UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

Tesis previa a la obtención del Título de
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO:

“Revista institucional IEVI para la Iglesia Evangélica de Iñaquito”

AUTORA:

Andrea Margarita Armas Navarrete

DIRECTORA:

Lcda. María del Carmen Benítez

Quito, Octubre 2011

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad la autora.

Quito, Octubre de 2011

Andrea Armas

"Y todo lo que esté en tu mano hacer,

hazlo con todo empeño".

Rey Salomón (930 a.C.)

AGRADECIMIENTO

**A mi amado Dios, fiel, poderoso, proveedor, guía…
Gracias por las buenas obras que pones en mis manos y por ser mi compañero fiel en ellas.**

A mis amados padres, Hernán y Margarita, por todo su abnegado esfuerzo por mí durante años de formación académica. Son un ejemplo.

A mi querida profe y directora, María del Carmen Benítez, por su esfuerzo en la guía y aportes valiosos dados para desarrollar este proyecto de tesis.

A mi querida Iglesia Evangélica de Iñaquito por abrir las puertas y permitir el desarrollo de este proyecto, así como también por el apoyo de todos los que de una u otra manera se involucraron en él.

A mi querida Universidad Politécnica Salesiana, por toda la formación recibida en estos años de estudio. Me complace haber estudiado la carrera que estudié en esta universidad. Su trabajo es sobresaliente.

DEDICATORIA

A mi Padre Celestial, la fuente de mi vida.
A Jesucristo, mi Señor y Salvador, la razón de mi vivir.
Al Espíritu Santo, mi guía.

A mis padres, por todo su amor, cuidado y formación en mi vida. Los valores que ustedes han demostrado y me han enseñado son de gran valía para mí. Los quiero mucho.

A mis tres abuelitos, por su entrega y cuidado.

A mi hermanito menor, pero ya no pequeño. Porque deseo que tú también finalices tu carrera con éxito.

A toda la hermosa congregación de la Iglesia Evangélica de Iñaquito, donde crezco y sirvo. Anhelo que este proyecto sea de bendición para ustedes.

ÍNDICE

Introducción **1**

Antecedentes **5**

Justificación **6**

Objetivos **9**

CAPÍTULO I: COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO **11**

1.1. Comunicación 11

1.1.1. La comunicación como fenómeno social y cotidiano 11

1.1.2. La realidad de una comunicación insuficiente 12

1.1.3. La comunicación como ciencia 15

1.1.3.1. Breve resumen de evolución histórica 15

1.1.3.2. Definiciones de comunicación 19

1.1.3.3. La Escuela Latinoamericana de Comunicación y la Comunicación Alternativa 21

1.2. Desarrollo 24

1.2.1. Concepciones de desarrollo 24

1.3. Comunicación y Desarrollo 28

1.3.1. Rosa María Alfaro 30

1.3.1.1. Una comunicación para otro desarrollo 30

1.3.1.1.1. Otro desarrollo 30

1.3.1.1.2. La comunicación como relación para el desarrollo 31

1.3.2. Paulo Freire 34

1.3.2.1. Pedagogía del oprimido 34

1.3.2.2. Método de Paulo Freire 35

1.3.2.3. La importancia del diálogo 36

1.3.3. Mario Kaplún 37

1.3.3.1. Modelos de educación y modelos de comunicación 37

1.3.3.2. Comunicación/educación popular y alternativa 38

1.3.3.2.1. Comunicación 38

1.3.3.2.2. El estilo 38
1.3.3.2.3. Caminos y métodos 39
1.3.3.3. La práctica de la comunicación 40

CAPÍTULO II: EL CRISTIANISMO Y SU IMPACTO EN EL MUNDO 42
2.1. Valoración general 42
2.2. Vidas transformadas 44
2.3. Respeto por la vida humana 45
2.4. Libertad y dignidad para la mujer 45
2.5. La Cruz Roja Internacional 45
2.6. Huellas en la educación 45
2.7. El trabajo y los trabajadores dignificados 46
2.8. Influencia en la ciencia 46
2.9. Libertad y justicia 47
2.10. Abolición de la esclavitud 47
2.11. Huellas en el arte y la arquitectura 47
2.12. Huellas en la música 47
2.13. El cristianismo hoy 47

CAPÍTULO III: LA IGLESIA EVANGÉLICA DE IÑAQUITO 49
3.1. Descripción 49
3.2. Reseña histórica 51
3.3. Misión y visión 52
3.4. Declaración de fe 52
3.5. Valores centrales (para el crecimiento y el servicio) 54
3.6. Ubicación y contactos 55

CAPÍTULO IV: ELABORACIÓN DE LA REVISTA 56
4.1. Pre-producción 56
4.2. Planificación técnica de la revista 61
4.3. Manos a la obra: La producción 62
4.3.1. Investigación participativa 62

4.3.2. Pre-alimentación para temas 64
4.3.3. Planificación de los talleres 66
4.3.4. Realización de talleres participativos 68
4.3.4.1. Taller de Niños 68
4.3.4.2. Taller de Adolescentes 69
4.3.4.3. Taller de Jóvenes Adultos 70
4.3.4.4. Taller de Mujeres y Varones Adultos 71
4.3.4.5. Taller de Adultos Mayores 73
4.3.5. Sistematización de la información 73
4.3.6. Elaboración de los artículos 74
4.3.7. Aportes extras 76
4.3.8. Evaluación y edición 77
4.3.9. Elección del nombre de la revista 78
4.3.10. Diseño de la revista 78
4.3.11. Búsqueda de auspiciantes 81

Conclusiones 82
Recomendaciones 84
Bibliografía 85
Anexos 88
Sumario de Anexos 89

Introducción

Por muchos años la comunicación en la Iglesia Evangélica de Iñaquito ha sido un ámbito tenue, reducido a lo informativo. Recursos comunicacionales audiovisuales y escritos han jugado un papel de informar sobre aspectos y noticias de la congregación. La falta de conocimiento en el campo de la comunicación ha impedido descubrir nuevas formas de relacionamiento dinámico en beneficio de todos. Siendo una comunidad grande con alrededor de cuatro mil personas, la comunicación interna resulta esencial para la organización, la integración y el desarrollo. Se ha hecho sentida la necesidad de trabajar más la comunicación en el lugar, sobretodo desde una concepción alternativa, que permita crear espacios de participación conjuntos para contar con la palabra "del pueblo" de Dios, de la gente, no solo de los directivos, fomentando así la educación en comunidad y un "nosotros protagonista".

Apuntando a comenzar y encaminar este proceso en la congregación, se pensó en elaborar un recurso comunicacional muy útil como lo es la revista, ya que actualmente no existe un recurso similar en el lugar. Una revista tiene muchas ventajas, sobretodo su durabilidad, fácil acceso y circulación, lo que la hace un excelente medio educativo e informativo, además de reforzar la identidad organizacional. Eso permitió iniciar el proyecto con gran expectativa y apoyo.

El presente proyecto empieza con un recorrido por los *antecedentes* comunicacionales de esta comunidad, a partir de una investigación personal y un diagnóstico participativo realizado mediante una encuesta; los cuales permitieron dilucidar que los recursos comunicacionales utilizados estaban cumpliendo una función informativa y unidireccional, así como el alcance que éstos han tenido.

Sin duda esto abrió paso a la *justificación* del proyecto, donde se presenta un análisis de los dos problemas descubiertos: falta de información y necesidad de comunicación, acompañados de una amplia argumentación de los aspectos en los que se enfocaría la revista y el por qué se eligió este medio para este proyecto comunicacional. Todo esto también va sustentado con estadísticas obtenidas de las encuestas a la gente de esta comunidad.

A partir de esto entonces se presentan los *objetivos* del presente proyecto, general y específicos. El objetivo general gira alrededor de la revista como tal, y constituyó el motor del proyecto y el blanco global al cual se apuntó llegar. Y los objetivos específicos fueron por su parte las metas desglosadas que se lograron progresivamente para llegar al objetivo general, y abarcan aspectos como talleres participativos, artículos educativos, información institucional y diseño de la revista.

A continuación se da paso al marco teórico del proyecto, el cual está sustentado por temas o materias concernientes al mismo. El *capítulo uno* denominado *Comunicación Para El Desarrollo,* trata de esta disciplina en progresiva investigación y aplicación científica como una alternativa al modelo de la comunicación tradicional, difusionista, masiva y unidireccional. Para ello primero se inicia tratando la comunicación en sí, como fenómeno social y cotidiano del ser humano, inherente a su naturaleza; pero eso no ha significado un éxito en su práctica ya que actualmente es muy común el problema de la falta de comunicación.

Indudablemente, al ser un proyecto de tesis académico, se trata la comunicación en materia científica: un breve resumen de evolución histórica de las teorías comunicativas hasta el día de hoy, las cuales han postulado diversas definiciones de comunicación, desde varios autores y puntos de vista, algunas de las cuales son plasmadas en este proyecto por su claridad y precisión. Las definiciones escogidas van en pro del pensamiento de la Escuela Latinoamericana de la Comunicación, promotora de la comunicación para el desarrollo, por eso se designa un acápite específico para ella donde se explica su evolución cronológica de pensamiento; así como también se explica la importante iniciativa de la comunicación alternativa.

Otro punto clave de este capitulo es el desarrollo, para lo cual se muestran asimismo las diferentes concepciones de desarrollo que existen en la sociedad, lo cual es elemental definir ya que dependiendo de eso se tomará uno u otro camino, metas y estrategias. Una vez explicados los dos puntos de comunicación y desarrollo por separado, se procede a hablar de la comunicación para el desarrollo en sí misma, tomando a importantes autores como son: Luis Ramiro Beltrán, Rosa María Alfaro, Paulo Freire y Mario Kaplún, presentando sus más importantes postulados al respecto. De Luis Ramiro Beltrán, uno de los pioneros en el área, se toman aportes

teóricos como la clasificación de las experiencias de comunicación con desarrollo, sus conceptos al respecto, y las características de un comunicador en esta materia. Los siguientes tres autores tienen un acápite exclusivo para cada uno. Rosa María Alfaro con sus aportes incluidos en su texto "Una comunicación para otro desarrollo". Paulo Freire con la pedagogía del oprimido y su propio método desarrollado. Y Mario Kaplún con sus aportes teóricos pero sobretodo prácticos en su texto "El comunicador popular".

El *capítulo dos* lleva el título *El cristianismo y su impacto en el mundo*, ya que al tratarse de una revista cristiana ésta temática resulta referente a la misma. Este capítulo aborda la influencia positiva y transformadora en la sociedad de las enseñanzas de Jesucristo, no refiriendo a ninguna religión en específico, sino más bien la enseñanza pura de Jesús, sus valores y su vida misma; influencia que ha continuado por siglos a través de sus verdaderos seguidores y que suele ser negada o desvalorada por muchos en la sociedad. Los aportes del cristianismo en este sentido se nombran en áreas como: la dignidad de la vida humana, la dignidad de la mujer, la salud, la educación, el trabajo, la ciencia, la justicia, la libertad, el arte, la música, así como también en ciertas áreas en la actualidad.

El *capítulo tres* trata sobre *La Iglesia Evangélica de Iñaquito*, la institución beneficiaria y protagonista activa del proyecto. Aquí se presentan datos de conocimiento institucional, como características, fundamento, reseña histórica, misión, visión, declaración de fe, valores centrales para el crecimiento y el servicio, dónde está ubicada y sus datos de contacto.

Finalmente el *capítulo cuatro* es donde se explica sobre la *Elaboración de la Revista.* Todo el proceso es explicado pausadamente y de manera cronológica. Se inicia con la pre-producción de la revista, que implicó la investigación y diagnóstico comunicativos y participativos realizados en el lugar. Esto permitió hacer una planificación de las características técnicas del producto. Luego se prosigue con la esencia y cimiento de la revista que fue la producción de la misma. Esto abarca varios puntos. Para la sección informativa de la revista se realizó una investigación participativa por medio de entrevistas a líderes y miembros de los ministerios participantes, observación y toma de fotografías.

Para los contenidos educativos de la revista se optó por hacer talleres con grupos específicos. Para ello se hizo un taller previo de elección de temas, a partir de los cuales, una vez elegidos, se elaboró la planificación de cada uno. Estos talleres se describen uno por uno, y fueron trabajados con seis grupos o ministerios (niños, adolescentes, jóvenes adultos, varones adultos, mujeres adultas, y adultos mayores). Un total de 160 personas. En total se trataron doce temas para la edificación del creyente y, a partir de eso, la ejecutora del proyecto procedió a elaborar los respectivos artículos educativos que fueron plasmados en la revista. Además se describen procesos como la sistematización de la información, los aportes extras solicitados a la congregación, la evaluación de la revista, la elección del nombre, el proceso del diseño e incluso la búsqueda de auspiciantes.

El siguiente punto son las *conclusiones* más importantes del presente trabajo, las cuales se redactan como fruto de haberlo terminado y giran sobretodo alrededor de la comunicación y el desarrollo. No pueden obviarse las *recomendaciones* finales, resultado de la experiencia adquirida en el desarrollo de este proyecto y que sería importante considerar para otros proyectos futuros.

Este proyecto comprende una amplia y diversa *bibliografía,* con cuarenta fuentes de las cuales treinta y seis son autores y teóricos, entre libros, revistas, ponencias o entrevistas, y el resto son sitios web.

El último e importante punto son los *Anexos* que abarcan y demuestran los procesos que implicó este proyecto. Dada la gran cantidad de anexos existentes, se optó por agruparlos según el tema y afinidad, nombrando a cada grupo de anexo con una letra del abecedario para procurar un mayor orden de los mismos. Son un total de trece grupos, es decir, comienzan en la letra A y terminan en la letra M. Finalmente este proyecto tesis contiene aparte la *revista institucional de la IEVI*, el producto comunicativo terminado que fue la razón del proyecto.

Antecedentes

La IEVI (Iglesia Evangélica de Iñaquito) es una institución social religiosa sin fines de lucro con casi sesenta años de servicio. Es una comunidad cristiana evangélica, legalmente establecida, que sirve semanalmente a un promedio de 4.800 asistentes, de diverso matiz: social, económico, cultural y de edad. Esta comunidad no limita su actividad al servicio dominical de culto, sino que ofrece otros servicios para beneficio y bendición de las personas, conforme a una amplia gama de necesidades existentes[1].

En su tiempo de historia hasta la actualidad, la comunicación en la IEVI se ha encajado en lo informativo, tanto a nivel interno como externo. Los recursos comunicativos que se manejan actualmente son: boletines dominicales, anuncios audiovisuales, folletos, trípticos, videos, radio y página web.

El boletín dominical es el medio más regular. Se lo entrega en los cultos cada fin de semana; contiene los anuncios de actividades y eventos a futuro, así como un pequeño resumen de la prédica de ese fin de semana. El primer boletín dominical fue emitido en 1973, en papel bond, con máquina de escribir en blanco y negro. Poco a poco se aumentó un poco de color y desde hace varios meses ya es a full color.

Otro recurso es los anuncios audiovisuales (los mismos del boletín), que son emitidos por pantalla al final de cada culto. Existe una página web de la institución cuyo uso ha sido mayormente informativo; actualmente está en proceso de actualización y mejoramiento. También se cuenta desde hace algunos meses con un proyecto de radio IEVI por Internet, la misma que se ha dedicado a emitir música hasta poder incursionar más.

Los recursos comunicacionales eventuales de la IEVI, con el objetivo de informar más sobre la institución y sus ministerios, han sido: trípticos (2008), Feria Ministerial (2008), folleto (2009), videos (2010), cuadernillo informativo (2011).

[1] Estos servicios se denominan "Ministerios" en el ámbito evangélico, y actualmente hay más de 30 en la IEVI (Cfr. Infra). Abarcan mayormente el área espiritual, pero también el área social, médica, económica, psicológica y académica.

Sin embargo, en cuanto a una publicación impresa como lo es la revista, sólo se registra una de circulación interna llamada "Redes", publicada en 1981. Tuvo vigencia por pocos años después, teniendo un total de once ediciones. Fue dirigida por la Sociedad de Jóvenes de la congregación y editada por el Cuerpo Cristiano de Comunicaciones. Su formato era en A4, con 4 - 8 páginas, y su contenido era noticias de la congregación, notas interesantes, poemas e incluso humor sano. Desde entonces y hasta la actualidad la IEVI no ha contado con una revista institucional.

Justificación

Como se ha visto, esta congregación ha desarrollado recursos comunicacionales limitados a lo informativo. Puede decirse entonces que es una comunicación insuficiente, dispersa, en necesidad de ser afianzada y fortalecida. En una encuesta[2] aplicada a setenta siervos/líderes sobre la comunicación en este lugar, se obtuvo una respuesta mayoritaria afirmativa en cuanto a la necesidad de trabajarla más. El 44% opinó que la comunicación en la IEVI es relativamente *"buena, pero aún que trabajarla"* y un 36% opinó que es *"regular, por lo que falta mucha difusión periódica, completa y clara"*. La necesidad de trabajar más la comunicación, entonces es real.

Al analizar la comunicación en esta comunidad, se notó que existen prácticamente dos problemas al respecto: falta de información y necesidad de comunicación participativa.

Información porque gran parte de los asistentes no conocen bien su congregación. Hay varias personas que solamente son asistentes dominicales y no están involucrados en los ministerios. Por no estar bien informados, muchos se están privando involuntariamente de recibir algún beneficio y/o brindar algún servicio en los diversos ministerios de apoyo que se ofrecen, orientados para situaciones específicas que vive el ser humano: violencia doméstica, abuso de todo tipo, hogares disfuncionales, alcoholismo, adicciones, depresión, traumas, abandono, exclusión,

[2] ARMAS, Andrea, *Encuesta los líderes de la IEVI*, IEVI, Quito, 20 de febrero de 2010. Ver al final ANEXO B, modelo de encuesta, encuestas llenas y resultados.

soledad, desánimo, etc., donde en base a guía divina de la Palabra de Dios y el compañerismo y amor de otras personas, se han logrado superar. El desconocimiento de estos servicios causa que muchos sean solamente observadores y no actores de lo que sucede en esta congregación.

La necesidad de comunicación se hace sentir al considerar que ésta es una comunidad de más de cuatro mil personas, donde los circuitos de comunicación resultan distantes y muchos no se conocen; varias personas llegan al culto y se van sin platicar con nadie. Aún entre ministerios hace falta más conocimiento de las personas, necesidades, actividades, etc. Se trata entonces de unificar más a los miembros de la congregación, promover la integración, conocimiento, apoyo y espacios de participación conjuntos para contar también con las opiniones y sugerencias 'del pueblo' y no solamente de los directivos, lo cual puede resultar un aporte enriquecedor para todos.

Dada entonces la no existencia de un producto comunicacional que circule al interior de esta congregación, con publicación periódica y regular, al que todas las personas tengan acceso y que les permita estar más conectadas y unidas entorno al mismo propósito que los une allí, además de ser educativo y participativo a la vez, surge la idea de un proyecto de revista institucional para la Iglesia Evangélica de Iñaquito que englobe estos aspectos.

La comunicación es el eje transversal de una institución, a nivel interno y externo, personal y grupal. Al ser una comunidad tan grande y en rápido crecimiento la comunicación resulta esencial. Una revista es un recurso comunicacional muy útil para empezar el camino de mejorar la información, comunicación e integración en el lugar, si se lo realiza de la manera adecuada y con excelencia.

La expectativa es crear un ***micromedio*** en el lugar, que contenga de manera clara aspectos informativos de identidad institucional y de algunos de los ministerios (pues debido a que son más de treinta se prevé que todos se tratarán poco a poco en próximas ediciones); como también ser un medio educativo para la comunidad con temas de su interés y elección; y sobretodo ser un recurso que promueva y muestre la participación activa de la gente en la producción del mismo, contando con sus

opiniones, testimonios, ideas, aportes y sugerencias, a fin de que se empiece a construir una comunicación para el desarrollo.

Micromedio es un medio de comunicación alternativa, que trabaja desde lo cotidiano, lo diverso y lo local, en base a una comunicación participativa y democrática con la gente.

Otra de las preguntas de la encuesta era si estaban de acuerdo en que una revista pudiera ser un medio que llevara actualmente una adecuada comunicación institucional. El 96% de ellos respondió afirmativamente y las razones por selección quedaron así:

Es de fácil acceso y manejo para todos (64%).
Facilita la difusión de ideas y acciones (64%).
Se la puede llevar a cualquier parte (54%).
Es coleccionable (43%).
Es más legible (30%).
Es más durable (24%).
Es más económico (23%).
Es más fácil elaborarla en relación a otros productos (23%).
Es más elegante (17%).

También se obtuvo otros argumentos que surgieron por iniciativa de los encuestados:

Llega a varias personas y a las comunidades alejadas.
Se puede aportar a otros con mensajes educativos.
¡Necesitamos una revista!
Presenta más información y más completa.
La comunicación es poder para conocer la verdad.
Puede ser un instrumento de evangelización.
Puede haber segmentos por cada tema.
Es más creativa.

