

Una Experiencia de Evangelismo a Través de Redes Sociales

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA

Facultad de teología

Licenciatura en teología



Felipe Daza

Jhon Edis Cano

Jhon Edison Lasso

Juan David Libreros

Juan Sebastián Tascón

Yeison Fabián Camargo

Medellín, Colombia

2016



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA

FACULTAD DE TEOLOGIA

CENTRO DE INVESTIGACIONES

NOTA DE ACEPTACIÓN

Los suscritos miembros de la comisión Asesora del Proyecto de Grado: **Una Experiencia de Evangelismo a través de las Redes Sociales**, elaborado por los estudiantes: **Yeison Fabián Camargo Fonseca, Jhon Edis Cano Vargas, Andrés Felipe Daza Ramírez, Jhon Edison Lasso Hernández, Juan David Libreros Vivas y Juan Sebastián Tascón Narváez**, del programa de Licenciatura en Teología, nos permitimos conceptuar que éste cumple con los criterios teóricos, metodológicos y de redacción exigidos por la Dirección de Investigación y por lo tanto se declara como:

Aprobado - Destacado

Medellín, Octubre 12 de 2016

Dr (c). Jahisber Peñuela Pineda
Presidente

Dr. Raquel Anaya Hernández
Secretaria

Ptr. José Manuel Martínez Olivares
Vocal

EL EVANGELISMO ATRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA

Yeison Fabián Camargo
Yeison Fabián Camargo Fonseca
Estudiante

Jhon Edis Cano Vargas
Jhon Edis Cano Vargas
Estudiante

Andrés Felipe Daza Ramírez
Andrés Felipe Daza Ramírez
Estudiante

Jhon Edison Lasso
Jhon Edison Lasso Hernández,
Estudiante

Juan David Libreros Vivas
Juan David Libreros Vivas
Estudiante

Juan Sebastián Tascón Narvárez
Juan Sebastián Tascón Narvárez
Estudiante

Personería Jurídica según Resolución del Ministerio de Educación No. 8529 del 6 de junio de 1983 / NIT 860.403.751-3

Cra. 84 No. 33AA-1 PBX. 250 83 28 Fax. 250 79 48 Medellín <http://www.unac.edu.co>

Agradecimientos

- *Expresamos nuestros más sinceros agradecimientos a la Dr. Raquel Anaya, quien nos asesoró y nos apoyó en la realización de este proyecto.*
- *Expresamos nuestro agradecimiento a la Oficina de Medios de la UNAC por su apoyo en la producción de los videos, especialmente a la señora Ángela Barrios y Oscar Andrés Morales.*
- *Agradecemos a todos aquellos voluntarios que participaron como personajes en los videos.*

Tabla de Contenido.

Descripción del Proyecto	1
Justificación.....	1
Identificación del Problema.....	4
Preguntas de Investigación.....	6
Objetivos Generales	6
Objetivos Específicos.....	6
Antecedentes.....	6
Metodología del Proyecto.....	10
Plan del Proyecto	13
Fase I. Conceptualización.....	13
Fase II. Definición de una Estrategia de Evangelismo a Través de Redes Sociales.....	13
Fase III. Preparación de Contenidos	13
Fase IV. Lanzamiento y Ejecución de la Experiencia.....	14
Impacto del Proyecto.....	14
Marco Conceptual.....	15
Antecedentes de las Redes Sociales.....	15
Las redes sociales.....	15
Estructura de una red social.....	16

EL EVANGELISMO ATRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

Características de las Redes Sociales del Siglo XXI	18
Efectividad de las Redes Sociales Digitales	20
Visibilidad.....	22
Evangelismo Contemporáneo	24
Adelantos Hechos Por la IASD	31
Definición de la Campaña de Evangelismo	33
Aspectos Generales	34
Objetivo de la Campaña.	34
Características de la Campaña.	34
Público.....	35
Canales que Utilizará la Campaña	35
Temática	36
Justificación de la temática.	36
Desarrollo de las Temáticas.....	38
Materiales de la Campaña	40
Videos y blogs.....	40
Material Promocional Gráfico	40
Nombre de la Campaña	41
Plan de Medios.....	41
Días y horas de publicación de contenidos.....	42

EL EVANGELISMO ATRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

Preparación del guión técnico para los videos.....	42
Henrik Chaim Goldschmidt plays "Gabriel's Oboe"	45
Paz Interior	46
Paz Social	51
Guión.....	55
Guion Tema 6: Paz de Dios.....	56
Historia de Paz Escrita con Sangre	56
Música y video.....	61
Medición de Impacto en Redes Sociales	63
Estadísticas y Análisis de Ejecución de la Experiencia	65
Twitter	77
Estadísticas y Datos del Blog	78
Conclusiones.....	81
Planeado vs Ejecutado.....	81
Campaña Tradicional vs Campaña en Red Social	82
Lecciones Aprendidas	83
Una Campaña Tradicional Puede Integrarse Con Una Campaña en Redes Sociales	83
Continuidad	83
Proponemos promover la creación de un semillero de investigación dentro de la facultad, que motive y capacite sobre el uso de las redes sociales para fines evangelísticos.	84

EL EVANGELISMO ATRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

Anexos.....	85
Bibliografía.....	85109

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Guión técnico</i>	43
Tabla 2 <i>Guión técnico</i>	44
Tabla 3 <i>Guión Tema 2: Paz en el Entorno Familiar</i>	49
Tabla 4 <i>Guión Tema 3: Paz en el Entorno Escolar</i>	49
Tabla 5 <i>Manejo de cámaras</i>	52
Tabla 6 <i>Guión Tema 5: Paz y Medio Ambiente</i>	54

Lista de Graficas

Grafica 1 <i>Información de la penetración de internet en el mundo tomado de la revista dinero.</i>	2
Grafica 2 <i>Estadísticas y Análisis en Facebook.</i>	66
Grafica 3 <i>No me gusta de la página.</i>	66
Grafica 4 <i>Alcance.</i>	67
Grafica 5 <i>Reacciones.</i>	67
Grafica 6 <i>Me gustas de las publicaciones</i>	69
Grafica 7 <i>Visitas</i>	69
Grafica 8 <i>Publicaciones.</i>	70
Grafica 9 <i>Estadísticas de personas</i>	71
Grafica 10 <i>Número de reproducciones del video, duración media de las reproducciones</i> <i>(Video 1).</i>	72
Grafica 11 <i>Contenido compartido (Video 1).</i>	73
Grafica 12 <i>Datos demográficos de la audiencia (Video 1).</i>	73
Grafica 13 <i>Interacción Entre Género y Edades</i>	75
Grafica 14 <i>Número de reproducciones del video, duración media de las reproducciones</i> <i>(Video 2).</i>	75
Grafica 15 <i>Contenido compartido (Video 2).</i>	76
Grafica 16 <i>Datos demográficos de la audiencia (Video 2).</i>	76
Grafica 17 <i>Interacción Entre Género y Edades. (Video 2)</i>	77
Grafica 18 <i>Estadísticas del artículo La paz interior</i>	78

EL EVANGELISMO ATRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

<i>Grafica 19 Países</i>	78
<i>Grafica 20 Estadísticas del artículo La paz en la familia</i>	79

Descripción del Proyecto

El siguiente proyecto tiene como finalidad conocer cómo las redes sociales se pueden integrar en la labor de evangelizar y crear una propuesta coherente que se pueda tomar como base para iniciar un proceso de evangelización que permita alcanzar un grupo poblacional referido y que permita establecer un contacto amistoso con aquellas personas interesadas. Todo esto con la intención de apoyar la iglesia en su misión y visión de llevar el evangelio a todo el mundo.

Título del Proyecto

Una experiencia de evangelismo a través de las Redes Sociales.

Justificación.

El siglo XXI está caracterizado por transformaciones rápidas y aceleradas en donde el auge de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), han propiciado cambios en todos los campos de la actividad humana: los negocios, las relaciones interpersonales, la educación, el entretenimiento, entre otros.

El término de “aldea global”, acuñado por el sociólogo canadiense Marshall McLuhan en la década de los 60, se presenta como un fenómeno en donde desaparecen las barreras de tiempo y espacio debido a los cambios en los medios de comunicación. Hoy en día se sigue acentuando y popularizando ante otros fenómenos como es el caso de la internet, la televisión satelital, la tecnología móvil y la convergencia digital.

Uno de los aspectos más destacados en este fenómeno digital, es el rápido crecimiento a nivel mundial en la utilización de las TIC, y de manera particular las redes sociales, las cuales se han convertido en este tiempo en la manera más efectiva de interacción y comunicación. Según la

firma “We Are Social” En el 2015 el uso del internet y las redes sociales crecieron considerablemente; el estudio realizado por ellos arrojó que en el continente asiático las conexiones llegan al 51% de la población, en África hubo un crecimiento significativo del 3% pasando del 6 al 9% de los habitantes conectados. Para el caso de Europa y América , el crecimiento en las conexiones a internet fue del 11%.

Esta firma quería comprobar cuál era el estado de desarrollo del internet a nivel mundial y el resultado se muestra en la gráfica no. 1.

Grafica 1 *Información de la penetración de internet en el mundo tomado de la revista dinero.*



La naturaleza virtual de una red social, a la que se accede solo con un simple “clic” y sin ninguna barrera física, representa una oportunidad muy atractiva para establecer estrategias de mercadeo en una infinidad de campos (entretenimiento, negocios, movimientos activistas, etc.) que buscan alcanzar al mayor número de personas. Este fenómeno social ha sido objeto de

estudio, y una de las teorías más difundidas al respecto es la teoría de “los seis grados de separación”, propuesta por el sociólogo Duncan Watts, según la cual toda la gente del planeta está conectada a través de no más seis personas, es decir, que es posible acceder a cualquier persona del mundo en tan solo seis saltos (Flores Vivar, 2009). De esta manera, las redes sociales no solo son un lugar para el encuentro, sino que se constituyen en un espacio tácito organizado para desarrollar proyectos, alcanzar personas e integrar comunidades que de otra forma no podría lograrse.

Desde otra perspectiva, las redes sociales digitales involucran también riesgos que inciden de manera negativa en la sociedad. La población de adolescentes y jóvenes es una de las más vulnerable a los peligros de la pederastia o la pornografía (Flores, 2009); se estudia también el problema de adicción de los jóvenes (Echeburúa, 2010) (Puerta-Cortes, 2014) hasta el punto en el que las revistas de salud dedicadas al tema de adicciones (adicción al juego, a la comida, a las compras, entre otros), ya registra en su lista de adicciones conductuales el ítem de adicciones tecnológicas (García Del Castillo, 2013).

El terrorismo, que utiliza las redes sociales como uno de sus aliados, es otra de las amenazas latentes para los gobiernos. En un artículo reciente de la revista Forbes, titulado “Las redes sociales antes y después de la masacre en París”, Rubén Vázquez escribió: “El atentado en París pone sobre la palestra una discusión que ya de por sí era difícil y que incluía tópicos como la seguridad, la libertad, incluso economía y migración. Internet y las redes sociales tampoco se quedan fuera de la lista de temas que empiezan a ser cuestionados, y con el agregado del terrorismo se empiezan a cuestionar alcances y finalidades”.

En este entorno de corrientes positivas y negativas que se mueven alrededor de las redes sociales digitales, vale la pena destacar el esfuerzo que está haciendo el mundo cristiano en general para llevar un mensaje de esperanza que promueva en el ser humano su dimensión de

trascendencia, de ser inacabado, en permanente superación y educación. Existen diversas iniciativas de evangelización del mundo cristiano en general que buscan aprovechar la potencialidad de internet y de las redes sociales en la gestión evangelizadora.

La iglesia católica, a través de su representante el Papa Juan Pablo II, en la XXXVI Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales realizada en el 2002, utilizó el lema “Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio”. En este evento invitó a hacer de Internet un nuevo foro para la evangelización e instó a su iglesia a lanzarse a esta red con “realismo y confianza”, a través de su declaración: “Internet produce un número incalculable de imágenes que aparecen en millones de pantallas de ordenadores en todo el planeta. En esta galaxia de imágenes y sonidos, ¿aparecerá el rostro de Cristo y se oirá su voz? Porque sólo cuando se vea su rostro y se oiga su voz el mundo conocerá la buena nueva de nuestra redención. Esta es la finalidad de la evangelización. Y esto es lo que convertirá Internet en un espacio auténticamente humano, puesto que, si no hay lugar para Cristo, tampoco hay lugar para el hombre.” citado en (Anónimo, 2002).

