubrir las verdades en la palabra de Dios. Este es un proceso que comienza en la sesión de la historia pero que continúa en la medida que el oyente se siente reflejado en las historias de la Biblia.

A qué nos referimos cuando hablamos de la "cosmovisión" de una persona



DISCÍPULOS EN MINISTERIO

8. El impacto es tal que *conduce a un compromiso*. Y la meta de contar una historia es primero un compromiso con Cristo como Salvador, después un compromiso con el pueblo de Dios, y finalmente un compromiso con aquellos que todavía no han oído el evangelio.

La comunicación es posible de diversas maneras. Utilizamos diversas herramientas para anunciar el mensaje. Hoy vemos el avance del uso de los medios en la iglesia. Pero la realidad triste es que en la rápida pista de los conocimientos tecnológicos, tendemos a menudo a olvidarnos de la manera de comunicación de Jesús.

La comunicación es posible de diversas maneras. Utilizamos variadas herramientas para anunciar el mensaje. Hoy vemos el avance del uso de los medios en la iglesia. Pero la realidad triste es que en la rápida pista de los conocimientos tecnológicos, tendemos a menudo a olvidarnos de la manera de comunicación de Jesús.

El mensaje

Jesús nos trajo el verdadero mensaje. Un mensaje de amor. Él nos amó lo suficiente como para perdonar nuestros pecados y restaurar nuestra relación con Dios. Practicó lo que predicó, incluso al grado de sacrificar su vida en la cruz. Él mismo era el mensaje. A nosotros se nos llama a ser los mensajeros de su mensaje. No tenemos ningún mensaje, a menos que sea el mensaje de la cruz. No tenemos ningún otro medio para llevar este mensaje que nuestras vidas. La cruz es símbolo de la encarnación del amor de Dios y nuestras vidas deben continuar proclamando sus buenas noticias.

Ahora es el tiempo para comprometernos activamente en aprender la metodología única de Jesús para comunicar el mensaje del Reino con ejemplos terrenales

El método

Dios podría haber utilizado diversos métodos, pues es soberano, pero Él eligió el método de la encarnación. Él vino a la tierra, se hizo hombre, vivió entre la gente, habló su lengua, comió su alimento, y se limitó a una geografía y cultura particular. Él se identificó con la gente, con su enfermedad y con su sufrimiento. Él nunca se guardó algo sino que dio todo a otros. Él sirvió a los demás, a pesar de que lo negarían y rechazarían. La encarnación de Jesús es lo más cercano a la comunicación eficaz del evangelio. Aunque es siempre un desafío seguir la metodología del servicio sin pensar en nosotros mismos, Él nos demostró cómo se puede hacer.

El modelo

Un sistema de principios guió la vida de Jesús, conocido a menudo como valores del Reino. La vida eterna y abundante, la justicia, la santidad, el amor, la paz, y el gozo eran centrales a su vida. El modelo, antes que nosotros, es la persona y la obra del Señor Jesucristo, una vida presentada y explicada a todas las personas en todos los tiempos. Necesitamos construir nuestras vidas en torno a la persona de Jesucristo.

La herramienta

La gente era su herramienta más importante. Jesús los llamó a pesar de sus diversas personalidades y deseó tener una relación cercana con ellas. Él con su mensaje tornó vidas ordinarias en extraordinarias. Dijo: "Venid en pos de mí, y os haré pescadores de hombres". Era una llamada para tener una experiencia de toda la vida con Él. Cualquier persona que lo siguió, lo hizo con un propósito. El Maestro vertió su vida en ellos y les enseñó sobre los misterios del Reino. Caminaron diferente. Hablaron algo 'nuevo'. Así, llegaron a los extremos de la tierra y dieron vuelta el mundo al revés. Necesitamos entender con claridad el valor de los recursos humanos. Dios ha creado a cada uno de nosotros de una manera única, como herramienta única en sus manos. El resto de las herramientas son secundarias comparadas al valor de las vidas humanas dedicadas al servicio del Señor.

Nuestra respuesta

Jesús magnificó el modo más alto de la comunicación, la de Dios, sobre la cruz. Hay mucho para aprender de la manera en que Jesús se comunicó. Él comunicó la verdad de diversas maneras. El mensaje, el método, el modelo y la herramienta son únicos. Nuestra respuesta humilde debe ser disponernos a, aprender de Él y ser utilizados por Él. Esto nos llevará a una experiencia más profunda de comprensión de su mensaje.

Esta es la razón por la que estudiamos la comunicación. Con nuestra disponibilidad podemos ser utilizados por Él y para Él, para comunicar con eficacia el amor de Dios a un mundo lastimado.

Actividades

Tiempo  15'

Instrucciones

1. ¿Qué es la comunicación?

2. ¿Por qué es importante para los cristianos estudiar comunicación?

3. ¿Qué era distintivo en la comunicación de Jesús? ¿Cómo se diferenciaba Él al anunciar la verdad?



Comunicando a través de los medios masivos

Lección 2



Mass media es una expresión inglesa que se traduce como "medios de comunicación masivos" o "medios de comunicación de masas". Son aquellos medios que utilizan técnicas de comunicación como la escritura a través de la imprenta, las redes telegráficas o telefónicas, el espacio radioeléctrico de las ondas electromagnéticas de radio o televisión, o la red de Internet para transmitir información de cualquier tipo que son recibidos simultáneamente por una gran audiencia, equivalente al concepto sociológico de masas o al de público.

OBJETIVOS

- Enseñar a qué llamamos medios masivos de comunicación.
- Mencionar el desarrollo del avance de la tecnología.
- Mostrar las funciones atribuidas a los medios de comunicación de masas.



IDEAS PRINCIPALES

- Los ciudadanos del mundo (tanto en los países desarrollados como en los subdesarrollados) están expuestos a los distintos medios. Estos resultan indispensables como herramienta de comunicación y presencia pública para todo tipo de agentes económicos, sociales y políticos.

La información que transmiten los medios es de todo tipo (de actualidad, entretenimiento, comercial, educativo, etc.). La finalidad de los medios de comunicación es (según la fórmula acuñada específicamente para la televisión) formar, informar y entretener al público que tiene acceso a ellos. Atendiendo a los intereses que defienden, buscan el beneficio económico del empresario o grupo empresarial que los dirige e influir en su público ideológicamente y mediante la publicidad.

DISCÍPULOS EN MINISTERIO

John Ambrose Fleming inventó el tubo de vacío con dos elementos. Un par de años después el inventor estadounidense Lee de Forest consiguió un tubo de vacío de tres electrodos, invento en el que se basarían muchos dispositivos electrónicos posteriores. La primera emisión de radio tuvo lugar en 1906 en los Estados Unidos. En 1910, De Forest transmitió por primera vez una ópera desde el Metropolitan Opera House de Nueva York. En 1925 ya funcionaban 600 emisoras de radio en todo el mundo.

Televisión: El sistema de transmisión de imágenes en movimiento está basado en varios descubrimientos, entre los que se encuentra el disco perforado explorador, inventado en 1884 por el pionero de la televisión, el alemán Paul Gottlieb Nipkow. Otros de los hitos en el desarrollo de la televisión son el iconoscopio y el cinescopio, para transmitir y recibir, respectivamente, imágenes a distancia; inventados ambos en 1923 por el ingeniero electrónico ruso Vladímir Kosma Zworykin. En 1926, el ingeniero escocés John Logie Baird utilizó este sistema para demostrar la transmisión eléctrica de imágenes en movimiento. Estos inventos propiciaron nuevos progresos en Estados Unidos, Gran Bretaña y Alemania. En Gran Bretaña la BBC inició la emisión de sus programas de televisión en 1927 con el sistema de Baird, y en 1937 se inauguró el primer servicio público de televisión de calidad.



Internet surgió en 1969, en el departamento de defensa de los EE.UU. como un experimento para unir en red a los ordenadores de los centros de investigación tanto a nivel militar como educacional. Se creó entonces una red informática llamada ARPANET la cual no se debilitaría y permitiría que no se perdiera toda la información en el caso que hubiera un ataque nuclear.



Funciones: Los medios como poder

Las funciones atribuidas a los medios de comunicación de masas son teóricamente tres:

- 1- Entretener, que habitualmente se indica en tercer

DISCÍPULOS EN MINISTERIO

poderes clásicos del constitucionalismo. No tiene una forma determinada, ni es objeto de elección popular (aparte de la sanción de su éxito o fracaso en audiencia), y es por tanto un poder informal, como lo son los denominados poderes fácticos, y es uno de los componentes fundamentales en lo que se ha venido a definir como poder blando [soft power], que es el medio más eficaz de manifestación del poder en el mundo actual. El control de su ejercicio por parte de los poderes estatales a veces es acusado de censura o de intentos de control. En la mayor parte de las democracias modernas se opta por la autorregulación de los propios medios, que únicamente se enfrentan a la responsabilidad penal o civil ante la justicia.

Por otra parte, la desinformación y la manipulación informativa son constantes desde los inicios de la prensa escrita (la denominada prensa amarilla, amarillismo o sensacionalismo), como ejemplificaron las campañas de prensa de William Randolph Hearst, que consiguió la implicación de los Estados Unidos en la Guerra de Cuba (1898). Los totalitarismos del período de entreguerras (fascismo, nazismo y estalinismo) se destacaron por el uso eficaz de los medios de comunicación de masas para su propaganda (expresión que tiene su origen en la Propaganda

El empresario de los medios de comunicación siempre ha tenido en la defensa de sus intereses (económicos, sociales, de grupo de presión) su principal motivación, aparte del beneficio propio de cualquier actividad económica y del prestigio social que da el protagonismo de esta actividad en concreto. A estos intereses individuales, se suele habitualmente superponer la defensa de una ideología (política, religiosa o incluso estética).

