

# JESUCRISTO

el Co





# *comunicador* SUPREMO

*Por Assad Bechara •*

## INTRODUCCION

La encarnación fue el clímax de los esfuerzos de Dios por comunicarse con el hombre. Discutiremos aquí este modelo perfecto de comunicación – cómo Cristo se identificó de la manera más estrecha posible con sus oyentes. La comunicación de Cristo con sus contemporáneos refleja la esencia de la encarnación. Al estudiar el ejemplo de Cristo como comunicador, podemos extraer una lección de sus métodos de contar parábolas, particularmente de su uso de un lenguaje sencillo que sus oyentes comprendían y de su énfasis en los contactos personales; asimismo, podemos aplicar estos principios a nuestro empleo de las técnicas modernas para transmitir las mismas Buenas Nuevas que Cristo trajo al pueblo.

\* *Assad Bechara, doctor en Teología Pastoral, desempeña actualmente el cargo de Director de Comunicaciones de la División Sudamericana de la Iglesia Adventista del Séptimo Día.*

A través de la historia de este mundo, Dios ha tratado de comunicarse con el hombre. En el Jardín del Edén, el hombre y su Dios se comunicaban libremente uno con otro. Tan luego como el hombre pecó, se rompió la comunicación cara a cara entre él y su Creador. El pecado creó una separación que es descrita dramáticamente por el profeta Isaías: "pero vuestras iniquidades han hecho división entre vosotros y vuestro Dios, y vuestros pecados han hecho ocultar de vosotros su rostro para no oír". Isa. 59: 2.1

## ACCIONES COMUNICATIVAS DE DIOS A TRAVÉS DE MEDIOS MÚLTIPLES DE INFORMACIÓN

Inmediatamente después de la caída del hombre, Dios inició un movimiento continuo hacia el hombre, buscando restablecer el diálogo perdido. Dios empleó todos los medios viables. La Biblia da los siguientes ejemplos: 2 sus obras creadas, 3 el sistema de sacrificios, 4 el arco iris, 5 el Sábado, 6 el Urim y el Tumin/ las serpientes ardientes, 7 los ángeles, 8 los sueños, 9 la voz del cielo, 10 el Espíritu Santo, 11 los profetas, 12 y la Escritura. 14

Sin embargo, ninguno de los medios que Dios usó podía comunicar tan claramente como su presencia personal. Los hombres podían leer mucho de Dios en la naturaleza y en los escritos de los profetas, pero esto no era suficiente. Dios tenía que asumir naturaleza humana a fin de revelarse a los humanos. El clímax del esfuerzo de Dios por comunicarse con el hombre

1. Las citas y referencias bíblicas corresponden a la Versión Reina-Valera, revisión de 1960, de las Sociedades Bíblicas Unidas, salvo en los casos en que se especifique una versión diferente.
2. James D. Chase, "Radio Spot Evangelism: The Development of Research based Radio Spot Series for Nominal and Non-Christians" (Proyecto/disertación para el *Doctor of Ministry*, Andrews University, Berrien Springs, Michigan, 1977).
3. Sa 19:1,2; cf. Rom. 1:20; Hech. 14:17.
6. Eze. 20:12; cf. Exo. 31:13.
4. Juan 1:29.
7. Núm. 27:21; cf. 1 Sa 28:6.
5. Gén. 9:13; 13.
8. Núm. 21:4-9.
9. Heb. 1:14; cf. Sal. 34:7; Gén. 19:15; Núm. 22:31-35.
10. Gén. 37, 40, 41; Dan. 2:1-49; cf. Dan. 4:5-27.
11. Exo. 19:9,19; Mat. 3:17; 17:5; Juan 12:28.
12. Mat. 10:19,20;
13. Amos 3:7; Núm. 12:6.
14. 2 Tim. 3:16.

se dio en la encarnación, cuando El vino en persona para vivir nuestra experiencia. No solamente vino, sino que se convirtió en uno de nosotros, y aun asumió el papel de siervo, para poder identificarse de la manera más estrecha posible con nuestras necesidades. "La encarnación fue el punto de contacto de Dios con la raza"<sup>15</sup> y Cristo es su comunicador supremo, el revelador total. Por esta razón, si estamos dispuestos a escuchar a Dios, debemos escuchar a Cristo; si deseamos ver a Dios, debemos ver a Cristo; si deseamos comprender el mensaje de Dios, debemos enfocar a Cristo. Esto es lo que Juan quería dar a entender cuando declaró que él "oyó", "vio", "contempló" y "palpó" esa vida.<sup>16</sup> La comunicación más pertinente de Dios es aquella que nos habilita para verlo y comprenderlo. Con excepción de una visión que nos abrumaría, la encarnación es la única manera en que podemos captar una clara vislumbre del carácter y naturaleza del Padre. Es también la manera en que el Dios eterno hizo posible que los seres humanos fueran estrechados en los brazos de un Padre justo y perdonador.<sup>18</sup>

## LA ENCARNACION: SUPREMA COMUNICACION DE DIOS

Por tanto, en Cristo tenemos al Hombre en quien Dios reivindica totalmente a los hombres.<sup>19</sup> El es el canal a través del cual el Padre puede bendecir a la humanidad.<sup>20</sup> Jesús está totalmente centrado en el Padre y es totalmente accesible al hombre. Esta es la esencia de la comunicación.<sup>21</sup> Así, la encarnación es el momento culminante de un proceso progresivo, el clímax de la comunicación de Dios.<sup>22</sup> "Muchas veces y de muchos mo-

- 
15. P. B. Fitzwater, *Who God Became Man* (Chicago: The Biblical Institute of Chicago Association, 1936): p. 15.
  16. Walter R. L. Scragg, *The Media, the Messiah and Man* (Nashville: Tennessee Southern Publishing Association, 1972). pp. 40, 41.
  17. Edward J. Constanza, *The Man Who Is God: A Study of the Person and Nature of Jesus, Son of God, and Son of Man* (Washington, D.C.; Review and Herald Publishing Association, 1977). pp. 28, 68.
  18. Fitzwater, p. 17.
  19. George S. Hendry, *The Gospel of the Incarnation* (Philadelphia: Westminster Press, 1958), p. 114.
  20. Robert Isaac Wilberforce, *The Doctrine of the Incarnation of Our Lord Jesus Christ, in Its Relation to Mankind and to the Church* (London: John Murray, 1848), p. 220; Juan 16: 14.
  21. Knud Jørgensen, "Models of Communication in the New Testament", *Missionary: An International Review* (Oct. de 1976), p. 469.
  22. Robert Lawrence Ottley, *The Doctrine of the Incarnation*, vol. 1 (London: Methuen & Co., 1896). p. 22.