La motivación central de este proyecto es realizar a través de las redes sociales una campaña con propósitos evangelísticos que sensibilice al público en general sobre un tema de interés soportado desde la cosmovisión cristiana.

Identificación del Problema

Se percibe que la experiencia del evangelismo a través de redes sociales en Colombia se encuentra en una fase incipiente. Se observa que los diferentes portales web que representan la IASD organizada en Colombia a sus diferentes niveles (uniones y asociaciones) están principalmente orientados a informar a sus miembros acerca de las actividades y eventos que se realizan en el campo local, desde los diferentes departamentos, pero no se observa una

intencionalidad clara para alcanzar, a través de los diferentes recursos que provee la internet, a personas que no forman parte de la comunidad eclesiástica.

- Las publicaciones que tienen que ver con proyección hacia la comunidad en general (por ejemplo la Fe de Jesús), no están siendo muy atendidas por los usuarios de las redes sociales, ya que presentan contenidos poco atractivos y que no favorecen la interactividad. De allí la necesidad de capacitación a quienes realizan este tipo de evangelización y producen el material que se presenta en las redes sociales.

- En esta fase preliminar no se encontraron sitios creados por la IASD, orientados a hacer un debate serio y abierto acerca de temáticas de interés, desde una perspectiva apologética y cristiana. Se encontró, en cambio, que otras comunidades presentan contenidos sustentados acerca de temas como ciencia y religión.

- No existen esfuerzos orientados a educar e involucrar a los miembros de la IASD de tal manera que se conviertan en elementos activos para difundir el evangelio, en muchos casos los hermanos no saben utilizar las redes sociales, otros no lo hacen por pena o miedo, y otras personas sencillamente no quieren. Es común observar que algunos de los miembros de iglesia promueven en las redes sociales contenidos sensacionalistas, mal intencionados y poco sustentados que generan en el público rechazos y prejuicios hacia cualquier publicación que tenga que ver con reflexiones, devocionales y pensamientos espirituales.

- Por otra parte, se observa que algunos de los miembros de la IASD que son activos en las redes sociales, están más interesados en seguir “las formas de este mundo” (deportes, música, entretenimiento) que cumplir un papel como apóstol de la verdad bíblica.

- Si bien existen algunos esfuerzos de visibilidad y evangelismo a través de las redes sociales por iniciativas personales o institucionales, no existen evidencias acerca de la efectividad de dichos esfuerzos.

Todas estas problemáticas impiden que la iglesia adventista en Colombia aproveche una de las estrategias claves para hacer más efectiva su misión de atraer personas a los pies de Dios. Por lo tanto, se hace necesario propiciar experiencias controladas que generen evidencias y lecciones aprendidas con respecto al uso de las redes sociales para propósitos evangelísticos.

Preguntas de Investigación

¿De qué manera se puede realizar una campaña evangelista en redes sociales?

¿Cómo evaluar la efectividad de una campaña evangelista en redes sociales?

Objetivos Generales

- ❖ Desarrollar una experiencia de evangelismo a través de las redes sociales.

Objetivos Específicos

- ❖ Definir una experiencia de evangelización fundamentada en redes sociales, donde su accionar este dirigido a un público que difícilmente se alcanza en un evangelismo tradicional.
- ❖ Llevar a cabo la experiencia evangelizadora a través de las redes sociales.
- ❖ Analizar los resultados y proponer acciones a seguir.

Antecedentes

Dentro de la IASD a nivel mundial, ya se está creando conciencia acerca de la importancia de los medios digitales como apoyo a la misión evangelista. El Departamento de Comunicaciones de la Conferencia General de la IASD ha creado GAIN (Global Adventist Internet Network), la Red Global de Internet Adventista, fomentado por el Departamento de Comunicaciones de la Conferencia General de la IASD, la cual tiene por objetivo congregar a comunicadores y personal

técnico con el objetivo de fomentar el uso de la tecnología, los medios de comunicación y de internet para ayudar en el propósito de la misión. Desde el año 2004, esta red organiza un evento anual en el que se comparten experiencias y se realizan capacitaciones.

En la conferencia GAIN2016 se habló del programa Evangelismo 3.0 en el cual se destaca la necesidad de que todos los miembros de la iglesia adventista (jóvenes, profesionales) se conviertan en elementos activos para promover el mensaje de esperanza, utilizando diversas estrategias o medios, sin esperar que algo oficial se publique.

A nivel de la División Interamericana se ha creado la Sociedad de Comunicadores Adventistas (SAC), cuya misión es “fomentar el crecimiento espiritual, social y profesional de los miembros de la sociedad” y uno de sus propósitos es “fomentar y promover el uso de varios medios y procesos de comunicación para comunicar el evangelio”

Es muy importante que los esfuerzos evangelísticos en redes sociales, tengan en cuenta los avances de articulación que estas redes adventistas han realizado, como el uso de los Hashtag que se han definido para establecer una identidad como comunidad, entre éstos se pueden mencionar: #DiscípulosCreativos, #ComparteEsperanza, #ProsumersAdventistas, #ComunicaAmor, #DiosE (-Dios Escucha- Para promover la oración), #MiBibliaDice (Para promover el estudio de la Biblia).

En general, todas las instituciones de la iglesia adventista en Colombia (uniones, asociaciones, misiones) disponen de blogs que presentan noticias y páginas web que dan una imagen institucional y articulan los principales programas evangelísticos (por ejemplo, Esperanza Colombia Radio, Caravana de la Esperanza) o movimiento de estudio personal de la Biblia impulsados a nivel mundial (por ejemplo, Reavivados por su Palabra).

Las redes sociales como Facebook, twitter hi5, Myspace, YouTube orientadas a fomentar la interacción social, se visualizan como sitios en los que la IASD puede hacer presencia. A través

de la Corporación Universitaria Adventista se han realizado campañas de proyección a la comunidad que han sido apoyadas por los medio digitales. La campaña más representativa fue “Una sonrisa para Medellín”, realizada el 14 de marzo del 2015, la cual integró los programas de servicio social de las diferentes facultades (Ciencias de la Salud, Educación, Ciencias Administrativas y Contables, Ingeniería y Teología), con el apoyo de la comunidad adventista de la ciudad. El propósito principal fue promover un estilo de vida saludable que le aporte al llamado de la Administración Municipal “Medellín todos por la vida”.

Otra de las campañas que la capellanía de la Facultad de Ingeniería de la UNAC fue el saludo de bienvenida del sábado a través del tweet #FelizSabadoColombiaQuerida, acompañado por una página en Facebook; esta campaña tuvo como objetivo presentar una verdad bíblica utilizando Twitter y Facebook..

#FelizSábadoColombiaQuerida logro ser tendencia en la ciudad de Colombia en diferentes momentos del año 2015 acompañada de una campaña similar y por los mismos de #FelizSábadoColombiaQuerida con el eslogan #Sábado padescansar llevado a un contexto en el que se pone de manifiesto un principio verdadero. Esta campaña tuvo aceptación no solo dentro de la comunidad adventista sino también en otras personas que hacen parte de estas redes sociales.

Por iniciativa individual de miembros de iglesia o empleados de la organización que son activos en redes sociales se percibe el interés de llegar al público general con frases o mensajes cortos de esperanza que generalmente son compartidos de Radio Nuevo Tiempo, perteneciente a la División Suramericana.

De otra parte, la División Interamericana, en su nuevo quinquenio del 2015 al 2020 enfoca su proyecto de desarrollo espiritual bajo el eslogan “Señor transfórmame”; este proyecto involucra a

todos los departamentos de las diferentes divisiones, uniones y asociaciones. Los departamentos de comunicaciones en sus diferentes niveles, desempeñan un papel importante para catapultar en toda la división esta iniciativa, el proyecto está dividido en 5 fases fundamentales.

1. Sé Transformado Y Vive
2. Explora Y Aprende
3. Conéctate Y Comparte
4. Proclama Y Cosecha
5. Conserva Y Forma Discípulos.

En la 3 fase “CONECTATE Y COMPARTE” este proyecto puede aportar a Colombia una opción y apoyo que brinde una herramienta útil a la División Interamericana de la IASD. Cabe mencionar que, esta fase busca un contacto presencial que ofrezca calor humano, desarrollo espiritual y social para las personas con las que se logre establecer un contacto personal.

Todas estas iniciativas mencionadas demuestran que el trabajo que se va a realizar es totalmente pertinente y necesario teniendo en cuenta la realidad que vive la IASD en la División Interamericana y específicamente en Colombia. La principal motivación es dejar evidencias de todos los aspectos que deben ser tenidos en cuenta cuando se realiza una campaña en redes sociales pues, además del deseo de aprovechar la tecnología para propósitos evangelísticos, es muy importante conocer la fundamentación de las redes sociales, saber dar buen uso éstas y hacer un trabajo planeado e interdisciplinario.

Metodología del Proyecto

Como estrategia metodológica central se utilizará el enfoque de Investigación-Acción (Brydon-Miller, et.al., 2003).

La investigación acción tiene tres fases fundamentales como lo expresa Lewin (1946) “contempla la necesidad de la investigación, de la acción y de la formación como tres elementos esenciales para el desarrollo profesional. Los tres vértices del ángulo deben permanecer unidos en beneficio de sus tres componentes”

Sumado a este aspecto de la base, están las características fundamentales que permiten que la investigación acción pertenezca a un método científico de investigación.

Las siguientes son características de la investigación acción definidas por Kemmis y McTaggart (1988) y que se consideran aplicables al proyecto que se propone:

- ❖ Es participativa puesto que las personas trabajan con la intención de mejorar sus propias prácticas.
- ❖ La investigación sigue una espiral introspectiva: una espiral de ciclos de planificación, acción, observación y reflexión.
- ❖ Es colaborativa, se realiza en grupo por las personas implicadas.
- ❖ Crea comunidades autocríticas de personas que participan y colaboran en todas las fases del proceso de investigación.
- ❖ Es un proceso sistemático de aprendizaje orientado a la praxis (acción críticamente informada y comprometida).
- ❖ Induce a teorizar sobre la práctica.
- ❖ Somete a prueba las prácticas, las ideas y las suposiciones.

- ❖ Implica registrar, recopilar, analizar nuestros propios juicios, reacciones e impresiones en torno a lo que ocurre; exige llevar un diario personal en el que se registran nuestras reflexiones.
- ❖ Es un proceso político porque implica cambios que afectan a las personas.
- ❖ Realiza análisis críticos de las situaciones.
- ❖ Procede progresivamente a cambios más amplios.

Empieza con pequeños ciclos de planificación, acción, observación y reflexión, avanzando hacia problemas de más envergadura; la inician pequeños grupos de colaboradores, expandiéndose gradualmente a un número mayor de personas. (Sara Rodríguez. Noelia Herráiz. Marta Prieto. Marta Martínez, 2010 - 2011)

Existen autores que presentan otro enfoque de la investigación acción sin perder su base fundamental. Sin embargo, este enfoque tiene como objetivo presentar alternativas y fases investigativas que conlleven a que esta sea ascendente como en forma de espiral logrando así una sincronía en el proceso investigativo que logre actuar y construir aprendizaje de una manera simultánea.

La investigación acción tiene principios éticos que permiten establecer reglas claras para los involucrados, ya sea investigadores, docentes y cualquier organización que esté involucrada activamente en la investigación. A continuación, se presenta de forma parafraseada los principios éticos como lo expresa (Sara Rodríguez. Noelia Herráiz. Marta Prieto. Marta Martínez, 2010 - 2011)

- ❖ Todos los integrantes deben ser consultados en todas las fases correspondientes y sus aportes deben ser tenidos en cuenta de forma precisa y concreta.

- ❖ Deben obtenerse los permisos correspondientes para la observación o manejo de documentos, esto solo en caso de que no sean públicos.
- ❖ Cuando alguna de las etapas del proyecto necesite la influencia de otros, todo el equipo de investigación tiene la oportunidad de influir en el desarrollo del mismo como también el deseo de no hacerlo.
- ❖ El trabajo debe permanecer visible y abierto a las sugerencias de otros.
- ❖ Cualquier descripción o comentario personal debe ser discutido antes de hacerse público en el documento consolidado.
- ❖ Los estudiantes tienen el mismo derecho que los docentes y cualquier otro involucrado activamente en la investigación en manifestar conceptos o ideas que deben ser discutidas con anticipación antes de hacerlas públicas, tampoco se puede tomar como propio lo establecido en la investigación y hacerlo público.
- ❖ En los informes públicos debe permanecer el anonimato de los estudiantes y docentes a no ser que se desee lo contrario y se tengan los permisos correspondientes.
- ❖ Está permitido agregar más principios éticos, pero estos deben ser conocidos por todos los participantes discutidos hasta llegar a un acuerdo con sus términos de uso.