Actividades

Tiempo



Instrucciones

1. Realice una lista de los medios masivos más reconocidos, de mayor audiencia o circulación en su propio país:

Radio: _____

Televisión: _____

Periódicos: _____

Revistas: _____

2. ¿Cuáles son las funciones atribuidas teóricamente a los medios de comunicación de masas? Explíquelas brevemente.

1. _____

2. _____

3. _____

La ética de la comunicación



Lección 3



La ética de la comunicación

Colosenses 4:5-6 proporciona un marco bíblico para la ética de la comunicación.

Observe el pasaje: *"Andad sabiamente para con los de afuera, redimiendo el tiempo. Sea vuestra palabra siempre con gracia, sazónada con sal, para que sepáis cómo debéis responder a cada uno"*.

Pablo escribió, "Sea vuestra palabra (comunicación) siempre con gracia..."

Analícemos detenidamente todo este pasaje para aprender algunos principios de la ética en la comunicación.

Primero, el apóstol dice "andad sabiamente para con los de afuera". Ser sabios significa, en palabras de Pablo, "redimir el tiempo" o aprovechar cada oportunidad. Está diciendo que debemos estar alertas para que en cada ocasión comuniquemos a Jesucristo a aquellos con los que nos contactamos, ya sea personalmente o a través de los medios de comunicación.

Proverbios 11:30 dice "... el que gana almas es sabio". El tiempo es algo precioso, pertenece al Señor y, por lo tanto, lo debemos utilizar para cumplir sus metas. En este caso el objetivo es que el creyente entre en contacto con el inconverso, con los

OBJETIVOS

- Determinar en qué consiste la ética de la comunicación.
- Destacar cuáles son las consecuencias de no saber escuchar.
- Enumerar los componentes que hacen a una experiencia eficaz de comunicación.

IDEAS PRINCIPALES

- El comunicador cristiano debe tomar nota de lo que dice y de cómo lo dice. Cómo entregamos el evangelio puede afectar nuestro mensaje, si será oído y abrazado, porque cómo una persona se sienta sobre el mensaje es un factor crucial para su aceptación o rechazo.

DISCÍPULOS EN MINISTERIO

el ser sabio es una cuestión de iniciar con audacia el discurso y proseguirlo con sensibilidad y gracia, "salarlo".

La ética de un oído que escucha

Una autoridad en la comunicación estima que las pobres habilidades de escuchar podrían costar miles de millones de dólares a la economía mundial cada año. Esta persona también estima que una gran cantidad de los divorcios que se producen cada año están relacionados con la inhabilidad o el desgano de una o ambas partes para escuchar. El hundimiento del Titanic y el ataque contra Pearl Harbor son tragedias que pudieron haberse evitado —si las personas hubieran escuchado.

La ausencia de un oído que escucha puede tener efectos trágicos en la tarea de comunicar el mensaje de Cristo. Como comunicadores, debemos afirmar el Convenio de Lausanne: "Nuestra presencia cristiana en el mundo es imprescindible al evangelismo, y debemos generar con él un tipo de diálogo que sea capaz de escuchar y entender, ser sensibles al otro".

Debemos escuchar a nuestras audiencias para entenderlas, el discernimiento es imprescindible si estamos intentando ganar a nuestros oyentes. Ellos van a oír, si pueden entender nuestro mensaje.

El ex presidente de los Estados Unidos, Lyndon Johnson, estimaba mucho una frase que colgó en su oficina: "Usted no está aprendiendo nada mientras está hablando". Sería incorrecto asumir que el único desafío de la comunicación es hablar correctamente. Uno debe escuchar con atención. Un mensaje entregado sin tener en cuenta a la audiencia puede llegar a ser inaplicable al oyente o insatisfactorio en su intento persuasivo.

¿ Cuáles son los 3 elementos que componen la comunicación ?

La ética de la sensibilidad

El conocimiento de la audiencia es primordial para penetrar con el mensaje y lograr una respuesta. Si la comunicación se compone de tres elementos —qué dice, cómo lo dice y a quién lo dice— entonces la comprensión de la audiencia es el hilo que ata estos tres componentes en una experiencia eficaz de comunicación.

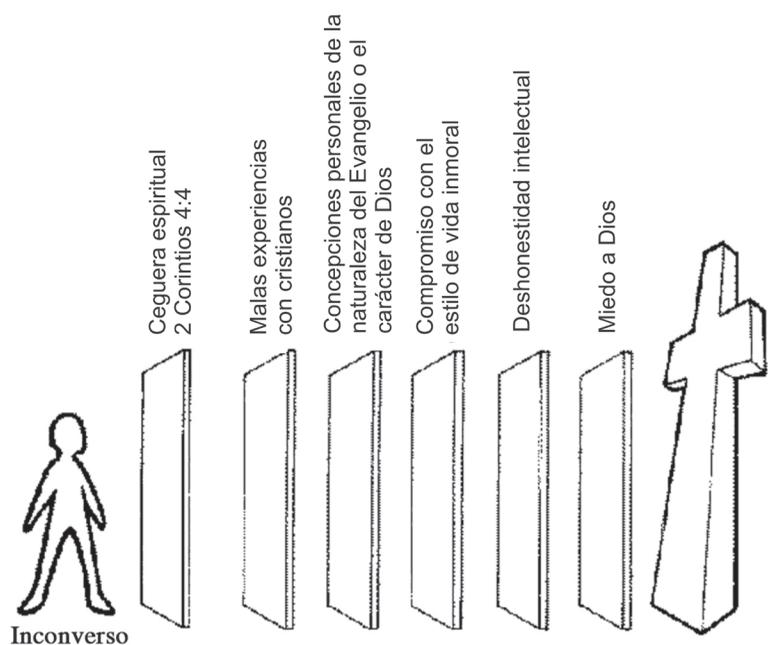
Las sensaciones son un factor de gran importancia en nuestro proceso de toma de decisiones. Influyen en nuestras actitudes y respuestas a la gente y los conceptos, e información en general. Para complicar más el proceso de

DISCÍPULOS EN MINISTERIO

La sensibilidad significa saber responder a una persona específica en una circunstancia específica para que todas las barreras de la comprensión sean tratadas y, por la gracia de Dios, quitadas. El escritor de Proverbios subraya la necesidad de la sensibilidad para un comunicador: "El que canta canciones al corazón afligido es como el que quita la ropa en tiempo de frío, o el que sobre el jabón echa vinagre" (Pr. 25:20). "Hay hombres cuyas palabras son como golpes de espada; mas la lengua de los sabios es medicina" (Pr. 12:18). "Manzana de oro con figuras de plata es la palabra dicha como conviene" (Pr. 25:11).

Cuando interactuamos es importante establecer una comunicación efectiva. El mensaje que enviamos, como codificadores, debe ser claro, sencillo y preciso. El canal debe reunir buenas condiciones para evitar que el mensaje llegue distorsionado. Lo más importante, adecuar nuestro código (mensaje) al nivel de comprensión de nuestro (s) interlocutores o decodificadores, para evitar respuestas, o comunicación de retorno, inapropiadas.

El comunicador cristiano está ocupado en que si Jesús va a ser aceptado o rechazado, va a ser el Jesús verdadero y no un Jesús hecho de las ideas falsas y de la ignorancia de las audiencias.



Actividades

Tiempo



Instrucciones

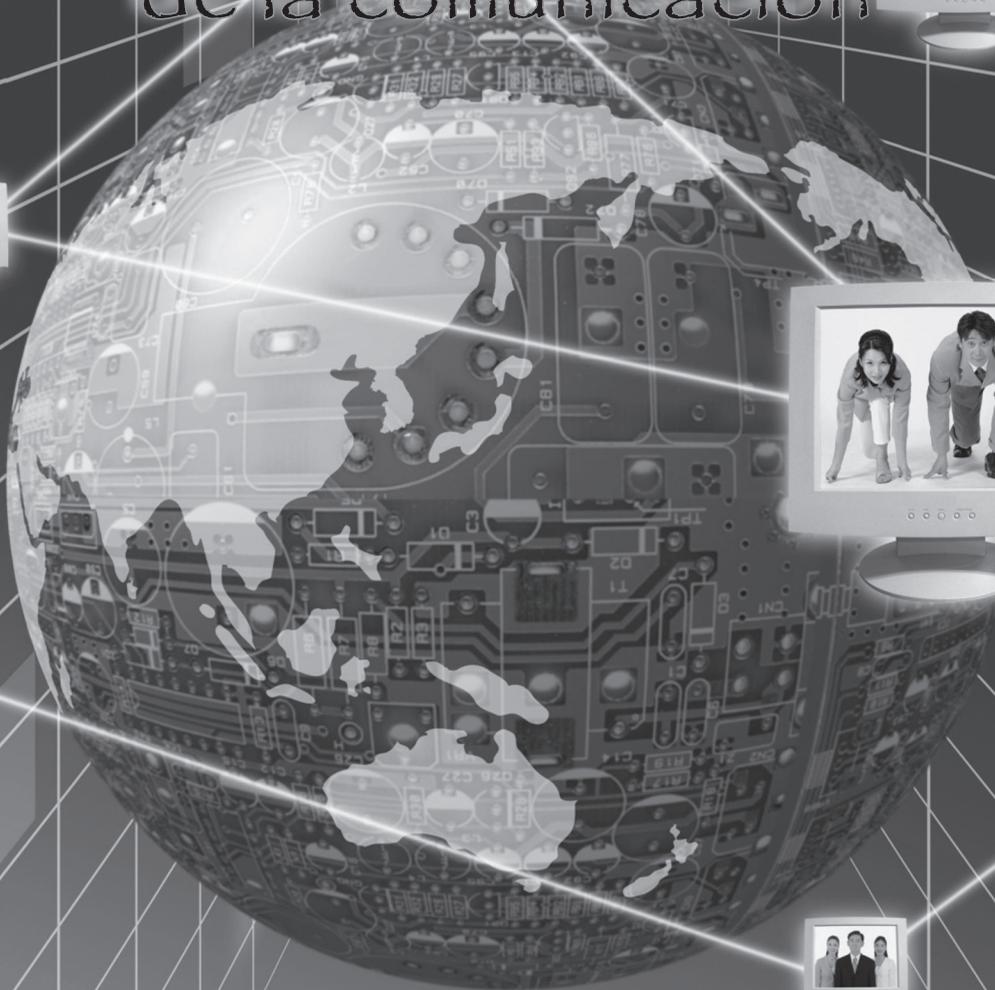
Analice estos mensajes:

1.
 - Una joven llega a la carnicería y le pregunta al carnicero:
 - ¿Pedro, tienes lengua?
 - Sí, Julia –y acto seguido el carnicero le saca la lengua.
 - ¿Qué hace? –pregunta la joven molesta.
2.
 - La mamá de Juan Carlos, antes de irse al trabajo le recuerda:
 - Hijo, no te olvides de desayunar y lavar los platos. Luego repasa la lección de historia, revisa de nuevo las tareas y una vez que finalices, puedes bañarte y ver un rato la tele, hasta que yo regrese.
 - Sí mamá, adiós –le contesta Juan Carlos.

3. ¿En cuál de estos casos hubo comunicación efectiva? ¿Por qué?

4. Refiera algún caso que recuerde de la vida real, similar a los mencionados.

Una teología wesleyana de la comunicación



Lección 4



Una teología wesleyana de la comunicación

La comunicación es el proceso en el cual las relaciones se establecen, se mantienen, se modifican, o se terminan. Este enunciado nos permite examinar el proceso de la comunicación de una manera que incluye "la relatividad", el cambio constante de los elementos que intervienen. Siempre que hay comunicación se afectan los mensajes que se llenan o se anulan de significado como el proceso. (1)

OBJETIVOS

- Estudiar los aspectos de la comunicación.
- Analizar de qué manera la diversidad de medios de la comunicación trae cambios importantes en la cultura humana.
- Desarrollar los contenidos de la comunicación cristiana.

IDEAS PRINCIPALES

- El problema es que la comunicación es parte de lo que significa "ser humano", "existimos", "somos" en la medida que nos comunicamos; entonces esta palabra que lo incluye casi todo termina vaciándose de sentido.
- Comunicar la Palabra tiene una dimensión horizontal y una dimensión vertical.
- Cada nueva generación tiene la tarea de tomar la nueva tecnología de su tiempo, volver a descubrir verdades cristianas y hacerlas significativas pensando en los cambios culturales.

La comunicación en todo

Hay una relación cada vez mayor entre la teología cristiana de proceso y las teorías de la comunicación. La teología cristiana de proceso sostiene que las cosas que existen constituidas por materia corpuscular que fundan la individualidad, discontinuidad, distancia e interac-

ciones entre las cosas es al mismo tiempo vibración ondulatoria, compuesta de una serie de experiencias distintas, interconectadas que se afectan entre sí. El fluir de sucesos micro físicos constituye y da cierta estabilidad en el tiempo a los objetos macro físicos, que también están abiertos en su interior a la evolución y transformación continua.

Nada es independiente y desconectado. Todas las experiencias están conectadas con las experiencias anteriores y la comunicación es el proceso fundamental por el cual estas relaciones ocurren. La comunicación es fundamental y esencial a la naturaleza de ser.

La comunidad es donde ocurre nuestra existencia humana. La comunidad está establecida y mantenida por las relaciones creadas por nuestras comunicaciones. Establecemos nuestra individualidad dentro de esta comunidad. Cuanto más participamos en la comunidad, más individuos nos hacemos. Y cuando más individuos nos hacemos nuestra participación en la comunidad es más rica. (2) La comunidad, el cumplimiento de la comunicación humana eficaz, es esencial para nuestro "llegar a ser" humanos.

¿ Cómo define personalmente la comunicación ?

La lengua es necesaria a los seres humanos en comunidad. La lengua forma imágenes y afecta nuestra sensibilidad real y nuestros modos de opinión.

Whitehead escribe que "la mentalidad de la humanidad y la lengua de la humanidad se crearon una a otra". (3)

i La comunicación se debe entender como una parte básica del proceso de ser !

La comunicación se debe entender como una parte básica del proceso de ser.

Los modelos de la comunicación ahora incluyen un proceso interminable e inclusivo, que abarca al pasado considerando nuestra historia personal y corporativa, y lo remiten al futuro, implicando a otros, uno mismo, familias, comunidades, sociedades y, en última instancia, el conjunto de la creación.

Necesitamos examinar desde una perspectiva cristiana el papel de la comunicación como un proceso que se utiliza para lo bueno o lo malo en nuestra sociedad.

La fórmula de Juan Wesley para comunicar el evangelio reconoce la brecha de la cultura, la brecha de la credibilidad, y la brecha de las comunicaciones. Pero Wesley descubrió otra dimensión al problema —una brecha espiritual. El

DISCÍPULOS EN MINISTERIO

hombre a quien el evangelio debe hablar está "muerto en transgresiones y pecados".

La pregunta entonces se transforma: "¿Cómo comunicamos el evangelio al que se encuentra en una onda enteramente diferente?" La respuesta a esta pregunta se reveló a Wesley de manera gradual a través de su propia experiencia. El Espíritu Santo encontró dentro de su corazón una respuesta moral viva a lo que llamó Wesley la gracia preveniente. Esta se convirtió en el punto de contacto para el Espíritu Santo. El corazón de Wesley fue "calentado de una manera extraña" y se levantó de los muertos.

Wesley era una persona cambiada y nada de lo que él tocó siguió siendo igual. Sus sermones se convirtieron en poder y produjeron frutos de gran alcance. Cada predicación era un "suceso". ¡Él se comunicaba! La explicación está en la Palabra de Dios.

La comunicación del evangelio se convirtió en más que una operación de hombre a hombre. La predicación para Wesley era un acontecimiento —en el cual sus oyentes venían a la presencia de Dios por medio de la Palabra— y el punto del contacto entre el evangelio del primer siglo y el oyente del decimotercero era el Espíritu Santo. Dios hablaba al hombre con su Palabra. (4)

Comunicar la Palabra tiene una dimensión horizontal y una dimensión vertical.

Sin embargo, no nos quedemos con la impresión de que Wesley puso toda la responsabilidad sobre Dios. Comunicar la Palabra tiene una dimensión horizontal y una dimensión vertical.

La naturaleza y el contenido de la comunicación cristiana

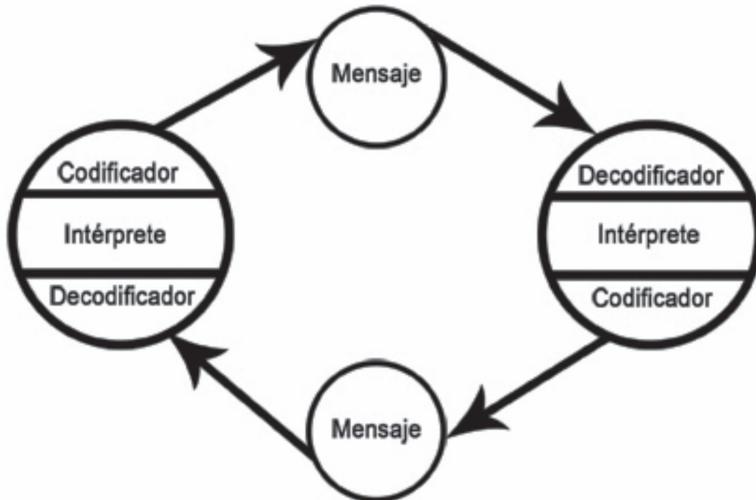
La comunicación en la vida diaria es más comunicación personal que comunicación social. Se trata de entender las interacciones entre la gente cristiana ordinaria en su vida diaria. Implica cosas tales como el testimonio, el testigo, el evangelismo, y describir la manera en que se percibe al mundo, a la fe, y a Dios.

En este contexto, la comunicación es transmitir algo experimentado, por medio de relaciones comúnmente entendidas.

Podemos utilizar los medios de comunicación para dar el mensaje de Jesús

Reducido a su mínima expresión, este tipo de comunicación se puede representar como la participación del proceso: fuente - codifica-mensaje - decodifica - receptor.

Pero en la actualidad, la comunicación personal es un proceso interminable que conecta el "yo" con otras personas en lazos de regeneración continua que se transforman dentro de un campo complicado de relaciones dentro de la cultura, del espacio, y del tiempo.



Cada nueva generación tiene la tarea de tomar la nueva tecnología de su tiempo, volver a descubrir verdades cristianas y hacerlas significativas pensando en los cambios culturales. Esto ha sido siempre una tarea cristiana. Cada nueva situación cultural, formada por los medios de comunicación de su tiempo, reformula la pregunta: ¿Qué significa ser humano?