Son algunas ventajas que ofrece una revista al pensar en metas comunicativas para una comunidad. Y aunque la desventaja es el costo de la impresión de sus publicaciones, sus ventajas son: una revista llega a varias personas, incluso a aquellas que no tienen tan fácil acceso a las nuevas tecnologías de la información como el Internet. Es durable porque puede ser conservada e incluso coleccionada durante todo el tiempo que se quiera, y al ser compacta es más difícil de perderse o botarse como un volante. Es más personal porque cada persona la puede leer y releer en cualquier momento o lugar, no es como un producto audiovisual que necesita corriente eléctrica y debe ser visto por el grupo al mismo tiempo, por lo que incluso puede ser compartida con otras personas. A más de esto, está todo el diverso contenido educativo e informativo que puede proveer a los lectores.

Es importante además conocer el siguiente dato: según José Villamarín, catedrático de la FACSO, "en número de publicaciones, las revistas de carácter religioso son las segundas en importancia en el país. [...Y] al igual que las culturales, también han entrado en decadencia"[3].

Objetivos

➢ Objetivo general

Elaborar participativamente una revista institucional para la Iglesia Evangélica de Iñaquito, que cumpla la función comunicativa, educativa e informativa, a fin de constituirla como un micromedio integrador en esta comunidad.

➢ Objetivos específicos:

- Promover la participación de la gente en este producto comunicacional, por medio de la realización de *talleres participativos* con grupos específicos de la IEVI, pertenecientes a ciertos ministerios, basados en

[3] VILLAMARÍN, José, "Las revistas en el Ecuador: Un primer acercamiento histórico", *Revista "Textos y Contextos",* No. 1, FACSO, Quito, octubre de 2003, p. 33.

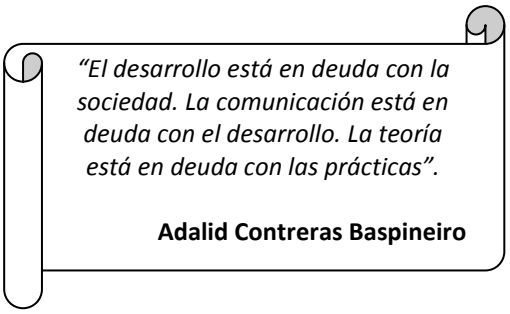
dinámicas creativas donde se pueda trabajar con ellos los temas de su interés en cuanto a artículos para la revista y poder generar así una comunicación interna participativa y democrática.

- Aportar a los lectores con importante contenido educativo en distintas temáticas, mediante la redacción de *artículos educativos* a partir de los talleres trabajados con la gente y en base al punto de vista bíblico, a fin de orientar a los creyentes.

- Presentar *información* detallada de identidad institucional de la IEVI (misión, visión, declaración de fe, objetivos estratégicos, historia, etc.); como también de un grupo de ministerios (ministerios de discipulado y redes), a fin de que la revista sea también un medio informativo claro y actualizado, tanto a nivel interno como externo.

- Efectuar el *diseño* de la revista de manera creativa y ordenada, contando también con las sugerencias de la gente, a fin de que sea un producto comunicacional institucional vistoso y legible.

CAPÍTULO I: COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO



1.1. Comunicación

1.1.1. La comunicación como fenómeno social y cotidiano

Escuchar la palabra 'comunicación' para muchos es referirse al mundo de los mass media. Televisión, radio, prensa, internet y otras tecnologías de la información son las protagonistas de la comunicación de masas en esta sociedad globalizada. De hecho, se piensa más en los aparatos que en el proceso que se da, el cual resulta también muy limitado para poder llamarlo 'comunicación'.

Lo cierto es que la comunicación no es solamente una producción de los medios masivos, sino que es un fenómeno social y presente en lo cotidiano. "La comunicación no se limita a la cuestión de los mass media, […sino que] se encuentra en la vida cotidiana, en la espesa y compleja trama de las relaciones sociales"[4]. En este sentido, la comunicación está presente todo el tiempo, tanto en espacios públicos como en privados, tanto en las esferas tecnológicas como en la sencillez de la vida cotidiana de toda persona, en la empresa, en el gobierno, en las escuelas, en la universidad, en la iglesia, en la estación de bus, en hospitales, en el mercado, en la tienda del barrio, en los parques, en casa, etcétera. "Estamos hechos de comunicación. Cada uno de nuestros actos, de nuestros espacios, de nuestros objetos, comunican"[5]. Aún la creación comunica dice la Biblia[6].

[4] "Al encuentro con la gente. Una estrategia de comunicación para prevenir el maltrato infantil capacitando en comunicación alternativa", en Jaime Torres (Comp.), *Módulo de Estudio Micromedios*, 4to. Semestre, Escuela de Comunicación Social, Universidad Politécnica Salesiana, Quito – Ecuador, p.1.
[5] Idem.

Pero a nivel de comunicación humana, resulta que ésta sobresale con cualidades privilegiadas a la de los demás seres vivos; ya que el Creador tuvo un propósito para los humanos: que se comunicaran unos con otros, consigo mismos y aún con Él. Así, todos viven la comunicación día a día y de diversas formas. Hay una gama de lenguajes que son utilizados: oral, escrito, mímico, kinésico, simbólico, gráfico, matemático, tecnológico, artístico, acústico, inclusive el silencio. Dicho de otra forma, el diverso mundo comunicativo del ser humano está compuesto por: palabras, gestos, miradas, posturas, letras, escritura, lectura, sonidos, risas, llanto, gráficos, arte, música, discursos, silencios, conversaciones, abrazos, diálogos, etc.

Comunicar "es ejercer la calidad de ser humano"[7], pues no hay ser humano posible sin comunicación. Su vida está determinada por la comunicación. Sin ella no podría sobrevivir, es parte de su existencia y de su naturaleza. Pero aún más allá de la supervivencia, la comunicación le sirve para construirse como persona, cultivar relaciones y mejorar su calidad de vida. La presente tesis ha permitido valorar y palpar más la comunicación desde lo local y desde lo diverso. La comunicación rige la vida humana y es inherente a ella. Por eso es un fenómeno social, vivo, permanente, continuo y diario.

1.1.2. La realidad de una comunicación insuficiente

Si bien la comunicación está presente a diario, no todo proceso o acto llega a consolidar la comunicación como es debido. La palabra *comunicar* proviene del latín *comunicare* que significa 'poner en común algo con otro', lo cual implica interacción (expresarse y escuchar… escuchar y expresarse) y entendimiento. Aquí Russell da una interesante diferencia al decir que "el lenguaje tiene dos fines primarios, la expresión y la comunicación"[8]. Una cosa es expresarse con alguien y otra el haber llegado a la comunicación. Ambas pueden parecer lo mismo, pero la comunicación va más allá porque establece una interacción con el/los otro/s, donde existe entendimiento mutuo y un proceso circular de retroalimentación.

---

[6] "Los cielos cuentan la gloria de Dios, el firmamento proclama la obra de sus manos". Salmo 19:1.
[7] "Palabras e Imágenes. Curso a distancia en comunicación impresa", en Jaime Torres (Comp.), Op. Cit., p.57.
[8] RUSELL, Bertrand, *El conocimiento humano,* Ediciones Orbis, Barcelona, España, 1983. En OGAZ, Leonardo, *La Comunicación: Una aproximación a la aprehensión conceptual del fenómeno*, p. 4.

La sociedad está marcada por las tecnologías de la información y la comunicación (TICS), producto de la "mundialización de la comunicación" impulsada por los ideales y concepción de progreso del sistema. No se puede negar la gran utilidad que han traído estas tecnologías a la vida del ser humano: facilitar la comunicación con otras personas, comunicación rápida a grandes distancias, agilizar procesos, mayores conocimientos e información, etc.; sin embargo y paradójicamente, mientras las TICS experimentan su más grande auge y avance, la comunicación en lo local e íntimo se va desgastando y perdiendo. "Los dispositivos de comunicación, al ampliar progresivamente el ámbito de circulación de las personas y bienes materiales y simbólicos, […] no han cesado de desplazar las fronteras físicas, intelectuales y mentales"[9]. La tanta influencia de la globalización, sumada a las ocupaciones y preocupaciones de la agitada vida diaria, hace que muchas veces se termine descuidando la comunicación en lo cercano, en lo íntimo, en lo cotidiano.

Por eso es muy común encontrar en diversas esferas de la vida humana los "problemas de comunicación". Esto ocurre: en las familias, entre parejas, entre hermanos, entre padres e hijos, entre profesor y alumno, entre amigos, dentro de una organización o comunidad, etc. La relación con nuestra familia, con los demás, con nosotros mismos, o entre grupos y organizaciones, está determinada por el grado y calidad de comunicación que tengamos. Ernesto Sábato, hablando sobre lo micro y lo macro y la resistencia de vivir en una sociedad llena de TICS, pero a la vez un mundo de incomunicación, comenta:

> *Trágicamente, el hombre está perdiendo el diálogo con los demás y el reconocimiento del mundo que lo rodea, siendo que es allí donde se dan el encuentro, la posibilidad del amor, los gestos supremos de la vida […]. Es apremiante reconocer los espacios de encuentro que nos quiten de ser una multitud masificada mirando aisladamente la televisión. […] No sólo nos cuesta abandonarla, sino que también perdemos la capacidad para mirar y ver lo cotidiano. Lo paradójico es que a través de esa pantalla [televisión, Internet, cine] parecemos estar conectados con el mundo entero, cuando en verdad nos arranca la posibilidad de convivir humanamente"*[10].

[9] MATTELART, Armand, *La Mundialización de la Comunicación*, Editorial Paidós, Barcelona – España, 1998, p. 7.
[10] SÁBATO, Ernesto, *La Resistencia*, Editorial Booket, Buenos Aires – Argentina, 2008, p.14,15.

Los problemas de comunicación no son otra cosa que -como dice este acápite- una comunicación insuficiente. El diccionario de la RAE define *insuficiente* como: "no suficiente". Por lo cual, hablando contrariamente a la definición de *suficiente* del mismo diccionario, se tiene que la comunicación no es "bastante para lo que se necesita"[11] (falta en cantidad), ni tampoco está siendo "apta o idónea"[12] (falta en calidad).

Esto se evidencia en otros problemas que son generados como consecuencia de la comunicación insuficiente. A nivel de familia: malos entendidos, pleitos, peleas, falta de amor, cariño, aceptación, perdón, apoyo, confianza, lo que muchas veces incluso lleva a la separación o divorcio, o la salida de los hijos de casa. A nivel de relaciones sociales: la falta de comunicación no permite conocer bien a otras personas y entablar amistades, además desgasta o rompe las que ya están formadas. A nivel de organización: influirá mucho en el orden y éxito integral de la misma. En el caso de la IEVI, una necesidad latente de comunicación e información se hace presente. (Cfr. Supra)

Por otro lado, la supuesta comunicación a nivel macro generada por los medios masivos de comunicación, también resulta insuficiente. En su mayoría se limitan a informar; es decir, emiten la información tomando la posición de únicos emisores, monopolizando así el proceso. Pero como se ha dicho, la comunicación no es solamente transmitir información (eso se llama 'informar'), sino que implica diálogo, intercambio, entendimiento, interactuar, compartir en reciprocidad y retroalimentación. A la gente le agrada participar y sus aportes pueden enriquecer y/o cuestionar a otros.

Otro sentido negativo de los medios son sus contenidos. Transmiten lo que quieren transmitir y muchas veces es nocivo. Y es que en esta Era globalizada y posmoderna los medios masivos tienen tal protagonismo progresivo, que son llamados el 'cuarto poder', porque influencian en la formación de la opinión pública de la gente y no solamente en la política, sino en todo ámbito. "El proceso

[11] "Suficiente". DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA. Microsoft Encarta. 2008.
[12] Idem.

de comunicación social es un proceso de construcción sociosemiótica. La producción de los mass media es una producción discursiva. Mediante la construcción de un universo simbólico se crea un mundo socialmente compartido"[13]. Cuando los receptores no toman una actitud crítica ante lo que reciben de los medios, se vuelven muy vulnerables a ser manipulados y moldeados por los mismos. "Las modernas tecnologías de comunicación e información están modificando nuestras vidas, afectándolas en el plano físico (en su biosedentarismo, por ejemplo), en el intelectual y en el emocional"[14]. Ante todo esto, la comunicación verdadera implica "una lucha constante por establecer contactos, por buscar formas de entendimiento, por romper el cerco de la incomunicación que está siempre acechando"[15].

1.1.3. La comunicación como ciencia

1.1.3.1. Breve resumen de evolución histórica

Para el sociólogo Armand Mattelart, "la invención de la comunicación como ideal tuvo lugar al amparo de las ideas de la modernidad y de la perfectibilidad de las sociedades humanas"[16]. En este sentido, los ingenieros de Puentes y Caminos (Ponts et Chaussées) dieron las primeras ideas de comunicación al construir carreteras y canales para la unión de la sociedad, para la organización de un espacio nacional donde poder vincular y asegurar el flujo de circulación de personas y mercancías.

Mattelart es uno de los autores más reconocidos en lo que se refiere a *historia de las Teorías de la Comunicación*[17]. De hecho su libro más popular lleva este nombre. En él relata de manera detallada la evolución histórica y fragmentada de

[13] RODRIGO ALSINA, Miquel, "*Los modelos de la comunicación"*, Editorial Tecnos, Madrid-España, 1995, p.86. Tomado de OGAZ, Leonardo, *La Comunicación: Una aproximación a la aprehensión conceptual del fenómeno*, p. 10.
[14] GUBERN, Román, *El eros electrónico*, Editorial Santillana, Madrid-España, 2000, p.8.
[15] OGAZ, Leonardo, *La Comunicación:Una aproximación a la aprehensión conceptual del fenómeno*, Universidad Politécnica Salesiana, Escuela de Comunicación Social, Quito-Ecuador, 2002, p.5.
[16] MATTELART, Armand, *La Mundialización de la Comunicación*, Editorial Paidós, Barcelona – España, 1998, p. 10.
[17] MATTELART, Armand, y Michelle, *Historia de las Teorías de la Comunicación*, Editorial Paidós, París-Francia, 1995.

las teorías y escuelas de la comunicación. Comenta que en el siglo XIX, tras surgir el pensamiento de la sociedad como "organismo social", surge también la necesidad de crear una ciencia de la Comunicación como factor de integración de las sociedades humanas, con una ideología del progreso.

Muchos pensadores de la época concibieron a la sociedad como un "organismo social", "sistema industrial" y como "un entramado de redes"; pero tuvieron diferentes perspectivas. Por ejemplo: Adam Smith dio la primera formulación teórica al hablar de la "división del trabajo" en el sistema industrial, donde se dio cuenta que se daban flujos comunicativos para organizar el trabajo colectivo y para la estructuración de los espacios económicos. Otro pensador como Quesnay compara la circulación sanguínea en el cuerpo humano con la circulación de las riquezas en el sistema, a lo que llamaría "economía de los flujos". Estos pensadores lo veían desde una perspectiva de interés económico. Por otro lado, Saint-Simon concibió este organismo social como un tejido de redes *biológicas*, es decir, redes humanas, no solo materiales.

Desde 1910, sería en Estados Unidos donde la comunicación se vincularía al proyecto de construcción de una ciencia social orientada hacia lo empírico. La Escuela de Chicago sería su centro; y con esto surgiría posteriormente la teoría funcionalista de la comunicación desde los años 40, con la fórmula de Laswell[18] y también el modelo matemático de Shannon. Pero esta concepción de comunicación era lineal, mecánica, monótona, ya que se limitaba a la emisión de información a través de aparatos tecnológicos, sin espera de respuesta o crítica constructiva del receptor para poder renovar métodos y técnicas que lleven a un desarrollo común.

Por lo que en 1948, Norbert Wiener, ex profesor de Shannon, manifiesta su ideal de la 'sociedad de la información', sin dejar de advertir sobre los riesgos de su perversión y propone un modelo circular retroactivo en la comunicación. Tomando este modelo, un grupo de investigadores norteamericanos (Bateson, Birdwhistell, Hall, Goffman, Watzlawick, etc.) se van contra la teoría de Shannon

[18] ¿Quién dice qué por qué canal a quién y con qué efecto?

y plantean que la comunicación debe ser estudiada por las ciencias humanas con un modelo propio. Esta es la Escuela de Palo Alto que sólo fue reconocida a partir de los años ochenta.

Por otro lado, empiezan a surgir también otras escuelas de pensamiento crítico que reflexionan las consecuencias del desarrollo de los medios de producción y transmisión cultural. Entre estas se encontraban la "teoría crítica", la Escuela de Frankfurt, y el estructuralismo.

En 1923 surgió la Escuela de Frankfurt, que unió a autores heterogéneos (como Adorno, Pollock, Horkheimer, Fromm, Marcuse) para desarrollar un pensamiento crítico y reflexivo, basado en el pensamiento marxista. La crítica era al estado de pasividad de los sujetos ante los mensajes de los medios, por lo que se trataba de "pasar del lector crédulo al lector crítico"[19].

Ellos creían que los medios son "industrias culturales" que se hacen partícipes del sistema, produciendo manipulación y dependencia cultural e ideológica en los receptores pasivos de la cultura mediática. "La industria cultural tiende a encarnar pronunciamientos autoritarios y se erige así en profeta irrefutable del orden preponderante"[20]. Para Horkheimer el pensamiento crítico debe nacer a partir de las contradicciones de esa realidad, que nos hace pensar una "sociedad distinta". Pero "crítico no como negación directa de la realidad, sino como renuncia a una aceptación irreflexiva de la realidad (social) tal y como se nos presenta"[21]. Sólo cuando el pensamiento es crítico, podrá ser también reflexivo.

Años más tarde surgió en esta Escuela la *teoría crítica*, denominación acuñada por Horkheimer, que se extendería después como la definición más específica del sentido de la misma. Ésta postula la búsqueda de una nueva realidad más racional y humana. "Los dos polos de la teoría crítica son razón y praxis"[22]. Se trata de una

[19] RODRIGO ALSINA, Miquel, *Los modelos de la comunicación*, Ed. Tecnos, 1995, Madrid-España. Tomado de OGAZ, Leonardo, *La Comunicación: Una aproximación a la aprehensión conceptual del fenómeno*, p. 11.
[20] ADORNO, Th. W., y HORKHEIMER, M., *La industria de la cultura*, en J. Curran, M. Gurevich y J. Woollacot, *Sociedad y Comunicación de masas*, Ed. FCE, 1981, México, p. 393.
[21] http://www.boulesis.com/especial/escueladefrankfurt/pensamiento/
[22] http://filosofia.idoneos.com/index.php/Escuela_de_Francfort/Teor%C3%ADa_cr%C3%ADtica

teoría que aspira a denunciar la irracionalidad en la historia y en la sociedad, por lo cual, estar al servicio de la emancipación humana, debe derivar en una praxis liberadora que lleve a la realización de un estado de justicia entre los hombres.

Posteriormente, como reacción a las teorías estructural-funcionalistas que dominaron por largo tiempo la escena sociológica y comunicativa, comenzaron a afirmarse, más o menos a partir de los años sesenta, gestiones que consagran otras unidades de análisis, la persona, el grupo, las relaciones intersubjetivas en la experiencia de la vida cotidiana. Es decir, se enfoca un regreso a lo cotidiano, se deja de tomar en cuenta las estructuras y las funciones pre-asignadas, donde el hecho social pasa de ser un objeto dado, a ser resultado de la actividad de los actores para dar sentido a su práctica cotidiana.

Más tarde, la cibernética desplazaría a la teoría matemática. La sociedad empieza a definirse en términos de comunicación y de red. Se plantea un modelo horizontal, en lugar del difusionista-vertical. Se concientiza y diferencia más lo macro de lo micro. Pero también comienza el protagonismo de las tecnologías de la información y la comunicación como ejes adicionales del orden del mundo, en medio de una sociedad globalizada.

Así, la comunicación ha tomado relevo sobre la ideología racionalista del progreso lineal y continuo, para presentarse como parámetro por excelencia de la evolución de la humanidad y buscar sentido a su futuro. Así, conjuntamente con otras ciencias del hombre y de la sociedad, se ha aproximado al "sujeto ordinario" de la vida cotidiana. Pero por otro lado, los saberes de la comunicación, también han experimentado cada vez más dificultades para desprenderse de una imagen instrumental y conquistar una verdadera legitimidad como objeto de investigación en su integridad.

1.1.3.2. Definiciones de comunicación

¿Qué es la comunicación? Preguntar esto a todos aquellos que son ajenos al estudio de la comunicación es obtener respuestas similares a la de varios diccionarios generales: "La transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor"[23]; definición parecida a la que se enseña también en las escuelas y colegios. Y aunque este concepto no está mal, queda incompleto y limitado al momento de hablar de comunicación desde y en el campo científico, sobretodo desde la óptica de la comunicación para el desarrollo donde ésta se amplía a ser una comunicación participativa.

Existen varios conceptos de comunicación planteados por asimismo diversos autores y teóricos de las ciencias de la comunicación. He aquí algunos:

El comunicólogo mexicano José Antonio Paoli comenta:

> *Entiendo la comunicación como el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado. Para comunicarnos, necesitamos haber tenido algún tipo de experiencias similares evocables en común, cuanto más ricas sean éstas, más y mejor podremos comunicarnos.*[24]

En efecto, sin experiencias y significantes comunes no habría entendimiento, por lo cual difícilmente comunicación. Lo importante es que Paoli ya utiliza la palabra "relación". Dice un "acto de relación", no de transmisión solamente.