Por esta razón los investigadores han concluido que el método de investigación acción es el más efectivo para lograr los resultados planteados, llevando así a construir un cambio y a realizar la respectiva construcción de un conocimiento que ayude la comunidad adventista en el desarrollo de su misión y visión.

Plan del Proyecto

Las siguientes son las fases en las que se estructuró el proyecto.

Fase I. Conceptualización

Esta fase pretende presentar los conceptos y características de las redes sociales en este siglo; además presentará la definición de evangelismo con sus antecedentes en las redes sociales y cómo estas dos herramientas se pueden integrar para lograr un solo objetivo.

Fase II. Definición de una Estrategia de Evangelismo a Través de Redes Sociales

En la segunda fase se definirá la estrategia que se va a utilizar en el proyecto, también se definirán cuáles son los contenidos y la forma cómo se va a transmitir y/o poner en acción dicha estrategia, el público al cual está dirigido y los canales apropiados donde se van a montar los contenidos..

Fase III. Preparación de Contenidos

En esta fase se desarrollan los materiales audiovisuales y gráficos requeridos para la campaña y la elaboración de los sitios donde se va a alojar la campaña en las diferentes redes sociales.

Fase IV. Lanzamiento y Ejecución de la Experiencia

En esta fase se realizarán las actividades de lanzamiento y subirán los contenidos realizados en las distintas redes sociales y posteriormente se realizarán análisis sobre el impacto de cada material audiovisual y gráfico que se haya subido.

Impacto del Proyecto

Esta es una iniciativa de trabajo liderada por la Facultad de Teología de la Corporación Universitaria Adventista, en la línea de investigación de Teología Aplicada. Para lograr el impacto esperado del proyecto necesariamente se requiere un abordaje interdisciplinario en el cual se articulen fortalezas de otras áreas de la universidad. Se contará con el apoyo de la Oficina de Comunicaciones de la UNAC y de la Facultad de Ingeniería, quienes desde sus respectivos campos de especialización podrán hacer aportes que den solidez al trabajo.

Asimismo, se espera divulgar y socializar esta propuesta con las diversas instancias organizativas de la iglesia y con miembros de la comunidad que tienen afinidad por este tema y generar espacios de discusión y sinergias que enriquezcan el trabajo.

Marco Conceptual

En este capítulo se presentan los conceptos básicos que se deben tener sobre las redes sociales y como ellas se pueden integrar con la gran misión que se estableció para el mundo cristiano de ir y predicar el evangelio a todo el mundo.

Al observar el crecimiento de las redes sociales y cómo estas alcanzan a diferentes públicos, sin distinción social, geográfica o temporal, se puede inferir que se convierte en una herramienta estratégica para que la intención de predicar el evangelio en todo el mundo se convierta en una realidad, en la que todas las personas conozcan la verdad presente de la salvación.

La gran comisión que Jesús dejó a sus discípulos de “Venid y en pos de mí y os haré pescadores de hombres”, implica necesariamente el uso de redes; es decir, de métodos y formas contemporáneas que permitan al público acceder y conocer a un salvador y redentor. Justamente las redes sociales del siglo XXI representan la estrategia clave para alcanzar a cada comunidad e individuo cumpliendo así la analogía de pescar, a diferentes personas para el reino de los cielos a utilizando las estrategias que se tienen disponibles.

Antecedentes de las Redes Sociales

Las redes sociales.

El concepto de red social según Orozco (2014), “implica un sistema abierto a través de un intercambio dinámico entre sus integrantes y con integrantes de otros grupos ya que enriquece las relaciones de los diferentes miembros que lo componen.” De lo anterior se entiende que una red social es básicamente un grupo de personas que unen sus pensamientos en un foco en específico y que desarrollan temáticas y posiciones frente a otras posiciones generadas por otro grupo de personas.

En la búsqueda de una definición general en cuanto a las redes sociales se toma como referencia lo que menciona (Fernández, 2013), “Las Redes sociales son Web que permiten a los usuarios entrelazarse para poder comunicarse entre sí.” De esta manera se entiende que la finalidad de las redes sociales es establecer vínculos de comunicación entre dos partes.

Una característica importante de una red social es su dinamismo, tal como propone Velásquez (2013), “ninguna red se construye de la nada, ni permanece inmutable a lo largo del tiempo. Cada acontecimiento va marcando perfiles de evolución y en cada uno de ellos reacomodos y procesos de aprendizaje.”

Estructura de una Red social.

Las redes sociales han venido estudiándose como un fenómeno social y también se han realizado modelos matemáticos que permiten entender su estructura y su dinámica, Santos (2003).

El origen de la teoría de las redes tiene sus raíces en varias perspectivas teóricas, que en un principio existían de forma más o menos paralela y autónoma, (...) *de tal caso era* la sociometría, de Jacob Moreno, la teoría matemática de los grafos, o las teorías del equilibrio estructural de Harary y Cartwright en la psicología social. (Viana, 2010)

A esto sumamos la apreciación de (Wasseman 2013) quien dice, “muchos autores han analizado el rol de la cohesión social a la hora de explicar fenómenos sociales y en el desarrollo de las teorías relacionadas, (pág. 270) uno de estos autores analiza los modelos de manera clara y precisa Friedkin 1984,

Los modelos de Cohesión estructural se fundamentan en las proposiciones causales, que presionan hacia la uniformidad que tiene lugar en una interacción que se puede valora

positivamente entre dos personas; ya se con un contacto directo o indirecto las redes sociales interviene de una forma positiva o negativa en la interacción de dos personas. Ídem (pág. 236)

Lo que supone que para que exista interacción entre la audiencia se necesitan de dos partes que cumplen las funciones de emisor y receptor de información creando canales o vínculos que forman una red.

En cuanto a los orígenes de las redes sociales, existen varias posturas, entre ellas se destaca lo que dice Nicolás (2012), “la comunidad denominada The well, creada en 1985, o en la red social SixDegrees.com, creada en 1997.” (pág. 54) A continuación, se presentará un recuento de la historia de las redes sociales en el mundo elaborado por marketingdirecto.com 2011, Online Schools resume la historia de la social media, que son básicamente redes sociales basadas en la web:

1971: Se envía el primer mail. Los dos ordenadores protagonistas del envío estaban uno al lado del otro.

1978: Se intercambian BBS (Bulletin Board Systems) a través de líneas telefónicas con otros usuarios.

1978: Las primeras copias de navegadores de internet se distribuyen a través de la plataforma Usenet.

1994: Se funda GeoCities, una de las primeras redes sociales de internet tal y como hoy las conocemos. La idea era que los usuarios crearan sus propias páginas web y que las alojaran en determinados barrios según su contenido (Hollywood, Wallstreet, etc.).

1995: TheGlobe.com da a sus usuarios la posibilidad de personalizar sus propias experiencias online publicando su propio contenido e interactuando con otras personas con intereses similares.

1997: Se lanza AOL Instant Messenger.

1997: Se inaugura la web Sixdegrees.com, que permite la creación de perfiles personales y el listado de amigos.

2000: La “burbuja de internet” estalla.

2002: Se lanza el portal Friendster, pionero en la conexión online de “amigos reales”. Alcanza los 3 millones de usuarios en sólo tres meses.

2003: Se inaugura la web MySpace, concebida en un principio como un “clon” de Friendster. Creada por una empresa de marketing online, su primera versión fue codificada en apenas 10 días.

2004: Se lanza Facebook, concebida originalmente como una plataforma para conectar a estudiantes universitarios. Su pistoletazo de salida tuvo lugar en la Universidad de Harvard y más de la mitad de sus 19.500 estudiantes se suscribieron a ella durante su primer mes de funcionamiento.

2006: Se inaugura la red de microblogging Twitter.

2008: Facebook adelanta a MySpace como red social líder en cuanto a visitantes únicos mensuales.

2011: Facebook tiene 600 millones de usuarios repartidos por todo el mundo, MySpace 260 millones, Twitter 190 millones y Friendster apenas 90 millones.

Características de las Redes Sociales del Siglo XXI

Las redes sociales crecen de una forma inimaginable, es por esta razón que logran un impacto en todo lo que sea concerniente a la comunidad, o a una organización empresarial, incluso la educación actúa como principal objetivo en las redes sociales, es por esto que las características de las redes sociales para el siglo XXI presentan una gran expectativa.

Para las organizaciones, las redes sociales se convierten en una herramienta útil como lo menciona Amezcua, M. P. (2012). “Las redes sociales se convierten en un nuevo y atractivo canal para que cualquier organización pueda mostrar masivamente sus ideas, y conocer a su público de una manera menos formal y sin problemas de estructuras organizativas” es por esto que cada uno busca acercarse más al posible público de manera informal.

Gewrloff (2006) “afirma que vivimos en una sociedad en red, lo cual implica que las redes constituyen la característica estructural dominante de la presente era de la información”. Esto lo complementa Villanueva (2010) cuando expresa “sin una red no tenemos dónde vivir y que, para acceder a la vida digital, es una necesidad primordial el acceso a las redes que le dan existencia”.

Las siguientes son algunas características de la web 2.0 que la hacen más asequible y facilitan la creación de contenidos por parte de los usuarios:

- Simplicidad en el uso pues quien es usuario de una red social se encuentra con un software muy amigable que le permite manejarse con mucha sencillez.
- No requiere aprenderse el HTML ni ningún otro lenguaje complejo, tal como el de las primeras generaciones de computadoras.
- Placer de utilización: El usuario puede pasarse hora tras hora conectado con el mundo de la red social que le interesa, dada la naturaleza de los contenidos que encuentra, que se incrementan constantemente y los que puede ingresar en su cuenta que lo hacen mantenerse inmerso en el sistema.
- Separación de forma y contenido: Es el usuario quien aporta el volumen más importante de contenido, aporta sobre la base de un software preestablecido, de uso gratuito el cual ni siquiera requiere instalarse y que más aún recibe los aportes de sus usuarios quienes como verdaderos desarrolladores producen utilitarios y aplicaciones que amplían los horizontes de la red social.

Tal es el caso de Facebook que ha incrementado el interés de los usuarios en tanto ha incorporado un sinnúmero de recursos útiles, interesantes o motivadores desarrollados por sus usuarios.

- Están basadas en el usuario: Las redes sociales son construidas y dirigidas por los mismos usuarios, quienes además las nutren con el contenido.
- Son Interactivas: Las redes sociales poseen además de un conjunto de salas de chat y foros, una serie de aplicaciones basadas en una red de juegos, como una forma de conectarse y divertirse con los amigos.
- Establecen relaciones: Las redes sociales no sólo permiten descubrir nuevos amigos sobre la base de intereses, sino que también permiten volver a conectar con viejos amigos con los que se ha perdido contacto.
- Intercambio de información e intereses: Las redes sociales permiten que el contenido publicado por un usuario se difunda a través de una red de contactos y sub-contactos mucho más grande de lo que se pueda imaginar.
- Ofrece una variedad de servicios: Intercambio de información, fotografías, servicios de telefonía, juegos, chat, foros, entre otros.

Medición de la Efectividad de las Redes Sociales Digitales

Una de las características inherentes a las redes sociales actuales es su capacidad para generar indicadores que sirven para medir la efectividad de los contenidos que se publican. Es muy importante identificar cuáles son los indicadores claves, pues es este caso el exceso de información puede ser perjudicial porque hace complejo el análisis. “Existen muchas métricas vanidosas en redes sociales, pero para medir el éxito de nuestros contenidos en social media no basta con contar likes, más unos y retweets. Si queremos saber la efectividad real de los enlaces de contenidos que compartimos, tenemos que ir más allá” Fernandez,(2013)

AUGURE es un blog que propone 5 formas para medir la efectividad de la actividad de una Red social desde la perspectiva comercial, estos 5 puntos son interesantes por lo cual se hace mención de cada uno de ellos “el tamaño de la comunidad, actividad, visibilidad, difusión, interacción” Campos,(2013)

Al hablar de tamaño de la comunidad, Campos hace referencia a la audiencia estimada en cada uno de los canales sociales. (Número de fans o seguidores); la actividad hace referencia a los esfuerzos de comunicación de una empresa en sus diferentes canales sociales; la visibilidad hace referencia al total de menciones sobre la publicación; la difusión es la respuesta que generan las publicaciones y la interacción, hace referencia al tamaño real de impactos de las comunicaciones online

Además, la comunicadora Estela Duran Coordinadora en @fromDoppler México ha hecho una publicación para la medición de los resultados en las redes sociales esta desde la perspectiva comercial, Duran dice que:

“Las Redes Sociales son un inigualable espacio para establecer vínculos y relaciones. Sin embargo, lograr un enamoramiento con los prospectos es fundamental pero no criterio suficiente, ya que, si no generas resultados, será un amor de mentira” (Guzman, 2015)

Bajo este argumento, Duran propone 5 claves para la medición de los resultados en las redes sociales que son:

- Interacción y alcance: a cuántas personas están llegando tus publicaciones
- Tráfico hacia el Sitio Web: la mayor cantidad de visitas y visitantes provenientes de tus Redes Sociales hacia tu página dará garantía de que eres un excelente generador de contenido.