La respuesta a esta pregunta la están cambiando los nuevos medios de la comunicación de manera radical. Por ejemplo, tendemos a pensar la comunicación en dos modos básicos —cara a cara y medios masivos. Pero entre estos extremos hay combinaciones nuevas de los procesos de comunicación que requieren redefinir cuál es la comunidad y, por lo tanto, cuál es el ser humano que participa de esa comunidad. Para ilustrar: Si paso 30 minutos cada día "con" mi noticiero de la red de TV, y no paso ningún tiempo con el habitante del departamento que vive en la puerta contigua, ¿quién, entonces, es mi vecino? ¿Qué significa estar "con"? ¿Qué significa "vecino"? ¿Y si varias personas miran a una evangelista de TV cada día y discuten juntos regularmente sus experiencias, ¿esto es iglesia? ¿Cuál es la "iglesia"? ¿Cuál es la "comunidad"?

La doctrina de la encarnación representa la acción comunicativa, sacrificial de Dios para la creación. La doctrina de la

DISCÍPULOS EN MINISTERIO

redención ocurre a través de un proceso de comunicación con lo cual permite que mantengamos y que aumentemos nuestro sentido de la identidad, conozcamos quiénes somos por medio de la interacción y de contribuir a la sociedad total. El amor, mensaje cristiano esencial, se puede manifestar solamente por la "predicación creíble en palabra y hecho, por un lado, y por el compromiso práctico (es decir, fe) por otro". (5)

El propósito de la comunicación cristiana no es pedir, "¿cómo podemos comunicar el evangelio de una manera tal que otros lo acepten?" Esta es una pregunta incorrecta, una pregunta manipuladora, una pregunta hecha por la iglesia electrónica.

Nuestra tarea es poner el evangelio ante la gente de una manera tal que esté tan claro que ella pueda aceptarlo, o rechazarlo —pero siempre por las razones correctas. Pablo Tillich precisa: "Es mejor que la gente rechace el evangelio por las razones correctas a que lo acepte por las razones equivocadas". (6)

La iglesia como canal de comunicación

Toda la creación es potencialmente un mediador del acceso divino, pero la iglesia es la comunidad que posee el potencial más grande para la comunicación de Dios. Según Avery Dulles: "La iglesia existe para traer a los hombres a la comunión con Dios y de este modo abrirlos a la comunicación de unos con otros". (7) Esta tarea se llama "misión", "evangelismo" o "educación".

La distinción entre alcanzar a los inconversos versus discipular a los cristianos es siempre inexacta y evasiva. De hecho, debemos rechazar por entero la idea de que la iglesia trata lo sagrado mientras que los elementos seculares de la cultura tratan solamente lo no sagrado. La iglesia y la cultura están atadas.

Sin importar el grado de fidelidad de la iglesia, la comunicación sobre Dios sigue. Ocurre dondequiera que y siempre que la gente diga lo que ha hecho Dios en sus vidas —incluso cuando no mencionan la palabra "Dios".

"La sustancia de la cultura es la religión, y las formas de la religión son cultura". (8) La comunidad de la iglesia existe en lugares considerados normalmente "sociales". Pero la iglesia no está cumpliendo a menudo el papel de la iglesia, de ser un canal de comunicación de Dios.

Actividades

Tiempo  15'

Instrucciones

1. Explique con sus palabras los conceptos sostenidos por Innis en cuanto a los cambios importantes en la cultura humana producidos por los medios de comunicación.

2. Analice en grupo lo manifestado por Juan Wesley en cuanto a la comunicación del evangelio.

La comunicación efectiva



Lección 5



Muchas situaciones de nuestra vida cotidiana se pueden volver difíciles si la comunicación es poco clara. Para que esto no suceda hay algunos elementos que no deben faltar:



Elementos de la comunicación

1. El transmisor, emisor o codificador, es la persona que se encarga de poner en código el mensaje.
2. Mensaje, es la traducción de ideas propósitos e intenciones en un código o conjunto sistemático de signos.
3. Canal, es todo medio o conducto por donde se transporta el mensaje.

OBJETIVOS

- Analizar situaciones de la vida cotidiana que nos ayudarán a evaluar cuando una comunicación es efectiva.
- Estudiar los elementos de la comunicación.
- Ver las posibles barreras en la comunicación.
- Clasificar los conectores y conjunciones.

IDEAS PRINCIPALES

- La facilidad de expresarnos en el lenguaje oral y escrito es importante, pero al transmitir nuestras ideas, mensajes o códigos, debe procurarse que existan las condiciones necesarias para que dicho mensaje llegue con claridad y nitidez al interlocutor, lector o decodificador.

La facilidad de expresarnos en el lenguaje oral y escrito es importante, pero al transmitir nuestras ideas, mensajes o códigos, debe procurarse que existan las condiciones necesarias para que dicho mensaje llegue con claridad y nitidez al interlocutor, lector o decodificador.

4. Código, es el conjunto organizado de señales arbitrarias que forman el lenguaje, mediante el cual nos comunicamos.
5. Receptor o decodificador, es la persona o personas que reciben el mensaje y lo decodifican, es decir, lo analizan.

Cuando interactuamos en nuestra vida cotidiana, es importante establecer una comunicación efectiva. Donde el mensaje que enviamos, como codificadores, se remita en forma clara, sencilla y precisa. El canal debe reunir buenas condiciones para evitar que el mensaje llegue distorsionado. Lo más importante, adecuar nuestro código (mensaje) al nivel de comprensión de nuestros interlocutores o decodificadores, para evitar respuestas o comunicación de retorno, inapropiadas.

La facilidad de expresarnos en el lenguaje oral y escrito es importante, pero al transmitir nuestras ideas, mensajes o códigos, debe procurarse que existan las condiciones necesarias para que dicho mensaje llegue con claridad y nitidez al interlocutor, lector o decodificador. Se da el caso de discursos, conversaciones y escritos que son tan extensos que:

- no comunican su objetivo con claridad
- son tan rebuscados que no logramos entender el mensaje
- puede ser también que al momento de emitir el mensaje, aparezcan un variado número de barreras, que interfieren el proceso de comprensión de la información que se está transmitiendo.

Los factores que desmejoran o distorsionan su mensaje y que en algunas oportunidades, llegan hasta el hecho de causarnos algunos inconvenientes se denominan:

Barreras en la comunicación

El proceso de interacción, codificador - decodificador, resulta a veces afectado por ciertos obstáculos que impiden el desarrollo de lo que se denomina, comunicación efectiva. Es decir, existen barreras al momento de producirse la comunicación que interrumpen o imposibilitan la transmisión del mensaje (código) que se desea dar a conocer.

Cuando en un proceso o acto de comunicación se presentan dificultades para el logro del objetivo final de dicho proceso, estamos frente a una doble posibilidad:

¿ Qué sucede cuando un ministro no sabe comunicar la visión a la iglesia ?

¿ Cómo se denominan los factores que desmejoran o distorsionan el mensaje ?

DISCÍPULOS EN MINISTERIO

a) Comunicación sin comunicar.

b) Comunicación sin respuesta. En este sentido, se tienen que conocer cuál o cuáles son los obstáculos o barreras que limitan la claridad y efectividad que debe conservar el código, al momento de su envío, con la finalidad de proporcionar un mensaje preciso que tenga como resultado una respuesta o comunicación de retorno adecuada y coherente con la idea principal expuesta por el encodificador.

This course in English for first level students will start next Thursday June 3, at the institute, at 8 o'clock in the morning, on room number 4.

El curso de inglés de los alumnos del primer nivel se iniciará el jueves 3 de junio a las 8 a.m, en el aula N° 4 del Instituto.

Questo corso in Italiano per studenti del primo livello comincerà il prossimo Jovedi 3 di Giugno alle 8 del mattino nel aula 4 dell Istituto.

Los idiomas son códigos y cada uno de ellos está conformado por signos lingüísticos (morfemas, monemas, lexmas y grafemas) sonidos (fonemas). Así, los interlocutores, decodificadores y encodificadores deben conocer hablar y escribir el mismo idioma a fin de que se produzca entre ellos una comunicación efectiva.

Ambigüedad en el mensaje

Cuando no se tiene claro lo que se quiere comunicar, al enviar el mensaje, este llega al receptor distorsionado, impreciso o confuso. En consecuencia, no obtenemos la respuesta adecuada. De ahí la importancia de la claridad del objetivo que debe contener el mensaje. ¿Recuerda la lectura realizada al inicio de la unidad, referida a la orden emanada de la gerencia? La situación planteada en esa lectura, es un ejemplo de un mensaje que no llegó con claridad a los trabajadores de la empresa.

Nuestra comunicación debe ser clara

Mensaje no adecuado al nivel de comprensión del decodificador

El conocimiento y la comprensión de un idioma van unidos al proceso de maduración cognoscitiva del individuo. Por tanto, se debe adecuar el mensaje a las características de la audiencia a quien va dirigido, para conseguir la respuesta ajustada a la intencionalidad del acto comunicativo.

El ruido

Es un elemento perturbador que interfiere durante el proceso de comunicación. Durante el acto del habla debe evitarse enviar un mensaje al momento de producirse un bullicio, algarabía, detonación o sonido estridente porque, aunque nos esforcemos en gritar, el mensaje no producirá la respuesta apropiada.

Existen otras barreras

- Impedimento físico = personas con problemas auditivos o de voz.
- Canales no apropiados para la transmisión del mensaje.
- Cualidades de voz = personas que hablan con tono de voz muy alto o muy agudo.
- Espacios físicos inadecuados, muy pequeños y cerrados o totalmente abiertos.

Cómo mejorar la comunicación oral

Al interactuar con nuestros compañeros, amigos, familiares o en cualquier actividad comunicacional oral, debemos poner en práctica, entre otras, las siguientes normas:

- Hablar en tono adecuado.
- Mirar a la cara del oyente.
- Evitar gritos y muletillas.
- Ser coherente y preciso.
- Es importante practicar las normas del buen hablante y del buen oyente, en el lenguaje oral, para que la comunicación sea verdaderamente provechosa y efectiva.