Para el antropólogo alemán Fritz R. Graebner es definir: "comunicación como interacción social mediante mensajes, eventos o aconteceres previamente codificados, con una significación determinada en una cultura y con el propósito de significar"[25].

[23] "Comunicación", DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA, Microsoft Encarta, 2008.
[24] PAOLI, Antonio, *Comunicación e información*, Editorial Trillas, México, p.11.
[25] http://www.alu.ua.es/d/dvc2/TEMA%201.doc

El pedagogo brasilero Paulo Freire, aunque no da un concepto definitivo de comunicación, da pautas de lo que ésta implica, donde el sentido de la misma es la permanente reciprocidad que lleva en su proceso.

> *El sujeto pensante no puede pensar solo: no puede pensar sin la coparticipación de otros sujetos, en el acto de pensar, sobre el objeto. Esta coparticipación de los sujetos, en el acto de pensar, se da en la comunicación. El objeto, por esto mismo, no es la incidencia final del pensamiento de un sujeto, sino el mediatizador de la comunicación. […] Lo que caracteriza a la comunicación, es que ella es diálogo, así como el diálogo es comunicativo. La comunicación implica una reciprocidad, que no puede romperse.*[26]

El comunicador boliviano Luis Ramiro Beltrán la definió así:

> *Comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación.*[27]

Desde su campo periodístico, Beltrán aporta con algunos elementos interesantes e importantes a la concepción de comunicación. "Democrática". "Bajo condiciones de acceso libre e igualitario". "Diálogo y participación".

El catedrático y sociólogo Leonardo Ogaz presenta una definición donde agrupa mucho de las anteriores, dicho de otra forma:

> *Comunicación humana es el proceso social e interpersonal de intercambios significativos, es la interconexión significativa que emplea diversas posibilidades y medios para realizarse sin lograrlo casi nunca plenamente; aquí es más importante la relación en sí. Comunicación es reatroalimentación, considerada como el centro del proceso y no como un elemento adicional. Los seres humanos nos comunicamos cuando nos entendemos, cuando establecemos contactos de comprensión y/o significación a través de los más diversos lenguajes: verbal y no verbal*[28].

---

[26] FREIRE, Paulo, *¿Extensión o comunicación?*, Siglo Veintiuno Editores, 17º Edición, Montevideo-Uruguay, 1991, p. 74,75,76.
[27] BELTRÁN, Luis Ramiro, "La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo", *Revista Diagramas. Rumbos y sentidos de la comunicación,* Vol. IV, No. 8, Medellín-Colombia, 2006, p.65.
[28] OGAZ, Leonardo, Op. Cit., p.7.

Y hay otros importantes teóricos que también que han dado sus aportes en este ámbito. Por ejemplo la comunicadora peruana Rosa María Alfaro y el educomunicador argentino Mario Kaplún, de quienes se tratará más adelante.

1.1.3.3. La Escuela Latinoamericana de Comunicación y la Comunicación Alternativa

Desde finales de la década de los 60, América Latina inicia sus estudios de comunicación y realiza propuestas distintas a las de la Escuela Funcionalista Norteamericana, dando paso en los años 70 a teorías sobre la "Comunicación Alternativa", el "Nuevo Orden Mundial de la Información", y en los años 80 y 90 a las teorías sobre "apropiación crítica" de los mensajes.

La "comunicación alternativa" comenzó a gestarse como movimiento crítico para enfrentar al paradigma funcionalista norteamericano de comunicación. En Chile se dio especialmente esto durante el gobierno socialista de Salvador Allende, donde se desarrollaron experiencias de comunicación popular, fuera de los medios dominantes, para romper con los viejos esquemas verticales, donde emisor y receptor tenían roles prefijados y rígidos sin posibilidad de intercambio alguno. Uno de los principales teóricos que animó estas experiencias fue Armand Mattelart, contratado para asesorar al gobierno chileno en este campo.

Mattelart insistía en la necesidad de 'devolver la palabra al pueblo', mediante procesos alternativos de comunicación que desbloquearan la pasividad del receptor y generaran su participación, para usar la comunicación como un medio de educación liberadora y ayudar a resolver problemas de la colectividad. Su iniciativa se concretó en 1973, en la esquematización de un modelo alternativo de comunicación o modelo generativo, que cambió la perspectiva porque rescataba la dimensión humana del fenómeno y planteaba interrogantes entorno a las relaciones dialógicas del proceso, dejando de prestar interés a los medios.

El modelo alternativo tuvo como base una concepción de la comunicación aportada por los autores latinoamericanos como Paulo Freire (en 1973) y Antonio

Pasquali (en 1972 y 1979), quienes fundaron en esta región una perspectiva teórica opuesta a la idea de que, a través de los medios pueda darse la auténtica comunicación. Por un lado, Freire con sus análisis sobre educación y dependencia abrió el camino para entender que la comunicación horizontal, abierta y dialógica es la base de la liberación del educando y por ende de la liberación cultural e ideológica. Por el otro lado, Pasquali con sus planteamientos filosóficos sobre la comunicación y apoyado también en el pensamiento de la Escuela de Frankfurt, ayudó a delimitar este fenómeno como el "compartir" o el "poner en común", reduciendo completamente así la posibilidad de que los medios masivos permitan procesos reales de comunicación, lo que le lleva a categorizar a éstos como medios de información o difusión y a limitar la comunicación a las experiencias humanas, de partir y consaber.

A finales de los setenta, hasta los ochenta, la comunicación alternativa se nutrió también de los planteamientos de autores brasileños como Luis Gonzaga Motta, Juan Díaz Bordenave y Horacio Martins de Carvalho; y otros del resto de la región como Eduardo Contreras, Mario Kaplún y Daniel Prieto Castillo, quienes vincularon la planificación y la evaluación con los proyectos regionales de comunicación, ayudando a consolidar una reflexión permanente sobre los problemas de la comunicación popular, alternativa y participativa en su práctica social y real. Ésta tuvo gran repercusión en la región gracias a la actividad pionera y divulgativa del Centro Internacional de Estudios Superiores en Comunicación para América Latina (CIESPAL).

Durante esa misma época, la comunicación alternativa se vio estimulada por movimientos de cambio social que sacudieron a América Latina, donde la iglesia católica conjuntamente con los movimientos de base, las universidades, los sindicatos y los partidos políticos de izquierda, jugaron un papel fundamental en el dinamismo de la comunicación popular.

En los años ochenta, las experiencias concretas de comunicación alternativa en la región sufrieron un descenso debido a que no lograron involucrar a toda la sociedad, convirtiéndose en movimientos aislados que no constituyeron una alternativa real frente a la comunicación de masas dominante, ni una salida total

para democratizar las comunicaciones. A lo cual se unió la persecución política que las dictaduras latinoamericanas emprendieron sobre sus precursores. A mediados de la década surge el comunicólogo Jesús Martín-Barbero, quien propuso un nuevo enfoque analítico de los medios de comunicación. Sostuvo que la comunicación es un fenómeno más de mediaciones que de medios, una cuestión de cultura, y que por ello había que verla también desde el ángulo de la recepción, en vez de hacerlo sólo desde la emisión de ellos. Lo popular no habla únicamente desde las culturas indígenas o las campesinas, sino también desde la trama espesa de los mestizajes y las deformaciones de lo urbano.

La década de 1990 fue rica, sobretodo en países andinos, en creativas reflexiones sobre la comunicación relativa al desarrollo. Por esa época surge Rosa María Alfaro, sobresaliente seguidora del enfoque de Martín-Barbero, quien propuso una efectiva propuesta de "comunicación para otro desarrollo". Surgen también otros, a favor de las ideas de Martín-Barbero, como Ivonne Cevallos en Ecuador y Segundo Armas Castañeda en Perú. A fines de la década surgirían otros representantes, los colombianos José Migue Pereira, Jorge Iván Bonilla y Julio Eduardo Benavidez. Como también José Luis Exeni, Néstor García Canclini, entre otros. Así es como los teóricos latinoamericanos comenzaron a analizar el proceso de la comunicación, que realmente se encuentra en la vida cotidiana.

Por otro lado, los movimientos de educación popular en Latinoamérica también comenzaron a hablar de la comunicación alternativa como herramienta para construir procesos de desarrollo, ya que la comunicación de masas se concentraba en lo macro y generalmente giraba alrededor de los intereses económicos y/o políticos del dueño del medio. Cuando las cosas no van bien, se piensa en una alternativa a la vigente. En este sentido se apuntó por la comunicación alternativa.

> *La visión de comunicación alternativa se construye en oposición a la utilización de medios masivos, como una forma de trabajo más cercano con la gente. […] El uso de la comunicación alternativa popular se da en espacios de intervención cotidianos, locales, comunitarios, donde es posible construir procesos participativos.*[29]

[29] "Al encuentro con la gente. Una estrategia de comunicación para prevenir el maltrato infantil capacitando en comunicación alternativa", en Jaime Torres (Comp.), Op. Cit., p.4.

Pero como dice Mario Kaplún, la comunicación alternativa o "popular" (como él la llama) se diferencia de la comunicación masiva no sólo en su contenido, sino también en la forma, en el estilo de la comunicación. Los medios masivos no sólo fallan en los contenidos que transmiten (muchas veces nocivo, sin respetar horarios ni público receptor); sino también en su forma de ejercer la comunicación (monopolizan la palabra). Por eso Kaplún dice:

> *Nuestros pequeños medios populares deben combatir esos efectos negativos transmitiendo OTROS mensajes al pueblo, mensajes con OTRO CONTENIDO. Nuestros mensajes tienen que llevar la verdad al pueblo, despertarlo, concientizarlo. […] Pero NO BASTA. Para que nuestros medios sean eficaces desde una perspectiva popular, además de cambiar los contenidos, es necesario cambiar todo el estilo, todo el sentido de la comunicación. Tenemos que hacer medios abiertos al diálogo, medios que generen participación.*[30]

Y es que la comunicación alternativa llevará a un proceso de desarrollo local, si se toman en cuenta al menos dos aspectos/estrategias: 1) La comunidad debe ser actora y beneficiaria del proceso; no simplemente beneficiaria. Y para ello, 2) Es necesario que la estrategia de comunicación tenga visión de proceso, no de productos, donde realmente se da la 'intricada red de relaciones cotidianas' de las que habla Jesús Martín Barbero, y donde "el proceso educativo es el centro de cualquier estrategia comunicativa"[31].

1.2. Desarrollo

1.2.1. Concepciones de desarrollo

Desde la finalización de la Segunda Guerra Mundial hasta los años 60, las teorías del desarrollo y de la modernización dominaron las reflexiones académicas y también las políticas sobre el desarrollo regional y nacional. Los años 50 inauguran la *utopía modernizadora* que equipara nación moderna con nación desarrollada. Y esta modernización trata de un desarrollo entendido como "un proceso de extensión de modernas técnicas, capacidades y organización social,

[30] KAPLÚN, Mario, *El Comunicador Popular*, CIESPAL, Quito, Ecuador, 1985, p.75.
[31] "Al encuentro con la gente. Una estrategia de comunicación para prevenir el maltrato infantil capacitando en comunicación alternativa", Art. Cit., p.5

irradiado desde las sociedades industrializadas hacia los centros urbanos en los países periféricos, y de estas áreas a las atrasadas zonas rurales"[32]. Es decir, es "una visión economicista del desarrollo; el desarrollo (que es modernización) es presentado, básicamente como crecimiento económico; y éste como incrementos de productividad"[33]. Este fue el modelo en vigencia en Estados Unidos y en Europa occidental, cuyo pensamiento concibe un estado o país dentro de dos categorías solamente: desarrollado o subdesarrollado. Los países subdesarrollados deben acceder a ese desarrollo superando evolutiva, biológica y linealmente fases sucesivas, para salir de su estado tradicional o arcaico, al orden de crecimiento económico e industrial moderno.

Las limitaciones evidentes de esta concepción, levantó un movimiento regional de tendencias críticas en América Latina en los años sesenta, impulsadas por el economista argentino Raúl Prebish y la CEPAL (Comisión Económica para América Latina); como también en África. Se denominaría *"Teoría de la Dependencia"*. La dependencia económica es una situación en la que la producción y riqueza de algunos países está condicionada por el desarrollo y condiciones coyunturales de otros países a los cuales quedan sometidas. Pero había un déficit crónico y creciente para las regiones periféricas; una injusticia perjudicial en el intercambio comercial de bienes y servicios donde sólo las economías centrales (sobretodo Estados Unidos) se estaban beneficiando. "La propagación universal del progreso técnico desde los países originarios al resto del mundo ha sido relativamente lenta e irregular"[34]. Ante esto, se sostuvo que debía cambiarse esas estructuras de dependencia, pero nadie escuchó las advertencias y el llamado subdesarrollo se siguió acentuando.

[32] BENAVIDES, Julio, y otros, "La comunicación en contextos de desarrollo: balance y perspectivas", *Revista Signo y Pensamiento*, No. 32, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 1998. Tomado de CONTRERAS, Adalid, *Imágenes e Imaginarios de la Comunicación-Desarrollo*, p.24.

[33] UNDA, Mario, y otros, *Experiencias en gestión y desarrollo local*, Centro de Investigaciones CIUDAD, Primera Edición, Quito-Ecuador, 2005, p.22.

[34] OCAMPO, José Antonio, "Raul Prebisch y la Agenda del Desarrollo en los Albores del Siglo XXI", Discurso pronunciado por el Secretario de la CEPAL en el Seminario "La teoría del desarrollo en los albores del siglo XXI" en homenaje a Raúl Prebisch, Santiago de Chile, 28 de Agosto de 2001. Tomado de:
http://www.cusur.udg.mx/fodepal/Articulos%20referentes%20de%20Des%20Susr/otros%20art.%20de%20Des%20Sust/teorias%20desarrollo.pdf

Por otro lado, pensando en un desarrollo a nivel humano y desde lo 'micro', Manfred Max-Neef, junto a Antonio Elizalde y Martin Hoppenhayn, empezaron a postular un *desarrollo a escala humana.* "El postulado básico del desarrollo a escala humana es que el desarrollo se refiere a las personas y no a los objetos"[35]. Para éste, el proceso de desarrollo será aquel que permita elevar más el nivel de vida de las personas. "La calidad de vida dependerá de las posibilidades que tengan las personas de satisfacer adecuadamente sus necesidades humanas fundamentales"[36]. Para esto establece dos categorías de necesidades: a) las de orden existencial (ser, tener, hacer y estar), y b) las de orden axiológico (subsistencia, protección, afecto, ocio, creación, identidad y libertad). Las necesidades son las mismas en todas las culturas; lo que cambia a través del tiempo y de las culturas, es la manera o los medios utilizados para la satisfacción de las necesidades. Se diferencia de los anteriores estilos también porque concentra las metas del desarrollo en el proceso mismo del desarrollo, como un motor del desarrollo.

Siguiendo esta línea, hay otra concepción de desarrollo planteada por Amartya Sen para el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), en el Informe de *Desarrollo Humano* en 1990. Aquí el ser humano no es concebido sólo como "medio" de la producción, sino sobretodo como "agente" y "beneficiario" del progreso; por lo cual resulta importante no solo su nivel de vida, sino su calidad de vida. "Las tres opciones fundamentales de la gente son vivir una vida larga y saludable, adquirir conocimientos y tener acceso a los recursos necesarios para tener un nivel de vida decente"[37]. Para Sen, en la base de esto están algunos conceptos de desarrollo humano: dotaciones (propiedades), derechos, capacidades (potencialidades), realizaciones (condiciones de vida alcanzadas).

Surge con fuerza desde los años ochenta hasta hoy un concepto nuevo de desarrollo y es el *desarrollo sustentable* (también llamado algunas veces *sostenible*). Plantea tres objetivos: el mantenimiento de los procesos ecológicos,

[35]MAX-NEEF, Manfred, y otros, *Desarrollo a escala humana,* www.tsocial.ulagos.cl/apuntes/desarrolloaescalahumana.doc. En UNDA, Mario, y otros, *Experiencias en gestión y desarrollo local,* p.25.
[36] MAX-NEEF, Manfred, *Desarrollo a Escala Humana,* Icaria Editorial, Barcelona, 1998, p.40.
[37] PNUD, *Informe sobre desarrollo humano,* Ecuador, 1999, p.20. Tomado de Unda, Mario, y otros, *Experiencias en Gestión y Desarrollo,* p.27.

la preservación de la diversidad genética, y el uso sustentable de los recursos. El desarrollo sustentable es "el desarrollo que satisface las necesidades de la presente generación sin comprometer la habilidad de generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades"[38]. Y ello implica: producir diferente, consumir diferente y organizarse diferente.

Desde la perspectiva latinoamericana y desde la plataforma de la comunicación para el desarrollo, dos teóricos aportan con su propia definición de *desarrollo*:

Luis Ramiro Beltrán:

> *Un proceso dirigido de profundo y acelerado cambio sociopolítico que genere transformaciones sustanciales en la economía, ecología y la cultura de un país a fin de favorecer el avance moral y material de la mayoría de la población del mismo en condiciones de dignidad, justicia y libertad.*[39]

Rosa María Alfaro:

> *Desde nuestro punto de vista el desarrollo es más que un conjunto de coordenadas y objetivos socioeconómicos y políticos, es básicamente una apuesta cultural de cambio. Así, desarrollo es UNA PERSPECTIVA, una mirada común, una actitud individual pero también colectiva, un método y un estilo que sella el actuar, una cualidad de la manera de trabajar pues busca dialogar, articular, negociar y progresar entre diversos actores. Resolver, prevenir, asegurar el futuro y proponer, son operaciones-hábito propias de este enfoque. Vivir mejor y con independencia se liga así con la adquisición de una capacidad para crecer procesalmente, transformando la organización de la vida misma.*

El desarrollo debería ser considerado un avance positivo en todo ámbito: personal, familiar, psicológico, emocional, espiritual, educativo, económico, social, organizacional, local y nacional.

[38] ARGÜELLO, María, y GUAMÁN, Fabricio, "Desarrollo sustentable", En: IEE (Coord.), *Introducción al desarrollo local sustentable*, Camaren, Quito, 2004, p. 53.
[39] BELTRÁN, Luis Ramiro, Art. Cit., p.62.

1.3. Comunicación y Desarrollo

Si la comunicación como fenómeno social y cotidiano es importante para la calidad de vida de las personas, igualmente importante es como ciencia para el desarrollo de la sociedad. Si, como se dijo, sin comunicación no podríamos sobrevivir; también sin comunicación no hay desarrollo. Ambas van de la mano.

Por eso es fundamental examinar y/o replantear el concepto de desarrollo y comunicación que guiarán la acción, pues "toda concepción y acción de desarrollo supone otra comunicativa"[40]. El comunicador Luis Ramiro Beltrán se dio cuenta de esto en sus primeros años de planteamiento teórico tras obtener su tesis de grado: "Primero queríamos cambiar la comunicación, pero nos dimos cuenta de que si no cambiaba el modelo de desarrollo, pues no tenía sentido. Empezamos a pensar en ¿cuál comunicación? ¿para qué desarrollo?"[41]. La comunicación es un eje determinante en el desarrollo, pero todo depende de la concepción que se tenga de ambos términos, eso determinará el mover práctico, así como los valores y creencias determinan el comportamiento del ser humano. Beltrán clasificó las experiencias de *comunicación relacionadas con el desarrollo*[42] en tres tipos:

- **Comunicación de Desarrollo:** Para la cual el desarrollo se concibe como modernización en crecimiento económico y tecnológico, y se logra con la acción de los medios de comunicación. Es una concepción difusionista de la comunicación, con carácter impositivo que busca efectos por el manejo persuasivo de mensajes.

- **Comunicación de Apoyo al Desarrollo:** Donde la comunicación es instrumentalizada a las acciones de cambio para instituciones y proyectos específicos que buscan el desarrollo. A más de ser funcional, sufre reduccionismos didactistas (en los procesos educativos), tecnologistas (en el

[40] CONTRERAS BASPINEIRO, Adalid, *Imágenes e Imaginarios de la Comunicación-Desarrollo*, Editorial Quipus, Ediciones CIESPAL, Quito-Ecuador, 2000, p.16.
[41] Entrevista a Luis Ramiro Beltrán, 5 de abril de 2006. Tomado de : http://www.comminit.com/en/node/67604
[42] En: CONTRERAS BASPINEIRO, Adalid, Op. Cit. p.19.

manejo de los medios), organicistas (en la organización social), y epistemológicos (al exaltar los mensajes como base entre emisor y receptor).

- **Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático:** Es la propuesta de Beltrán, que a partir de sus definiciones de comunicación y de desarrollo (Cfr. Supra), la define así:

> *Es la expansión y el equilibrio en el acceso de la gente al proceso de comunicación y en su participación en el mismo empleando los medios –masivos, interpersonales y mixtos- para asegurar, además del avance tecnológico y del bienestar material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría.*[43]

O como diría José Ignacio López Vigil: "Para que la comunicación sirva al desarrollo, hay también que desarrollar la comunicación. Hay que democratizarla, permitiendo el acceso de todos los sectores a la administración de los medios de comunicación"[44].