- Generación de oportunidades: mide si las personas que están interesadas en tu producto quieren obtener más información,
- Ventas incrementales: ¡Éstas son las que te dirán si tiene éxito tu plan estratégico!
- ROI: El Retorno sobre la Inversión: permite medir si esa inversión que has generado en redes es positiva y cuánta ganancia te está aportando

A continuación se describen algunos parámetros para tener en cuenta al análisis de las redes sociales y su éxito.

Visibilidad

Mensajes en el Time line o menciones explícitas del nombre de la página (o aplicación): dichas menciones serán detectadas por Facebook y basta con contabilizarlas para evaluar su visibilidad y, sobre todo, su evolución en el tiempo.

- Menciones textuales de los dirigentes: menciones en las conversaciones sin utilizar explícitamente un identificador de página, de miembro o de aplicación. Representan la mayoría de las menciones y se requiere del uso de una herramienta de seguimiento para poder detectarlas y contabilizarlas.

Interacción:

- “Personas que están hablando de esto”: es una métrica en Facebook que ofrece una visión agregada del nivel de interacción de la comunidad. Además, representa el número de personas a quien, en los últimos siete días, les ha gustado la página, han dejado un comentario o compartido una publicación de la página, han contestado a una pregunta o a un evento, o han compartido la página. Dado que cada una de estas acciones propaga la

información a la red de amigos cercanos del autor, dicha métrica juega por lo tanto un rol preponderante en la difusión de los mensajes.

- Usuarios que interactúan: este dato mide durante 28 días el número de clics en cada una de las publicaciones, indicando la manera de interactuar de los usuarios.
- Números de “Me gusta”: indica el entusiasmo que despierta la publicación. El volumen global de “Me gusta” es representativo del éxito de una publicación y permite evaluar los temas y horarios más adecuados para compartir en Facebook.
- Comentarios: el número de comentarios de la comunidad da una indicación interesante del impacto que provocan las publicaciones.
- Viralidad: “Alcance total de la semana” indica cuántos usuarios únicos de Facebook han leído uno de los mensajes vía un amigo (por oposición a la lectura directa, como lo indica el gráfico “Personas que están hablando de esto”). La relación entre los valores de estos dos gráficos indica la viralidad de los contenidos.
- Número de clics en los enlaces: esta métrica describe con más precisión que cualquier otra el interés de la audiencia. Para seguir este valor es necesaria una herramienta especialmente dedicada a este aspecto.
- Difusión:
- Alcance: indica cuántas personas han podido ver las publicaciones e interactuar con ellas. El cuadro presentado por Alcance ofrece información sobre: la segmentación por sexo, edad y localización de los fans alcanzados. El número de veces que los fans han sido expuestos a los mensajes y los referentes exteriores: sitios vía los cuales los fans han llegado a la página.

Si bien las métricas que ofrece el Grupo Augure (2014) no son exhaustivas, las mismas ofrecen un análisis concreto y útil de la actividad en las redes sociales. “Las redes sociales son, por naturaleza, lugares de conversación bidireccionales y cualquier intento de medición debe tener en cuenta esta realidad” (Grupo Augure, 2014). En definitiva, la evaluación de la efectividad de una red social para la propagación de un mensaje es importante para conocer el impacto del mismo, sino también para controlar y mejorar el mismo.

Evangelismo Contemporáneo

La modernidad se caracterizó por ser una época de fe, en la que se pensaba que se había alcanzado el punto cumbre de la humanidad donde se llegaría a la solución de todos los problemas; la gente creía en los principios libertadores de la Revolución Francesa, los avances de la ciencia, en el progreso del ser humano y en la libertad religiosa. Sin embargo, estos ideales no se mantuvieron: sobrevinieron guerras, enfermedades y otros fracasos de la época moderna que llevaron al mundo a pensar de una manera distinta (Morales Herrera, 2006). Como señala Morales-Herrera (2006), se comenzaron a rechazar las certezas y a vivir sin sentido, en lo provisional y fugaz: cultura de lo desechable. "Así surge esta nueva forma de pensar con características inversas a la cosmovisión que la precedió; características que hoy en día retan a la cosmovisión cristiana que es superior a toda cosmovisión humana a contextualizar su mensaje y proclamar la esperanza del Salvador” (Morales Herrera, 2006, pág. 8).

Esta nueva forma de pensar delineó una sociedad marcada por el individualismo y el facilismo. Un individualismo en el que el único que importa es el sí mismo y en el que hay poco tiempo para pensar en el otro; ya no se busca el bien colectivo, sino el auto complacerse y el auto beneficio. Además, es una época en la que rige la ley del facilismo, del mínimo esfuerzo para obtener las cosas rápidamente. “El individualismo es la negación del amor -el valor principal del

cristianismo y su gran mandamiento (Mt 22:39), el principal fruto del Espíritu (Gál 5:22-23), la esencia de Dios reflejada en la imagen y semejanza de sí mismo que Él nos ha dado (1 Jn 4:7-8)-“ (Morales Herrera, 2006, pág. 9).

Lamentablemente, la iglesia no se ha visto exenta de verse afectada por este nuevo pensar, de modo que actualmente se practica una fe cómoda en la que se ha cambiado al Dios de la Biblia por uno poco exigente; un dios que nos da mucho y nos demanda poco. Se pueden observar iglesias en las que prima la comodidad y el placer de los miembros; una fe egoísta a la que lo único que le interesa es el propio bienestar. “[...] hemos caído en ser como Caín, indiferente ante su prójimo más cercano: su propio hermano. Dios consideraba a Caín responsable de la suerte de su hermano y, por eso, lo confrontó abiertamente preguntándole por Abel” (Morales Herrera, 2006, pág. 11). Como señala Morales (2006), hemos caído en lo que podría llamarse “el síndrome de Caín”, el eludir sentirse responsable por las necesidades, situación o suerte de nuestro prójimo. De esta forma, “Caín, con su experiencia nos enseña acerca del peligro de olvidar que somos guardianes de nuestros hermanos, que somos responsables de ayudar a nuestro prójimo en sus necesidades, luchas, carencias, problemas y tensiones. Además, Caín nos recuerda que Dios nos considera responsables y, por ello, nos pedirá cuentas acerca del modo en que hemos llevado a cabo nuestra responsabilidad. Caín nos desafía a vivir una vida de solidaridad, de compasión, de entrega sacrificial a nuestro hermano” (Morales Herrera, 2006, pág. 11).

Como se señala en el Pacto de Lausana, “la evangelización misma es la proclamación del Cristo histórico y bíblico como Salvador y Señor, con el fin de persuadir a la gente a venir a Él personalmente y reconciliarse con Dios” (Congreso Internacional sobre Evangelización Mundial, 1974). De modo que, en el contexto de la posmodernidad, podría decirse que la evangelización ha perdido fuerza dado que el Yo se ha puesto en primer lugar, mientras que el otro ha dejado de ser importante para nosotros. Queremos que las almas lleguen a la iglesia, no queremos ir a las

almas. De esta forma, como señala Morales-Herrera (2006), “muchos han cambiado la "Gran Comisión" [por] la "Gran Omisión", porque han cambiado el "id" (la responsabilidad sobre la iglesia) por el "vengan" (la responsabilidad sobre el otro). La orden es "ir", sin embargo, es mucho más cómodo que el otro "venga" a nosotros” (pág. 12).

Dicho esto, se podría aseverar que la iglesia cristiana contemporánea se enfrenta con tres retos al realizar evangelismo ante esta nueva forma de ver el mundo: el primero de ellos es el hecho de que la propia iglesia cristiana no quiere evangelizar. El segundo, la necesidad de readaptar la manera de presentar el evangelio, y por último, el enfrentarse con la verdad bíblica de que se debe realizar un mejor seguimiento de las personas con el discipulado cristiano (Morales Herrera, 2006). En este trabajo se hará énfasis en el segundo reto, en la necesidad de contextualizar y de actualizar la metodología de evangelización en la forma de ajustarse a las nuevas corrientes de pensamiento.

Conforme a La orden de Jesús “id, y haced discípulos a todas las naciones, bautizándolos en el nombre del Padre, y del Hijo, y del Espíritu Santo; enseñándoles que guarden todas las cosas que os he mandado; y he aquí yo estoy con vosotros todos los días, hasta el fin del mundo” (Mateo 28:19-20), han sido muchas las iniciativas y acciones abocadas a este propósito. Las escrituras no señalan un solo método para transmitir el evangelio; en el Nuevo Testamento los creyentes compartían su fe a través de la predicación formal y la enseñanza, en sus contactos personales y encuentros ocasionales. Por consiguiente, los cristianos se han sentido libres para idear diversos modos de evangelizar: personal, masivo (campañas de renacimiento), saturación (es decir, cobertura de un área dada), amistad, etc. Al difundir el evangelio han aprendido a usar varios medios de comunicación, incluyendo la más reciente tecnología impresa y de telecomunicaciones. Ejemplo de estas acciones han sido “tratados, campañas evangelistas dentro y fuera de las instalaciones de la iglesia, proyección de películas, desayunos y cenas evangelistas,

grupos en los hogares, dramas, obras de teatro, compartir el testimonio dramático de alguien que era muy malo o estaba muy grave y cómo Dios le tuvo misericordia, ir puerta a puerta o persona a persona compartiendo del amor de Dios, recitales, conciertos, marchas por la paz, programas radiales y televisivos, entre muchas otras acciones que han sido realizadas” (Grajales, 2012) . Todos estos medios son permisibles si presentan el mensaje claro, honesta y compasivamente.

Durante las últimas décadas, los países industrializados han experimentado un período intenso de desarrollo tecnológico, que ha estado acompañado por un paralelo e imprevisible desconocimiento del impacto que esta nueva realidad tendrá sobre el desarrollo individual (Quiroga, 2011). Podría considerarse que uno de los grandes hitos de este avance tecnológico ha sido el desarrollo de Internet (Interconnected Networks o International Net), la red mundial que permite que millones de usuarios tengan acceso fácil e inmediato a una cantidad extensa y diversa de información en línea, sin las limitaciones de tiempo o ubicación geográfica.

Las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) han generado una revolución similar a la revolución industrial, replanteando la forma de hacer negocios, de educar y de entretener y estructurando la forma de ser, de comunicarse y de relacionarse de las personas. Gracias al desarrollo acelerado de las TIC la sociedad mundial se percibe como una aldea global (Díaz Becar, 2006). Como señala Flores Vivar (2009), Internet es una red social por antonomasia. Es la génesis de donde nacen y se asientan todas las redes sociales que actualmente se conocen. Las redes sociales se han convertido en todo un fenómeno de masas, dado que son un punto, un lugar de encuentro, de reuniones de amigos o personas que tienen intereses comunes, sin embargo, éstas todavía atraviesan un desarrollo temprano (Flores Vivar, 2009). Como señala el autor, algunos estudiosos del entorno indican que las redes sociales se basan en el desarrollo de medios sociales. Éstos son medios participativos en los que la información se define como una conversación, de modo que en ellos las comunidades sustituyen a las audiencias. Clay Shirky,

pionero y teórico al respecto, indica que “en la comunicación, la audiencia se ve caracterizada por una relación unidireccional entre emisor y receptor y por la desconexión de sus miembros unos de otros: un patrón de uno a muchos. Por contraste, en una comunidad la gente normalmente recibe y envía mensajes. Los miembros están conectados entre sí, no solo a través de un nodo central: es un patrón de muchos a muchos” citado en (Flores Vivar, 2009).