Cómo mejorar la comunicación escrita

Al elaborar un escrito, como por ejemplo una comunicación oficial, una carta familiar o cualquier otro texto, debemos poner en práctica —entre otras— las siguientes normas:

DISCÍPULOS EN MINISTERIO

- Uso correcto de los signos de puntuación.
- Uso correcto de los normas de ortografía.
- Conectivos de párrafo.
- Uso de sinónimos.
- Uso del diccionario.

En el lenguaje escrito se deben utilizar las normas de redacción y ortografía, a fin de promocionarle al decodificador, un mensaje directo, claro y comprensible, evitando que se distorsione o no interprete correctamente lo que queremos transmitir.

Para recordar:

Conectores de párrafo: las oraciones de un texto son como piezas de un puzzle. Toda oración debe encajar en la oración anterior. Las palabras que sirven para conectar las diversas partes de un texto se llaman *conectores*.

Los conectores indican la *relación lógica* entre oraciones y párrafos. Los conectores unen el texto. Sirven para explicar, ejemplificar, justificar, contrastar, modificar, distribuir o resumir la oración anterior

Actividades

Tiempo



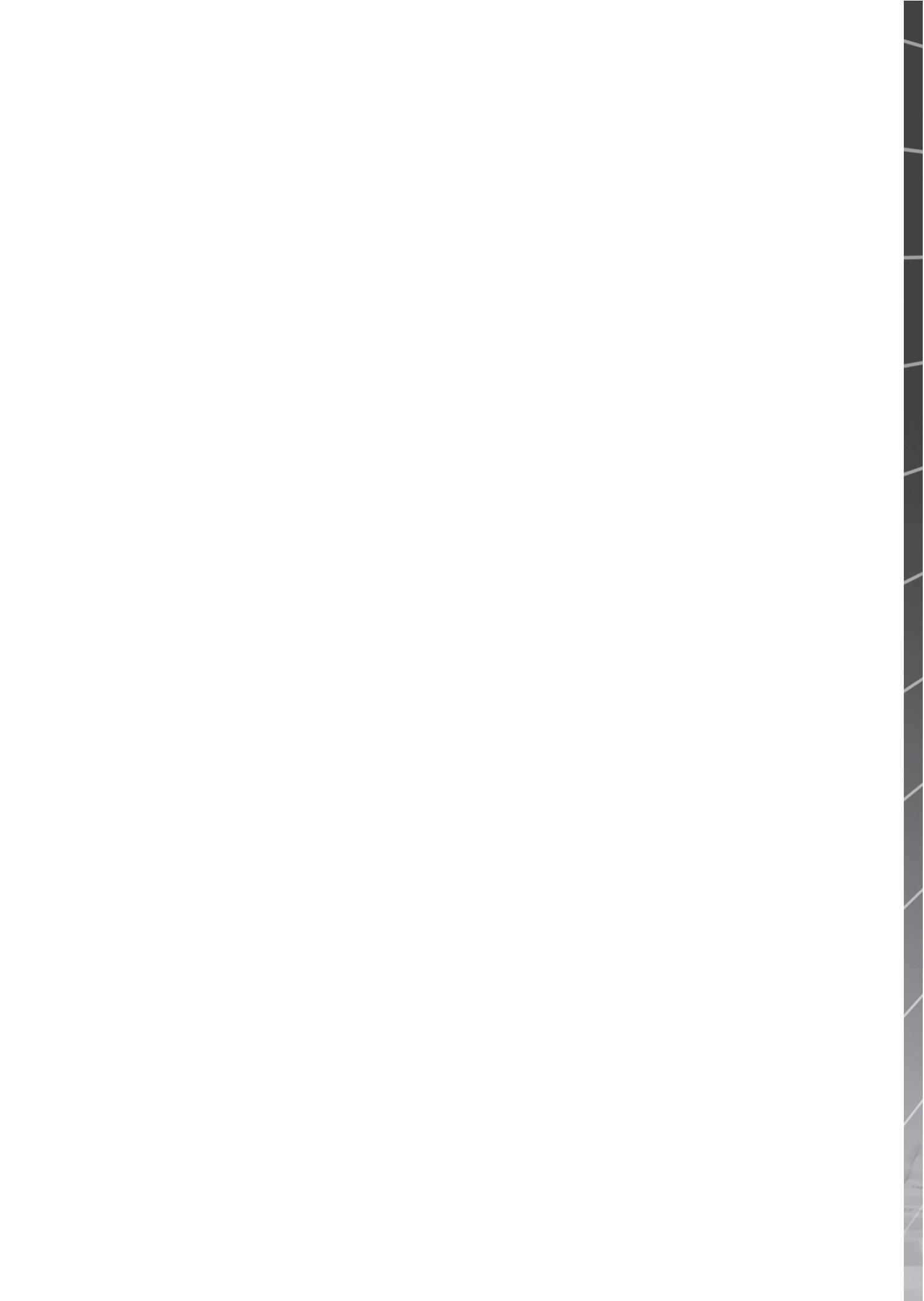
Instrucciones

1. Anote los conceptos desarrollados en esta lección que considera útil en el desempeño de su ministerio local.

2. Enumere 6 posibles barreras, mencionadas en esta lección, para que una persona llegue a Cristo.

3. Comente con el grupo situaciones de la vida cotidiana que pueden convertirse en problemáticas por falta de comunicación.

4. Tome un párrafo cualquiera en una revista e identifique los conectores y conjunciones que le dan coherencia y cohesión al texto.



La audiencia



Lección 6



¡Sin audiencia, un medio de comunicación no tiene sentido!

La audiencia está compuesta por los radioyentes o telespectadores, como receptores de la información o espectáculos difundidos a través de los medios de comunicación. Hoy día, debido al incremento del número de medios, el público se encuentra disperso entre la enorme cantidad de ofertas, por lo que se prefiere hablar de *audiencias* en vez de un todo englobado. Se denomina fracción de audiencia o audiencia útil a la que coincide con el sector del público al que un determinado anunciante pretende introducir sus productos.

OBJETIVOS

- Enseñar a qué se denomina audiencia.
- Revelar la importancia de conocer la audiencia.
- Conocer cómo se divide la audiencia

En el modelo de comunicación, el medio es el eslabón que une a la audiencia con el emisor del mensaje.

IDEAS PRINCIPALES

- El medio tiene como primera responsabilidad programar, desarrollar y producir material cuya característica de contenido capture la atención de la audiencia a la que se pretende llegar.
- El medio tiene como segunda responsabilidad asegurar a los anunciantes, quienes insertan un mensaje o anuncio, acceder a la audiencia.
- Lanzar un proyecto sin planificar a qué audiencia específica irá dirigido, es probable que esté condenado al fracaso antes de empezar.

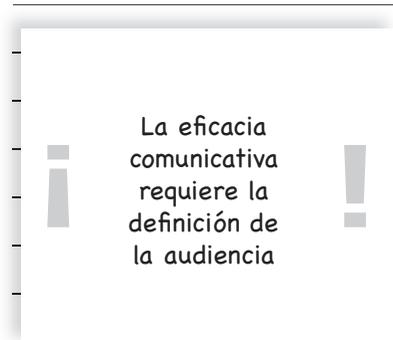
En el modelo de comunicación, el medio es el eslabón que une a la audiencia con el emisor del mensaje. Generar una audiencia, captar y mantener su atención es algo que los medios logran al conceptuar, desarrollar, producir y difundir un contenido, que puede estar enfocado a lo formativo, educativo, informativo, noticioso, de entretenimiento, diversión o una mezcla de ellos.

Conocer la audiencia

Para que una comunicación sea eficiente, se necesita comprender el segmento de la población al cual se quiere dirigir el emisor, abarcar la comprensión de los diferentes lenguajes, códigos, necesidades, percepciones y valores culturales del público.

Las comunicaciones genéricas llegan a unos pocos, particularmente cuando se quiere afectar al conocimiento, la predisposición o la conducta de la gente.

El conocimiento de la audiencia ayuda a saber a qué público se quiere dirigir el medio. Siguiendo el perfil del mismo, por ejemplo en un medio gráfico, el jefe de redacción determina la creación de suplementos con el fin de llegar a un público específico, al que la pieza gráfica no llega. Los suplementos se crean, según la necesidad de la audiencia o también se crea una necesidad al receptor mediante la publicidad.



Segmentación de la audiencia

Jorge Frascara, en "Definiendo a la audiencia" establece los siguientes criterios de segmentación de la audiencia:

Geográfico	Demográfico	Socioeconómico
Atiende a la división de un país en sus zonas cardinales (norte, sur, etc.), la diferenciación entre el área rural y los diferentes grados de urbanismo.	Contempla el número de habitantes, sexo, edad, estado civil, nacionalidad y religión.	Comprende ingresos, nivel económico, profesión, educación, etc.

También existen *clasificaciones sociológicas*: expectativas, valores y objetivos (por ejemplo economía eficiencia, belleza, lujo, etc.)

Características personales psicológicas permiten diferenciar entre líderes, seguidores, imitadores, aventureros, conservadores, etc.

Ciertos problemas sociales específicos generan divisiones en el mercado, tales como el feminismo, la pobreza, el medio ambiente, el homosexualismo, etc.

DISCÍPULOS EN MINISTERIO

Información cuantitativa y cualitativa

La información se puede obtener de manera cuantitativa o cualitativa:

La información cuantitativa requiere grandes números, se maneja con encuestas y se analiza a partir de estadísticas. Tiene como objetivo la medición de fenómenos sociales y su expresión en valores matemáticos.