Y hay una propuesta adicional a esta lista dada por Adalid Contreras[45]:

- **Comunicación-Desarrollo** o **Comunicación con Desarrollo:** Para destacar que el desarrollo como proceso consciente diseñado y construido por los sujetos, se hace en función de un horizonte que se constituye cotidianamente, desde el campo denso, contradictorio y conflictivo de las culturas haciéndose y rehaciéndose en permanente tensión.

La comunicación para el desarrollo, que es la propuesta de muchos autores de la Escuela Latinoamericana de Comunicación -entre ellos Beltrán como uno de los precursores-, es la más amplia, inclusiva y favorable en cuanto a aspectos y enfoque, tanto de la comunicación como del desarrollo. Por eso se afirma que:

> *'La comunicación alternativa sería el nuevo modo en que se traduciría la comunicación para el desarrollo'. Con esta concepción, las grandes*

[43] BELTRÁN, Luis Ramiro, "La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo", *Revista Diagramas. Rumbos y sentidos de la comunicación,* Vol. IV, No. 8, Medellín-Colombia, 2006, p.65.
[44] CONTRERAS BASPINEIRO, Adalid, Op. Cit., p.10.
[45] Idem., p.21.

reivindicaciones de carácter macro van a dar paso a espacios de intervención en lo cotidiano, local y comunitario, los espacios donde es posible construir participativamente procesos liberadores.[46]

Beltrán enumera una serie de atributos, un perfil, que debería caracterizar al comunicador para el desarrollo:

Atributos De Un Comunicador Para El Desarrollo	
VIRTUDES	Simpatía – sensibilidad – empatía – carisma
APTITUDES	Reflexivo – observación – condensación – abstracción – lucidez – expresivo- claridad – orden – coherencia – conciso – precisión – dominio del idioma – persuasión – motivación.
ACTITUDES	Justicia – objetividad – ecuanimidad – ética – integridad moral – respeto a la dignidad – atado a la verdad – respeto a la opinión ajena.

Fuente del cuadro: *La autora*.

A continuación se explorará tres importantes autores de esta línea teórica con sus más destacados planteamientos y aportes:

1.3.1. Rosa María Alfaro

1.3.1.1. Una comunicación para otro desarrollo

1.3.1.1.1. Otro desarrollo

Para esta investigadora y comunicadora, el desarrollo debe contener una profunda interrelación entre las diversas dimensiones de la vida social, es decir, la economía, lo social, los procesos culturales y la política. Es una comprensión del desarrollo tanto técnico y ético, como humano y organizado, incorporando con respeto los mundos públicos y privados para potenciarlos mejor.

[46] Idem., p.34.

El desarrollo es un proceso de crecimiento sumamente complejo, no necesariamente lineal, menos aún simplificado. Es decir, no existe un camino universal hacia el *desarrollo*, porque es concebido como un "proceso integral, multidimensional y dialéctico", que va a variar y depender de las situaciones personales, locales, nacionales e internacionales. De esta forma el diseño de los planes y la toma de decisiones deben realizarse de manera autónoma. Por eso el presente proyecto partió de un diagnóstico local basado en la situación social y comunicativa, para así poder inferir las posibles soluciones específicas a aplicar.

Es un desarrollo desde lo local, desde la participación ciudadana, receptores que no sólo escuchan sino que también participan, para una sociedad no dominada, sino participativa donde se incluye lo *cultural*. Alfaro cree que el desarrollo "debe unir y complementar eficacia con democracia, es decir, organización con participación"[47]. Por eso también hace énfasis en el *desarrollo institucional* donde debe trabajarse la cercanía, la subjetividad, procesar las opiniones como objetivo de cohesión interna. Este es un desarrollo que posibilita un acercamiento e intercambio sostenido entre dirigencias y base, y es lo micro lo que va a dar sentido a lo macro.

> *No es posible apuntar al cambio y al desarrollo sin asumir a la vez la generación de democracia y la formación de institucionalidades fuertes, la existencia de redes de agrupación de diverso tipo que adquieren fuerza y sostengan "desde abajo" a la sociedad misma.*[48]

1.3.1.1.2. La comunicación como relación para el desarrollo

Alfaro entiende que los medios se pueden constituir en una herramienta positiva dentro de la construcción de esta nueva idea de desarrollo. Se establecen los medios alternativos como vías prácticas, para ayudar a definir identidades y relaciones sociales a través de un buen uso de éstos. Este nuevo

[47] ALFARO, Rosa María, *Una Comunicación para otro Desarrollo,* Editorial Calandria, Lima, Perú, 1993, p.13.
[48] Idem., p.56.

tipo de comunicación y desarrollo ratifica las identidades locales. Está ligado también a temas culturales, políticos, sociales, etc., manejando una ética relacionada a procesos de identidad y alteridad. "Y allí la comunicación tiene un papel clave, aportando a generar una cultura democrática vivencial y real"[49].

La comunicación implica el reconocimiento de la existencia de actores que se relacionan entre sí dinámicamente, a través de medios o no. Es decir que existe un UNO y OTRO, o varios OTROS. Lo que los Mattelart llamaron "retorno al sujeto", como la necesidad de identificar al Otro. "Comunicación para el desarrollo es en lenguaje sencillo: compartir y dialogar para el cambio, construyendo un nosotros protagonista"[50].

La comunicación popular o alternativa no era solamente un problema de comunicación, ni de conceptos de producción, ni de volver sencillo un mensaje; sino de conocimiento de las lógicas comunicacionales de los sectores a los que se tiene que atender, de buscar la cultura, las informaciones que la gente requiere y no al revés. Por eso no hay sujeto pasivo, siempre media una relación activa, donde adquiere sentido la palabra, el cuerpo y las imágenes, y aún en el silencio.

Alfaro afirma que en el proceso de comunicación hacia el 'otro desarrollo', es necesario conocer al receptor, entender sus relaciones intersubjetivas, entorno social y el sistema político en el que actúa. Estas relaciones comunicativas que se dan se van definiendo espontáneamente, llegando inclusive a acostumbrarse a ellas como característica ineludible de la realidad misma. Y aún mejor, pueden volverse educativas:

> *Al existir influencias mutuas, construcciones colectivas, las interlocuciones se convierten en educativas en varios sentidos. Los propios sistemas de mediación son útiles para reconocerse y conocer a otros, para provocar procesos de aprendizaje, para dialogar con sus contrarios […]. No hay educación posible sin*

[49] ALFARO, Rosa María, Op. Cit., p.57.
[50] ALFARO, Rosa María, *Otra brújula. Innovaciones en comunicación y desarrollo*, Editorial Calandria, Lima, Perú, 2006, p.82.

> *comunicación, la que posibilita significativas interacciones de enseñanzas y aprendizajes.*[51]

Sigue siendo fundamental propiciar de manera práctica la valoración de la propia palabra, especialmente en los sectores oprimidos, como los populares, mujeres, jóvenes, etnias y minorías, etc. La importancia de utilizar relatos vividos, de conectar problemas diversos, de promover la polémica y la discusión, de levantar alternativas útiles, de orientar, son acciones comunicativas claves.

Las relaciones comunicativas comprometen la construcción de la propia identidad, individual y colectiva. Éstas pueden ser conflictivas o no; pero se trata de identificar lo que iguala y lo que diferencia, es decir una valoración no de oposición sino de coexistencia entre lo individual y lo colectivo. Al existir construcciones colectivas, las interlocuciones se convierten en educativas en varios sentidos. La comunicación hace posible entonces que dialoguen las heterogeneidades personales, sociales y culturales, haciendo posible articular, mediar e integrar sin eliminar las diferencias, haciéndose relaciones de respeto y pluralidad.

> *La comunicación está ligada directamente al desarrollo. Es medio y fin, aspecto y estrategia global. Toda concepción de desarrollo supone otra comunicativa y viceversa. La comunicación al suponer diálogo y participación, coloca su aporte en el corazón mismo de la construcción de la democracia.*[52]

El presente proyecto partió desde sus objetivos en ser una revista participativa, de fondo y forma, que reconociera a los OTROS como protagonistas del proceso, generando así una comunicación vivencial y real, y además educativa.

[51] ALFARO, Rosa María, *Una comunicación para otro desarrollo*, Op. Cit., p. 37.
[52] Idem.

1.3.2. Paulo Freire

El pensamiento del pedagogo brasileño Paulo Freire encaja en una visión humanista cristiana, que parte de la 'teología de la liberación' y se coloca en el ámbito de la pedagogía humanista, centrando en el hombre toda la problemática educativa, pues considera que el objetivo de ésta es la humanización. La existencia del ser humano sólo se da en el diálogo, en la comunicación. Es considerado como el artífice latinoamericano de la corriente Comunicación para la Educación o Comunicación Educativa. Su planteamiento aborda principalmente los siguientes puntos:

1.3.2.1. Pedagogía del oprimido

Él compara a la situación de los oprimidos de Latinoamérica con la opresión que vivían los israelitas en Egipto[53]. Había que liberar al pueblo. El punto de partida en el cual se inicia la liberación del oprimido, viene dada en primer lugar en su *alfabetización*, no sólo en su base mecanicista, tecnicista, sino sobretodo en un enfoque progresista. "Yo insisto mucho en que la lectura de la palabra, y por lo tanto su escritura, van siempre precedidas de la lectura del mundo. […] No es posible separar la lectura de los textos del contexto de los textos"[54]. Es decir, con este tipo de alfabetización surge también un camino de conocimiento crítico de la realidad y de asumir posturas frente a ella.

Freire convida a los analfabetos a salir de su apatía y del conformismo de su "estilo de vida" en el que siempre han estado inmersos, propiciándoles el desafío de percibirse a sí mismos como hacedores de cultura también, con lo cual están dando el primer paso para sentirse importantes, surgiéndoles así la necesidad de la lectura y la escritura. "Los oprimidos necesitan de una pedagogía suya propia […]. La pedagogía del opresor es hecha por el opresor mismo. Como la pedagogía del oprimido tiene que ser hecha por él. Y tiene

[53] Libro de Éxodo, capítulo 1. Santa Biblia.
[54] FREIRE, Paulo, "Deben reinventarme, pero no repetirme", Entrevista, *Revista Educación de Adultos*, Vol. I, No. 1, México, Octubre-Diciembre de 1983, p.50.

que ser hecha, elaborada y reelaborada en la práctica de su liberación"[55]. Estas personas entrarán en un diálogo sobre un determinado objeto, elemento o ser conocido de la realidad a ser decodificado, respondiendo los cuestionamientos y profundizando en sus lecturas del mundo. Es así como se aplica este método de alfabetización.

En el caso del presente proyecto, los interlocutores del proceso comunicativo y participativo no necesitaban alfabetización técnica *per se*, pero quizás sí desarrollar más su conocimiento crítico de la realidad y asumir su postura frente a ella desde el ámbito cristiano bíblico, a fin de no quedarse 'oprimidos' con muchas ideas falsas que el mundo y el sistema lanzan.

1.3.2.2. Método de Paulo Freire

Para Freire todo proceso educativo debe partir de la realidad que rodea a cada individuo. Pero más que un método resulta ser una cierta comprensión general de la educación. "La educación no es un proyecto al margen de la realidad social. Ella es producida por las relaciones sociales"[56]. Y es que, si sin comunicación no hay vida, entonces por ende tampoco educación. Se necesita de la comunicación y las relaciones sociales para poder educarse.

En este punto, Paulo Freire cree en las cosas simples[57]:

- Educación y diálogo entre educador y educando: Nadie sabe todo. Nadie ignora todo. El educador aprende con el educando; el educando aprende con el educador. Por eso desaprueba la "educación bancaria", que ve al educando como un receptáculo de conocimiento.

- La educación es un acto comunitario: Nadie educa a nadie. Nadie se educa sólo. Nos educamos en comunidad.

[55] FREIRE, Paulo, *Dialogando con Paulo Freire sobre educación popular,* CIESPAL, Codecal, Bogotá, Colombia, 1982, p.43.
[56] Idem., p.7.
[57] Idem., p.9-10.

- La educación es un proceso permanente: toda la vida.

- La educación es un acto de libertad: si es para la liberación es crítica y parte de la realidad.

- La educación se hace en la acción y en la reflexión: debe ser la reflexión de una praxis.

1.3.2.3. La importancia del diálogo

El hecho de que nadie está solo en el mundo, sino que hay un cohabitar con otros seres humanos, le hace a Freire concluir que "estar con otros significa necesariamente respetar en los otros el derecho de decir la palabra"[58]. Para lo cual es necesario el *saber escuchar*, parte importante en el proceso de dialogar, de comunicarse.

> *En la medida en que parto del reconocimiento de tu derecho de decir la palabra, cuando yo te he hablo porque te he escuchado, yo hago más que hablarte a ti, yo hablo contigo. […] El 'hablarte a ti' sólo se convierte en el 'hablar contigo' si yo te escucho.*[59]

El diálogo es un canal y medio indispensable en el proceso educativo para el desarrollo del hombre. La auténtica educación "liberadora" es dialogal, horizontal, retroalimentativa; mientras que la "bancaria" resulta ser monologal, vertical y unidireccional. El diálogo implica estar dispuesto a tener una actitud de: amor, respeto, humildad, esperanza y un pensar crítico. Paulo Freire tiene toda la razón en tomar como base del acto comunicativo y educativo al *diálogo* en reciprocidad, que es hablar y escuchar, pues es la manera como los seres humanos se enriquecen unos a otros, se aportan unos a otros, y crecen. Ése fue el caso del presente proyecto, lo cual se ampliará en su respectivo acápite más adelante (Cfr. Infra).

[58] FREIRE, Paulo, Op. Cit. p.16.
[59] Idem., p.17.

1.3.3. Mario Kaplún

Este comunicador argentino dedicado a la *comunicación popular participativa,* sobretodo en el ámbito radial, mostró también fuertes convicciones dentro de la corriente de la teología para la liberación. Su gran referente continental fue Paulo Freire, y al combinar las acciones comunicativas y pedagógicas surgió la idea de la *educomunicación* y *educomunicador.* Sus aportes en esta materia son bastante prácticos y son presentados mayormente en su libro *"El Comunicador Popular"*. A continuación un resumen de sus importantes propuestas:

1.3.3.1. Modelos de educación y modelos de comunicación

Para Kaplún la comunicación popular se caracteriza por ser "una comunicación liberadora, transformadora, que tiene al pueblo como generador y protagonista"[60]. Y para ello, los medios de comunicación que se realizan pueden ser alimentadores de un proceso educativo transformador. Todo depende de los conceptos que se tengan. **"**A cada tipo de educación corresponde una determinada concepción y una determinada práctica de la comunicación"[61]. Kaplún cita a Juan Díaz Bordenave[62], quien presenta tres modelos de educación, que pueden darse entremezclados:

MODELOS EXÓGENOS **(Educando = objeto)**	**1.-** Educación con énfasis en los *contenidos.*	Vertical, autoritaria, univial (E-M-R). Educando receptáculo pasivo. Informa pero no forma. Educación bancaria tradicional (Freire). Objetivo: que el educando aprenda.
	2.- Educación con énfasis en los *efectos.*	Educación persuasiva, conductista. "Moldear" la conducta de las personas con objetivos, pasos y técnicas previamente establecidas. Inculcar nuevas actitudes, sin pasar por la reflexión, el análisis, la conciencia. Objetivo: que el educando haga.

[60] KAPLÚN, Mario, *El Comunicador Popular*, CIESPAL, Quito, Ecuador, 1985, p.7.
[61] Idem., p.17.
[62] DÍAZ BORDENAVE, Juan, "Las Nuevas pedagogías y tecnologías de comunicación", Ponencia presentada en la reunión de consulta sobre la investigación para el Desarrollo Rural en Latinoamérica. En: KAPLÚN, Mario, *El Comunicador Popular*, Op. Cit. p.18.

MODELO ENDÓGENO **(Educando = sujeto)**	**3.-** Educación con énfasis en el *proceso.*	Interacción dialéctica entre las personas y su realidad: el desarrollo de sus capacidades intelectuales y de su conciencia social. Educación problematizadora, permanente, grupal, comunitaria.”Praxis-Reflexión- Acción”: *formar* a las personas para llevarlas a *transformar* su realidad. El educador es un facilitador. Educación liberadora (Freire). Objetivo: que el sujeto piense.

Fuente del cuadro: *La autora.*

En este sentido, para realizar la revista que atañe al presente proyecto, se tomó el enfoque que ve al educando como sujeto, no como sujeto, como un copartícipe del diálogo y del proceso.

1.3.3.2. Comunicación/educación popular y alternativa

1.3.3.2.1. Comunicación

Al venir de la raíz latina *communis,* significa poner en común algo con otro. Los medios la redujeron a información y difusión, a monólogo vertical, monopolio, poder y dominación. Pero la comunicación genuina resulta dialógica, democrática, horizontal, de doble vía, recíproca y participativa. El canadiense Jean Cloutier acuñó el término *“emirec”* (emisor *y* receptor), argumentando que todo ser humano está dotado y facultado para ambas funciones, por tanto debe ser visto y reconocido como tal. A esto Kaplún agrega que en la práctica comunicativa: “No más emisores y receptores sino EMIRECS; no más locutores y oyentes sino inter-locutores”[63].

1.3.3.2.2. El estilo

El estilo de la comunicación popular es diferente al estilo tradicional vigente en los medios masivos, tanto en contenido como en motivos y sentido. Kaplún los diferencia muy bien. Como fue expuesto en el acápite de Comunicación Alternativa (Cfr. Supra), citando a Kaplún, es importante no

[63] KAPLÚN, Mario, Op. Cit., p.70.

sólo cambiar los contenidos en los medios populares, sino la forma de hacer esos medios, el estilo de hacer comunicación. Él cree que ciertamente los medios populares deben tener OTROS contenidos para cambiar los contenidos negativos tradicionales, y de esta manera llevar la verdad al pueblo y concientizarlo. Pero más aún, cree que deben tener OTRO estilo, deben ser medios *'del pueblo'*, no sólo *'para el pueblo'*, es decir, hacerlos junto con ellos, permitiendo el diálogo y la participación popular; pues a la gente le agrada participar y es como una cadena: "La gente participa de una u otra forma porque siente que esos medios la expresan; y, como siente que la expresan, participa"[64]. La concepción de comunicación determina los medios y los mensajes. Y a ésta se le llama comunicación alternativa, o lo que Kaplún llamó comunicación popular. Y es un eje en el presente proyecto.

Kaplún cita las dimensiones básicas que caracterizan a esta comunicación: 1) Estar al servicio de un proceso educativo liberador y transformador. 2) Estar estrechamente vinculada con la organización popular. 3) Ser una auténtica comunicación, tener como metas el diálogo y la participación.

1.3.3.2.3. Caminos y métodos

Algunos métodos prácticos en el proceso de lograr la comunicación popular también son aportes del autor. Refiriéndose al proceso participativo, como no es posible que participe TODA la comunidad, siempre será necesario designar a un *grupo responsable* para la producción del medio. A lo mejor responsables y corresponsales en cada sector de la comunidad.

Es importante que desde el principio se tenga un proceso participativo mediante la *pre-alimentación,* que es "esa búsqueda inicial que hacemos entre los destinatarios de nuestros medios de comunicación para que nuestros mensajes los representen y reflejen. Por ahí comienza y debe comenzar un proceso de comunicación popular/educativa"[65]. El modelo quedaría así:

[64] KAPLÚN, Mario, Op. Cit., p.82.
[65] KAPLÚN, Mario, *Una Pedagogía de la Comunicación*, Editorial De la Torre, Madrid, España, 1998, p.79.

Fuente del cuadro: Mario Kaplún, *El comunicador popular*, 1986.

El comunicador debe ir a los lugares donde está la gente y conversar con ellos. "Sobre todo les pedimos que relaten sus experiencias, sus testimonios"[66]. La cualidad del buen comunicador es saber escuchar. Los temas deben salir de la propia gente, de sus intereses y de su realidad. Solo entonces podrá elaborar eficazmente la propuesta y los mensajes.

Los comunicadores son facilitadores, organizadores y animadores de la comunicación. Cuando ya ha recogido 'material' de la gente, "le damos forma periodística; en base a las grabaciones, ordenamos las ideas de nuestros interlocutores y redactamos los artículos, procurando en lo posible, mantener su lenguaje, sus expresiones"[67]. Además, los artículos no deben ser del todo concluidos sino que deben ser elaborados de una manera pedagógica, que dejen pensando a la gente, dando rienda suelta a la creatividad para favorecer su reflexión.

Una vez que el medio está listo y ha llegado a las manos de la comunidad, es importante buscar la retroalimentación mediante la evaluación colectiva del medio, para poder mejorarlo la próxima vez.

1.3.3.3. La práctica de la comunicación

Kaplún dice que los comunicadores deben ser gente comprometida, esforzada pero también eficaz; por lo cual deben preocuparse que sus mensajes "lleguen" a los destinatarios. Es decir: que sean atendidos, despierten el

[66] KAPLÚN, Mario, *El Comunicador Popular*, Op. Cit., p.88.
[67] Idem.

interés de ellos, sean entendidos y captados, que los movilicen interiormente, que los problematice, que promuevan el diálogo y que alimenten un proceso de creciente toma de conciencia.