dos habló Dios en el pasado a nuestros padres por medio de los profetas; en estos últimos tiempos nos ha hablado por medio del Hijo".<sup>23</sup> En la plenitud del tiempo Dios se comunicó con nosotros mediante la persona de su Hijo.<sup>24</sup> El proceso por el cual Dios se hizo hombre es el acto supremo de comunicación; consecuentemente, el Dios que se hizo hombre es el comunicador supremo.<sup>25</sup>

## EL PROPOSITO DE LA ENCARNACION

Dios no envió a Jesús simplemente para impresionarnos. Lo envió para que fuese la "revelación y expresión de todo lo que Dios ha hecho y es".<sup>26</sup> El Dios que habló a través de los profetas es el Dios que se comunica con nosotros a través de la persona del Hijo. El Hijo se consideraba un testigo de lo que había visto mientras estaba con el Padre.<sup>27</sup> El Hijo es el revelador porque siendo la "verdad" y la "vida" y "la luz del mundo", ha traído el conocimiento de Dios al hombre.<sup>28</sup> La gloria del Hijo consiste en ser el revelador. Esto es demostrado en todo el Evangelio. El es el único camino al Padre (Juan 14:6), y todo aquél que lo ve, verdaderamente ve al Padre (Juan 14:9).<sup>29</sup> Así, el revelador total le confiere a la comunicación un nuevo significado, en cuanto la revelación de Dios en palabras no es completa a menos que sea traducida en vida real.<sup>30</sup>

¿Cómo, entonces, comunicó Cristo sus propósitos en vida a fin de que la humanidad pudiera comprender mejor su misión? "Así como el sumo sacerdote ponía a un lado sus magníficas ropas pontificias, y oficiaba en la ropa blanca de lino del sacerdote común, así también Cristo tomó forma de siervo, y ofreció sacrificio, siendo él mismo a la vez el sacerdote y la víctima."<sup>31</sup> A fin de que el hombre pueda ser admitido en la com-

23. Heb. 1:2, *Biblia de Jerusalén* (J), edición de 1975.

24. Jorgensen, p. 467.

25. Cees Hamelink, *Perspectives for Public Communication - A Study of the Church's Participation in Public Communication* (Holland: Ten Have, 1975), p. 37.

26. Heppenstall, p. 83.

27. Walter Lowrie, *The Doctrine of Sacred Scripture: An Essay in Biblical Theology* (New York: Longmans, Green, and Co., 1975), p. 163.

28. Rudolph Bultmann, *The Gospel of John: A Commentary*, trad. por Beasley-Murray, Hoare, y Riches (Oxford: Basil Blackwell), pp. 80, 83.

29. *ibid.*, pp. 71-72.

30. Jorgensen, p. 466.

31. Elena G. de White, *El Deseado de todas las gentes* (Mountain View, California, Publicaciones Interamericanas, 1955), p. 16.

pañá de Dios, Dios asume la forma de siervo en Jesucristo.<sup>32</sup> "Si hubiese aparecido con la gloria que tenía con el Padre antes que el mundo fuese, no podríamos haber soportado la luz de su presencia."<sup>33</sup> En la encarnación Dios se autolimita para poder vivir una vida humana.<sup>34</sup> Al actuar así, Dios puede vivir con el hombre sin destruirlo. Debido a su gran amor, Jesucristo "se convitió en lo que somos nosotros, a fin de que pudiera llevarnos a ser lo que él mismo es."<sup>35</sup>

La acción de Cristo de despojarse a sí mismo constituye "su revelación salvadora", en la cual su gloria es puesta de lado para tomar existencia humana, compartir la suerte común de los seres humanos, y darse a conocer a ellos.<sup>36</sup> El despojamiento de sí mismo realizado por Dios en Cristo, es el recurso por el cual Dios pronuncia su palabra salvadora a los hombres como hombre.<sup>37</sup>

La kenosis puede ser vista como la suprema paradoja del cristianismo. Cuando el poder divino es ocultado por la humanidad, alcanza su revelación suprema. No constituye la pérdida de la divinidad, sino más bien su revelación más clara, pues Dios es Señor, aun en la forma de siervo.<sup>38</sup> Karl Barth llama a esto "el camino del Hijo de Dios hacia el país lejano, i.e., hacia la bajeza del ser-criatura."<sup>39</sup>

La misión del Siervo Sufriente, luego, es la de ser el hombre para los otros hombres, y el momento de la más desesperada necesidad y aflicción de éstos, es el momento de la suprema identificación del Siervo con ellos.<sup>40</sup>

## EL COMUNICADOR COMPASIVO

El concepto de Dios como el comunicador compasivo es

32. Donald G. Dave, *The Form of a Servant: A Historical Analysis of the Kenotic Jfotif* (Philadelphia: The Westminster Press, 1968), pp. 158, 159.

33. White, p. 14.

34. Davc, pp. 162, 165.

35. K. H. Schelkel, *Theology of the New Testament* (Minnesota: The Liturgical Press, 1973), p. 146; citando a San Ireneo, *Against Heresies* 5, traducción al inglés por William A. Jurgens.

36. Davc, p. 14.

37. *Ibid.*, p. 195.

38. *Ibid.* pp. 163, 166, 173.