Existen diversas iniciativas de evangelización del mundo cristiano en general que buscan aprovechar la potencialidad de Internet y de las redes sociales en la evangelización. A continuación, se presentan algunos de los trabajos más representativos.

La iglesia católica, a través de su representante el Papa Juan Pablo II, en la XXXVI Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales realizada en el 2002, utilizó el lema “Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio”. En este evento invitó a hacer de Internet un nuevo foro para la evangelización e instó a su iglesia a lanzarse a esta red con “realismo y confianza”, a través de su declaración: “Internet produce un número incalculable de imágenes que aparecen en millones de pantallas de ordenadores en todo el planeta. En esta galaxia de imágenes y sonidos, ¿aparecerá el rostro de Cristo y se oirá su voz? Porque sólo cuando se vea su rostro y se oiga su voz el mundo conocerá la buena nueva de nuestra redención. Esta es la finalidad de la evangelización. Y esto es lo que convertirá Internet en un espacio auténticamente humano, puesto que, si no hay lugar para Cristo, tampoco hay lugar para el hombre” (citado en (Anónimo, 2002).

Asimismo, en años más recientes, el actual representante de la iglesia católica, el Papa Francisco, comenzó a “tuitear” por la red social Twitter para que de esta forma se pudiera establecer una comunicación más directa con sus feligreses y llevar el evangelio de Dios a otras fronteras. A través de esta red social, para la XLVII Jornada Mundial de Comunicaciones Sociales del 2013, hizo una dedicación en su mensaje centrado en las redes sociales y en su utilización para la evangelización. De estas exhortaciones se desprendieron muchas iniciativas y

proyectos a lo largo de los años. No solo la “Santa sede” de la iglesia católica tiene presencia en la red a través de su sitio oficial www.vatican.va y de distintas redes sociales como Twitter (@Pontifex), sino que también otras muchas comunidades cristianas, católicas y de otras denominaciones, se han unido a esta iniciativa.

El proyecto iMision nace de la inquietud de un grupo de católicos de distintos movimientos y congregaciones a evangelizar por Internet. Este proyecto concibe el Internet y las redes sociales como un lugar de evangelización y no solo como meras herramientas a ser utilizadas. No solo hacen uso de Twitter (dado que para ellos es la red más neutral, abierta e interactiva de todas y por ello es el ámbito donde más fácilmente se puede entrar en relación), que es la red social en la que se hacen más presentes, sino que también tienen presencia en Facebook y a través de su página web. Uno de los miembros de este proyecto, Julián Lozano, en una entrevista realizada por Zenit.org a varios de los miembros del proyecto, indica: “La respuesta y la propuesta de iMisión a las preocupaciones y problemas del hombre de hoy -también en las redes- es muy clara: la amistad de Cristo, que trae luz para orientar, paz para descansar, fuerza para vencer la tentación y el pecado, y una inmensa alegría y gozo al sabernos amados. Transmitir esa presencia, también a través de las Redes, es nuestra prioridad. Nuestro “público objetivo” son todos los habitantes del continente digital –unos dos mil millones- sin distinción; los cristianos, aquellos que creen en Dios y lo conciben de otro modo, y cualquier persona que transite por los nuevos ámbitos de comunicación y relación en Internet.” Este proyecto también señala que en las redes sociales lo importante no son tanto los contenidos o información como las relaciones que se establecen (el compartir y acoger al otro), así como también lo hizo Cristo. De modo que el cristiano no deja (o no debe) de serlo en las redes sociales, “por eso su presencia puede ser fermento de comunión, sus relaciones cauce de la gracia, su testimonio un signo que haga creíble el anuncio” (citado en Moxó Soto, 2013).

Otro de los proyectos es iniciativa Open Doors (Puertas Abiertas), que no solo sirve y da apoyo a los cristianos perseguidos de todo el mundo, sino que también utiliza internet como vehículo para evangelizar a personas que se encuentran en países cerrados al cristianismo. Homóloga de esta iniciativa es el portal virtual Catholic.net, que fue creado para fomentar, a través de varias redes sociales, la comunicación entre los católicos del mundo y llevar a todos los rincones de la Tierra la palabra de Dios. Otro proyecto que sigue esta línea es evangelizacióncatólica.org, que persigue el objetivo de predicar el evangelio a todas las naciones de forma creativa. Y así como estos, hay infinidad de portales con presencia en distintas redes sociales que propenden por la evangelización. Muchas de estas iniciativas no solo persiguen el objetivo de la evangelización por medio de redes sociales, sino que también orientan en el desarrollo de este proceso. Ejemplo de esto es el proyecto “Go Tell It On the Web” (Ve a decirlo en la Red) desarrollado por el Campus Crusade for Christ International en EEUU (Cru) en el que se proponen unos lineamientos para la evangelización a través de las redes sociales. Un ejemplo de estos lineamientos es la utilización de testimonios, de modo que se busque alcanzar a los no creyentes al compartir un mensaje abierto y honesto acerca del camino de fe de los creyentes.

Por otro lado, la integración de la Red en la cotidianidad ha tenido como resultado el auge de los teléfonos inteligentes, que no solo permiten el acceso a Internet y a las redes sociales en cualquier momento, sino que también permiten crear, acceder y compartir contenido a través de programas llamados “aplicaciones” o “apps”. A través de estas aplicaciones se puede también tener acceso a recursos de información y referencia de evangelización. Actualmente hay muchas aplicaciones desarrolladas que comparten el objetivo de evangelización con las iniciativas mencionadas anteriormente. Ejemplos de éstas son iPieta, Laudate, iBrevary, Evangelización Activa, Vía Crucis, Terra Sancta, Oración de los niños, El juego católico, Ignio, entre muchas otras.

Podría decirse entonces que, dado que anunciar el evangelio a las personas formadas por una cultura de los medios de comunicación requiere considerar atentamente las características especiales de los medios mismos, los interesados (la iglesia) necesitan comprender y hacer un uso eficaz de Internet y las redes sociales.

Adelantos Hechos por la IASD

En cuanto a los adelantos hechos por la Iglesia Adventista del Séptimo Día a nivel internacional, se pueden encontrar organizaciones muy bien establecidas con enfoques claramente definidos en cuanto a la evangelización mediante el internet. Al seleccionar las mejores instituciones online encargadas de evangelizar y compartir la Palabra de Dios se encuentra lo siguiente:

- ❖ Adventistas.org disponible en: <http://www.adventistas.org/es/institucional/>

Encargada principalmente de crear un espacio cibernético para el aprendizaje de conocimientos, haciéndose accesible a toda la población mundial.

- ❖ HopeMedia disponible en: <https://hopemedia.es/>

HopeMedia es una organización cristiana basada en la producción de audiovisuales de alta calidad, se hace accesible a todo tipo de personas ya que abarca la mayoría de las redes sociales vigentes.

- ❖ Adventist news network disponible en: <http://noticias.adventista.es/>, Google play y App Store.

Es una organización basada fundamentalmente en compartir las noticias más importantes y los hechos o acontecimientos más relevantes en cuanto a la vida adventista a nivel mundial. Es un programa más cerrado ya que involucra en específico a la comunidad Cristiana adventista.

- ❖ Interamerica.org disponible en: www.interamerica.org

Es una plataforma virtual de la IASD que tiene como finalidad compartir noticias y demás, aparte de hacerse accesible a la comunidad adventista del mundo entero.

- ❖ Amazing Facts disponible en: <http://www.amazingfacts.org/>

Es un programa de audiovisuales cristiano unificado básicamente en los estados unidos, se encarga de expandir el evangelio mediante el internet, lo que denominamos como un cyber-evangelismo.

Definición de la Campaña de Evangelismo

Las escrituras no señalan un solo método para transmitir el evangelio y en esta era de las tecnologías de la información y las comunicaciones las redes sociales se constituyen como un poderoso medio de evangelización.

Anunciar el evangelio a las personas formadas por una cultura de los medios de comunicación requiere considerar cuidadosamente diversos aspectos como las características especiales de los medios y los interesados. La iglesia necesita comprender su papel como elemento multiplicador, se requiere unir esfuerzos de diferentes disciplinas para hacer un uso eficaz de Internet y las redes sociales.

Durante las últimas décadas, los países industrializados han experimentado un período intenso de desarrollo tecnológico, que ha estado acompañado por un paralelo e imprevisible desconocimiento del impacto que esta nueva realidad tendrá sobre el desarrollo individual (Quiroga, 2011).

Podría considerarse que uno de los grandes hitos de este avance tecnológico ha sido el desarrollo de Internet, esa red mundial que permite que millones de usuarios tengan acceso fácil e inmediato a una cantidad extensa y diversa de información en línea, donde quiera que estén. De modo que, en los últimos años, la revolución de la información dejó de ser un tema limitado y se convirtió en un componente más de la vida cotidiana de millones de personas a nivel mundial, (Díaz Becar, 2006).

Conforme a la orden de Jesús en la que ya hemos hecho énfasis “id, y haced discípulos a todas las naciones, bautizándolos en el nombre del Padre, y del Hijo, y del Espíritu Santo; enseñándoles que guarden todas las cosas que os he mandado; y he aquí yo estoy con vosotros todos los días, hasta el fin del mundo” (Mateo 28:19-20), en la actualidad las redes sociales

llegan a constituirse como una herramienta de potencial totalmente relevante para la evangelización. Las redes sociales son un perfecto campo misionero, dado que son un punto de encuentro de incontables personas no conversas y accesibles, a las cuales de otra forma no se tendría acceso.

El objeto de este capítulo es presentar aspectos generales de la preparación de la campaña tales como: objetivo de la campaña, público a alcanzar, canales a utilizar, temas, materiales, estrategias de difusión y medición del impacto en redes sociales.

Aspectos Generales

Objetivo de la campaña.

El objetivo de esta campaña es promover, mediante las redes sociales, conceptos fundamentales para la reflexión y necesarios para convivir en paz. Entendiendo la paz como un estado que se da en todas las esferas del ser, físico, social, mental y espiritual a una sociedad que ve la paz como una utopía o un estado de perfeccionismo social.

Características de la Campaña.

A continuación se presentan las características que debe tener esta campaña de evangelización, con el fin de servir de modelo o guía a quien quiera cumplir la misión mediante las redes sociales. Estas características son:

- ❖ Debe ser una campaña articuladora e incluyente que busque la participación de los miembros de iglesia y pastores como promotores, se necesitan multiplicadores para que la información llegue a los contactos de los miembros de iglesia.
- ❖ Debe estar contextualizada con temas de interés, tendencias sociales u ocasiones especiales, esto con el fin de tener un mayor grado de aceptación por parte de las personas

que se pretenden alcanzar. En este caso se selecciona el tema de la paz, ya que es un tema de interés social y una necesidad para todos los seres humanos.

- ❖ Debe presentar los contenidos de manera innovadora, que sean atractivos para quienes se pretenden alcanzar. Es de interés resaltar que en las redes sociales se mueve mucha información y el público es cada vez más exigente, la campaña puede pasar desapercibida si no hay innovación en sus contenidos.

Público

Después de una discusión y análisis referente al público que se pretende alcanzar, se toma la decisión de centrar la atención en personas no adventistas y adventistas, con interés en temas sociales, de salud, de familia y superación personal. En escenarios cotidianos como el colegio, la universidad, la oficina, el hogar o el espacio público.

Canales que Utilizará la Campaña

- ❖ **Facebook:** es la red social por excelencia, creada en 2004 por Mark Zuckerberg y varios compañeros de Harvard. Es una red bastante completa, ya que se puede escribir en el muro, jugar y compartir fotos y videos, entre muchas otras aplicaciones (unocero, 2016). Estas características hacen de esta red social, un excelente canal para reproducir la información de la campaña
- ❖ **Twitter:** red fundada en 2006, permite compartir mensajes con seguidores de 140 caracteres. Cuenta con más de 200 millones de usuarios a nivel mundial. En un principio, no fue tan aceptada, ya que era vista como una actualización de estado (unocero, 2016) esto ha cambiado ahora sus usuarios los consideran divertido. En **Twitter** se puede compartir fotos, ubicación y participar en temas mediante

los hashtags y los trending topics. (ibíd.) estas características le hacen atractiva para la campaña de evangelismo mediante las redes sociales.