Para ello, para que un mensaje resulte eficaz es necesario tomar en cuenta algunos factores dice Kaplún:

- **La actitud de comunicar.** Comunicar más que como una aptitud o capacidad; como una *actitud*. Esa disposición de comunicar, de entrar en empatía con la gente. La empatía es una actitud deliberada de ponerse en el lugar del interlocutor. Y finalmente no sólo comunicar los problemas y sus causas, sino alternativas de solución.

- **Múltiples lenguajes del hombre:** Utilizarlos en su variedad y diversidad.

- **Signos compartidos:** No hay comunicación posible sin un código (lenguaje) común y sin experiencias comunes.

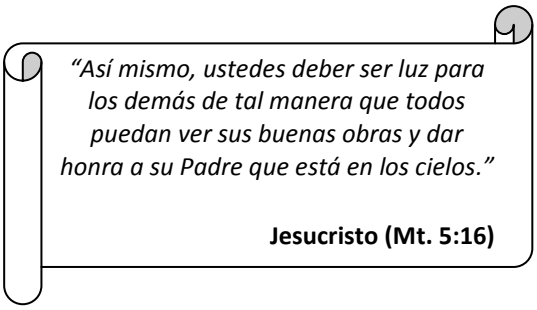
- **Un mensaje vivo**: Mensajes que estimulen el trabajo de "decodificación activada" por parte del destinatario: asociar situaciones, compararlas, interpretarlas, vivirlas intelectual y emocionalmente, extraer soluciones.

- **Signos traicioneros:** Cuidar que no existan contradicciones entre el "contenido" y la "forma" de un mensaje, pues se pueden volver signos traicioneros y quitar eficacia y efectividad al mensaje.

- **Selección y combinación:** Todo mensaje se construye por selección (escoger) y combinación (ordenarlos). Ideas claras, aunque sean pocas.

- **Los ruidos perturbadores**: *Ruido* es cualquier perturbación que pueda presentarse en la transmisión y recepción de un mensaje. En lo humanamente posible tratar de prevenir o eliminarlos.

CAPÍTULO II: EL CRISTIANISMO Y SU IMPACTO EN EL MUNDO



2.1. Valoración general

Hace más de dos mil años nació Jesucristo, la persona más influyente de toda la historia, a tal punto que, en el mundo Occidental, los tiempos se rigen tomando como base Su nacimiento, que es el año considerado cero. No sólo la historia bíblica está dividida en Antiguo Testamento y Nuevo Testamento, sino que el mundo mismo está dividido en: antes de Cristo (a.C.) y después de Cristo (d.C)[68], y el mundo usa esta base para contar los tiempos y las fechas. Hasta los ateos, al escribir una carta u oficio, tienen que reconocer a Cristo cuando le ponen la fecha.

Desde que vino a la tierra Jesús impactó el mundo. Fue el Mesías, el Cristo (ungido de Dios) esperado por el pueblo de Israel. Y aunque muchos lo esperaban como un líder religioso y político, guerrero y revolucionario, su revolución fue espiritual, su actitud fue el amor y su arma de guerra fue Su propia palabra que derribó argumentos existentes, viniendo a transformar todas las esferas de la vida humana. Bastaron sólo tres años de su vida, invertidos en ministerio público, para demostrar que Él era el Hijo del Dios viviente[69], "el poder de Dios y la sabiduría de Dios"[70].

> *Algunas personas han provocado cambios transformadores en un aspecto u otro del aprendizaje o de la vida humana y sus nombres han quedado como reliquias en los anales de la historia. Pero Jesucristo, el hombre más grande que jamás haya vivido, ha transformado virtualmente todos los aspectos de la vida, y la mayoría de la gente no*

[68] Al referirse a los años después de Cristo, algunos también prefieren utilizar las siglas A.D., que significa ANNO DOMINI (Año del Señor).
[69] Evangelio de Juan 5:26-27, *Santa Biblia*, Nueva Versión Internacional (NVI). 1999.
[70] 1º Corintios 1:24. *Santa Biblia*. Nueva Versión Internacional (NVI). 1999.

> *lo sabe. […]. Cada cosa que Jesucristo tocó, quedó transformada en forma total*[71].

Su vida y sus enseñanzas, sencillas, admirables y poderosas a la vez, han transformado profundamente millones de vidas a lo largo de los tiempos. Muchas de ellas, a su vez, en base a la aplicación de los principios del *Maestro* han dejado huellas grandes y positivas en la sociedad.

Hay ciertas tendencias ideológicas que tratan de ignorar las contribuciones del cristianismo al mundo, y de más bien enfatizar solamente los aspectos negativos de la historia de la Iglesia; pero si se vuelve a la raíz del cristianismo, que es Jesucristo, se percibirá que sus aportes y el de sus verdaderos seguidores han sido esenciales para la humanidad (Cfr. Infra). Por tanto, el hecho de que varios 'cristianos' a lo largo de los siglos, más bien hayan contradicho con sus prácticas lo que enseña la fe cristiana, no es excusa para desvirtuar por ello la veracidad, excelencia y efectividad de las enseñanzas de Jesucristo, que están ahí, vigentes e inconmovibles.

> *Con la secularización de la sociedad y el énfasis actual sobre el multiculturalismo, especialmente en materia religiosa, se ha pasado por alto, no se ha tenido en cuenta y se ha oscurecido y aún negado el impacto masivo del cristianismo sobre la civilización […]. Ninguna otra religión, filosofía, enseñanza, nación, movimiento ni cualquier otra cosa cambió el mundo para mejor como lo ha hecho el cristianismo*[72].

Lo cierto es que aún agnósticos como William Lecky, historiador y filósofo británico, han tributado a Jesús y reconocido que él fue quien hizo más por la humanidad. "La simple evidencia de estos tres breves años de vida activa ha hecho más para regenerar y suavizar a la humanidad que todos los debates de los filósofos y todas las exhortaciones de los moralistas"[73]. En la actualidad, la persona de Cristo resucitada, sin estar presente físicamente en el mundo sigue siendo el centro de muchas vidas y de la historia misma.

---

[71] KENNEDY, James, y NEWCOMBE, Jerry, *¿Y qué si Jesús no hubiera nacido?*, Editorial Caribe, Estados Unidos, 1996, p.11.

[72] SCHMIDT, Alvin J., *Impacto demoledor: Cómo el cristianismo ha transformado la civilización,* Editorial Vida, Miami, Estados Unidos, 2004, p. 7.

[73] LECKY, William, *History of European Morals from Augustus to Charlemagne,* D. Appleton, Nueva York, Estados Unidos, 1903. Tomado de: McDOWELL, Josh, *Más que un carpintero,* p. 41.

Uno de los legados más grandes que nos ha dejado son Sus Palabras, Su Evangelio que está plasmado en la Biblia. Es conocido que éste es el libro de mayor venta y traducción en el mundo, y es el manual de vida de todo creyente en Él.

Los primeros cristianos fueron los discípulos de Jesús, quienes después de Su ascensión al cielo, eran llamados "los del Camino" por la gente no creyente de la época. "Fue en Antioquía donde a los discípulos se les llamó 'cristianos' por primera vez"[74], mientras Pablo y Bernabé enseñaban en la iglesia de dicho lugar. Eso fue alrededor del año 40 a 45 d.C., según el teólogo historiador Iván López[75].

Muchos cambios han operado en el mundo desde entonces por la acción de individuos y personas que fueron transformadas por Jesucristo y sus enseñanzas. Así el cristianismo ha dejado su marca hasta el día de hoy, a través de personajes conocidos y también desconocidos, en ámbitos como la ciencia, la música, la medicina, la justicia y el derecho, el arte, la arquitectura, entre otros. A continuación un resumen de destacados y esenciales aportes a la humanidad por el cristianismo (sin distinción de denominación religiosa, simplemente la enseñanza pura de Jesús), en estos últimos dos mil años de historia.

2.2. Vidas transformadas

Jesús transformó a sus discípulos. A Pedro, de miedoso en confesarle delante de los hombres lo transformó en un valiente predicador del Evangelio. A Zaqueo, de un rico indiferente a un generoso seguidor suyo. A Saulo de Tarso lo cambió radicalmente de hebreo religioso y perseguidor de la iglesia, a ser el apóstol Pablo de Jesucristo, el más dinámico e influyente portavoz en el Nuevo Testamento y uno de los más apasionados por el Maestro. Casi todos sus transformados discípulos se convirtieron en mártires por su causa.

[74] Hechos 11:26. *Santa Biblia*. Nueva Versión Internacional (NVI). 1999.
[75] López, Iván, "Historia de la iglesia: los cristianos primitivos", Entrevista, Quito, 23 de septiembre de 2011.

2.3. Respeto por la vida humana

Los cristianos primitivos, cuando llegaron a Roma, no practicaban en Roma lo que hacían los nativos paganos: tener en muy baja consideración la vida humana. "Los cristianos practicaban una moral que condenaba la práctica común del aborto, el infanticidio, el abandono de niños, el suicidio"[76]. Más tarde, Valentiniano, emperador cristiano, declaró ilegal el infanticidio el año 374. La oposición cristiana, que resultó en leyes contra el aborto, continuó hasta el siglo XX, aunque en las sociedades occidentales lastimosamente todavía se lo acepte.

2.4. Libertad y dignidad para la mujer

Fue Jesús quien otorgó libertad y dignidad a la mujer, a costa de la opinión de sus amigos o enemigos. Ignorando los prejuicios de los judíos contra las mujeres, Él trató, habló y conversó con ellas. Sin Él, el estatus de las mujeres en el mundo occidental no sería diferente al que tienen en las mujeres islámicas, privadas de muchos derechos. Hoy en el mundo occidental moderno, la mujer ya no está obligada a casarse contra su voluntad, ni en su niñez, y tiene libertad de vida social en público.

2.5. La Cruz Roja Internacional

Jean Henri Dunant, de mentalidad cristiana y de una acaudalada familia de Ginebra, en 1859 presenció los sufrimientos de los soldados heridos en la batalla de Soferino, en la lucha por la unificación italiana. Cinco años después, él y cuatro asociados, con 24 delegados de 16 naciones, formaron la *Cruz Roja Internacional*. Su fe también lo llevó a elegir la cruz cristiana como emblema de la nueva organización.

2.6. Huellas en la educación

Martín Lutero, en 1530, fue el primer autor moderno que escribió exigiendo la asistencia obligatoria a la escuela y propuso que el Estado legisle al respecto y vigile su cumplimiento. Actualmente en Occidente se acepta como norma legal el que cada

[76] SCHMIDT, Alvin J., Op. Cit., p.30.

niño deba asistir a la escuela. Por otro lado, el actualmente conocido *kindergarten (jardín de infantes)* fue fundado por Friedrich Fröbel, hijo un pastor luterano, en 1840. También Louis Braille era cristiano, quien iniciaría la educación para ciegos con el método que lleva su apellido (*braille).*

2.7. El trabajo y los trabajadores dignificados

El cristianismo trajo honorabilidad al trabajo; cuando se creía que el trabajo era para los esclavos y no para los hombres libres, los cristianos, entre éstos Martín Lutero en el siglo XVI, decían que el trabajo era honroso y que era una vocación para servir a Dios y a la humanidad[77].

2.8. Influencia en la ciencia

El cristianismo enseña de un solo Dios que es racional. El físico Ernst Mach aseveró: "toda mente objetiva debe reconocer que la época en que ocurren los principales avances en la ciencia fue una Era de mente predominantemente teológica"[78]. Los cristianos han sido pioneros de la ciencia. "Desde el siglo XIII y hasta el XVIII, todo científico de importancia explicó sus motivaciones en lenguaje religioso"[79]. Algunos de estos científicos: Isaac Newton, Blaise Pascal, Gottfried Leibniz, Copérnico, Galileo Galilei, Louis Pasteur, entre otros, que creían en Dios. Alvin Schmidt agrega:

> *Esos pioneros de la ciencia, sobre cuyos hombros se levantan los científicos de hoy, conocían y creían las palabras del escritor bíblico: "Los cielos cuentan la gloria de Dios y el firmamento proclama la obra de sus manos" (Salmos 19:1). Para ellos no se podía dejar a un lado a Dios como factor fundamental. […] Estaban apartados 180 grados del cliché relativista del posmodernismo actual, que dice: 'Lo que es verdad para ti, no es verdad para mí'. Para aquellos la verdad era una sola, y Dios su autor*[80].

En el área científica de la comunicación social para el desarrollo se destacan autores con fe cristiana como: Mario Kaplún, Paulo Freire, entre otros.

---

[77] Jesús mismo trabajaba como carpintero antes de iniciar su ministerio público. Y la Biblia dice en Lucas 10:17 *"El trabajador tiene derecho a su sueldo".*
[78] SCHMIDT, Alvin J., Op. Cit., p.238.
[79] SCHMIDT, Alvin J., Op. Cit., p.241.
[80] SCHMIDT, Alvin J., Op. Cit., p.266.

2.9. Libertad y justicia

Jesucristo mismo estableció que se debía "dar al césar lo que es del césar y a Dios lo que es de Dios"[81]. Más tarde, Martín Lutero, líder de la Reforma Protestante, dijo que la Iglesia y el Estado deben ser reinos separados. "Los arquitectos de la libertad cívica y la justicia –hombres como San Ambrosio, John Locke, barón de Montesquieu, Thomas Jefferson y James Madison- toman de la perspectiva cristiana de la libertad humana dada por Dios"[82].

2.10. Abolición de la esclavitud

Martin Luther King Jr. y Wilberforce, entre otros, dieron sus esfuerzos por restaurar la moral cristiana que llevaría a abolir la costumbre de la esclavitud, pues el apóstol Pablo mismo ya había prohibido esto a Filemón.

2.11. Huellas en el arte y la arquitectura

En muchas obras de arte de pintura y escultura, y en la arquitectura, de diferentes épocas y artistas sobretodo en el mundo Occidental, se hace claramente evidente que la vida, muerte y resurrección de Jesucristo tuvo una fuerte influencia y motivación.

2.12. Huellas en la música

Asimismo Jesús ha inspirado en sus creyentes, dotados del talento musical, grandes obras en todos los tiempos. Entre estos músicos destacados tenemos a: Juan Sebastián Bach, Frederic Handel, Ludwing Van Beethoven, entre otros.

2.13. El cristianismo hoy

Han pasado más de dos mil años de cristianismo y los valores de Cristo siguen siendo de profunda influencia tanto en las personas como en áreas específicas de la

[81] Mateo 22:21, *Santa Biblia.* Nueva Versión Internacional (NVI). 1999.
[82] SCHMIDT, Alvin J., Op. Cit., p.269.

sociedad. Sin embargo, también hay un sentido de ausencia del verdadero cristianismo en algunas áreas. Con todo, se puede observar lo siguiente:

Área social: En el mundo actual que impulsa a satisfacer solamente las propias necesidades, es la Iglesia la que impulsa y actúa demostrando el amor de Dios sacrificado de manera práctica, sirviendo a la sociedad en áreas como: educación, atención médica, refugio a los migrantes, cuidado a los huérfanos, viudas, ayuda a los pobres, a los presos, a los rechazados, etc.

Área moral: Estos días son de degradación moral en la sociedad y la Iglesia es la única con cimiento firme. La Biblia ha sido inconmovible por siglos, y los cristianos están impulsados a vivir en integridad cada día conforme a ella; por eso pueden traer cambios morales en su trabajo, nación, etc. La Iglesia siempre ha estado contra cosas como: aborto, homosexualidad, lesbianismo, poligamia, corrupción, injusticia, etc.

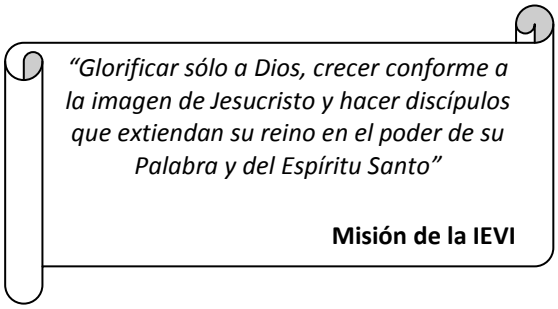
Área cultural: La verdad y sencillez del Evangelio rompe toda barrera cultural y trae cambios. Jesús aceptaba a todos los que venían a Él y enseñó a amar a todos en parábolas como la del "Buen Samaritano". La cultura no cambia a la iglesia; la iglesia cambia la cultura cuando se va contra lo que Dios dicta para bien del hombre.

Área política: El cristianismo, no como institución sino como estilo de vida, no debe separarse del Estado; lo que hace el cristiano es separarse del pecado. En este sentido, se debe apoyar a los cristianos verdaderos, con vocación y preparación política, a estar en los puestos altos para que influencien su nación.

> *"La iglesia es responsable por la transformación del mundo. Es la obra de Cristo a través de Su gente. La iglesia tiene que ser activa y no pasiva sobre lo que le preocupa a la sociedad; debe guiar con el ejemplo. La iglesia del primer siglo impactó la sociedad (Hechos 17:6) y la iglesia actual debe hacer lo mismo. Yo pienso que necesitamos tener a nuestros hombres y mujeres cristianos en toda área. Personalmente creo que un cristiano puede ser el mejor en política, el mejor en negocios, el mejor en el ejército, el mejor en la policía, el mejor en deportes y el mejor en cada área. En la obra de Cristo, vemos que la influencia del cristianismo está impactando el mundo."*[83]

[83] JOSEPH, Rakesh (pastor indio), "La influencia de la iglesia hoy en día", Entrevista, Quito, 25 de agosto de 2011.

CAPÍTULO III: LA IGLESIA EVANGÉLICA DE IÑAQUITO



3.1. Descripción

La Iglesia Evangélica de Iñaquito (IEVI) es una institución social religiosa sin fines de lucro, con casi sesenta años de servicio. Es una comunidad cristiana evangélica, bíblica, interdenominacional[84], legalmente establecida, autónoma, con gobierno y plataforma de trabajo propios. Está presidida por un Consejo Pastoral que está conformado por ocho pastores y un pastor coordinador (pastor Fernando Lay). También hay un pastor presidente (pastor Galo Santos) y una Comisión Administrativa. Todo está bajo la supervisión del Consejo Directivo, elegido por la Asamblea General de miembros activos, y regido por los principios bíblicos.

Actualmente sirve a alrededor de 4.800 personas durante toda la semana, quienes son de diverso matiz social, cultural, económico y de edad. Los cultos del fin de semana son un total de cinco: uno el sábado (18H00), y cuatro el domingo (7H15, 8H45, 10H15 y 11H45). Sin embargo, el servicio que da esta congregación no se limita a los cultos, sino que ofrece otros servicios y tareas para la gente durante toda la semana. Estos servicios son llamados *ministerios,* y cada uno tiene su propio horario de reunión. Abarcan mayormente el área espiritual, pero también la social, artística, médica, económica, psicológica y académica. Son más de 30 y son los siguientes:

[84] Que no se identifica con una denominación evangélica específica, sino que acepta y trabaja con todos los que siguen la doctrina bíblica verdadera.

MINISTERIO	ÁREA
Discipulado Básico	Espiritual
Bautismo y consolidación	Espiritual
Proyecto Felipe	Espiritual
Niños	Espiritual/artística
Alfa y Omega (Adolescentes)	Espiritual/artística
GeneraXión Esperanza (Jóvenes adultos)	Espiritual
Varones del Camino	Espiritual
Mujeres de Influencia	Espiritual
Matrimonios	Espiritual
Curso pre-matrimonial	Espiritual/psicológica/económica
Círculo de Oro (adultos mayores)	Espiritual/artística
Células	Espiritual
Clases de discipulado	Espiritual
Consejería pastoral	Espiritual
Predicación (cultos)	Espiritual
Diaconía	Servicio
Música y Coro	Artística/espiritual
Danza	Artística/espiritual
Teatro	Artística/espiritual
Comunicación	Artística/espiritual
Trabajo Social	Social/económica/espiritual
Funadehin (Fundación para el Desarrollo Humano Integral)	Médica/social/económica
JECI (Jardín y Escuela Cristiana Iñaquito)	Académica/espiritual/artística/psicológica
Ministerio Carcelario	Social/espiritual
Amor por los Abuelitos (Centro Histórico)	Social/espiritual
Manos que Adoran (sordomudos)	Artística/espiritual
Ministerio Jozabad	Social
Ministerio para los Gitanos	Social/espiritual
Ministerio de Alfabetización	Académica
La Katakumba (Inclusion church. Iglesia hija)	Espiritual/artística
Misiones (nacionales y transculturales)	Social/espiritual

Fuente del cuadro: *La autora*

3.2. Reseña histórica

La emisora cristiana HCJB[85] inició su obra en 1931, y en 1950 levantó un Albergue y Dispensario Indígena en el Barrio Iñaquito. Allí surgió un grupo de enseñanza bíblica y evangelización impulsado por misioneros extranjeros y siervos-líderes nacionales, donde también se daban clases de alfabetización y reuniones de oración. Más tarde, el albergue pasaría a ser el actual Hospital Vozandes y el grupo de enseñanza bíblica, lo que hoy es esta congregación.