39. Karl Barth, *Church Dogmatics*, trad. por G.W. Thomson y H. Knight (Charles Scribner's Sons, 1956), p. 211.

40. Hcdry, pp. 111, 112.

expresado de modo sucinto en un breve verso: }Joema:

*Dios*  
*Vino.*  
*En Persona.*  
*En La carne.*  
*En humanidad*  
 Se hizo"  
 Hombre.  
 Sintió  
*Lo que sentimos.*  
 Sufrió  
*Lo que sufrimos.*  
 Murió  
*Como morimos.*  
 El conoce.  
 Nos conoce. 41

Porque no tenemos un sumo sacerdote que no pueda compadecerse de nuestras fl... sino uno que ha sido tentado en todo como nosotros, pero sin pecado. Por tanto, acerquémonos con confianza al trono de la gracia para que recibamos misericordia, y hallemos gracia para ayuda en tiempo de necesidad. 42

Compasión significa sentir con la persona que sufre dolor, tristeza o necesidad. Al hacerse hombre, Dios reveló su amor y carácter. Cristo no sólo compartió nuestro sufrimiento, sino que estuvo dispuesto a sufrir en nuestro lugar. 43 El demostró "las benévolas posibilidades de la compasión y la gracia celestiales". 44 "Se integró a la textura de la existencia humana". 45

## LA EXTENSION DE LA ENCARNACION

El se hizo uno de nosotros. Se extenuó en viajes y en interminable atención a los enfermos. Derramó lágrimas por Jerusalén. Aunque experimentó agonía El mismo, pudo medir la

41. David W. Augsburgcr, *Communicating Good News* (Society for Christian Communication, 1972). p. 481.

42. Hcb. 4:15, 16, NIV (New International Version).

43. Isa. 53:4,5.

44. Ottley, p. 26.

45. Jorgensen, p. 468.

amargura, la congoja, la debilidad de una mujer enferma que lo tocó. 46 "Se movía entre los despreciados y rechazados de la sociedad, dándoles esperanza y una base para creer q\J eran de valía. Encontró a la gente en sus debilidades y les dio fortaleza". 47

Jesús, por medio de la Encarnación, llegó a conocer todas las vicisitudes de la vida – goces, sufrimientos, pérdidas, ga tentaciones, pesares. Se introdujo en ellas, las comprendió, y de esta manera vino a ser un modelo para nosotros para que pasemos por estas experiencias como él lo hizo, y también un estímulo para que vayamos a él en oración, sabiendo que comprende aquello por lo cual estamos pasando. 48

Aquel que hizo al hombre, aprendió cómo se siente el ser hombre . Su conocimiento de la gente era esencialmente experimental. Sintiendo las cargas y las tristezas de los otros, " El podía experimentar tanto compasión como empatía". 49

Dios nos sale al encuentro en carne y sangre, en un encuentro de persona a persona . Solamente como persona humana podía Dios ser realmente comprendido y mostrar que comprende nuestra situación humana. Se nos da seguridad del amor y trato compasivo de Dios al restablecer la relación de comunicación. 50

## DIOS, EL COMUNICADOR "HUMANO"

La palabra "Logos" usada en el sentido sobrenatural, creador, de Juan 1 : 1 -3, 14, indica no sólo el poder de Dios para crear, sino también su capacidad para comunicar su amor en redención. Cristo vino a la tierra para comunicar ese amor en carne humana . Esto es, por medio de la encarnación la Palabra manifiesta la naturaleza y la vida divinas en términos comprensibles para las facultades humanas – El fue oído, visto, contemplado, palpado. 51

Dios cifró su Palabra dentro de las limitaciones de la comprensión humana de las palabras y de la forma humana : Se adaptó a nuestras aptitudes finitas. 52 Su comunicación alcanzó

46. Scragg, pp. 58, 59.

47. Craig W. Ellison, *The Foundations of Self Esteem* (Oklahoma City: Christian Association for Psychological Studies, 1976), p. 7.

48. James Montgomery, *God the Redeemer, Foundation of the Otristian Faith*. vol. 2 (Downers Grove, Illinois: Inter Varsity Press, 1978), p. 146.

50. Montgomery, p. 151.

49. Scragg, p. 58.

51. Lowrie, p. 163.

52. Eugene A. Nida, *Message and Mission: The Communication of Christian Faith* (New York: Harper & Row Publishers, 1960), p. 23.



su más plena expresión cuando la Palabra se hizo carne.<sup>53</sup> Ese fue el punto decisivo en la historia, porque "la Palabra se convirtió en hombre mortal y estableció su morada entre los hombres".<sup>54</sup>

Hebreos 1 : 1-3 muestra que Dios empleó múltiples medios de comunicación al tratar con la humanidad, siendo su comunicación suprema la vida de Jesucristo, quien es Emmanuel, "Dios con nosotros", la Palabra hecha carne.<sup>55</sup> En este sentido, la Palabra se hizo carne para que nosotros "pudiéramos leer a Dios, verlo, conocerlo".<sup>56</sup>

Así como la Palabra se hizo carne en la vida de Jesucristo, la Palabra de Dios debe impregnar la experiencia del ministro y motivar sus acciones. Es decir, la Palabra debe encarnarse en el hombre que predica y enseña esta palabra, transformando sus palabras en expresión divina.<sup>57</sup>

## CRISTO, LA PARABOLA DE DIOS

Muchos autores han visto una estrecha relación entre las parábolas que Cristo usó en su enseñanza y la encarnación misma. Holmes se refiere a las parábolas como la forma de lenguaje que corresponde a la encarnación.<sup>58</sup> Jorgensen concuerda en que la parábola es el lenguaje de la encarnación.<sup>59</sup>

Del estilo de enseñanza de Jesús se dice que, "la forma del lenguaje de Jesús tenía el propósito de conducir al oyente ante la realidad de lo que significa ser humano".<sup>60</sup>

McFague llama a Jesús mismo la Parábola de Dios.<sup>61</sup> Holmes sugiere una similitud de relación entre Dios y el verdadero hom-

53. Hamelink, p. 37.

54. Werner George Hummel, *The Theology of the New Testament, According to Its Major Witnesses -- Jesus, Paul, John* (Nashville, Tennessee: Abingdon Press, 1973), p. 281.

55. Hendrick Kraemer, *The Communication of the Christian Faith* (Philadelphia: The Westminster Press), pp. 15, 16.

56. Scragg, p. 54.

57. Hans Urs von Balthasar, *Word and Revela Essays in Theology*!, trad. de *Verbum Caro, Skizzen zur Theologie* 1, 1a. parte (Johannes Verlag, Einsiedeln), por A.V. Littledale (New York: Herder and Herder, 1964), p. 90.