- ❖ **YouTube:** es un sitio de almacenaje gratuito en la red, donde es posible subir para compartir, ver, comentar, buscar y descargar videos, en la actualidad ha llegado a constituir un complemento de la televisión (norfipc, 2016) En la campaña que se está diseñando los videos son uno de los contenidos claves y por lo tanto esta red social se hace pertinente en esta campaña.
- ❖ **Blog:** es un sitio Web en donde uno o varios autores desarrollan contenidos. La información se actualiza periódicamente y una característica importante es que los lectores tienen la posibilidad de dejar un comentario sobre la temática expuesta en el Blog. Se utilizará este medio para hacer un tratamiento más extenso de la temática que se maneja cada semana.

Temática

Justificación de la temática.

Luego de proponer varias temáticas como la drogadicción, vida familiar, valores y deberes humanos, entre otros. Se trató de ser pertinentes al contexto social en Colombia y se llegó a consenso en grupo, que el tema inicial de la campaña sería la paz, ya que es un tema de interés social en el país.

En el mundo la guerra, el terrorismo y la confusión son una realidad social. La guerra y el conflicto han sido los métodos principales por los cuales el hombre ha creído resolver sus diferencias a través de la historia. “La guerra ha sido considerada como un estado natural de equilibrio, mientras que la paz ha sido considerada como un período de recuperación de la última campaña, en el cual se llevan a cabo los preparativos para la próxima aventura o conquista”

(Pack, s.f.). Y de esta realidad no escapa nuestro país, la historia de Colombia ha estado atravesada y marcada por el conflicto, un conflicto que aún hoy se mantiene vigente y con fuerza.

El consejo Noruego para refugiados en un comunicado de prensa declaró “Nosotros retamos al gobierno de Colombia y a los actores armados no estatales a encontrar rápidamente una Paz duradera, que beneficie a las poblaciones más vulnerables” (Gaviria, 2014). Podemos ver que no solo Colombia está interesada para que el conflicto armado interno termine, otros actores externos también apoyan a Colombia para encontrar una paz duradera. El país grita paz.

El hombre ha alcanzado increíbles avances en las áreas de la tecnología y el conocimiento. Sin embargo, no ha podido descubrir el camino para la paz. El resultado de la guerra siempre involucra una tregua, pero siempre fracasa en traer una paz permanente. Esto ocurre porque los hombres no pueden, y nunca podrán, encontrar el camino a la paz por ellos mismos sin ayuda externa. De esta forma, la paz es algo que anhela la mayor parte de la humanidad, pero aún no sabe cómo alcanzarla.

En ocasiones se cree que cuando se tengan todas las circunstancias a favor, entonces se tendrá paz. Sin embargo, la Biblia muestra lo contrario, la Escritura enseña que aún en situaciones adversas, se puede tener paz. Jesús dijo a sus seguidores: “La paz les dejo; mi paz les doy. Yo no se la doy a ustedes como la da el mundo. No se angustien ni se acobarden” (Juan 14:27). En este versículo, Jesús señala que hay dos fuentes de paz: la que da el mundo y la que Él da. La paz que ofrece el mundo proviene de cosas externas y es momentánea, mientras que la paz que ofrece Jesús no está basada en circunstancias externas, sino que está basada en Dios, y de esta forma es imperecedera porque Dios no cambia. Esta paz está basada en un Dios fiel, en un Dios que es nuestro pastor, que es nuestro proveedor, un Dios que es amor, un Dios sanador.

Esta verdad tan importante y con el poder de cambiar el mundo está al alcance de todos, y aun así, no es conocida por todos. Por tanto, aún más en estos tiempos de angustia y desasosiego es menester cumplir con la Gran Comisión que Cristo nos ha encomendado.

Desarrollo de las Temáticas.

La campaña “Alguien Dijo Paz” está desarrollará un conjunto de temas integrados, para mostrar aspectos de la verdadera paz fundamentados en la cosmovisión cristiana. En dichos temas se pretende abordar la paz en los diferentes escenarios del actuar humano, entendiendo al hombre como una composición holística, los temas que componen esta campaña son:

❖ Tema 1: Paz interior.

La construcción de una verdadera paz inicia dentro de nosotros, somos agentes constructores de un buen vivir donde se cree una armonía con nuestros semejantes. Aun así, la paz en algunos casos es vista como una utopía perteneciente a un idilio, ya que, la guerra ha marcado tanto nuestra historia que pensar en paz parece solo un sueño. Mediante la presentación de paz interior se aborda la posibilidad que tenemos como personas de vivir en paz, en un mundo entregado a la guerra.

❖ Tema 2: Paz en el entorno familiar.

Una de las problemáticas más desafiantes del siglo XXI es mantener las familias del mundo en unidad y amor como era en principio el propósito divino. La revista semana ha publicado un post con el siguiente encabezado: “la familia en Colombia está en crisis” en el que se menciona: “Según un estudio hecho en 47 naciones Colombia es el país donde la gente se casa menos, apenas la mitad de los hogares tienen a los dos padres y 40 por ciento de los niños vive con otras personas además de su familia.” Tomando en cuenta lo anterior nuestro esfuerzo por mantener el legado divino de la unidad familiar toma fuerza y nos motiva a la presentación de esta temática.

❖ Tema 3: Paz en el entorno escolar

El acoso escolar es un problema silencioso que ha ido aumentando con el correr de los años dentro de las aulas de clase donde se conoce como el bullying; es de manifiesto un tipo de violencia en donde las agresiones psicológicas, físicas y sociales son exteriorizadas por hacía una o más personas y que acontecen de manera repetitiva dentro del marco escolar. Lo que se pretende con este tema es mostrar una perspectiva diferente desde una cosmovisión cristiana, donde se pueda dar una ayuda de reflexión a aquellos estudiantes que quizás sufren en silencio este fenómeno y cargan con esto diariamente, como también aquellos que participan del mismo.

❖ Tema 4: Paz social

En una sociedad donde la injusticia, la inmoralidad y la falta de ética están en aumento, hablar de paz social es una forma de aportar a una solución que permite crear una conciencia entre los ciudadanos. La paz social es un estilo de vida que busca el desarrollo integral de la sociedad bajo los principios de igualdad y misericordia, con el que se pretende alcanzar un mejor estilo de vida, por eso se considera la paz social como un medio de comunidad y vida armónica entre todos.

❖ Tema 5: Paz y medio ambiente

Las guerras han devastado el mundo y el medio ambiente, han puesto en alerta a todos los ambientalistas porque los recursos naturales, que son esenciales para la vida en el planeta, están agotándose. Teniendo en cuenta todo esto, se deben unir esfuerzos como mayordomos de la creación de Dios para proteger el medio ambiente. En esta temática se busca crear conciencia acerca del cuidado que debemos tener con la naturaleza.

❖ Tema 6: Paz de Dios

El mundo busca la paz tras acuerdos o negociaciones, sin saber que dicha paz nunca llegará. La guerra ha marcado el corazón de la humanidad, y la mayoría han albergado resentimiento y rencor. Todos quieren la paz, pero muchos no saben cómo conseguirla. El secreto de la paz y la felicidad está en Jesús y la base para alcanzarlas está en el perdón. El perdón es la clave de la felicidad, si Jesús perdonó a quienes lo maltrataron ¿Por qué no hacer nosotros lo mismo?

Materiales de la Campaña

Los materiales utilizados durante la campaña serán los siguientes.

Videos y blogs.

En primer lugar, se realizará un video promocional, el cual será enviado a las diferentes Asociaciones, Campos o Regiones de la Iglesia Adventista en Colombia. Este video presentará la información general del proyecto, y la invitación a unirse al mismo. Además se realizarán seis videos, los cuales serán el contenido del proyecto que serán publicados cada semana. Cada video estará acompañado de un artículo en un blog que extiende la temática correspondiente, según los temas ya mencionados.

Material Promocional Gráfico

Se realizarán tres piezas gráficas por cada temática, para su promoción. Estas piezas gráficas llevarán el tema del video y serán publicadas simultáneamente. Las piezas gráficas serán:

- ❖ #Promesasdepaz: Se publicará una imagen que lleve escrita una promesa Bíblica de paz.
- ❖ #Accionesdepaz: Se publicará una imagen que lleve escrita una acción práctica de paz.
- ❖ #Frasesdepaz: Se publicará una imagen que lleve escrita una frase célebre que hable de paz.

Nombre de la Campaña

La campaña lleva como nombre: “*Alguien Dijo Paz*” el Hashtag que se utilizará para promover la campaña será: #*AlguienDijoPaz*.

Plan de Medios

Canales a utilizar.

Se utilizará una estrategia de fusión de los canales elegidos para la promoción del proyecto, de la siguiente manera:

Facebook: Se publicarán los videos con el hashtag correspondiente a cada uno y los contenidos teóricos de cada video. Además, se publicarán imágenes simultáneamente y correspondientes a cada tema del video (Frases de Paz, Promesas de Paz y Acciones de Paz) lo que servirá de estrategia para buscar contactos y alcanzar referidos.

Twitter: se publicarán las mismas imágenes que serán publicadas en Facebook con su hashtag correspondiente.

YouTube: será el principal canal para la publicación de cada uno de los videos. Además, junto a ellos se publicará un mensaje correspondiente al mismo video. El canal de Youtube en el cual se publicarán los contenidos será el canal de la Corporación Universitaria Adventista.

Blog: se presentará un artículo sobre el tema de cada video, además de una sección para comentarios de quienes lean la publicación.

WhatsApp: se responderán inquietudes y se recogerán contactos.

Días y horas de publicación de contenidos.

El lanzamiento de la campaña fue el 13 de septiembre de 2016, en la iglesia universitaria (Corporación universitaria Adventista). Por otra parte la publicación de los contenidos se realizará cada semana, a partir del lanzamiento oficial, de la siguiente manera:

1. Martes en la mañana: promesa de paz. (post)
2. Miércoles en la tarde: Frase célebre. (post)
3. Jueves en la mañana: Acción de paz. (post)
4. Viernes en la tarde: video y blog (contenido Principal)
5. Sábado en la mañana: Post en Twitter.

De esta forma se lanzarán los contenidos cada semana, durante seis semanas.

Estructura del guion técnico para los videos.

Teniendo en cuenta que para la elaboración de los videos se requiere de un trabajo conjunto entre los gestores de la campaña y el personal técnico de medios audiovisuales, se considera importante destacar la importancia del guión técnico para describir el video el cual sirve como elemento de comunicación entre los involucrados.

A continuación, se describe la estructura del guión técnico que se utilizó para definir los videos de la campaña.

Tabla 1 *Guión técnico.*

Escena	Escenografía	Diálogo	Música
Se enumeran las tomas en diferentes escenarios (con enfoques y movimientos).	Se hace la descripción del espacio donde se desarrolla la escena. Se describen los elementos necesarios para la escena.	Compone las palabras utilizadas en cada una de las escenas y la persona que las mencionarán.	Se propone el tipo de música utilizado para ambientar la escena y video.

Guiones de la Campaña Alguien Dijo Paz

El propósito de esta sección es presentar los guiones utilizados en esta campaña, los cuales tienen una pequeña variación de forma, acorde a las necesidades de cada video. Algunos guiones están acompañados de una narrativa que describe de manera literaria el guion.

Son ejemplos de diferentes tipos de guiones a utilizar.