En 1951 se tuvo la primera Escuela Bíblica de Verano. Se bautizaron seis personas y las reuniones de oración comenzaron a crecer. La IEVI se constituyó formalmente el 12 de Junio de 1955; y al siguiente año ya contaba con unos 90 asistentes a los cultos dominicales, además de la Sociedad de Jóvenes. Como el grupo de creyentes seguía en aumento, decidieron construir un templo para sus reuniones. Con la ayuda de HCJB, se compró el terreno adyacente al Hospital Vozandes. La construcción comenzó al año después y, casi terminado, se hizo la dedicación de este templo para 300 personas el 21 de abril de 1957. En 1958, la Escuela Bíblica Dominical contaba con 238 asistentes.

Desde 1960, la IEVI se definió como una iglesia congregacional y sólidamente bíblica, interdenominacional y con gobierno y plataforma de trabajo propios. En la década de los 80 el templo comenzó a saturarse, se triplicó el número de cultos y el crecimiento fue explosivo. Se conformó el colegiado pastoral. Con un pastor específico, la Sociedad de Jóvenes alcanzaba los 200 asistentes. Ellos introdujeron cambios en la liturgia.

Desde 1992, con un terreno y auditorio más amplios, con capacidad para 680 personas, la IEVI ha seguido creciendo. Bajo la guía de la Palabra y del Espíritu de Dios, ha vivido una constante renovación para cumplir mejor la misión del Señor. Se ha enfatizado más el discipulado y la preparación de los siervos-líderes. En el 2001 la iglesia abrazó una visión celular que reunió a más personas en un discipulado cercano mediante células, llegándose a un número de 130. De raíces y espíritu

[85] HCJB significa “Hoy Cristo Jesús Bendice”. Está en el dial 690 A.M. y 89.3 F.M.

misionero, la IEVI ha enviado cinco misioneros por el mundo, así como también ha fundado iglesias en el Comité del Pueblo, El Inca, Conocoto y Carapungo. A partir del 2008, se ha inclinado hacia la meta de ser una comunidad compasiva donde todo creyente debe inundarse de la misericordia de Dios y usar sus dones y talentos, dentro y fuera del templo, para servir al prójimo.

3.3. Misión y visión

La misión de la IEVI es "glorificar sólo a Dios, crecer conforme a la imagen de Jesucristo y hacer discípulos que extiendan su reino en el poder de su Palabra y del Espíritu Santo"[86].

Y su visión es "servir a familias y comunidades, y crecer como una iglesia compasiva que forma discípulos fieles y proclama a Jesucristo el Salvador de vidas, hogares y sociedad, en Quito, Ecuador y el mundo"[87].

3.4. Declaración de Fe[88]

- Creemos que hay un solo Dios verdadero y eterno, que es Padre, Hijo y Espíritu Santo - Mt.28:19; Jn.1:1; 14:9; 1Jn.5:20.

- Creemos que Jesucristo es el Hijo de Dios encarnado, y es nuestro Señor y Salvador, quien vendrá por segunda vez a establecer su Reino - Mt.1:20; Hch.1:11; 2:36; Ro.4:25; 1Co.15:25-28; Ef.1:7; Col.1:15-20; 1Ts.4:15-17; Tit.2:13,14; He.7:25; Ap.1:7,8; 22:12,13.

- Creemos que el Espíritu Santo redarguye de pecado, obra el arrepentimiento, regeneración y santificación del creyente, dándole poder y dones para el servicio y edificación de la iglesia - Jn.16:8-11; Hch.1:8; Ro.8:9; 1Co.12 y 14; Tit.3:5.

[86] IEVI, *Misión-Visión-Valores-Declaración de fe 2011,* documento de texto, Quito, 2011.
[87] Idem.
[88] Idem.

- Creemos en la Biblia, inspirada por Dios e infalible, como nuestra única norma de fe y conducta - Hch.20:26,27; 2Ti.3:15-17; 1P.4:11; 2P.1:21.

- Creemos que el ser humano fue creado por Dios a su imagen y semejanza como varón y mujer, y que desobedeció y pecó contra Dios - Gn.1:1-2:25; Jn.1:3; Col.1:16; He.11:3.

- Creemos que todo ser humano nace con naturaleza pecaminosa, separado de Dios y es condenado por su pecado - Gn.3:1-24; Ro.3:9-23; 6:23.

- Creemos que todo ser humano necesita la salvación que únicamente Jesucristo, por su obra en la cruz, puede darle; y la recibe por gracia y fe en Él - Jn.5:24; Ro.6:11-14,22-23; 8:1; 14:8; 2Co.5:17; Gá.2:16,17; Ef.2:8-10; 4:17-32;Tit.3:4-7.

- Creemos que el creyente experimenta la vida eterna a partir del nuevo nacimiento - Jn.3:1-21; 10:10b; 17:3; Ro.8:1,9b,14,16.

- Creemos en la Iglesia universal, con Jesucristo como su cabeza, visible en iglesias locales y formada por quienes han sido salvados por Él - Hch.2:47; Ro.12:5; Ef.2:19; 4:4-6; Col.1:18; 1Ti.1:22; 3:15.

- Creemos que la iglesia local es la comunidad que promueve los valores y la vida del reino de Dios y sirve en forma integral a todo ser humano a través del ministerio de todos sus miembros - Mt.28:18-20; Mr.16:15-17; Jn.17:21: Hch.2:42, 44,46; 20:35; Ef.4:11-16; 1P.2:9; 2P.3:18; He.10:24,25.

- Creemos en la resurrección corporal del creyente para gloria eterna y del incrédulo para condenación eterna - Mt.25:46; Jn.5:27-29; 1Co.15; 1Ts.4:13-18; Ap.20:46.

- Creemos en la existencia de Satanás y sus demonios, su influencia maligna sobre el ser humano, y su derrota por la obra redentora y la autoridad de Jesucristo - Mr.16:17; 2Co.4:4; Ef.2:2,3; Col.2:15; Stg.4:7; 1P.5:8; 1Jn.3:8b; Ap.20:10.

3.5. Valores centrales (para el crecimiento y el servicio)[89]

- **Señorío de Cristo.** Rendimos nuestra iglesia al Señorío de Jesucristo, sometiendo los objetivos, estructuras, recursos, procedimientos y tareas a la guía de Su Palabra y al poder de su Espíritu, a fin de hacer para su Gloria sólo lo que Dios quiere que hagamos - Jn.3.8; 14:21,23; 16:13-15; Hch.1:8; 2Cor.3.17.

- **Gracia de Dios.** Proclamamos la gracia de Dios, priorizando un evangelismo relacional de testimonio y servicio, motivados por el amor incondicional de Dios, quien no quiere que ningún ser humano se pierda, sino que tenga la vida eterna - Jn.3:16; Mt.18:14; Lc.15; 1Tim.2:4.

- **Palabra de Dios.** Estudiamos seriamente la Biblia a fin de conocer a Dios y someternos a su voluntad, pues sólo Su Palabra, tanto encarnada en Cristo como escrita, produce la transformación de individuos, iglesia y sociedad - Jos.1:8-9; Jn.8:31,32; 17:17; Heb.4:12-13; 2Tim.3:16-17; Stg.1:23-25.

- **Oración.** Buscamos a Dios en oración en todo tiempo, pues todo creyente tiene acceso directo al Padre en el nombre de Jesús, y es responsable de crecer espiritualmente con la presencia y dirección de Dios - Mt.6:5-15; Mr.11:24; Jn.14:13; Hch.4:31.

- **Discipulado.** Convocamos a un discipulado cristocéntrico, acompañando y capacitando al creyente para que, en todo aspecto de su vida, siga la doctrina, valores y santidad del reino de Dios, crezca a la imagen de Cristo y sirva con mucho fruto - Mt.28:18-20; Rom.8:29; 12:1-2; Hch.2:44-47; Ef.4:11-16; Jn.15:8.

- **Compasión.** Servimos como una comunidad compasiva, con voluntarios que trabajan con amor, dones espirituales, espíritu de equipo y sujeción los unos a los otros, para bendecir a los hermanos y aliviar el dolor del prójimo en forma integral - Neh.3; 1Cor.12-14; Rom.12; Ef.4:11-16; Stg.1:27; 1Jn. 3:16-18.

[89] Op. Cit.

- **Familias saludables.** Orientamos la vida familiar y restauramos relaciones según los principios bíblicos, pues la iglesia es una familia de familias ligadas al plan redentor de Dios - Sal.127:3; Hch.3:25; Ef.5:21-6:4.

- **Actualización.** A la vez que guardamos la sana doctrina, actualizamos nuestro ministerio según necesite la sociedad, con capacitación, comunicación, artes y todo lo que sea necesario para compartir de Cristo a una sociedad étnica y culturalmente pluralista y posmoderna - Jn.1:14; Rom.2:11; 1Cor. 9:19-23.

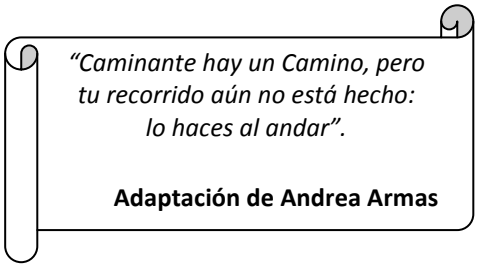
- **Excelencia.** Buscamos la excelencia que honra a Dios e inspira a la gente, trabajando con integridad, diligencia, planificación, metas, evaluación y rendición de cuentas, a fin de llevar mucho fruto y así glorificar a Dios - Sal.139:23,24; Mal.1:6-14; Jn.15:2,8; Col.3:17.

- **Unidad.** Promovemos la unidad de la iglesia cristiano-evangélica como una sola iglesia del Señor Jesucristo; por lo tanto, colaboramos con el cuidado de su pureza doctrinal y ética, sus relaciones inter-eclesiales y sus esfuerzos por cumplir la Gran Comisión -Sal.133; Jn.17:20-23; Apoc.21:2,27; Mt.28:18-20.

3.6. Ubicación y contactos

La IEVI está ubicada en el norte de la ciudad de Quito, en la calle Villalengua Oe2-85 y Veracruz, junto al Hospital Vozandes. El teléfono es: 2247-235. El email es: ievi1@uio.satnet.net. Además cuenta con una página web: www.ievi.com.ec

CAPÍTULO IV: ELABORACIÓN DE LA REVISTA



4.1. Pre-producción

Una vez que la iniciativa del presente proyecto fue aprobada por la institución beneficiaria del mismo, la Iglesia Evangélica de Iñaquito el 3 de Febrero de 2010, se procedió a realizar con la debida autorización un *diagnóstico comunicativo* en el lugar, a fin de conocer la situación comunicativa existente en cuanto a materiales, métodos y efectos obtenidos, y de esta manera poder elaborar el plan de tesis.

El diagnóstico fue grupal y personal. El diagnóstico grupal consistió en una *encuesta* llevada a cabo el 20 de Febrero de 2010, en un taller de siervos-líderes[90] de la IEVI. La encuesta fue aplicada a setenta de ellos y el objetivo era "evaluar las necesidades de comunicación institucional en la IEVI, interna y externa, a fin de determinar las características de un producto comunicativo que lleve a cabo esa función"[91].

Y efectivamente los resultados de la encuesta permitieron visualizar y analizar de mejor manera la situación comunicativa de esta comunidad; así como también obtener sus ideas para dar forma al producto comunicacional impreso. Es decir, desde el principio se pensó y se aplicó el eje democrático y participativo del proyecto, pues "la comunidad debe ser actora – en participación entendida como el derecho a la toma de decisiones– y beneficiaria del proceso; no simplemente beneficiaria"[92]. Según el número de pregunta, los resultados y conclusiones de la encuesta fueron los siguientes[93]:

[90] Los siervos-líderes son los que sirven a la congregación en un determinado ministerio. Son personas más comprometidas con la misión y visión de la iglesia y están más involucrados a ella; por tanto son los que más conocen nuestra iglesia.
[91] ANEXO B.
[92] "Al encuentro con la gente. Una estrategia de comunicación para prevenir el maltrato infantil capacitando en comunicación alternativa", en Jaime Torres (Comp.), Op. Cit., p. 5.
[93] Ver en ANEXO B los resultados estadísticos de la encuesta de manera amplia.

1) Sobre la comunicación en la IEVI, un 44% de los encuestados opinó que era "buena", pero que aún que trabajarla. Un porcentaje del 36% dijo que les parecía "regular" y que faltaba más difusión. El 13% opinó que era "buena", que realmente pocas personas no conocen la institución. Y sólo un 7% opinó que era "excelente", que todas las personas conocían la institución. Aquí se ve un acuerdo entre la mayoría de los encuestados, en la necesidad de mejorar la comunicación. Y aunque un pequeño porcentaje dijo que era excelente, a veces se cree que la variedad o innovación en equipos y tecnologías es toda la comunicación, cuando también hay que tomar en cuenta el sentido de la comunicación, como decía Kaplún.

2) Algunas personas recordaron recursos comunicativos que se han empleado en la IEVI anteriormente. El más nombrado fue el boletín dominical, del que piensan que aunque es informativo y bonito, no difunde la identidad de la iglesia; y que además tiene una respuesta mínima porque algunos lo botan al basurero al terminar el culto. Recursos útiles en su tiempo fueron la Feria Ministerial 2008 y el folleto institucional 2009. Recursos mínimos han sido los anuncios audiovisuales y algunos espacios en las prédicas. Recursos incompletos han sido la página web, que necesita actualización, entre otros.

3) Ante la conciencia de mejorar la comunicación en el lugar y el hecho de que una revista institucional pueda cumplir esa función, el 96% estuvo de acuerdo, mientras que sólo un 4% opinó negativamente. Entre los argumentos más importantes se obtuvo: "Facilita la difusión de ideas y acciones". "Es de fácil acceso y manejo para todos". "Se la puede llevar a cualquier parte". "Llega a varias personas". "Se puede aportar con mensajes educativos". "Necesitamos una revista". Justamente, como se expuso en la justificación de este proyecto (Cfr. Supra), una revista tiene varias ventajas y, dicho por ellos mismos, es un recurso todavía no existente en esta comunidad.

4) Al ser este proyecto un producto comunicacional participativo, era necesario preguntar a la gente qué contenidos deseaban que éste tuviera. Por eso en esta pregunta, y en orden descendente de preferencia, se conoció lo que a la gente le gustaría que constara (ver en Anexo B). A la altura de decidir qué elementos

contendría la revista, de las opciones elegidas se tomó: información de identidad institucional y de los ministerios, testimonios y opiniones de la gente, artículos orientadores y educativos, fotos y auspiciantes. Además, de entre otras sugerencias puestas por los encuestados, se acogió también: información para nuevos creyentes, temas y consejos para los jóvenes y para la familia, datos bíblicos poco conocidos comúnmente, qué ministerio solicita colaboradores, actividades y eventos, poemas, sección entretenimiento; los cuales se pueden constatar en el contenido actual de la revista.

En base a esto se fijaron tres funciones estratégicas para la revista, las cuáles constan en uno de los Informes Descriptivos[94] dados al Consejo Pastoral y siervos-líderes de la IEVI, y que son parte de los objetivos específicos de esta tesis: *1) Función comunicativa*: comunicación no como transmisión unidireccional, sino como diálogo, interacción, intercambio, relación, retroalimentación. Es decir, aplicar la comunicación participativa en base a diferentes temas. *2) Función informativa:* dada la realidad de la falta de información clara en esta comunidad y de fortalecer la identidad institucional, la revista tendría información de la iglesia y de algunos importantes ministerios. Y *3) Función educativa:* para que la revista sea trascendente y no quede como un folleto institucional, era necesario pensar en la edificación cristiana del público, para lo cual debía contener artículos educativos.

5) Dado que no se puede obligar, se preguntó a los encuestados si les gustaría participar en la revista dando aportes, como por ejemplo un artículo en base a la realidad actual desde la perspectiva bíblica. El 86% de ellos respondieron afirmativamente, con argumentos como: "Para dar a conocer a Jesús". "Es una oportunidad de expresar lo que pienso". "La revista es educativa". "Con los testimonios todos crecemos". "Es mi deber ayudar y servir a Dios". "Apoyo buenas iniciativas". Un 8% dejó sin respuesta. Y un 6% respondieron que no, porque "no tienen tiempo" y "no sabrían cómo hacerlo". La mayoría apoya "buenas iniciativas" en pro del reino de Dios.

[94] ANEXO A.

6) El objetivo de la encuesta era poder determinar las características del producto comunicacional, en lo posible tanto de fondo como de forma. Por eso también se preguntó a los encuestados qué colores les gustaría que resaltaran en la revista. Un 30% de ellos eligieron el azul, el 17% optaron por rojo y verde, el 14% dijeron blanco, un 11% opinaron que también amarillo o colores vivos y llamativos, el 7% eligió el naranja, un 6% opinaron que deberían ser colores que motiven vida, alegría, paz y esperanza; y otros colores elegidos, con menos porcentaje fueron: celeste, morado, turquesa, negro, gris, fucsia, dorado, café. En el producto final los colores que priman son: en la portada: celeste, blanco, amarillo. En el contenido se tiene una variedad de colores elegidos por secciones.

7) Parte de toda esta "pre-alimentación" de la que habla Kaplún, buscando que el medio refleje a la gente, fue realizarles también una pregunta abierta para conocer qué comentarios o sugerencias adicionales tenían para el proyecto. A esto se obtuvieron varias y diversas respuestas, que sirvieron para confirmar y fortalecer la misión del proyecto. Algunos fueron comentarios de aliento y apoyo, otros fueron nobles deseos, otros fueron valiosas sugerencias, otros pedían la realidad de este proyecto y también –sin saberlo profesionalmente- una comunicación participativa. "Es una excelente idea, es bienvenida". "Que no sea lo mismo de siempre". "Que sea motivadora y desafiante". "Dar un color a cada ministerio". "Que sea un espacio en que la iglesia se comunique y se informe". "Que este proyecto sea hecho conforme al corazón de Dios y bajo Su guía. Que Dios le ayude mucho". "Que no sea sólo un proyecto de grado, sino que se adopte como instrumento permanente de la iglesia". "Los testimonios no sean sólo de los siervos sino del pueblo de Dios, a fin de tener el punto de vista no directivo". "Que sea dinámica y seria a la vez, visionaria, útil, práctica, de lenguaje sencillo, fácil de entender, que entregue la Verdad de Cristo con el idioma del pueblo, pero con la calidad de las mejores del mundo".

Por otro lado, el diagnóstico personal consistió en realizar una investigación y análisis sobre la situación comunicacional en esta comunidad. Para eso se utilizaron recursos como la entrevista a personajes importantes y de antigüedad en la IEVI: al pastor Fernando Lay (coordinador del Consejo Pastoral), al pastor Galo Santos (presidente y representante legal), ambos son parte de los fundadores de esta iglesia,

a Ximena Rodríguez (secretaria de la iglesia), y a algunos amigos y asistentes. Fueron entrevistas donde se preguntó acerca de la forma y productos de comunicación en la historia de la IEVI (Cfr. Supra). Otro recurso utilizado para este fin fue la investigación bibliográfica: de libros, textos y cuadernillos antiguos que son conservados en la pequeña biblioteca de la iglesia, donde constan las narraciones de la formación de la congregación a través del tiempo y los boletines dominicales antiguos[95]. También se hizo una investigación cibernética: "surfeando" por la página web institucional. Finalmente, un método no menos eficiente fue la observación, de qué recursos comunicativos se usan en la actualidad, forma y resultados; de las relaciones sociales dentro de cada ministerio, entre ministerios, entre autoridades, entre autoridades y la comunidad, y viceversa. En base a estos dos diagnósticos comunicativos hechos, se pudo concluir que existían dos problemas en esta congregación en materia de comunicación: 1) falta de información, y 2) necesidad de comunicación; ya descritos anteriormente (Cfr. Supra).

Y de manera específica en relación al presente proyecto, se pudo notar que no existía actualmente una publicación impresa en categoría de revista, con periodicidad, al que todos tengan acceso y les permita estar más informados, unidos y conectados entorno a la misión de la institución, permitiendo además la participación activa de la gente en la producción de la misma.

Con todos estos diagnósticos y análisis se procedió a elaborar el plan de tesis del producto comunicacional, bajo las pautas que da la universidad; como también paralelamente informes para la directiva de la congregación.

En el mes de mayo de 2010, junto con una carta de autorización[96] de la Iglesia Evangélica de Iñaquito para realizar el proyecto, se presentó oficialmente el plan del producto comunicacional a la Universidad Politécnica Salesiana; el mismo que fue aprobado el 8 de junio de 2010[97]. Con esto se puso en marcha el proyecto.

[95] ANEXO B.
[96] ANEXO A.
[97] ANEXO A.

4.2. Planificación técnica de la revista

Como parte de la pre-producción de la revista y una vez concluido lo anterior, se visionó algunas especificaciones técnicas que podría tener la misma, lo cual sirvió como guía de la información a buscar y el espacio a designar.