58. Arthur B. Holmes, "Parable as the Form of the Language of Jesus Which Corresponds to the Incarnation," *The Drew Gateway*, 48 (Winter 1977); 15-25.

59. Jorgensen, p. 483.

60. Holmes, p. 19.

61. Sa McFague, "Learning for the Whole Person: A Model from the Parables of Jesus", *Religion in Life* 45 (Summer 1976): 161-173.

bre en la persona de Jesucristo, de una parte, y de otra, las parábolas y su contexto.<sup>62</sup> Donahue enfatiza asimismo la naturaleza parabólica de la vida de Jesús.<sup>63</sup> La personificación en Jesús de la vida común y la naturaleza humana, es el medio por el cual se ve a Dios manifiesto en la carne.<sup>64</sup>

#### CARACTERISTICAS SIMILARES DE LAS PARABOLAS Y LOS MICROPROGRAMAS\* DE TV

Cristo, entonces, es la Palabra manifiesta en carne, y mediante el uso de parábolas, hizo que las palabras se encarnaran. Sus parábolas eran cortas, y sin embargo enseñaban lecciones con infinito significado. Sus ilustraciones eran tomadas de la vida diaria. Usó palabras sencillas a fin de que pudiéramos entender. Como los microprogramas de TV en la actualidad, las parábolas no estaban dirigidas a los creyentes,<sup>65</sup> sino a la gente fuera de la iglesia,<sup>66</sup> a la persona común, secular.<sup>67</sup> Puesto que los objetivos de las parábolas bíblicas y los de los microprogramas de TV son similares, muchas de las características de las parábolas de Jesús también constituyen las marcas distintivas de un buen microprograma religioso :

1. Los comentaristas han notado que Jesús generalmente no usó términos teológicos para construir sus parábolas.<sup>68</sup> Muchos esperarían un vocabulario mítico, religioso, pero hallan en cambio una forma común de expresión, el habla del pueblo,<sup>69</sup> mezclada con vívidas figuras de lenguaje.<sup>70</sup> Jesús "siempre usó el lenguaje de la calle, del campo, del taller de carpin-

\* El autor usa el término inglés *spot* el cual da a entender una presentación muy breve, a la manera de un anuncio comercial, cuya duración fluctúa por lo general entre 20 y 60 segundos. N. de R.

62. Holmes, p. 23.

63. John R. Donahue, "Jesus as the Parable of God in the Gospel of Mark", *A Journal of Bible and Theology*, Interpretation (October 1978): 369-386.

64. James Alexander Findlay, *Jesus, Divine and Human* (London: The Epworth Press), p. 69.

65. Harn, p. 130.

66. Mat. 13:10-17.

67. Paul Ricoeur, "Listening to the Parables of Jesus," *Criterion* 13 (Spring, 1974): 18-22.

68. William G. Doty, "The Parables of Jesus, Kafka, Borges and Others, with Structural Observations," *Semeia* 2 (Missoula: University of Montana, 1974), pp. 152-193.

69. Ricoeur, p. 19.

70. Scobie, p. 58.

tero, de la orilla del mar, de la cocina, en lugar de los términos piadosos de los sacerdotes. El logró aplkar las grandes verdades a las experiencias comunes de la vida".<sup>71</sup>

2. Las parábolas de Jesucristo fueron tomadas de la naturaleza y del campo social de las relaciones interpersonales.<sup>72</sup> Ellas involucran emociones humanas, tales como la alegría, el sentido del humor y la admiración. <sup>73</sup> Jesús estaba completamente al tanto de la vida social local de su tiempo – las fiestas, banquetes, matrimonios.<sup>74</sup> El reprodujo en sus parábolas las realidades y usos comunes de su época y cultura,<sup>75</sup> y sus historias encuadraban lo desconocido dentro del contexto de lo conocido.<sup>76</sup> Los aspectos comunes de la existencia presentados por Jesús no constituyen un fin en sí mismos, sino un medio para establecer un punto. "Jesús no mira a las cosas comunes, lo de todos los días, sino a través de ellas".<sup>77</sup>

3. Cada una de las parábolas de Cristo es una descripción de la vida real y está estrechamente relacionada con específicas situaciones vitales. El mensaje es altamente efectivo debido a que sigue el principio comunicativo de la especificidad.<sup>78</sup> Cada parábola establece un punto en particular,<sup>79</sup> y "porta una verdad esencial"<sup>80</sup> que debería ser entendida en ese contexto.

4. Aunque las parábolas tienen que ver con datos específicos, realizan una labor efectiva de comunicación en un ambiente heterogéneo. Por ejemplo, en muchos casos la audiencia de Jesús estuvo compuesta de críticos y enemigos, multitudes curiosas y no comprometidas, amigos y discípulos. Ante la pre-

71. . Augsburger, pp. 34, 35.

72. William A. Beardslee, "Parable Interpretation and the Word Disclosed by the Parable," *Perspectives in Religious Studies* 3 (Summer, 1976): 123-139.

73. Frederick H. Borsch, "Who Has Ears," *Anglican Theological Review* 52 (July, 1970): 131-141.

74. Nida, pp. 226, 227.

75. Findlay, p. 69.

76. McFague, p. 167.

77. Jorgensen, p. 479.

78. *ibid.*, p. 478.

79. *ibid.*, p. 479.

80. George Eldon Laing, "The Life-Setting of the Parables of the Kingdom," *The Journal of Bible and Religion* 31 (July, 1963): 193-199.