La información cualitativa se obtiene a partir de entrevistas personales, individuales o grupales, y de un diálogo abierto con representantes del segmento estudiado. Describen los fenómenos sociales y expresan observaciones acerca de fenómenos sociales.

La información obtenida puede mostrarse a través de diferentes gráficos:

Cuadro explicativo, Gráfico de barras, Gráficos de tortas, Gráficos simples.

El estudio y análisis de la audiencia hay que incluirlo en la investigación previa, o sea, antes de empezar a diseñar cualquier herramienta comunicacional (Ej. periódico, programa de radio, TV, página Web, etc.)

Toda vez que se tiene la atención de una audiencia cabe la posibilidad de insertar un contenido. El medio ofrece a una audiencia determinada el beneficio de un contenido de su particular interés. Al mismo tiempo, ofrece a los anunciantes el beneficio de contar con la atención que esa audiencia puede otorgarle a sus mensajes de comunicación.

El medio tiene entonces como primera responsabilidad programar, desarrollar y producir material cuya característica de contenido capture la atención de la audiencia a la que se pretende llegar. Y el medio tiene como segunda responsabilidad asegurar a los anunciantes, quienes insertan un mensaje o anuncio junto a ese contenido, acceder a la audiencia.

La programación de contenido debe sujetarse a las características de la audiencia cuya atención se pretende captar, favoreciendo una diversidad de temas relacionados con los intereses específicos de ese público.

El reto es cómo desarrollar ese contenido. No pensar en términos de audiencia significa una falta de respeto al pú-

blico. Esto se traduce normalmente a un pobre contenido que, a su vez, se refleja en una menor cantidad y cualidad de audiencia, disminuyendo el valor del medio ante los anunciantes, su público y la sociedad misma.

Lanzar un proyecto sin planificar a qué audiencia específica irá dirigido, es probable que esté condenado al fracaso antes de empezar.

La solución a esto es averiguar quiénes serían los interesados en nuestros productos o contenidos, y para ello hay varias estrategias.

Se debe tener en cuenta a los futuros usuarios de su medio o programa a la hora de pre-producirlo. Planear con cuidado los objetivos es crucial para que un proyecto tenga éxito. Piense en quiénes serán sus lectores, escuchas o audiencia, por qué querrían "leer", "ver", "escuchar" o "visitar" si fueras una Web, y hasta qué punto puede interesarles realmente lo que va a ofrecerles.

Estrategias para conocer a su audiencia

1. Vigilar a la competencia

Si está planeando lanzar un programa, una revista o un sitio Web tiene que investigar lo que están realizando "los otros" que ya hacen algo similar a su proyecto. Mire qué ofrecen, cómo lo ofrecen, qué contenidos manejan, en qué tiempos, cómo estructuran sus programas, las críticas y comentarios que generan, etc.

2. Siga los foros, páginas Web, diarios y el "boca a boca"

Localice foros, diarios y páginas Web que hablen sobre los programas y escuche a la gente en la calle, el transporte público, los adolescentes. Mire qué asuntos son los más tratados, las dudas que se exponen, aquello que le desagrada y aquello que le gusta a la audiencia. Incluso puede montar una encuesta improvisada telefónica —o por otro medio— para preguntar qué les interesa más o menos.

3. Encuestas

La encuesta es una de las formas tradicionales de sondear a sus usuarios acerca de sus gustos. Es un buen recurso

La programación de contenido debe sujetarse a las características de la audiencia

DISCÍPULOS EN MINISTERIO

porque le permiten plantear algo puntual a su audiencia que crea oportuno. Existen servicios de encuestas gratuitos de muchas clases, hay para todos los gustos. Algunos interesantes son: interrogantes, tusencuestas.com, encuestasya.com, etc.

4. Estadísticas

Es útil mirar cuáles son los productos que consumen en cuanto a medios, en qué horarios, con qué temáticas, etc. para seguir creando contenido. Páginas Web, como ya.com, tienen montada toda una comunidad alrededor de las encuestas.

5. La Web social

Hay que adaptarse a las nuevas tendencias que surgen en Internet si queremos ser pioneros en nuestro campo. El tema de la Web social hoy se ha vuelto muy popular. Con algo de ingenio podemos utilizar esto para nuestro beneficio conociendo un poquito más sobre nuestra audiencia.

No obstante, no es bueno relajarse y dejar de analizar a su audiencia, ya que los gustos de la gente cambian y lo que resulta hoy puede no serlo mañana.

Una primera opción que tenemos con la Web social es analizar las noticias que envía la gente acerca de los temas que tratamos. Por ejemplo, si nuestro programa fuera de automovilismo, sería bueno que empezara buscando esa palabra en alguna de las muchas Web sociales que existen en la actualidad, para ver cuáles son las noticias más votadas y cuáles las que menos interesan.

El sondeo

Algunos medios tienen más facilidad que otros para conocer el alcance de sus productos. Por ejemplo, la prensa escrita dispone de un número más o menos aproximado de sus lectores, gracias al número de ejemplares vendidos. El cine conoce el número exacto de sus espectadores por la taquilla. Sondeo, es la técnica empleada para medir las audiencias en televisión. El método consiste en seleccionar a un determinado número de personas al que se denomina muestra y preguntarles sobre su consumo de los productos audiovisuales emitidos por televisión. Las personas elegidas se presuponen como representativas de la audiencia total a medir, por lo que los resultados individuales pueden ser globalizados.

Actividades

Tiempo



Instrucciones

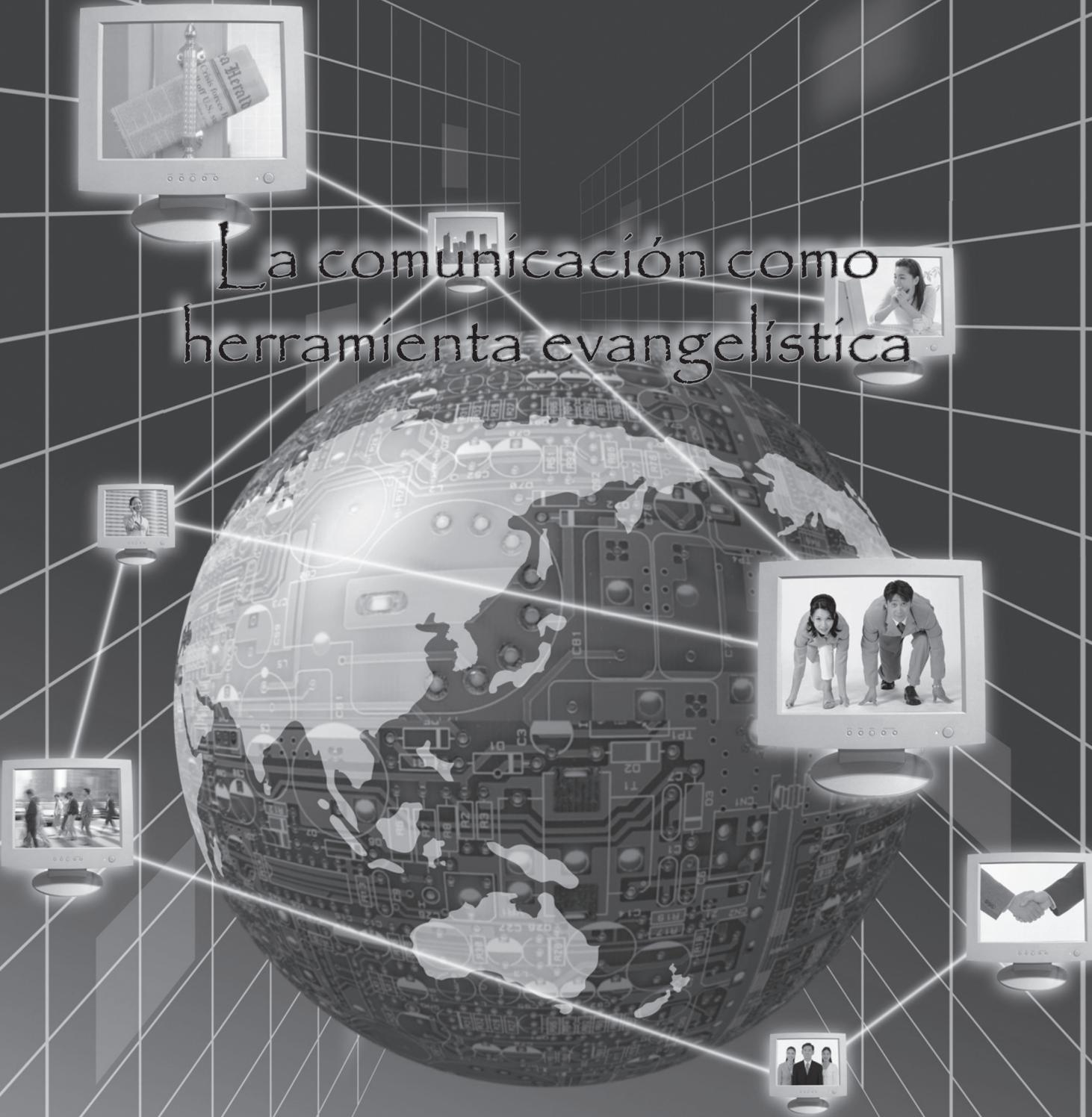
- a) Responda con sus propias palabras:
1. ¿A qué se denomina audiencia?

2. ¿Por qué es importante conocer la audiencia?

- b) Para trabajar en grupo.
Enumeren y desarrollen las estrategias para conocer la audiencia expresada en esta lección.