Número de páginas: De 50 a 60 páginas.
Formato: De preferencia A4.
Color: A todo color
Material: Papel couché
Tirada: 2.000 – 3.000 ejemplares
Periodicidad: Decisión de la institución

Secciones:

- ✓ Editorial
- ✓ Información institucional de la IEVI
- ✓ Ministerio de niños (información y testimonios)
- ✓ Artículos para el ministerio de niños
- ✓ Ministerio de adolescentes (información y testimonios)
- ✓ Artículos para el ministerio de adolescentes
- ✓ Ministerio de jóvenes (información y testimonios)
- ✓ Artículos para el ministerio de jóvenes
- ✓ Ministerio de mujeres (información y testimonios)
- ✓ Artículos para el ministerio de mujeres
- ✓ Ministerio de varones (información y testimonios)
- ✓ Artículos para el ministerio de varones
- ✓ Ministerio pre-matrimonial (información y testimonios)
- ✓ Artículos para el ministerio pre-matrimonial
- ✓ Ministerio de adultos mayores (información y testimonios)
- ✓ Artículos para el ministerio de adultos mayores
- ✓ Otros recursos
- ✓ Artículo/s bonus
- ✓ Sección entretenimiento
- ✓ Auspiciantes

4.3. Manos a la obra: La producción

4.3.1. Investigación participativa

Tal como se dijo anteriormente, una de las funciones de la revista sería la informativa. Para ello, tomando en cuenta el objetivo participativo de este proyecto (función comunicativa), se realizó una *investigación participativa* de los ministerios que contendría la revista. En principio se pensaba abarcar los más de treinta ministerios de esta comunidad, pero después se pudo esclarecer que no sería posible abarcarlo todo; así que se optó por los diez ministerios de discipulado intermedio[98], más la información de identidad institucional de la IEVI, para así motivar a la gente a integrarse más a la iglesia.

Esta investigación participativa buscaba conocer más de la IEVI, de cada ministerio y obtener testimonios de la gente. Para ello se utilizaron métodos:

- La *observación abierta* en cada ministerio durante las varias visitas realizadas a sus reuniones. Fue abierta porque los sujetos de investigación conocieron que estaban siendo observados, sobretodo por el hecho de tomar fotografías diversas[99]. La observación es importante porque parte de la vivencia personal para así poder emitir descripciones y conclusiones del grupo investigado (esto sería de gran ayuda en los talleres que se realizarían posteriormente (cfr. Infra), donde se necesitaría tener empatía con la gente). El recurso utilizado aquí fue: cámara de fotos digital (Sony, DSC-W360).

- *Entrevistas* dentro de cada ministerio, a tres tipos de personas: el líder, algunos beneficiarios y algunos siervos. La entrevista al líder[100] permitiría conocer información importante y ampliada de su ministerio; y también se le pediría su testimonio personal de servicio en el mismo. Mientras que las entrevistas a algunos siervos y beneficiarios de los ministerios, servirían -como dice Kaplún- "para que la gente diga su palabra", en cuanto a qué

[98] Ver en ANEXO C.
[99] ANEXO C. Ver muestras de fotos tomadas en las reuniones de los ministerios y cultos.
[100] ANEXO C. Guía de entrevista a los líderes de ministerio.

significa para ellos servir ahí, en el primer caso, y cómo se sienten y qué beneficios les ha dado ese ministerio, en el segundo caso. De esta manera los lectores podrían enriquecerse leyendo la opinión no sólo de los líderes sino de la misma comunidad.

Ya que en principio se pensaba abarcar todos los ministerios, se realizó visitas y se entrevistó[101] a un total de 81 personas (19 líderes, 25 beneficiarios y 37 siervos). Pero al delimitar a un solo grupo de ministerios, las entrevistas que finalmente se usaron para la revista fueron las siguientes:

ENTREVISTAS					
Ministerio	**Líder**	**Beneficiarios**	**Siervos**	**TOTAL**	**PLASMADAS EN REVISTA**
Niños	1	4	2	**7**	**5**
Adolescentes	1	6	7	**14**	**7**
Jóvenes adultos	1	2	3	**6**	**5**
Mujeres	2	3	4	**9**	**5**
Varones	1	2	2	**5**	**5**
Pre-matrimonial	1	2	2	**5**	**4**
Adultos mayores	1	3	2	**6**	**5**
Células	2	0	0	**2**	**0**
Consejería	1	0	0	**1**	**0**
Clases	1	0	0	**1**	**0**
TOTALES:				**52**	**36**

Fuente: *La autora*

Así, las entrevistas que finalmente han sido plasmadas y transcritas literalmente en la revista, con su debida edición, han sido un total de 36. Éstas entrevistas constan en forma de testimonio en las secciones denominadas *"Nuestra gente…! - Testimonios"*[102]. Las entrevistas hechas a los líderes también sirvieron para redactar la información ministerial registrada en la primera página de cada ministerio.

[101] ANEXO C. Ver CD con archivos de audio de todas las entrevistas realizadas para este punto.
[102] Ver en el producto comunicativo (revista).

A esto se suman dos entrevistas más la investigación bibliográfica realizada a fin de obtener la información institucional de la IEVI[103] como: historia, misión, visión, referencia legal, objetivos estratégicos, declaración de fe, cuerpo pastoral, valores centrales, ruta de discipulado, etc.

En el caso de los ministerios: Células, Consejería y Clases, se realizaron las respectivas entrevistas, pero como el espacio designado para éstos en la revista fue pequeño, no se transcribieron testimonios, sino que las entrevistas sirvieron para redactar la información de estos ministerios[104].

Los recursos utilizados en todas las entrevistas fueron: grabadora de voz digital (Olympus, VN-960 PC), cuaderno, lápiz y la guía de entrevista[105].

Una vez que se realizaron las entrevistas y fotografías necesarias, se procedió paulatinamente a la *sistematización de la información*; es decir, en el caso de las entrevistas a escucharlas, transcribirlas, reducirlas y editarlas; y en el caso de las fotografías, a hacer preselección y selección final de las mismas. Todo esto conforme al espacio disponible en la revista. Respecto a la información de identidad institucional, algunas fueron creadas como primicias[106].

4.3.2. Pre-alimentación para temas

Una de las principales funciones de la revista sería la educativa. Por eso, cuando llegó el momento de preparar la *sección educativa,* tampoco se dejó de lado a la *comunicación participativa* como eje central. Se planificó contar con un promedio de dos artículos educativos por cada ministerio (cada grupo: niños, adolescentes, jóvenes adultos, mujeres, varones, adultos mayores). Éstos serían redactados de manera periodística, en formato de revista, en base a las conversaciones y aportes compartidos en talleres participativos realizados con ellos. Para ello se tendría que realizar primeramente un *taller previo de elección de temas*, que es lo que Kaplún llama "la pre-alimentación" ("feed-forward" en

[103] En el producto comunicativo (revista), ver en las primeras páginas.
[104] En el producto comunicativo (revista), ver sección Otros Recursos.
[105] En ANEXO C.
[106] Ver en el producto comunicacional: memoria histórica, gobierno de la IEVI, ruta de discipulado.

inglés), que consiste en partir de la gente (sus experiencias, necesidades, aspiraciones) para escoger los temas a tratar. Así el proceso de comunicación resultaría democrático y participativo desde el comienzo, y la gente se puede identificar con los mensajes.

Se procedió entonces a planear debidamente un "taller de planificación de temas", con el objetivo de "extraer con representantes de cada grupo los temas que por interés (sea por necesidad, gusto o utilidad) se tratarían en los próximos talleres para la sección participativa/educativa de la revista"[107]. Se tomarían representantes de cada grupo pues cada uno sobrepasa las treinta personas.

Este taller oficial se llevó a cabo el día viernes 30 de julio de 2010[108], a las 17H45 en el salón del tercer piso de la congregación. Se contó con la asistencia de 12 personas: 4 niños, 3 adolescentes, 2 jóvenes adultos y 3 mujeres adultas. El taller consistió en un proceso de reflexión a partir de dinámicas y elementos lúdicos para poder seleccionar los temas. Los recursos utilizados fueron: carteles, marcadores, recortes de revistas. Se pidió a cada grupo anotar en un cartel diez temas enumerados por orden de prioridad y pegar el recorte correspondiente; de esta manera se tomarían los dos o tres primeros para la revista y el resto quedarían para ediciones futuras.

En este taller oficial no se contó con representantes de los grupos de: varones y adultos mayores, por razones de fuerza mayor. Con los varones después se aplicó una encuesta (15 encuestas total[109]), y con los adultos mayores se realizó un taller exclusivo basado enteramente en conversación horizontal con ellos. En el caso del ministerio de novios, no se realizaría taller porque el artículo sería un aporte de su líder. Posteriormente, dado que en la congregación los ministerios de varones y mujeres suelen tratar los mismos temas por separado, se acordó tratar los mismos temas con los dos grupos: los temas elegidos por los varones porque ellos fueron en mayor cantidad.

[107] ANEXO D: hoja de planificación del taller de temas.
[108] ANEXO D: invitación al taller de temas.
[109] ANEXO D: encuestas a varones y resultados.

Finalmente, los temas que quedaron por elección de los grupos para planificar los nuevos talleres fueron[110]:

- **Niños:** La Biblia – La Familia – La Felicidad.
- **Adolescentes:** La Pornografía – Drogas y Alcohol – Tribus Urbanas.
- **Jóvenes adultos:** Jesucristo – Sueños y Metas.
- **Mujeres y Varones:** Esperar en Dios – Madurez Espiritual
- **Novios:** Tema libre (aporte del líder de ministerio).
- **Adultos mayores:** La Honra de los Ancianos está en sus Canas – Servicio.

Cuando el taller finalizó se realizó un pequeño diálogo con cada grupo a fin de delimitar más específicamente los temas escogidos. Así, en el presente proyecto "los temas han salido de la propia gente; temas que le interesan y responden a su realidad"[111]. Y con los temas ya en mano, se entró al proceso de planificar los talleres que han sido medulares para la sección educativa de la revista.

4.3.3. Planificación de los talleres

Los carteles con los temas de cada grupo se colocaron en la pared, justo arriba del computador donde se trabajó y redactó el presente proyecto, de manera que pudieran estar siempre visibles y servir de referencia; además que pudieran ayudar a tener más empatía con cada grupo al planificar el respectivo taller. Ésta es una sugerencia de Mario Kaplún en base a su experiencia: "Aquél rostro [foto] es una referencia permanente, que le dicta un cierto estilo, un cierto lenguaje, una cierta manera de plantear las cosas"[112]. En este caso no fue una foto de las personas o de los grupos, sino los carteles que cada uno trabajaron y donde plasmaron su propio estilo, recortes, palabras y términos, y eso ayudó a activar la capacidad empática al momento de planificar el taller de cada grupo. "La empatía es una actitud deliberada, voluntaria; un esfuerzo consciente que

[110] ANEXO D: ver fotografías de los carteles con los temas escogidos por los grupos.
[111] KAPLÚN, Mario, *El Comunicador Popular*, Op. Cit., p. 100.
[112] KAPLÚN, Mario, *El Comunicador Popular*, Op. Cit., p. 120.

hacemos para ponernos en lugar de nuestro interlocutor a fin de establecer una corriente de comunicación con él"[113].

De esta manera, uno por uno, grupo por grupo, tema por tema, se procedió a la planificación pedagógica de los talleres. Primero se indagó el tema en libros (propios y prestados), archivos informáticos y en el Internet. Y también se buscaron cientos de dinámicas para toda edad. Entonces se tomó el mismo formato de planificación para el taller de temas, elaborado en Microsoft Excel, y con la información antes indagada se entró en el proceso de reflexión, análisis y creación de cada taller, llenando en el formato datos como: título del taller, grupo, ejecutora, objetivo del taller, fecha, lugar, hora, actividades a realizar, descripción de las actividades, materiales a utilizar y los resultados esperados[114].

Es importante aclarar para la creación de cada taller se adoptó el enfoque de la comunicación educativa centrada en el proceso, de la que habla Mario Kaplún, citando también a Juan Díaz Bordenave y Paulo Freire. Este modelo "se basa en la participación activa del sujeto en el proceso educativo"[115]; busca formar a las personas y llevarlas a transformar su realidad, mediante un proceso donde el sujeto va descubriendo, elaborando, reinventando, haciendo suyo el conocimiento. Pues "la estrategia de comunicación tiene visión de proceso"[116].

La ejecutora de cada taller fue la autora del presente proyecto de tesis, y se trabajó en conjunto con cada grupo. El objetivo de cada taller dependió de su respectivo tema. El lugar, fecha y hora del taller fue acordado previamente con el líder del grupo. Cada taller planificado estuvo compuesto de al menos cinco partes: 1) una introducción (saludo, presentación del taller y objetivos, oración); 2) un juego rompehielo (para favorecer la comunicación con el grupo y entre el grupo), 3) momento de recepción (mediante dinámicas, exposiciones, planteamientos sobre el tema), 4) momento de feedback (a partir de lo visto, reflexionar y generar participación), y 5) lunch de despedida.

[113] KAPLÚN, Mario, *El Comunicador Popular*, Op. Cit., p. 124.
[114] ANEXO E: ver todos los talleres planificados en formato de Excel.
[115] KAPLÚN, Mario, *El Comunicador Popular*, Op. Cit., p. 53.
[116] "Al encuentro con la gente. Una estrategia de comunicación para prevenir el maltrato infantil capacitando en comunicación alternativa", en Jaime Torres (Comp.), Op. Cit., p. 5.

4.3.4. Realización de los talleres participativos

Del 22 de octubre al 11 de diciembre de 2010 fue el lapso en el cual se llevaron a cabo todos los talleres. Teniendo para trabajar 6 grupos (ministerios) y doce temas en total, en *8 reuniones de taller* se realizaron un total de *17 talleres participativos* (tomando como base cada tema, ya que algunos temas se repitieron para otro grupo). En total en todos los talleres han participado alrededor de *160 personas*.

El diálogo fue una característica en todos los talleres. Y los recursos utilizados fueron una grabadora digital de voz, para grabar las conversaciones con cada grupo, y cámara de fotos digital para tener escenas de cada taller. A más de esto, se utilizaron diversos recursos dependiendo de cada taller, grupo y tema. A continuación se describe más de los talleres con cada grupo:

4.3.4.1. Taller de Niños[117]

Reuniones	Talleres	Temas	Asistentes
1	3	1) La Biblia 2) La Familia 3) La Felicidad	25 niños (7 a 11 años)

En la Capilla de los Niños en la IEVI, el viernes 22 de octubre de 2010, se realizó el taller de niños a partir de las 17:00, en el horario del culto de los viernes. Para tener mayor comunicación y afinidad con los niños, la ejecutora del taller se semi-pintó el rostro con dibujos infantiles (un corazón, una carita feliz). Mientras los niños llegaban se puso música infantil, a cada uno se le dio un sticker con su nombre y se les hizo sentar en semicírculo. Se contó con la participación de 25 niños en total, entre las edades de 7 a 11 años. Este taller fue bastante dinámico y lúdico. Se tuvo la ayuda de la madre de la ejecutora y de dos siervos del ministerio, quienes sobretodo ayudaron controlando la disciplina en el lugar.

[117] ANEXO F: Taller de Niños. Ver invitación al taller, material de exposición, material utilizado y recibido, y fotos del taller. ANEXO E: planificación del taller y CD con grabación.

Se inició con el tema "La Ley de Dios" (La Biblia). Se dio la introducción al taller, se realizó un juego rompehielo y se procedió con las actividades. Se inició con un experimento-reflexión, se hizo un diálogo corto, y finalmente se repartió a cada uno una virtud y un versículo de la Biblia en una cartulina fosforescente para que lo dibujaran. Antes de pasar al siguiente taller se realizó un juego. El siguiente tema fue "La familia", donde por cuestiones de tiempo se realizó un conversatorio con los niños. Para ello se colocó una foto de familia en la pizarra y se dialogó con ellos de la realidad actual y personal de las relaciones familiares, con versículos bíblicos de base. Se les hizo otro juego antes del último tema también, el cual fue "La Felicidad". Aquí se hizo un corto diálogo del tema y después se les dio a cada uno un papel gamuza para que dibujaran con crayones 'qué es para ellos la felicidad'. Para finalizar se agradeció y se les dio un pequeño lunch.

4.3.4.2. Taller de Adolescentes[118]

Reuniones	Talleres	Temas	Asistentes
2	6	1) Tribus urbanas 2) La Pornografía 3) Drogas y alcohol	25 adolescentes en cada reunión. Total: 50 adolescentes.

En el aula del parqueadero de la IEVI, el domingo 14 de noviembre de 2010, se realizó el taller de adolescentes en dos reuniones seguidas y similares. El líder de adolescentes pidió que este taller se realizara con todo el grupo de siervos-líderes adolescentes, aproximadamente cincuenta, lo cual es un número demasiado grande para trabajar en una sola reunión. Este grupo está dividido en cuatro grupos según los cultos dominicales. Así que la primera reunión de talleres fue de 7h15 a 10h00, con el grupo 3 y 4 de adolescentes. Y la segunda reunión de talleres fue de 10h15 a 13h00, con el grupo 1 y 2 de adolescentes. Las dos reuniones tuvieron los mismos tres temas del taller y la misma estructura. En cada una se contó con 25 adolescentes, por lo que en total fueron 50 participantes.

[118] ANEXO G: Taller de Adolescentes. Invitación al taller, material de exposición, material recibido, y fotos del taller. ANEXO E: planificación del taller y CD con grabación.

En cada reunión se inició con una introducción, un juego que salió de los mismos adolescentes y de ahí se prosiguió con cada tema. En el taller de "Tribus urbanas" se utilizaron recursos como diapositivas para exponer y hojas de resumen. Se hizo un diálogo abierto con ellos para conocer sus opiniones al respecto, y se formaron grupos pequeños para dialogar y llenar hojas con preguntas específicas del tema. Finalmente se les dio a los grupos papel gamuza negro y crayones para que dibujen un graffiti. En el tema de "La pornografía", se pidieron dos voluntarios para dramatizar una situación común, donde el peso de la pornografía en la vida de una persona puede causar su destrucción. Por razones de tiempo luego se procedió a hacer un conversatorio sobre varios aspectos que engloba el tema, donde se utilizaron carteles con versículos bíblicos también. El último tema fue "Drogas y Alcohol", aquí se emplearon primero dos videos informativos para conocer más sobre los tipos de drogas y sus consecuencias, y después se armó un diálogo al respecto para conocer sus puntos de vista y opiniones.

4.3.4.3. Taller de Jóvenes Adultos[119]

Reuniones	Talleres	Temas	Asistentes
2 (un tema por reunión)	2	1) JESÚS 2) Sueños y Metas	30 jóvenes en el 1º taller. 20 jóvenes en el 2º taller. Total: 50 jóvenes adultos

En el tercer piso del edificio educativo de la congregación se realizaron los talleres con el grupo de los jóvenes adultos. Debido a la amplitud de los temas, el taller se realizó en dos reuniones. El primer taller con el tema "Jesús" se llevó a cabo el sábado 20 de noviembre de 2010, a las 17h00. Y el segundo taller con el tema "Sueños y metas" fue el día sábado 11 de diciembre de 2010, a las 17h00. Se contó con la participación de 30 jóvenes en el primero y 20 en el segundo, teniendo un total de 50 jóvenes participantes de los talleres.

[119] ANEXO H: Taller de Jóvenes. Invitación al taller, material de exposición, material recibido, y fotos del taller. ANEXO E: planificación del taller y CD con grabación.

En el primer taller con el tema "Jesús" se contó con el apoyo de los siervos-líderes del ministerio -junto a la ejecutora- en el proceso horizontal de guiar y facilitar la información y la comunicación educativa. Primero se dio una introducción y un video. Y luego se estudió y reflexionó sobre la vida de Cristo en cinco etapas: infancia, tiempo de preparación, tiempo de popularidad, tiempo de pasión y vida resucitada. Para eso los ocho jóvenes líderes más la ejecutora se dividieron en cinco grupos, repartidos por todo el salón, donde expusieron a los jóvenes participantes esa etapa de la vida de Jesús, pasando luego al diálogo respectivo. Se emplearon elementos hechos a mano: carteles y gráficos sobre la vida de Jesús, y carteles en blanco para anotar las ideas de los participantes. Se permitieron grupos de hasta cinco personas en cada etapa. Los participantes rotaron por todos los grupos. Al final el pastor de los jóvenes cerró el tema con una conclusión y oración.

El segundo taller con el tema "Sueños y metas" empezó con algunos juegos organizados por los ocho siervos-líderes del ministerio. Luego se sentaron en semicírculo y la ejecutora empezó con una pequeña exposición preparada sobre el tema, usando diapositivas y al final dos videos de reflexión, donde también se permitió la participación. Después se pasó al tiempo de reflexión personal y retroalimentación de la información recibida. Se repartió a cada joven una hoja donde responderían algunas preguntas en base a lo escuchado, y donde pondrían sus reflexiones en base a una analogía: "la dinámica del carro de la vida". Una parte de la hoja sería para entregar y la otra un recuerdo para que cada uno se llevara a su casa.

4.3.4.4. Taller de Mujeres y Varones Adultos[120]

Reuniones	Talleres	Temas	Asistentes
2	4	1) Madurez espiritual 2) Esperar en Dios	5 mujeres. 8 varones. Total: 13 adultos.

[120] ANEXO I: Taller de Mujeres Adultas y Varones Adultos. Material de apoyo exposición, material recibido, y fotos del taller. ANEXO E: planificación del taller y CD con grabación.

En este taller se realizó los mismos temas pero por grupos separados, conforme a los Ministerios de Varones y Mujeres de la IEVI, teniendo un total de 13 participantes.