81. Charles W.F. Smith, *The Jesus of the Parables* (Philadelphia: Westminster Press, 1948), pp. 494, 495.

sión de preguntas y situaciones que demandaban una pronta respuesta, respondió contando historias. 81 Las parábolas se adaptan a las complejidades y ambigüedades de la vida. 82

5. Una parábola contiene un mensaje implícito que no es dado en proposiciones directas, sino con lo que McFague llama "enfoque suave" o "levedad afirmativa". 83 Contiene algunos elementos alegóricos o metafóricos fácilmente reconocibles, 84 aunque no todos inmediatamente discernibles. La parábola no permanece totalmente indefinida, pero los niveles de indefinición son diferentes en cada parábola. 85

6. El planteamiento de la parábola no es hecho en términos absolutos. En lugar de ello, se emplea una técnica de preguntas "ligeras". 86 Esto se debe a que Jesús siempre buscaba estimular y clarificar, mas no compeler. 87

7. La parábola comunica con la mayor efectividad cuando "hay un elemento de sorpresa o un giro extraño", como en el caso del hombre herido en el camino a Jericó. Es normal que alguien se detenga y brinde ayuda, pero es sorprendente que la ayuda no provenga de los sacerdotes, sino de un samaritano. 88

8. Las parábolas son construidas con el poder de cautivar la atención por su "vivacidad" y "rareza", y dejan en la mente suficiente duda como para provocarla a pensamiento activo. 89 Desafían la imaginación con preguntas que mueven a reflexión. A menudo sorprenden, previenen, e invitan al oyente a interpretar la historia. 90 El principio de descubrimiento obra como un incentivo para el receptor y causa mucho más impacto que cuando el mensaje es "presentado en forma predigerida por el comunicador". 91 Se presume que el oyente se ha de identificar

82. McFague, p. 169.

83. /*ibid.*, p. 167.

84. Harold Songer, "Jesus' Use of Parables: Mathew 13," *Review and Exposition* 59 (October, 1962):492-500.

85. A.C. Thiselton, "The Parables as Language-Event: Sorn Comments on Fuch's Hermeneutics in the Light of Linguistic Philosophy," *Scottish Journ of Theology*, vol 23 (Cambridge: The University Press, 1970), p. 467.

86. McFague, p. 168.

87. /*ibid.*, p. 484.

88. Donahue, p. 380.

89. Jorgensen, p. 478.

90. Borsch, p. 133.

91. Charles H. Kraft, *Christia and Culture* (Pasadena: Fuller Theological Seminary, por publicarse).

con las diferentes situaciones, como en el caso del herido que yacía sobre el suelo del camino a Jericó.<sup>92</sup>

9. La parábola alcanza al oyente en todos los niveles de su personalidad.

Quando la parábola funciona como un evento de lenguaje, antes de nada crea un mundo en el cual valores y veredictos distintivos confrontan al oyente en un nivel más profundo que aquel que puede ser alcanzado por la discusión teológica. El lenguaje de Jesús impacta al oyente... y se posiciona de él en todo nivel de actitud, pensamiento y emoción.<sup>93</sup>

No se espera que los oyentes vean la historia desde un ángulo estético. La parábola persigue alcanzar no sólo la mente, sino la totalidad de la persona – sus efectos, emociones, imaginación, intelecto, voluntad y comportamiento, trayendo una perspectiva radicalmente nueva a todas las dimensiones de la existencia.<sup>94</sup> En realidad, una función principal de las parábolas es la de trastornar nuestro mundo.<sup>95</sup>

10. La parábola exige al oyente que decida. El orador abre al receptor nuevas perspectivas y realidades,<sup>96</sup> y le concede la oportunidad de aventurar un juicio.<sup>97</sup>

11. Las parábolas no tienen como designio el que se las descifre en el estudio, sino que se las comprenda, se les preste atención y se pongan en práctica sus enseñanzas.<sup>98</sup> Como puede verse por estas características correspondientes, los paralelos entre las parábolas y los buenos microprogramas de TV son evidentes.

En resumen, las características arriba mencionadas muestran que las parábolas constituyen un género apropiado para hablar a la mente secular. En ellas podemos encontrar un modelo para el microprograma religioso bien producido.

92. Robert W. Funk, "The Good Samaritan as Metaphor", *Semeia*, 2 (1974), pp. 74-81.

93. Thiselton, p. 446.

94. McFague, p. 168.

95. Beardslee, p. 137.

96. Holmes, p. 23.

97. Songer, p. 186.

98. *Ibid.*, p. 495.

## PARABOLAS CORTAS INDICAN MENSAJES CORTOS

Cabe, pues, enfatizar que los principios de las parábolas de Jesús -brevedad, el uso de objetos comunes como símbolos, y el uso de lenguaje sencillo- pueden aplicarse fácilmente a la producción de microprogramas de TV.

Sería bueno que considerásemos la longitud de las parábolas de Jesús. Virtualmente cualquiera de ellas podía ser dicha en sesenta segundos o menos. Russ Jolly, de la División de Medios Informativos UPU SA, cree firmemente que Jesús sabía lo que hacía. Dispuestos a imitarlo, Jolly y sus colegas transfirieron con éxito la esencia de algunas de las parábolas de Cristo al microprograma de televisión.<sup>99</sup>

De ello se infiere la efectividad de los mensajes de formato corto, a semejanza de las breves parábolas de Jesús, para alcanzar a las audiencias no cristianas.

## EL USO DE SIMBOLOS POR PARTE DE JESUS

¿Qué podría ser más familiar para el hombre común que *sal, levadura, llaves y semillas*? Estos sencillos símbolos enfocados por Jesús revelan que los formatos pequeños tienen el potencial de operar en dimensiones extensas para preservar, sazonar, crecer, involucrar, y para abrir oportunidades.

Resulta particularmente interesante notar el paralelo entre algunas de las características de la levadura, por un lado, y del microprograma de TV, por el otro.

La levadura estaba presente en el pan de la ofrenda de paz.<sup>100</sup> El pan espiritual también es presentado de una manera pacífica en el microprograma de TV. Afirma una autoridad: "No creo que la comunicación de masas sea un instrumento de presión. Pienso que estamos en el negocio de la persuasión. El proceso de la levadura constituye nuestro mandato".<sup>101</sup>

99. Russ Jolly, según entrevista realizada por Harold Jay Ellens, y citada por éste en "Program Format in Religious Television, a History and Analysis of Program Format in Nationally Distributed Denominational Religious Television Broadcasting in the United States of America: 1950-1970" (Tesis doctoral, Wayne State University, 1970; Ann Arbor, Michigan: University Microfilms, 1971), p. 339. En adelante haremos referencia a la tesis de Ellens como "Program Format".