Tabla 2 *Guión técnico.*

Escenografía	Escenas	Diálogo	Propuesta Música
Parque, especialmente un andén donde Rosa camine	1. Érica esta caminado por un parque. (La cámara enfoca sus pies). (Luego enfoca su rostro) ya que va a recordar todo lo que vivió junto a su esposo y el momento en el que es asesinado. <i>Su rostro demuestra mucha angustia y tristeza.</i>		Let It Go (Disney's "Frozen") Vivaldi's Winter – ThePianoGuys. Del Segundo 35-1:10
Casa-campo (puede ser Morrórico Donde viven los docentes de la Unac)	2. recuerdo de Érica. aquí se hacen varias tomas, donde ellos estén juntos 2.1 luego una donde ellos estén juntos caminando, de repente suena un disparo y su esposo cae agonizante. Nota. Érica lo abraza en el suelo y llorando grita de dolor	(Llorando - grita) noooooooooo!!	Let It Go (Disney's "Frozen") Vivaldi's Winter – ThePianoGuys del Segundo 1-35
Parque	3. Érica deja de recordar (la cámara enfoca su rostro) llora en silencio, (la cámara enfoca las lágrimas) . Luego mira al cielo (la cámara la enfoca de medio cuerpo) y luego la cámara simula ser la	¿Por qué mi amado esposo?	Let It Go (Disney's "Frozen") Vivaldi's Winter – ThePianoGuys. Del Segundo 35-1:10

	mirada de rosa (enfocando el cielo)		
Parque y una silla	<p>4. Rosa sigue caminando (la cámara la enfoca de forma completa caminado por detrás) toma asiento en una banca del parque. (La cámara la enfoca sentada en el parque).</p> <p>- Luego se enfoca a un joven que viene caminado rápido</p> <p>-La cámara enfoca a Érica sentada triste a una distancia prudente para que se note al joven pasar por el frente de rosa</p>		<p>Let It Go (Disney's "Frozen")</p> <p>Vivaldi's Winter – ThePianoGuys. Del Segundo 35-1:10</p>
Parque silla	<p>5. luego se enfoca al joven de medio cuerpo. Donde hace una pausa en su caminar algo preocupado. El joven da vuelta y se dirige hacia donde Érica. Sus miradas se encuentran (la cámara enfoca simultáneamente los rostros el joven intenta dar una sonrisa y Érica mirándolo triste).</p> <p>- El joven se sienta al lado de la abuela (la cámara ubicada en frente de ellos enfocando todo)</p> <p>- El joven pone la mano en el hombro de la abuela. (la cámara simula ser la mirada del joven quien esta</p>	<p>(con una voz bien segura y convincente)</p> <p>Joven: ¿puedo ayudar en algo?</p> <p>Érica : (casi llorando) “<i>estoy sola mi esposo lo único que tenía, fue acecinado</i>”</p> <p>Joven :“<i>lo siento mucho... sabes, alguien hace poco más de 2000 años también fue asesinado injustamente</i></p>	<p>Henrik Chaim Goldschmidt plays</p> <p>"Gabriel's Oboe"</p>

	<p>mirado al rostro de la abuela y el joven le dice:</p> <p>-Estas palabras cambian el rostro de la abuela</p>	<p><i>su nombre es Jesús, amó tanto a los seres humanos que mientras colgaba de un madero decía Padre perdónalos porque no saben lo que hacen, Gracias a esa muerte tu y yo vivimos con una esperanza, así como Jesús murió y resucito, así los que duermen en las tumbas serán levantados en el día final”</i></p>	
Parque	<p>El joven se levantan de la silla y se va, Érica queda en la silla imaginando el día que pueda ver a su esposo</p>		<p>Let It Go (Disney's "Frozen") Vivaldi's Winter – ThePianoGuys. De 1:20-2:00</p>

Narrativa del guion paz interior.

Érica es una mujer que caminando por el parque de la ciudad recuerda los momentos alegres vividos con su esposo. Su rostro refleja tristeza, su mirada se pierde al recordar que su amado esposo perdió la vida a causa de una bala perdida en un enfrentamiento entre pandillas, mira al cielo, con voz mental que grita más fuerte que todas las voces *pregunta ¿Por qué mi amado esposo?*

Sin poder contenerse, de sus ojos brotan lágrimas que recorren sus mejillas. Ya sin fuerzas para caminar sus pasos se detienen, y decide sentarse por un momento en una vieja silla de madera ubicada al lado del camino de aquel parque. En el acto mismo un joven bastante risueño pasa por el frente de ÉRICA. Por un momento ÉRICA para este joven pasa desapercibida, pero por cosas que son inexplicables el joven se detiene, da la vuelta, mira ÉRICA con ojos de compasión, le sonriera y sus miradas se encuentran. El joven se sienta al lado de ÉRICA, pone la mano en su hombro, y luego de calmarle, pregunta ¿puedo ayudar en algo? A escuchar la pregunta Érica responde *“estoy sola mi esposo lo único que tenía, fue asesinado”* el joven al escuchar tal respuesta dice *“lo siento mucho... sabes, alguien hace poco más de 2000 años también fue asesinado injustamente su nombre es Jesús, amó tanto a sus enemigos que mientras colgaba de un madero decía Padre perdónalos porque no saben lo que hacen, Gracias a esa muerte tu y yo vivimos con una esperanza, así como Jesús murió y resucitó, así los que duermen en las tumbas serán levantados en el día final”* Érica al escuchar estas suaves palabras comienza a sentir paz, su rostro de tristeza es cambiado por felicidad y decide creer. El joven se marcha y Érica empieza a imaginar ese día, cuando pueda volver a ver a su esposo.

Escenas	Escenografía	Libreto	Música ambiente
1ra Escena	<p>Un Basurero, con muchos papeles regados y periódicos con noticias.</p> <p>La cámara enfoca el titular de la prensa.</p>	<p>Cano: Esta sociedad si definitivamente, cada vez más limpia por fuera y sucia por dentro...</p> <p>¿Qué es esto? Cano se indigna al ver los titulares de familias destrozadas (Titular de la prensa).</p>	El sonido ambiente
2da Escena	<p>Sala familiar</p> <p>Oscura fría y carente de amor</p>	<p>Familia: Todos viven en un mundo artificial que carece de sentimientos, los padres no prestan atención a lo que hacen sus hijos y sus hijos crecen a la deriva.</p> <p>Los pequeños quieren jugar con sus padres, pero ellos no tienen suficiente tiempo.</p> <p>Cano: observa la frialdad de las familias, su rostro se llena de dolor y su semblante cae, se siente impotente frente a lo que acontece delante de sus ojos.</p>	Las noticias, las notificaciones de los celulares... ruido de aparatos tecnológicos.

3ra Escena	Sala familiar Abandonada y fría mucho más fría que la anterior	Familia: El tiempo pasa y ahora los hijos ya abandonaron a sus padres, ahora los hijos tampoco tienen tiempo para atender a sus propios padres.	Música reflexiva
------------	--	---	------------------

Tabla 3 *Guion Tema 2: Paz en el Entorno Familiar*

Se termina con una frase célebre de la Madre Teresa de Calcuta en los últimos momentos de vida que dice a la letra: “Cuando La Madre Teresa de Calcuta estaba por morir, le preguntaron: ¿Dinos, como hacer para ayudar a la paz de este mundo? Y ella respondió: Vayan a sus casas, y amen mucho más a sus familias.”

Tabla 4 *Guion Tema 3: Paz en el Entorno Escolar*

Escena	Escenografía	Diálogo	Música
1	Árboles, estudiantes en tiempo de descanso, cafetería	Era un día soleado, cano el curioso como de costumbres estaba trabajando y decidió darse un descanso, se sentó, (hace gestos de cansado) se quitó sus guantes y la gorra, se limpió el sudor, en ese momento alza su mirada y ve...	Ambiente
2	Árboles , cancha de fútbol, mesas de cafetería, cafetería, estudiantes comiendo	Los jóvenes B y C discuten con el joven A , joven B le sujeta el cuello al joven con su mano izquierda, mientras que el joven C se ríe,(a carcajadas) el joven B lo suelta y le quitan lo de su comida del descanso y lo empuja, al suelo y juntos (B Y C) se ríen	Suspense

3	Árboles, cancha de fútbol.	Joven A se para (con rostro triste y limpiándose su ropa) y se aparta a un lugar solo, cuando el curioso quien estaba cerca de la escena se dirige hacia el estudiante se sienta a su lado y le dice:	Ambiente
4	Árboles, cancha de fútbol	<p>Cano el curioso: ¿sabes? Conozco un amigo que un día todo lo despreciaban y rechazaban. Fue un hombre que sufrió el dolor y experimentó mucho sufrimiento. Quizás en ese momento se sintió solo.</p> <p>Joven A dice: yo conozco ese amigo...</p> <p>Cano el curioso: ¿sabes que tienes que hacer?</p>	Ambiente
5	Cafetería, niños alrededor, mesas de cafetería.	<p>El joven se va acercando lentamente hacia la mesa donde estaban aquellos jóvenes, y en su mano, una bandeja con (dos jugos, dos sándwich) y les dije: Joven A: hola...</p> <p>Joven B: ¿qué quieres?</p> <p>Joven A: les traje merienda para que compartamos Joven B y C con cara de sorprendidos mirándose el uno al otro le preguntan: ¿en serio? ¿Estás bien?</p> <p>(empiezan a comer y a sonreír juntos fin de la escena)</p>	La que el editor tenga apropiada para el momento
6	Pantalla negra, versículo	<p>Se presenta el siguiente versículo</p> <p>“la blanda respuesta quita la ira; más la palabra áspera hace subir el furor. ”</p> <p>proverbios 15:1</p>	La que el editor tenga apropiada para el momento.

7	Árbol, cancha de fútbol	Los jóvenes compartiendo juntos	"Amigos" de Alex campos
---	-------------------------	---------------------------------	-------------------------

Guion Paz Social

Mientras **Cano** el curioso camina por la calle, se le presentan 2 escenas de injusticia social y al llegar al final de la calle encuentra un letrero que dice: Justicia **social una forma de dar paz.**

Hay un grupo de 3 hombres jornaleros realizando trabajo pesado (cargando materiales) y entre ellos hay un niño de aproximadamente 10 a 14 años, que sería el 4 participante. Este realiza las mismas actividades que el resto de jornaleros, mientras Cano pasa por la calle observa cómo los hombres trabajan y su mirada se detiene en aquel niño que trabaja al igual que los demás, llega la hora del pago del día laborado. Ingresa el jefe, un hombre muy bien vestido y los empleados realizan una fila automáticamente. Sin cruzar palabras el hombre empieza a dar de 30.000 mil pesos a cada uno de ellos, al llegar el niño el hombre saca 5 billetes de 2000 pesos y le entrega estos, de una forma déspota y con una mirada intimidante. El niño intenta hacer reclamo después de contar la cantidad, pero el hombre con la mirada muestra total indiferencia y da media vuelta para irse.

Cano observa la escena y continúa caminando, como es curioso, observa todo cuanto pasa y las injusticias que hay, su rostro se entristece pero sigue su camino. Dando unos pasos adelante y al lado contrario de la calle contempla su segunda escena. Un grupo de

campesinos indígenas está en la acera con unos niños en brazos, se observa la pobreza que tienen, Cano se detiene a mirar la escena mientras pasa mucha gente por el lugar, gente bien vestida, otros casual pero todos al pasar por el lugar de forma indiferente y con rechazo reaccionan a lo acontecido. Luego un equipo de seguridad se acerca y despoja a los indígenas del lugar, el rostro de Cano se entristece, sin embargo siente la impotencia de no poder hacer nada, continua caminando con miles de interrogantes ya casi al final de la calle aparece un letrero el cual Cano se detiene a mirar fijamente. Con este letrero en frente se cierra la escena.

De fondo suena esta música

<https://www.youtube.com/watch?v=7QTBGYt2T0A>

La parte fuerte está en los momentos de agresividad de parte de los superiores.

Tabla 5 *Manejo de cámaras*

No. De plano	Tiempo aproximado	Lo que se vera	Plano	Punto de vista	Cámara	Audio
	5 segundo	Caminando por la calle	General		Fija	
	2 segundos	Cano se detiene		Enfoque	Se convierte en la mira de cano	
Cambio de escena						
	15 segundo	Jornaleros	General			

	10	Entrada del jefe y fila de pago	Primer plano	Enfoque	Cámara con mirada de cada empleado	
	5 segundos	Momento de pago del niño	Primer plano	Enfoque	Toma los dos	
Cambio de escena regresa a Cano						
	3segundos	Cano observando	Primer plano	enfoque	Toma rostro de cano	
	3 segundos	Cano sigue caminando	General	Normal	fija	
Cambio de escena segundo caso						
	2 segundos	Cano se detiene y contempla la otra escena	Primer plano	Enfoque	Mirada de Cano	
	10 segundos	Indígenas mendigando, transeúntes indiferentes	General	Normal	Fija	
	5 segundos	Desalojo de los indígenas	Primer plano rotando entre los de seguridad y los indígenas	enfoque	Cámara móvil	

	3 segundos	La cámara regresa a Cano donde mira todo esto	Primer plano	Enfoque	Cámara fija	
	4 segundo	Cano sigue caminando	General	Normal	fija	
	2 segundos	Mural	Primer plano	Enfoque	Mirada de cano	

Guion Paz y el Medio Ambiente

Tabla 6 *Guion Tema 5: Paz y Medio Ambiente*

		IMAGEN				AUDIO	
N° de plano	Tiempo aprox.	Lo Que se Verá	Plano	Punto de vista	cámara	Sonido ambiente, música o diálogo donde se indique	
		Secuencia 1					
1	15 Seg.	Cano el curioso está haciendo un hueco para plantar una planta.	General	enfoco	Fija	Introducción del tema con alguna música de fondo.	
2	30 Seg.	Pasan Dos personas concentradas en su Smartphone y tiran un papel.	Primer plano	normal	Fija	Personaje 1: ¿Ya te llego el mensaje? Personaje 2: No, no me ha llegado.	
		Secuencia 2					
1	40 Seg.	Cano se da cuenta y les hace	General	Enfoque	fija	Mensaje de reprensión	

		una reprensión y los hace reflexionar.				
1	15 Seg	Los dos personajes siguen de largo y tiran los papeles en una caneca de basura. Y Cano hace una cara de gratitud o afirmación.	General	Normal	Fija	No hay diálogo
1	15 Seg	Las dos personas vienen de regreso y encuentran que Cano ya termino el hueco y juntos ponen la planta en él.	General	Enfoque	Fija	No hay diálogo
	5 Seg	Un mensaje final.				A medida que la tecnología avanza, también lo hace la destrucción ambiental y algunos jóvenes no son conscientes de la realidad que les rodea, el internet puede ser un facilitador de información pero también un distractor seguro.