La comunicación como herramienta evangelística





Jesús invirtió 3 años ministrando aquí en la tierra. Anduvo por todas partes predicando el reino de Dios a las multitudes y demostrando su deidad con las obras milagrosas que hacía.

Jesús invirtió mucho tiempo con 12 hombres que escogió cuidadosamente y luego entrenó en una situación de aprendizaje de campo y experiencia.

Al finalizar los 3 años de ministerio Jesús había alcanzado dos metas en términos de estrategia.

- Por un lado, había saturado la mente de multitudes con sus enseñanzas.
- Por otro lado, entrenó a los 12 en profundidad para entrar en sus labores y realizar la cosecha que estaba pendiente.

Después de su muerte y resurrección, el cumplimiento de su misión y propósito les dio a sus seguidores una gran comisión evangelizadora, les dijo: "Haced discípulos".

Personas que vivían en diferentes comunidades, culturas y lugares se reunían para establecer nuevas relaciones. Se transformaron en hermanos y hermanas en Cristo, miembros de la familia de Dios y así se estableció una nueva fuerza en cada ciudad. Cada iglesia local fue una nueva sociedad humana

OBJETIVOS

- Enseñar de qué manera la comunicación es una herramienta poderosísima en la proclamación de la Palabra de Dios.
- Analizar los métodos de comunicación que emplearon los primeros cristianos.

IDEAS PRINCIPALES

- Por todas partes, para conquistar nuestras ciudades, todo creyente debe hablar la buena noticia, comunicar el evangelio; es decir, quién es Jesús y para qué vino al mundo.

en medio de la ciudad donde los creyentes vivían, trabajaban y realizaban sus labores cotidianas.

Todos nosotros como hijos e hijas de Dios, involucrados en el ministerio de la comunicación del evangelio, somos protagonistas en este proceso. Todos ahora somos misioneros en el medio donde servimos al Señor y al prójimo.

Todos nosotros como hijos e hijas de Dios, involucrados en el ministerio de la comunicación del evangelio, somos protagonistas en este proceso. Todos ahora somos misioneros en el medio donde servimos al Señor y al prójimo.

El propósito es que tengamos en claro el mensaje que tenemos que comunicar, si es que deseamos cumplir con la misión.

En el libro de Hechos encontramos varias palabras básicas para el proceso de comunicación del evangelio a los no cristianos.

La consideración de estas palabras puede ayudarnos a entender cómo se alcanzó para Cristo al incrédulo mundo antiguo del primer siglo sin ministerios cristianos masivos.

¿Cómo ganaron un millón de personas en menos de 70 años dentro del Imperio Romano y muchos más fuera del mismo?

¿Cómo fue posible que estos 120, 3.000 y 5.000 ganaran en tan poco tiempo a sus ciudades?

a) Los cristianos hablaron

1- La palabra griega "laleo" es una de las más usadas en el original del Nuevo Testamento y se traduce como "hablar" o "decir".

La palabra más común utilizada para presentar el mensaje del evangelio a los primeros cristianos fue "laleo", hablar el evangelio, y se empleó en casi todos los contextos.

Hechos 4:1- los discípulos hablaron al pueblo, que era **su audiencia**.

Hechos 4:31- hablaron la palabra de Dios, que era **su mensaje**.

DISCÍPULOS EN MINISTERIO

Hechos 4:31 - hablaron con denuedo, **su manera de hacerlo.**

Hechos 5:20 - hablaron todas las palabras de esta vida, **su contenido.**

Hechos 5:40 - hablaron en el nombre de Jesús, **su autoridad.**

Hechos 11:19-20 - hablaron a judíos y gentiles, **su alcance.**

Hechos 14:1 - de tal manera que creyó una gran multitud, **su efectividad.**

Hechos 16:32 - hablaron a individuos y grupos, **su estrategia.**

Todo lo que tenemos que hacer para ganar nuestra ciudad *es hablar.*

José Hernández en el Martín Fierro dice: "El mate solo sirve si tiene la boca abierta". El cristiano es un testigo, habla. Con la boca cerrada no sirve.

Además de hablar, aquellos cristianos evangelizaron.

b) Los cristianos evangelizaron

La palabra es "euangelidzo", que se traduce frecuentemente como que los seguidores de Cristo "predicaron" el evangelio o "contaron" las buenas nuevas. A diferencia de "hablar" esta palabra encierra en sí misma el contenido del mensaje

Evangelizar es hablar, pero es hablar el evangelio: "euangelidzo".

Se refiere tanto al mensaje que tiene que ser hablado como al proceso mismo de la comunicación. Lucas combina ambas ideas en Hechos 5:42, "Y todos los días, en el templo y por las casas, no cesaban de enseñar y predicar [euangelidzo] a Jesucristo".

Este proceso lo llevaron a cabo tanto individuos como grupos, y lo desarrollaron todos los creyentes.

c) Los cristianos enseñaron

La palabra es "didasko", enseñar, es una de las más comunes en el Nuevo Testamento para describir la edificación de creyentes, pero se utiliza también en relación a la evangelización.

La labor evangelizadora de los apóstoles se describe en Hechos como enseñanza.

¿Qué podemos hacer desde los medios para paliar este problema de la superficialidad y la falta de doctrina?

Hace falta enseñanza y enseñanza de la Palabra de Dios.

Enseñar a los no creyentes es un proceso más sofisticado que simplemente hablar. Hablar lo puede hacer cualquier creyente y evangelizar —que también es la tarea de todos— lo puede hacer cualquier creyente. Pero enseñar demanda más pericia y conocimiento, involucra más que la presentación del evangelio de Cristo, incluye la presentación de todo el mensaje de las Escrituras.

La radio, no puede ser un medio para la enseñanza del evangelio

d) Los cristianos predicaron

1. La palabra "kerusso" del original significa "gritar" o "proclamar como un heraldo".

Hechos 8:5-6 dice: *"Entonces Felipe, descendiendo a la ciudad de Samaria, les predicaba a Cristo. Y la gente, unánime, escuchaba atentamente las cosas que decía Felipe, oyendo y viendo las señales que hacía"*.

Los que tienen el llamado, el don y los talentos necesarios pueden estar detrás de un micrófono para hacer el kerusso.

2. La palabra "predicar" se utiliza en primer lugar en relación con las actividades de ciertas personas claves en el libro de Hechos, como ser: Felipe, Pedro, Pablo.

Al igual que enseñar, predicar debe ser la responsabilidad de ciertos individuos dotados, que han sido escogidos por Dios para proclamar de manera especial el evangelio.

e) Los cristianos anunciaron

1- La palabra "katangelo" está relacionada a "kerusso" y significa anunciar en público o proclamar y decir ampliamente. Pablo anunciaba la palabra de Dios.

El anuncio público no es una tarea para todos los creyentes, sino para aquellos que tienen el don, la habilidad especial para ello.

DISCÍPULOS EN MINISTERIO

Pero recibiréis poder, cuando haya venido sobre vosotros el Espíritu Santo, y me seréis testigos en Jerusalén... (Hechos 1:8).

Al igual que "kerusso", se usa en Hechos para describir la comunicación de los líderes apostólicos, especialmente en el ministerio de Pablo.

Anuncio público del evangelio que se puede hacer detrás del micrófono. Pablo anunciaba [katangelo] la palabra de Dios.

f) Los cristianos testificaron

La palabra "martureo" significa "dar testimonio".

En Hechos se usa mucho más que "martureo" la palabra "diamarturomai" que indica un testimonio solemne, afirmar con denuedo, con todo. Tiene connotaciones espirituales y emocionales. Dar testimonio con determinación. Dar un testimonio con fundamento, un testimonio sólido.

No estaban simplemente presentando el evangelio, informando el evangelio, estaban probando y dando evidencia de que Jesús era el Cristo a partir del Antiguo Testamento y la propia experiencia para convencer al incrédulo de la verdad del evangelio.

g) Los cristianos razonaron

1. La palabra "dialegomai" significa razonar, discurrir con, discutir. Se utiliza solo en relación a la comunicación de Pablo con el mundo no cristiano, en particular el mundo grecorromano.

La palabra no aparece en Hechos, hasta que Pablo llega a Tesalónica. En

Hechos 17:2-3 dice: *Y Pablo, como acostumbraba, fue a ellos y por tres días de reposo discutió [dialegomai] con ellos declarando y exponiendo por medio de las Escrituras...*

Esto no era proclamación, predicación, enseñanza; esto era diálogo, discusión, razonar junto con los oyentes.

Tesalónica era una ciudad griega comercial y cosmopolita de cultura muy sofisticada. Pablo sigue comunicando el evangelio pero cambia su metodología porque está en un contexto intelectual y cultural diferente.

A medida que se iba dando este proceso de comunicación, mediante la discusión y diálogo intenso, el ministerio de Pablo se iba metiendo en una cultura pagana permeada por

el pensamiento grecorromano, la manera de entrar allí no era con una predicación de confrontación sino mediante la discusión a la que los griegos estaban acostumbrados en su ejercicio filosófico.

Pablo adoptó una metodología evangelizadora que pudiera alcanzar a esta gente con mayor efectividad, se radicó en estas ciudades estratégicas, aprendió la manera de pensar de esta gente y les enseñó las Escrituras en profundidad según la longitud de onda mental y emocional de ellos.

A veces no nos damos cuenta cómo el mensaje se acepta o rechaza según la cultura de nuestros oyentes.

Comunicación del evangelio en las epístolas

Cuando uno rastrea el proceso de comunicación del evangelio en el libro de Hechos el enfoque cae sobre las acciones y funciones de los primeros cristianos y cómo ellos hablaban, evangelizaban, enseñaban, testificaban, razonaban sobre Cristo frente a los no creyentes.