100. Lev. 7:13.

101. Timmons, entrevista realizada por Ellens, "Program Format", p. 350.

La levadura requiere algo de tiempo para hacer su obra; de igual manera el microprograma de TV: una porción pequeña de la verdad tiende a provocar a reflexión.<sup>103</sup>

La acción de la levadura se esparce y extiende por toda la masa: el microprograma de TV sugiere una idea cuyo objetivo es un cambio total de "actitudes, sentimientos, acción y carácter".<sup>105</sup>

## PRESENTANDO LA PALABRA EN PALABRAS DE "CARNE Y SANGRE"

El lenguaje es una función social, una herramienta para la comunicación y tiene como propósito el diálogo.<sup>106</sup> La preocupación y responsabilidad del comunicador es la de cifrar su mensaje de tal manera que el receptor pueda descifrarlo fácilmente e inmediatamente, a la vez que sin equivocación.<sup>107</sup>

Sin embargo, la iglesia a menudo actúa como si sus palabras fueran sagradas. No lo son. Las palabras son útiles en la medida en que constituyen símbolos precisos del significado de un mensaje. Cuando estos símbolos son usados para formar un lenguaje privado, las palabras son absorbidas como si fueran "códigos secretos de una fraternidad o logia. Aun si las intenciones de los símbolos no son claras, el fiel [puede] obtener consuelo de la participación del lenguaje".<sup>108</sup>

No obstante, surge una importante dificultad cuando la iglesia trata de alcanzar a la audiencia no cristiana mediante el uso del "lenguaje de Canaán", cargado de terminología bíblica y teológica. Para aquellos fuera de la comunión de la iglesia, un mensaje así presentado (si alguna vez ocurriera que lo escucharan o vean) tendería a ser percibido como poco deseable.<sup>109</sup>

103. "El microprograma ha de ser una especie de levadura que estimule el pensamiento", asevera D. Kirk Hammon, Director de Televisión, Radio, y Agencia Audiovisual de la Iglesia Presbiteriana (según entrevista del 1.º de julio de 1970, realizada por Ellens, "Program Format", p. 376).

104. 1 Cor. 5:6.

105. Thomson, citado por Ellens en "Program Format", p. 353.

106. Kraemer, p. 71.

107. Augsburg, p. 32.

108. Harry DeWire, *Communication as Commitment* (Philadelphia: Fortress Press, 1972), pp. 55,56.

109. Kramer, pp. 110,120.

Los comunicadores cristianos deberían conocer a su público y darse cuenta de que la mayoría de la gente no ha asistido a un seminario y muchos de ellos ni siquiera han leído un libro religioso. Consecuentemente, aquellos que no están familiarizados con este lenguaje pueden considerar los programas como carentes de sentido o aun ofensivos. Aunque acusamos al mundo de ser corrupto a menudo ello se debe a que hemos tratado de satisfacer su necesidad de "pan" con nuestras "piedras" simbólicas. 110

El uso de la jerga evangélica por parte de los así llamados comunicadores, no hace nada sino capacitarlos para hablar consigo mismos. Los cristianos que hablan solamente en sus propios términos y no se interesan por comprender a los otros, viven para sí mismos en su "ghetto cristiano". A los tales Jesús comparó con la higuera estéril. Si con este "lenguaje privado usado dentro de las paredes del santuario" se habla también "afuera", la "iglesia tiende a aislarse del mundo".<sup>111</sup> Por lo tanto, el que prepara mensajes debería preguntarse: ¿Me hago comprender claramente? ¿Tienen sentido mis símbolos? Si no lo hace, estará ocupando un "asiento solitario".<sup>112</sup>

El comunicador avisado debe asimismo estar consciente de las varias connotaciones que las palabras tendrán para gentes diversas. "Alegr" puede significar para alguien un placer temporal, para otro una felicidad duradera. "Amor" puede significar compartir profundamente una hermosa relación, para otros una satisfacción erótica simplemente. No será tomado de la misma manera por un productor de cine, una pareja de recién casados, una persona divorciada, o un predicador. "Libertad" no tendrá idéntico sentido para un político, un miembro de la Nueva Izquierda, un prisionero o rehén, o un miembro de una minoría oprimida. Para comunicar, debemos conocer, y esto toma mucho tiempo.<sup>nj</sup>

Augsburger nos da un ejemplo de esta posible brecha de comunicación, en el cual muestra cómo podría descifrar un no

110. DeWirc, pp. 66,67;

111. *Ibid.*, pp. 56,57.

112. Augsburger, pp. 30,31.

113. DeWire, pp. 67,70,71.



cristiano lo que el cristiano cifra :

Cristiano	No cristiano
Desde que fui salvado *	¿se ha vu elto aho rr vo, o religioso ?
Vivo una vida victoriosa	¿cana todas las discusiones ?
He sido librado del pecado	¿Ha perdido interés en el sexo ?
Tengo una profunda paz.	Ya nada le molesta
Nunca me enojo ni maldigo	Debe estar mintiendo ahora
No fumo ni bebo	/\ se divierte
Vivo para Cristo	¿Qué tiene El que ver con esto  >14

El consejo de Biegel y Lubin es también apropiado para el comunicador cristiano: Imagine a la persona promedio sentada en casa leyendo algo que Ud. escribió, o escuchando o viendo algo que Ud. produjo. ¿Le motiva su lenguaje? ¿Está Ud. hablando a ella? Si no es así, trate de adaptar su trabajo a su nivel, a su manera de pensar, y tendrá mayores posibilidades de éxito.<sup>115</sup> Los comunicadores en general apoyan este principio.

Comunique tan claramente como le sea posible.<sup>116</sup> Hable "de su propia experiencia normal, en su propio estilo normal de conversación, usando su propio vocabulario de todos los días".<sup>117</sup> Tal como Jesús se expresó en palabras comunes, así deberíamos hacerlo nosotros. "Aunque las grandes verdades pronunciadas por nuestro Señor eran formuladas en un lenguaje sencillo, estaban revestidas de una belleza tan singular que interesaban y cautivaban a los grandes intelectos".<sup>118</sup>

Uno de los más grandes predicadores que el mundo ha conocido, Juan Wesley, estuvo agudamente consciente de su necesidad de comunicarse con la gente común. El le predicaba sus sermones a su criada, una muchacha sencilla y sin instrucción, y le permitía interrumpirlo toda vez que no entendiera alguna palabra. Sólo entonces, después de haber eliminado las palabras difíciles, se sentía en condiciones de predicar ante una

\* En inglés, el verbo to save, puede significar tanto "salvar" como "ahorrar".  
N de R.