El taller de mujeres se llevó a cabo el día martes 30 de noviembre de 2010, a las 9h30 en el aula del parqueadero. Se contó con la gentil participación de cinco mujeres siervas-líderes de la congregación; no se pudo tener más participantes debido a sus respectivas ocupaciones laborales y domésticas diarias. Se inició con el tema "Madurez Espiritual"; mediante una dinámica con frutas se hizo una reflexión al respecto. Luego se hizo otra dinámica de reflexión del proceso de la madurez espiritual del creyente con dibujos y recortes de un árbol en crecimiento. Estas dos dinámicas fueron momentos de diálogo participativo. Finalmente se pasó al siguiente tema, "Esperar en Dios", que consistió en un diálogo en base a versículos bíblicos y experiencias de la vida real de ellas. Para terminar se entregó una hoja a cada una para responder preguntas de reflexión sobre la vida de un personaje bíblico.

El taller de varones se realizó al siguiente día, el miércoles 1 de diciembre de 2010, a las 18h45 en una de las aulas del JECI (Jardín y Escuela Cristiana Iñaquito). De igual manera, se contó con la gentil participación de ocho varones adultos y se trataron los dos temas. En el tema "Madurez Espiritual" se realizó la dinámica de las frutas y la del árbol en crecimiento. Se basó en el diálogo participativo, aunque la ubicación de los participantes fue como una clase escolar debido al tipo de aula y al uso de la pizarra. A ellos se les entregó una hoja para que respondieran preguntas del tema. El otro taller fue del tema "Esperar en Dios", donde igualmente se trabajó lo mismo que las mujeres: un diálogo de sus experiencias personales con base bíblica y responder preguntas al reflexionar sobre la vida de un personaje de la Biblia. Las dos reuniones de talleres culminaron con un tiempo de lunch. No se contó con la presencia de los líderes, pero los asistentes al taller fueron muy activos y voluntarios en su participación.

4.3.4.5. Taller de Adultos Mayores[121]

Reuniones	Talleres	Temas	Asistentes
1	2	1) Las canas: honra del anciano 2) Servicio en el adulto mayor	25 abuelitos

En el aula del parqueadero de la IEVI, el sábado 4 de diciembre de 2010 a las 10h30, se realizó el taller con el ministerio de los adultos mayores. Un grupo de 25 abuelitos terminaron su habitual reunión sabatina para participar en el taller. Se les hizo sentar en semicírculo y se dio la introducción como en las otras reuniones. Se inició con el primer tema que fue "La Edad de Oro: la honra del anciano está en sus canas", donde se expuso un material preparado para poder partir de ahí la reflexión con ellos. No se pudo contar con infocus para presentarles diapositivas, así que se basó enteramente en un diálogo horizontal con ellos sobre el tema. En cada punto del material expuesto se pidieron sus comentarios y reflexiones. Luego se pasó al siguiente tema "Servicio en el adulto mayor", donde con la misma metodología se partió de unos puntos preparados para poder reflexionar con ellos punto por punto. Al final algunos también compartieron sus testimonios personales. Se terminó la reunión con un tiempo de lunch y de fotografiar a cada uno para entregarles un recuerdo de amor.

4.3.5. Sistematización de la información

Cuando se finalizaron todos los talleres, se guardó el material utilizado y recogido de cada uno de los grupos. En el caso del material grabado, como conversaciones, comentarios, aportes y diálogos, fue necesario transcribir la información a un documento de Word para poder sistematizarlo y organizarlo, con el fin último de poder elaborar los artículos correspondientes que irían en la revista.

[121] ANEXO J: Taller de Adultos mayores. Material de exposición, fotos del taller. ANEXO E: planificación del taller y CD con grabación.

4.3.6. Elaboración de los Artículos

La elaboración de los artículos fue un proceso. Con todo el material utilizado y recogido en los talleres, incluyendo documentos, hojas, dibujos, gráficos, carteles y las grabaciones ya sistematizadas, se procedió a crear los artículos, uno por uno, tema por tema.

El objetivo fue elaborar artículos con *enfoque periodístico*, con *contenido educativo cristiano* y que sean creados reflejando la *participación de la gente en los talleres.* Para que tenga la redacción periodística fue necesario repasar los principios periodísticos y leer artículos de otros autores. Para que tuviera un contenido educativo cristiano se tomó como fundamento las verdades que proclama la Palabra de Dios. Y para que reflejara la participación de la gente, la autora de los artículos redactó conforme a lo tratado en los talleres, incluyendo como citas algunos comentarios de la gente que participó.

Es importante recalcar que se utilizó la empatía al momento de redactar cada artículo, por lo que cada uno contiene lenguaje, expresiones y palabras correspondientes a cada grupo, para lograr un mejor entendimiento y comunicación. En términos de Kaplún: se utilizó un código común con cada grupo destinatario, tanto a nivel perceptivo, asociativo, experiencial e ideológico.

En la revista los artículos están ubicados por secciones, como se verá en el acápite de diseño (Cfr. Infra). Se puede decir que en sí, todos los artículos pueden ser leídos por cualquier persona y la mayoría podrán ser entendidos (por ejm., un adulto puede leer y entender los artículos de los niños o adolescentes, aunque viceversa no funcione del todo. O los jóvenes pueden leer los artículos de los adolescentes, adultos y niños y ser beneficiados también); pero al momento de redactarlos fueron dirigidos a un grupo específico.

Los artículos realizados han sido un total de doce y tienen los siguientes títulos, tal y como constan en la revista[122]:

[122] En el producto comunicativo (revista), ver los doce artículos.

No.	Título del Artículo	Dirigido a:
1	La Roca de nuestra vida	Niños
2	¡Virtudes de la Biblia!	Niños
3	La Familia – Regalo de Dios	Niños
4	¿¿La Felicidad para mí??	Niños
5	La pornografía: Un veneno camuflado	Adolescentes
6	La realidad de las drogas: Un abismo que te atrapa	Adolescentes
7	Jesucristo ¡El Dios-hombre apasionante!	Jóvenes adultos
8	Sueños y Metas: Viviendo con propósito	Jóvenes adultos
9	Esperando en Dios	Adultos
10	Madurez espiritual: Un deber del cristiano	Adultos
11	Las canas: Honrosa corona del anciano	Adultos mayores
12	El adulto mayor y su servicio: formas prácticas	Adultos mayores

A nivel de estructura y contenido, antes de elaborar cada artículo se realizó un esquema mental de su estructura y contenido. Cada uno contiene citas bíblicas y la participación de la misma gente de los talleres como cita textual o en la redacción del artículo, además de los aportes de la autora. También contienen, directa o indirectamente, el principio de "decodificación activada" que habla Kaplún[123]. A más de eso se pueden dar las siguientes observaciones específicas:

Los artículos 1 y 2 de los niños tienen un sentido diferente, ya que más que tener un enfoque periodístico fueron elaborados lúdicamente. El tema 3 no es artículo en sí, sino que comprende dos géneros literarios como son el cuento y la poesía, educativa en este caso. El tema 4 es un diálogo con los niños, transcrito con sus términos. El tema 6 es un artículo y reportaje a la vez, contiene además testimonios de adictos en recuperación. Para los adolescentes, conforme a los talleres, también se elaboró un artículo del tema "Tribus urbanas", sin embargo posteriormente fue quitado del diseño por cuestiones de espacio y por considerarlo más efectivo en la siguiente edición de la revista.

[123] Cfr. Supra. Página 40.

El tema 7 es el más grande de los artículos y está considerado como el central de la revista. Contiene también citas de libros y porciones de una entrevista realizada a un pastor-teólogo de otra congregación. Los artículos 8, 9, 10 y 11 citan textualmente a un autor de libro o frases célebres. El artículo 5 y 10 citan al diccionario de la RAE. El artículo 12 fue finalmente insertado como un tema adicional en el artículo 11.

4.3.7. Aportes extras

Cuando se pensó en la estructura de la revista, se incluyó un espacio que fuera para *poesía dedicada al Señor Jesús*, por parte de uno o más voluntarios de la IEVI; otro espacio para un *artículo de la líder del Ministerio de Novios*, con quienes no se realizó un taller; otro espacio para *artículos de los pastores*, y un espacio para una *presentación de la revista* por parte del pastor coordinador.

A fin de recibir los poemas se publicó un anuncio en cada boletín semanal del mes de febrero de 2011, donde se pedía a la congregación enviar a una dirección de email sus inspiraciones para Dios[124]. Para ello se creó una dirección de email exclusiva para la revista: *revistaievi@gmail.com* . Hasta el mes de marzo se receptaron un total de *19* hermosos poemas enviados por personas de la congregación, la mayoría mujeres, apoyando el proyecto. Dado que eran bastantes para incluirlos en la revista se tuvo que hacer selección, la cual no fue fácil. Para esto se contó con la ayuda de algunas personas de la congregación, con quienes de manera informal se leyó los poemas y cada uno eligió sus preferidos. Como el espacio destinado para esto en la revista era una página, al final quedaron seleccionados *tres poemas*[125], de dos mujeres y un varón.

Otro aporte se solicitó a la líder del Ministerio de Novios. Ya que con ellos no se realizó un taller, y para guardar la estructura de la revista donde cada ministerio tenía su artículo o artículos educativos, se pidió a la doctora Mercedes López (líder) colaborar con *un artículo alusivo al tema de novios.* Se le dio las respectivas pautas y finalmente se recibió su artículo con el título “De donde

[124] Ver en ANEXO K: un boletín de febrero 2011 con el anuncio solicitando poemas.
[125] En el producto comunicativo (revista), ver poemas en la penúltima página.

venimos, ¿es a donde vamos?"[126], que trata de importantes principios para las personas que están prontas a contraer matrimonio.

Otro aporte adicional en la revista fueron *dos artículos cristianos* de edificación para el creyente, elaborados por dos pastores de la IEVI, a quienes se les dio las pautas y temas para ello, esto con el fin de no perder también la enseñanza de los líderes. Los títulos de sus artículos fueron: "¿Libres o esclavos del dinero?" y "¿Diez mil pasos? …¡No! Un solo paso para cambiar tu vida"[127].

El último aporte extra fue la *presentación de la revista*, elaborada por el pastor Fernando Lay, coordinador del Consejo Pastoral, con quien se ha coordinado mayormente el presente proyecto. Está ubicada en la tercera página, debajo del editorial de la autora. Esto se solicitó a fin de contar con una especie de "otra opinión editorial" del proyecto y como apoyo de la autoridad.

4.3.8. Evaluación y edición

Conforme los contenidos redactados para la revista iban quedando listos como primer borrador, se les sometió al proceso de evaluación por parte de la gente del respectivo grupo. No se realizó uno o más talleres de evaluación, sino que fue un proceso donde de manera informal la autora se acercó a algunas personas de cada ministerio (siervos, beneficiarios y líderes) a fin de hacerles leer, comentar o evaluar cosas como: información del ministerio, testimonios, artículos, información de la IEVI, en fin. A partir de los comentarios, correcciones y sugerencias receptadas, se hizo las ediciones en el contenido, que en realidad no fueron muchas, mayormente de forma que de fondo.

Un segundo borrador les fue presentado como revista impresa; esto debido a que en la universidad se presentó en el mes de junio de este año el borrador del proyecto de tesis para ser corregido. Sugerencias adicionales fueron recibidas y hechas, con lo que finalmente se pudo completar este proceso.

[126] En el producto comunicativo (revista), ver artículo para novios.
[127] En el producto comunicativo (revista), ver los dos artículos de pastores.

4.3.9. Elección del nombre de la revista

Como parte de todo este proceso de comunicación participativa, donde el producto comunicacional es "de la comunidad" y no sólo "para la comunidad", era necesario que el nombre de la revista resultara de sus ideas y de elección democrática. Para ello se trabajó en una reunión con algunos representantes de varios ministerios de la IEVI, donde después de explicarles y recordarles el objetivo, proceso y contenido de la revista, se les dio un tiempo para pensar y después se les entregó un papel a cada uno para que anotara sus sugerencias para el nombre de la revista.

Se recibieron un total de treinta sugerencias de nombres[128], con lo cual se armó un cuadro y se envió por email para consultar elecciones con este grupo. Por otro lado, con otras personas se hizo la consulta cara a cara, visitándoles en la congregación. Al final, por elección democrática, las dos opciones más votadas fueron: "Así Somos - IEVI" e "Iglesia Viva". Para una elección final se hizo otra reunión. La segunda opción fue desechada porque alguien hizo notar que ya existía una revista boliviana con ese nombre, por lo que la elegida fue la primera opción, que incentivaba más la identidad de la comunidad. Sin embargo se le hizo un cambio debido a la patente del nombre del programa de televisión "Así somos", quedando el nombre finalmente como: *"Somos IEVI - Revista de la Iglesia Evangélica de Iñaquito".*

4.3.10. Diseño de la revista

Se pensó que el diseño debería tener el toque profesional. Por ello se contactó al diseñador gráfico Fidian Guananga para que lo realizara. Se le explicó la idea del proyecto, los objetivos, el contenido y la estructura planeada de la revista, a fin de que proyectara armoniosamente, de manera gráfica, el contenido informacional; pues como dice Joan Costa: "todo acto de comunicación implica un *qué* y un *cómo*. Es la superposición de dos mensajes: el mensaje *semántico:*

[128] Ver ANEXO K.

'qué' se comunica en el contenido informacional explícito; y el mensaje *estético* o formal, es decir, 'cómo' aquel contenido es comunicado"[129].

En este sentido, la revista ha sido diseñada con estilo dinámico, sobrio y moderno. Está en formato A4 y tiene un total de 64 páginas (32 hojas). Su impresión fue en papel couché a full color. El tipo de letra utilizado para el desarrollo de los contenidos de la revista ha sido la Gill Sans MT, en tamaño 11, pues es una letra sólida, gruesa, no tan simple como la Arial pero tampoco tan adornada como la Times New Roman, es altamente entendible y muy elegante. La única excepción son los artículos en la sección de niños, ya que estos tienen la letra Comic Sans MS, para ganar más su atención y generar mayor interacción con ellos. Las letras de los títulos de los ministerios están en letra **Impact** para darles más fuerza. Mientras que los títulos de los artículos tienen letras distintas y específicas, dependiendo del tema que trata y a quién está dirigido. Se ha colocado el texto en dos columnas para darle el estilo periodístico de revista y facilitar la lectura.

Básicamente hay una misma base gráfica en todo el contenido informacional, pero con una segmentación especial marcada por colores, los cuales corresponden a las secciones de cada grupo/ministerio, lo cual le da un toque interesante. Es decir, la revista mantiene una unidad mediante un diseño uniforme y ordenado, segmentado por colores diferentes alusivos a cada sección, identificándose así y atrayendo la atención del grupo destinatario para esa sección.

En cuanto a la psicología del color, la sección de la información institucional de la IEVI está marcada por un color *marrón* mediano, ya que le da seriedad y equilibrio a la revista. La sección de los niños (comprende información ministerial, testimonios y artículos educativos, en todos los ministerios), está marcada por el color *amarillo*, un color que denota alegría, luminosidad y calidez, propias de los niños. La sección de los adolescentes se caracteriza por el color *turquesa,* que tiene de verde y de azul, evocando la frescura, esperanza,

[129] COSTA, Joan, *Imagen corporativa en el siglo XXI*, 4ta. Edición, La Crujía Ediciones, Argentina, 2009, p.172.

fortaleza y solidez necesarias para ellos. La sección de los jóvenes adultos está caracterizada por el color *morado,* denotando la templanza, lucidez, carisma y reflexión que caracteriza a esta generación. Las mujeres tienen su sección marcada por el color *rosa,* simbolizando su delicadeza, candor, romanticismo y ternura que las caracteriza. La sección de los varones está marcada por el color *verde,* por ser un color que evoca calma y sobriedad. La sección de los novios se distingue por el color *azul* cielo, denotando sobretodo solemnidad. La sección de los abuelitos está marcada por el color *oliva¸* simbolizando la calidez y naturalidad que les caracteriza.

La forma del diseño, en casi todas las páginas, se caracteriza por dos bandas del mismo color: una superior para darle fuerza al concepto de diseño y una inferior para darle una base sólida. Estas bandas tienen colores sólidos, marcando así las secciones de la revista, y le dan color al fondo de las letras pero en tono pastel. Estos colores contrastados hacen lucir más el texto y permiten ganar más la atención del lector, dejando además un toque elegante. La banda superior contiene otra banda más pequeña con un color sólido diferente que la contrasta. Estas bandas pequeñas comparten su color a los títulos en cada sección, y además tienen una banda perpendicular en el borde interno, más pequeña aún, que hace formar una cruz resaltando así el símbolo de la fe cristiana.

En cuanto a las fotos, todas fueron retocadas para avivar los colores, procurando que se vean lo más naturales posibles. Todas las fotos en la revista también tienen el mismo estilo de forma y ubicación. Sus bordes fueron redondeados para suavizar y generar un contacto amigable con el lector. Los textos en la revista son mayormente en dos columnas. Y en cuanto a la portada, se utilizó una fotografía que remitiera inmediatamente a la institución, ya que es el primer número y se necesita incentivar la identidad. El diseño de la portada tuvo el objetivo de romper esquemas de lo que la gente piensa de una iglesia, que no se encuadre tanto, dando apariencia fría o cerrada, sino más bien un estilo elegante y cálido; por eso prima el color celeste vivo porque es un color refrescante y que transmite confianza cuando el lector coge la revista. Se utilizó también amarillo para dar un alto contraste y que la portada cobre vida.

4.3.11. Búsqueda de auspiciantes

Este proyecto fue aceptado por la congregación de la Iglesia Evangélica de Iñaquito no sólo para su realización como tesis de grado de la autora, sino como un proyecto piloto con gran expectativa de hacerse una realidad en esta comunidad[130], donde actualmente no existe un producto comunicativo de este tipo, calidad y contenido. Por ello, a fin de poder publicar la revista en esta comunidad, se empezó desde el mes de julio de 2011 el proceso de búsqueda de auspiciantes para la misma. El plan es poder imprimir 2.000 ejemplares para esta comunidad de 4.000 personas y 1.200 familias.

Se publicaron anuncios en los boletines semanales[131] pidiendo auspiciantes para la revista. También se colocaron carteles[132] en sitios estratégicos de la congregación. Para crear y distribuir los espacios publicitarios en la revista con sus respectivos costos, se contó con el asesoramiento en marketing de una persona de la congregación, con quien se realizó un estudio y planificación estratégica de marketing.

Desde entonces se han receptado y realizado llamadas telefónicas, envíos por email y visitas con el motivo de buscar auspicio para la revista. Actualmente, gracias a Dios, la mayoría de los espacios publicitarios están vendidos. Mas como proyecto de tesis, en esos espacios publicitarios se han colocado publicidades ficticias, pues no corresponde al objetivo *per se* del proyecto. Y lo mejor de todo es que se aspira que la revista tenga continuidad periódica en esta comunidad.

[130] Ver en ANEXOS A Y C: cartas de aprobación, presentación y apoyo al proyecto por parte del coordinador del Consejo Pastoral de la IEVI.
[131] Ver en ANEXO M.
[132] Ver en ANEXO M.

30. RUSELL, Bertrand, *El conocimiento humano*, Ediciones Orbis, Barcelona, España, 1983.
31. SÁBATO, Ernesto, *La Resistencia*, Editorial Booket, Buenos Aires – Argentina, 2008.
32. SANTA BIBLIA, Nueva Versión Internacional (NVI). 1999.
33. SCHMIDT, Alvin J., *Impacto demoledor: Cómo el cristianismo ha transformado la civilización,* Editorial Vida, Miami, Estados Unidos, 2004.
34. TORRES, Jaime (Comp.), *Módulo de Estudio Micromedios*, 4to. Semestre, Escuela de Comunicación Social, Universidad Politécnica Salesiana, Quito – Ecuador.
35. UNDA, Mario, y otros, *Experiencias en gestión y desarrollo local,* Centro de Investigaciones CIUDAD, Primera Edición, Quito-Ecuador, 2005.
36. VILLAMARÍN, José, "Las revistas en el Ecuador: Un primer acercamiento histórico", *Revista "Textos y Contextos",* No. 1, FACSO, Quito, octubre de 2003.

PÁGINAS WEB

37. Universidad de Alicante. España. http://www.alu.ua.es/d/dvc2/TEMA%201.doc
38. Miguel Olalla Tovar. Equipo de Boulesis.com. España. http://www.boulesis.com/especial/escueladefrankfurt/pensamiento/
39. La iniciativa de comunicación. 2006. http://www.comminit.com/en/node/67604
40. Centro Universitario del Sur. México. http://www.cusur.udg.mx/fodepal/Articulos%20referentes%20de%20Des%20Susr/otros%20art.%20de%20Des%20Sust/teorias%20desarrollo.pdf

ANEXOS

SUMARIO DE ANEXOS

ANEXO A: Logística inicial

ANEXO B: Diagnóstico comunicacional

ANEXO C: Investigación participativa

ANEXO D: Pre-alimentación de talleres

ANEXO E: Planificación de los talleres

ANEXO F: Taller de Niños

ANEXO G: Taller de Adolescentes

ANEXO H: Taller de Jóvenes

ANEXO I: Taller de Adultos Varones y Mujeres

ANEXO J: Taller de Adultos Mayores

ANEXO K: Aportes extras

ANEXO L: Diseño

ANEXO M: Búsqueda de auspiciantes