Cuando salimos de Hechos y entramos en las epístolas "las acciones y funciones" se transforman en "directivas y órdenes" y el enfoque se concentra sobre los deberes de los creyentes.

Este cambio de enfoque es lógico, el propósito de Lucas era "registrar" los Hechos de los seguidores de Cristo. Las epístolas, se escribieron para enseñar y nutrir a aquellos que habían aceptado el evangelio.

Las epístolas agregan una nueva dimensión a la manera en que la evangelización se llevaba a cabo por las iglesias ya plantadas.

El impulso evangelizador debía continuarse en las ciudades en que se habían plantado iglesias. La realidad había cambiado. El esfuerzo inicial de abrir la brecha ya se había dado, ahora había iglesias fundadas, creyentes ganados; para continuar la tarea se requiere algo más que verbalizar del mensaje.

Estar plantado en una ciudad requiere **vidas cambiadas**.

La evangelización tiene que estar en línea con un estilo de vida cristiano a nivel individual y colectivo y se tiene que manifestar en todas las esferas de la vida.

Actividades

Tiempo  15'

Instrucciones

1. Mencione las dos metas en términos de estrategia que alcanzó Jesús al término de sus tres años de ministerio.

2. Interprete el concepto "estar plantado en una ciudad" ¿qué se requiere para esto?



Una estrategia de comunicación para la iglesia local





Los medios son parte de nuestra vida. Son tan comunes como el alimento que comemos o el aire que respiramos. Los medios influyen, presentan diferentes opciones y cambian las vidas de las personas. Los medios son para conectar a las personas.

Para nosotros, como cristianos, los medios llevan consigo un sentido de urgencia que no es común en la vida diaria: la urgencia de anunciar el mensaje. La verdad de la información que creemos tiene implicaciones para cada ser humano. Las palabras de Jesús a sus discípulos fueron: vayan y digan a cada uno, por todas partes (véase Marcos 16:15). Hay claridad, pasión y urgencia en la declaración... ve, di, y comunica. Está tan claro como cualquier mandato en la Escritura. La información que poseemos es el mensaje de Dios, el creador de este mundo. ¡Qué misión y tarea increíbles tenemos en nuestras manos!

OBJETIVOS

- Comprender que los medios son una herramienta que nos permite proclamar el mensaje en lugares que son de muy difícil acceso.
- Desarrollar ministerios que se generan por el avance de la tecnología, como ser: radio, televisión, contestador automático, Internet y otros.

IDEAS PRINCIPALES

- Los medios son una herramienta en nuestros esfuerzos de divulgar el mensaje cristiano, semillas de la planta del evangelio. Construyen un puente entre los contactos y los trabajadores de la iglesia que proporcionarán seguimiento y realizarán el trabajo de plantar iglesias y desarrollarlas.

La primera referencia a los medios en la historia cristiana es el grabado y la circulación de las Escrituras, los relatos e historias de la relación de Dios con las personas. Cuarenta autores, antes y después de Cristo, escribieron 66 libros que conforman la Biblia, la obra de mayor circulación en el mundo. Fue la invención clave de Gutenberg en el siglo XV que movió los medios y el evangelio a un nuevo nivel de impacto.

DISCÍPULOS EN MINISTERIO

en contacto con el ministerio. Es importante que el formato del mensaje (música, estilo, etc.) se ajuste con el formato de la emisora de radio y sea apropiado para la audiencia objetiva: por ej. jóvenes entre 18-25 años, etc.

El ministerio del contestador automático

Un medio versátil y de bajo costo. Los mensajes más eficaces por lo general son programas de dos minutos y de alta calidad que se difunden las 24 horas y terminan dando una información para contactarse.

El ministerio televisivo

La producción televisiva sigue las mismas pautas básicas para el contenido de radio. Los valores de la producción deben contar con calidad en la difusión, lo que significa que el costo será sustancial. La TV puede ser viable en muchos países, donde el gobierno tiene las estaciones y la programación es escasa. Nuestra experiencia ha sido que el tiempo de transmisión se puede obtener a menudo gratuitamente de los canales locales de cable de la comunidad.

El ministerio por Internet

Las producciones de audio y video utilizadas en radio y televisión se pueden también preparar para diferentes formatos basados en Internet. Los formatos de Podcast pueden permitir que los programas se entreguen directamente a los dispositivos portables MP3. El vídeo se puede descargar o mirar directamente de un sitio Web. Estos formatos se pueden también enviar a los teléfonos celulares permitiendo que los miembros de la audiencia se comuniquen al ministerio con mensajes de texto.

Luego del primer contacto, comienza el seguimiento. Es importante tener un equipo entrenado para dar el *toque personal* a su audiencia. El miembro de la audiencia se contactó seguramente porque tiene una necesidad. Es importante que el miembro del equipo de seguimiento trate esa necesidad y lo escuche. Ese *toque personal* se puede hacer con un correo electrónico o a través de una llamada telefónica, pero es preferible hacer una visita en persona.

Los trabajadores de la radio deben mantener los expedientes de todos los contactos, manejarlos con discreción e identificar rápidamente a los inconversos.

Un acercamiento evangelístico ha probado ser lo más eficaz en las visitas iniciales. Si la persona parece buscar o abrirse a discutir su vida espiritual, debe invitarlo a que asista a la iglesia local o quizá a un estudio bíblico. Los contactos se pueden organizar en grupos de estudio e iniciar en el proceso del discipulado.

La estrategia debe incluir un plan integral de la misión, de modo que trabaje en coordinación con los otros ministerios, y no en competencia con ellos.

Es muy importante mantener archivos actualizados de los contactos, se deben trazar idealmente en un mapa del área del ministerio e incorporar en una lista de envíos. Además, se deben guardar tarjetas con notas respecto a las visitas personales.

Ya que las culturas y ambientes son tan variados, es importante adaptar la estrategia más apropiada. Los programas cortos en algunas sociedades pueden ser un vehículo excelente para alcanzar a las personas, mientras que programas más largos en diversos formatos dan mejores resultados en otros ámbitos.

Se debe hacer un análisis cuidadoso antes de desarrollar una estrategia en toda área.

Hay un número de factores críticos que se deben considerar antes de poner la estrategia en ejecución:

1. La oración debe ser el punto focal del planeamiento y de la puesta en práctica.
2. Los contactos, según lo definido aquí, incluyen dos tipos de personas: los profesionales que pueden ayudarnos a lograr nuestro trabajo para alcanzar a la gente, y la gente que escuche nuestros programas y se contacte. De esa manera podremos anunciarles el evangelio de Cristo. Además de ser prospectos evangelísticos, estos contactos pueden llevar mucho fruto, ya que cada uno de ellos tiene familia y amigos.
3. Todos los involucrados en poner tal estrategia en ejecución deben recibir entrenamiento en la comunicación y el uso de medios en el ministerio evangelístico.
4. El acceso al área objetiva de audiencia es de importancia primaria para adaptar/developar la

Actividades

Tiempo  15'

Instrucciones

1. Seleccione uno de los ministerios nombrados en esta lección y elabore una estrategia para su comunidad, teniendo en cuenta las necesidades elementales que este presenta.

2. ¿Existe algún medio en su comunidad, que todavía no utiliza, pero que considere que hoy es importante para extender el reino de Dios? Explique.

¿Qué es lo que Jesucristo espera de sus discípulos? ¿Cuál es nuestro llamado? ¿Cómo puedo servir a Dios en mi iglesia local? Estas son algunas preguntas fundamentales que todo creyente necesita hacerse con seriedad delante de Dios.

Esta serie de cursos de autoestudio DISCÍPULOS EN MINISTERIO (DEM) está diseñada para personas que han creído en Jesucristo como Salvador y Señor y que están dispuestos a cumplir su mandato de hacer discípulos en todas las naciones (Mateo 28:19).

El programa DEM está compuesto por cuatro cursos generales y seis cursos especializados en cada ministerio específico. Los primeros cuatro cursos nos orientarán en los pasos básicos del discipulado cristiano:

- 🌐 **¿Quién es Jesús y qué significa seguirlo?**
- 🌐 **¿Qué significa estar en Cristo?**
- 🌐 **¿Qué significa ser parte del pueblo de Dios?**
- 🌐 **¿Qué significa crecer a semejanza de Cristo?**

Los seis cursos restantes nos ofrecerán contenidos especializados en diferentes ministerios como: “Evangelismo”, “Ministerio pastoral básico”, “Educación cristiana”, “Comunicaciones cristianas: medios y literatura”, “Compasión cristiana”, “Liderazgo”, “Ministerio a la mujer”, “Misiones cristianas” y “Ministerio juvenil”.

Cada curso está dividido en ocho lecciones, para su estudio, ya sea en forma individual o grupal. Estos diferentes materiales nos ayudarán a especializarnos en el llamado de servir a Jesucristo.

Ahora somos “... linaje escogido, real sacerdocio, nación santa, pueblo adquirido por Dios, *para que anunciéis* las virtudes de aquel que nos llamó de las tinieblas a su luz admirable” (1 Pedro 2:9). Una de las mejores maneras de anunciar las virtudes de Jesús es demostrando quién es Él por medio de un ministerio en nuestra iglesia local, es decir, siendo una parte realmente activa de su cuerpo.

¡Dios tiene reservado para usted un ministerio maravilloso y esperamos que estos materiales le acompañen e instruyan para cumplir esta sagrada tarea!

**MINISTERIO A
TRAVÉS DE LOS
MEDIOS DE
COMUNICACIÓN**



VIDA CRISTIANA