114. Ibid., p. 67.

115. Len Biegel y Ailcen Lubin, *Mediability, a Guide: for Nonprofits* (Washington, D.C.: Taft Products, Inc., 1975), p. 3

116. John W. Bachman, *The Church in the World of Radio and Television* (New York: Association Press, 1960), p. 110.

117. Augsburg. p. 38.

118. Elena G. de Whitc. *El Evangelismo*. edición revisada y ampliada (Buenos Aires, Asociación Cas Editorial Sudamericana. 1975), p. 46.

congregación. De esta manera, su objetivo de alcanzar a las masas era cumplido.119

Se dice **que** las palabras de vida de Cristo eran presentadas de unCJ manera tan sencilla que aun un niño podía comprenderlas.121) Es con esto con lo cual tiene que ver la comunicación cristiana – una traducción constante de verdades profundas al lenguaje familiar de nuestro tiempo.121 Los resultados mostrarán que las micropresentaciones a través de los medios de información, cuando están despojadas de lenguaje y particularidades eclesiásticas, pueden servir de ayuda para salvar la brecha de comunicación en el esfuerzo por llegar a las masas con el mensaje cristiano.122

### PRESENTANDO LA PALABRA EN VIDAS DE "CARNE Y SANGRE"

Mientras que parece plausible comparar las parábolas de Jesús con el microprograma de TV (y hemos puntualizado SÍ" multitud que prestan credibilidad al uso del microprograma de TV para iniciar en el Evangelio a la persona no eclesiástica), debemos recordar que ni los medios de comunicación electrónicos ni la prensa pueden convertirse en sustituto del contacto personal, o de la aproximación en base a pregunta y respuesta, o de la relación personal continuada. Si un mensaje religioso es presentado a través de la radio, la televisión o la prensa, tiene que hacerse "carne" mediante el seguimiento y la visitación.

Si no se hace esto, es posible que el significado cabal del mensaje no sea claro para el oyente. De otra parte, si una forma solamente abreviada del mensaje llega a penetrar, puede causar un "choque cultural" debido a que la persona no está familiarizada con el modo de vida de la iglesia.123 En realidad, la necesidad que el ser humano tiene de los otros en la sociedad, parece ser una característica básica que obedece al designio de Dios para la humanidad.124

119. Howard A. Snyder, *The Proclamation of the Gospel* (Downers Grove, Illinois: InterVarsity Press, 1978), p. 171.

120. White, *Evangelismo*, p. 146.

121. Augsburg, p. 33.

122. Paul P. Tell, "Church Spots Where the Unreached Listen," *Religious Broadcasting Magazine* June-July 1979, pp. 21-22.

123. Gottfried Oosterwal, *Patterns of SDA Church Growth in North America* (Berrien Springs, Michigan: Andrews University Press, 1976), pp. 50,51,55,75.

124. Joltn Navone, *Communicating Christ* (Slough: St. Paul Publications{ 1976), p. 21.

No es por accidente que la iglesia local la *koínona* o comunidad de creyentes, constituya una parte tan central de la vida y la fe cristianas. Aquí es donde encontramos a Cristo; aquí es donde confesamos nuestros pecados y hallamos perdón y regeneración; aquí es donde ejercemos nuestra fe y nos apuntalamos uno a otro cuando resbalamos en cuanto a la fe.<sup>125</sup>

El conocimiento, de cualquier clase, no tiene verdadero significado si no se lo vive en el comportamiento y se lo relaciona con la experiencia. Por esa razón, Dios escogió no solamente un Libro, sino también una Iglesia. En este sentido, igualmente, la comunicación divina es básicamente encarnativa.<sup>126</sup>

De hecho, la encarnación debería enseñarnos a no confiar en los medios de comunicación masiva por sí mismos. Los medios de información deberían ser usados como un medio para aumentar las oportunidades para desarrollar relaciones interpersonales. Los métodos y enfoques empleados por los medios de información, no significarán mucho a menos que sigan el patrón divino de "convertirse en encarnaciones de lo que hemos visto y oído".<sup>127</sup> La encarnación de Cristo es una afirmación de que Dios no actúa en lugar de la personalidad, sino a través de ella.<sup>128</sup>

La moderna comprensión de lo que es un medio de comunicación, ha puesto en primer plano el significado de la encarnación. Tenemos una responsabilidad -parecería- para con nuestra cultura y sociedad de interpretar inteligentemente y de dar cuerpo en nuestras propias vidas al significado de la encarnación de Cristo.<sup>129</sup> Esto no es sólo un asunto de discusión académica y teológica, es un compromiso personal de lograr que a través de nosotros nuestro prójimo pueda percibir y palpar a Dios en realidad presente.<sup>130</sup>

Betty Blanton describe el amor creador que tenemos el uno por el otro como "la aparición de Dios en nuestra dimensión de la experiencia... Dios nos ha dado el poder de evocar su pre-

125. William W. Fore, texto de un trabajo presentado en el Concilio de Locutores Adventistas del Séptimo Día, el 21 de agosto de 1978, en Oxnard, California; publicado en *Ministry Magazine*, Jan. 1979, p. 6.

126. Nida, p. 226.

127. Jorgensen, p. 483.

128. James Oosting, "The Medium is the Message: A View of the Incarnation," *The Christian Century* 91 (December 25, 1974): 12-14.

129. Ellison, *Self-Esteem*, p. 7.

130. Kenneth Wray Conners, "Let the Word Become Flesh." *The Christian Century* 89 (April 19, 1972): 454-56.

sencia. Cuando nos aproximamos uno a otro con solicitud y amor creador, Dios se mueve entre y dentro de nosotros".<sup>131</sup>

El autor describe este sentimiento de amor y empatía en su experiencia, diciendo: "Llegué a conocer a esta gente. Sabía cuáles eran sus luchas. Conocía sus anhelos profundos. Conocía en qué puntos particulares se esforzaban por cambiar y crecer".<sup>132</sup> Esta es la actitud que existe toda vez que los cristianos comprenden el sentido y objeto de la encarnación. La encarnación tiene para el cristiano el significado adicional o especial de que Aquel que es plenamente Dios, se hizo verdaderamente hombre para vivir entre los hombres. Nuestra respuesta es la de "poner la Palabra de Dios en forma humana, expresarla en términos humanos, vivirla en cuerpo humano. Dar carne a la verdad de Dios en el tizado intercambio de la mesa de trabajo o el mercado".<sup>133</sup>

Siempre que una iglesia pierde de vista el sentido pleno de la encarnación, tiende a encerrarse dentro de sí misma. Este aislamiento involucra una falta de contacto significativo con el mundo no cristiano. Puede ser causado por la indiferencia, el interés propio, o aun por el temor mismo de contaminarse.<sup>134</sup> Algunas iglesias están asustadas por la idea de ser expuestas ante el mundo. Ni siquiera admiten en el pensamiento la posibilidad de cambiar algunas de sus estructuras y estilos de vida. Prefieren la vía fácil del aislamiento y excavan sus propias cuevas donde puedan permanecer sin que las afecte el mundo. Mientras tanto, "las iglesias que eligieron evitar el ser expuestas, y que no cultivan relaciones de un modo encarnativo, se han extinguido gradualmente".<sup>135</sup>

Como dice Bonhoeffer, es tiempo de que tales barreras sean derribadas a fin de que el mensaje de la iglesia pueda fluir a través del torrente sanguíneo de la sociedad. Debemos oponernos a la mentalidad de la cueva y el arca. La Iglesia debería real-

131. "God's Continuing Incarnation Through Us," *Theological Quarterly* 10 (April 1975): 28-40.

132. William C. C. Commons y Harvey Hester, *Growth Through Groups* (Nashville, Tennessee: Broadman Press, 1974), p. 17.

133. Augsburger, p. 50.

134. Samuel H. Moffet, "Self-Containment: A Hindrance to Evangelism in the Church," copia mimeografiada adjunta al Sílabo de Robert B. Munger sobre Renovación de la Iglesia y Preparación de los Laicos para el Ministerio, Curso de Extensión del Seminario Teológico Fuller, Grand Rapids, Michigan, 30 de mayo al 8 de junio de 1979.

135. Nida, p. 226.

mente demostrar lo que es vivir en Cristo y existir en favor de los demás. "La Iglesia debe tomar parte en los problemas seculares de la vida ordinaria",<sup>136</sup> debe descubrir el modelo del ministerio de Jesús y cooperar en la obra de Dios siguiendo dicho modelo.<sup>137</sup> Compartir nuestro tiempo con otros de esta manera, nos permite llegar a ser auténticamente contemporáneos.

Al compartir, Cristo estableció la base para que también nosotros seamos contemporáneos en nuestra comunión.<sup>138</sup> Somos el Cuerpo de Cristo. Las palabras de Jesús al enviar a sus representantes de vuelta al mundo como levadura, sal y litiz, para transformar, dar sabor, e iluminar el camino para otros, deberían ser nuestra guía. Como Jesús fue comisionado por el Padre para encarnar y comunicar su amor al mundo,<sup>139</sup> "así también yo os envío".<sup>140</sup> El Pacto de Lausana declara en su Tercera Prioridad (Artículo 6):

Afirmarnos que Cristo envía a su pueblo redimido al mundo como el Padre lo envió a El, y que esto requiere una similarmente profunda y costosa penetración del mundo. Necesitamos escapar de nuestros "ghettos" eclesiológicos e impregnar la sociedad no cristiana. En la misión de la Iglesia de servir a la gente, el evangelismo es fundamental.<sup>141</sup>

Así es que mientras que podemos emular las parábolas de Cristo mediante la producción de microprogramas de TV, debemos aún más seguir el ejemplo de Cristo en lo relativo a los contactos personales con aquellos cuyo interés es despertado por esas "parábolas" de nuestro tiempo moderno.

## CONCLUSION

La caída del hombre y su rebelión contra Dios, llevaron a una ruptura de comunicación. Como resultado, el propio lenguaje del hombre se hizo ambiguo. Es evidente que el frecuente

136. Dietrich Bonhoeffer, *Letters and Papers from Prison* (New York: McMillan, 1967), p. 211.

137. Harvey Cox, *The Secular City* (New York: McMillan Publishing Company, Inc., 1975), p. 109.

138. Navone, pp. 136-37.

139. Augsburg, p. 50.

140. Juan 20:21.

141. René C. Padilla, ed., *The New Face of Evangelicalism: An International Symposium on the Lausanne Covenant* (London: Hodder and Stoughton, 1976), p.

fracaso de la comunicación entre las personas se debe a la "ruptura primordial" de la comunicación con Dios. Esta comunicación sólo puede ser restaurada por Cristo.<sup>142</sup>

En el caso de la Torre de Babel, los hombres estaban tratando de salvarse mediante su esfuerzo y mérito personal.<sup>143</sup> El resultado fue absoluta confusión. Babel representa la ruptura de comunicación. Pero el Pentecostés, la presencia del Espíritu Santo, es la extensión de la encarnación de Cristo.<sup>144</sup>

"Del mismo modo en que todos los hombres tienen parte en la ruptura de comunicación, así deben todos tener parte en las Buenas Nuevas acerca de la reapertura de comunicación".<sup>145</sup> Esa reapertura es posible en Jesucristo. Al volvernos a Cristo y asimilar la doctrina de la encarnación, encontramos el único camino para restaurar la comunicación interrumpida. Debíamos ser tan sensibles y abiertos para con los demás, como lo era Jesús. La Biblia habla no sólo del poder del Espíritu, sino especialmente de la comunión del Espíritu. A través de Él, podemos lograr que la palabra se vuelva carne en una manera significativa. Con la corriente de su influencia, la audiencia masiva se vuelve carne y sangre – gente por quienes Cristo murió.<sup>146</sup>




---

142. Hamelink, p. 36

143. Jorgensen, p. 469.

144. Hendry, p. 159.

145. Jorgensen, p. 472.

146. *ibid.*, p. 482.