Dialogo del Guión Paz y Medio Ambiente

Personaje 1: ¿Ya te llegó el mensaje?

Personaje 2: No, no me ha llegado

Cano el curioso: Hoy en día encontramos que el medio ambiente esta devastado porque todos somos contaminadores activos o pasivos, y depende de nosotros aminorar o incrementar ese impacto negativo que causamos en el medio ambiente. El respeto por el medio ambiente es una manifestación de nuestro amor hacia Dios y hacia el prójimo, se honra a Dios cuidando lo que Él ha creado y se respeta al prójimo al no destruir el patrimonio ambiental común.

Mensaje al final: A medida que la tecnología avanza, también lo hace la destrucción ambiental y algunos jóvenes no son conscientes de la realidad que les rodea, el internet puede ser un facilitador de información pero también un distractor y un peligro seguro.

Guion Tema 6: Paz de Dios

Narrativa del guion Historia de Paz Escrita con Sangre

Primera Escena

En un pequeño parque bajo el frío de la noche un hombre con su familia se encuentran conversando en una de las viejas sillas. Después de un tiempo de conversación el hombre y su hijo de apenas 13 años de edad empezaron una leve discusión que seguía más y más. Mientras la discusión avanzaba el padre termina golpeando a su hijo en la cara.

Segunda Escena

De regreso a casa mientras el hijo avanzaba delante de la pareja debido a la discusión, pasando por un lugar solitario y llegando a un viejo parqueadero un delincuente salió y acabó con la vida del joven.

Mientras el delincuente huye los padres corren hacia el cuerpo de su hijo tendido en el suelo dándose cuenta que la vida de su hijo había terminado y de rodillas lloran junto a su cuerpo, mientras la madre reprocha su esposo por haber discutido con él, insistiéndole que por culpa suya habían asesinado a su hijo.

Tercera Escena

Durante mucho tiempo y noche tras noche el padre sin poder dormir recuerda la escena con su hijo y su corazón se llena de rabia y rencor contra aquel delincuente.

Nunca piensa perdonar al hombre que acabó con la vida de su hijo, pero además de eso el dolor los invade al saber que minutos antes de la partida de su hijo habían discutido con él.

Cuarta Escena

Al pasar el tiempo y con el dolor en sus corazones aquella familia conoce a Dios y le entregan su vida a Él pero aún el dolor permanecían sus corazones.

Quinta Escena

Se estaban realizando una serie de conferencias evangelistas en su iglesia y aquel pastor noche tras noche predicaba del amor de Dios al entregar su vida en la cruz del Calvario, además de hablar del perdón que él nos ofrece y que nosotros debemos ofrecer a los demás.

Una de las noches mientras el pastor predicaba empezó a leer el texto de Isaías 53 aquel que dice: “Despreciado y desechado entre los hombres varón de dolores y experimentado en quebranto y como escondimos del rostro fue menospreciado y no le estimamos pero ciertamente el llevó nuestras enfermedades y sufrió nuestros dolores y nosotros le tuvimos por azotado por herido de Dios y abatido más él fue herido por nuestras rebeliones y molido por nuestros pecados el castigo de nuestra Paz fue sobre él y por su llaga fuimos nosotros curados todos nos descarriamos como ovejas cada cual se apartó por su camino más Jehová cargo en él el pecado de todos nosotros”

Después de haber leído el texto en la pantalla grande que había en la iglesia aparece el video de la muerte de Cristo. Inmediatamente aquel hombre empieza a recordar las escenas de su hijo y mientras el pastor habla del perdón su corazón se llena de remordimiento al recordarlo.

En ese mismo instante el pastor hace un llamado para aquellos que quieren empezar una vida nueva y encontrarse con Jesús aceptando su sacrificio y su sangre como un requisito para alcanzar la vida eterna y la felicidad.

En medio de la multitud un hombre se pone en pie y caminó hacia el altar. En ese momento la mirada del Padre Se enfocó sobre el hombre que evidentemente era aquel que había acabado con la vida de su hijo, quién Llorando se arrodilla frente al altar pidiendo perdón a Dios por lo que había cometido y aceptando a Cristo como su salvador personal. El hombre allí de pie en el altar reconoce aquella familia y con dolor en su corazón rompe en llanto y se dirige hacia el padre.

Al llegar frente a él lo abraza y llorando le pide perdón. El padre no sabe aún que hacer pero después de algunos minutos de conmoción el padre decide perdonarlo. La iglesia se pone en pie y todos lloran conmovidos.

6 Escena

Años más tarde el padre enferma gravemente y al llegar para ser atendido en el hospital se encuentra con la sorpresa de que el joven doctor que le atiende amablemente era aquel joven que él había decidido perdonar.

El perdón cambia la vida de las personas y cuando aprendemos a perdonar aprendemos a ser felices sí Jesús nos perdonó por qué no hacer nosotros lo mismo con los demás.

Tabla 7 Guion Tema 6: La Paz de Dios

Escena	Escenografía	Emociones	Actuación
1	Un pequeño parque con una vieja silla cerca de un árbol.	<ul style="list-style-type: none"> - Rabia del padre y el joven al discutir. - Desconcierto y dolor de la madre. 	<p>Los personajes hacen señas que demuestran que están hablando.</p> <p>Luego el padre y el hijo se levantan de la silla y empiezan a mover sus brazos en señal de discusión, luego el padre enfadado da una cachetada al joven.</p>
2	Una calle desolada y un Viejo parqueadero.	<ul style="list-style-type: none"> - El joven camina enfadado. - llanto desesperado del padre y la madre. 	<ul style="list-style-type: none"> - El joven va delante de los padres con su cabeza abajo, pateando una pequeña botella de plástico que estaba en el piso. - El ladrón sale corriendo y trata de robar al joven y forcejean los dos hasta que termina disparando un arma, mientras el joven cae al piso. - los padres corren desesperadamente hasta el cuerpo de su hijo, mientras dirigen su Mirada al delincuente pudiendo ver su rostro. Caen de rodillas y rompen en llanto.

3	Una casa con pasillo y una mecedora.	Reflejo de dolor y rabia del padre.	El padre sale al pasillo pensativo y con rostro de dolor, golpea la pared y después de mirar el cielo se sienta en la mecedora. Empieza a pasar la escena de la muerte de su hijo por su mente y el rostro del delincuente, además la escena de la discusión con su hijo.
4	Una iglesia	Felicidad de los dos	Se ven el padre y la madre bien vestidos con la biblia bajo el brazo, mientras entran a la iglesia y son saludados en la puerta, mientras sonríen.
5	Una iglesia en un culto	<p>- El joven llorando pasa al frente.</p> <p>- El padre al recordar lo de su hijo demuestra dolor y rabia. Luego cuando el joven le pide perdón demuestra un poco de indiferencia y rabia, pero al final rompe en llanto al perdonarlo.</p>	<p>Se ve a un hombre predicando y en ese momento lee el texto de Isaías 53. Con voz fuerte y con pasión de una manera sentimental.</p> <p>Luego suena la música y se enfoca la cámara en el joven delincuente sentado en una de las últimas bancas de la iglesia. Quien demuestra conmoción.</p> <p>Luego aparece en la pantalla el video de la muerte de cristo y vuelve a sonar la música mientras el hombre empieza a recordar la muerte de su hijo.</p> <p>El pastor hace la mímica invitando a la congregación a pasar al frente, mientras en medio de la congregación pasa aquel joven hasta el altar envuelto en lágrimas y se arrodilla cerca del altar. Después de un momento el pastor lo levanta y el voltea a mirar la congregación, viendo a la familia de aquel joven a quien había asesinado.</p> <p>El padre con un rostro de sorpresa y de rabia reconoce a aquel joven inmediatamente. Mientras este joven rompe en lágrimas y se dirige hacia él.</p> <p>El joven se acerca para darle un abrazo en señal de perdón. El padre durante un momento lo mira con rechazo pero luego rompe en lágrimas y se lanza sobre el a abrazarlo en señal de</p>

			perdón. La iglesia se pone en pie y todos lloran conmovidos.
6	En una habitación de hospital.	Enfermedad grave del padre. Felicidad tanto del padre como del joven, además ambos lloran al verse de nuevo	Se escucha el sonido de una ambulancia mientras se ven las luces de la misma. Doctores y enfermeras corren por el pasillo con la Camilla del padre. En la habitación del hospital se ve como corren de lado a lado mientras se ve el rostro de agonía del padre. Luego entra el doctor quien es el joven aquel delincuente mientras la sorpresa y la lagrima de ambos se ven. Luego se ve al hombre bien dares un abrazo con el doctor, mientras salen de la habitación.

Música y video del guion Paz de Dios.

<https://www.youtube.com/watch?v=OGvd6Pmn5WA> para la música en las escenas tristes.

<https://www.youtube.com/watch?v=IX3DGr28PE> para las demás escenas.

<https://www.youtube.com/watch?v=-y8YVvQ4jAo> se muestra una pequeña parte del momento en que es golpeado.

Medición de Impacto en Redes Sociales

Las diferentes redes sociales ofrecen servicios en los que el administrador del sitio puede consultar la manera como se están moviendo los diferentes contenidos en términos de la audiencia. A continuación, se describen los principales indicadores que tendrá en cuenta la campaña para evaluar su impacto.

❖ Indicadores en Facebook

Los indicadores a evaluar en Facebook se pueden dividir en dos tipos:

- a) **Análisis de Usuarios:** se puede saber el tamaño y las características demográficas de la audiencia, como el número de fans o seguidores de la página, usuarios activos, edad, lugar o país de residencia.
- b) **Análisis de Interacciones:** se puede ver qué tipo de interacciones tiene el contenido que se publica en el muro o línea de tiempo de la organización, tales como “Me Gusta” de cada publicación, comentarios, impresiones, como también la actividad diaria de la página con las menciones, discusiones.

❖ Indicadores en Twitter

Resumen de la cuenta de Twitter: Una vez se entre en Twitter Analytics, aparece un pequeño resumen de la cuenta de los últimos 28 días. En él que se puede ver las siguientes estadísticas:

- *Tweets realizados:* número de tweets enviados.
- *Impresiones de los tweets:* alcance de los tweets o número de personas que han visto pasar por su timeline alguno de tus tweets.
- *Visitas a tu perfil de Twitter:* número de personas que han entrado en tu perfil de Twitter.
- *Menciones:* número de menciones (@usuario) que has recibido.

- *Seguidores*: número seguidores de tu cuenta de Twitter.
- *Tweets con enlaces al perfil*: número de tweets que incluyen una mención o redirigen hacia tu perfil.

Esta sección sirve para conseguir tener una visión general de todas las estadísticas. Además, se puede ver una comparativa con los 28 días anteriores en porcentajes, que aparecerán al lado de cada una de las métricas.

También se pueden ver datos interesantes como el tweet que más éxito ha tenido según la tasa de interacción o alcance, el tweet en el que aparecemos mencionados que más éxito ha tenido y nuestro seguidor más importante o influyente.

Finalmente, si se sigue haciendo scroll hacia abajo se verá un resumen estadístico de todos los meses anteriores. Tan solo aparecerá este histórico a partir del mes en el que se active Twitter Analytics.

❖ **Indicadores de YouTube**

- a) Número de reproducciones del video,
- b) Número de contenido compartido,
- c) Número de seguidores suscritos,
- d) Duración media de los videos

YouTube entrega un informe detallado de los últimos 28 días.

❖ **Indicadores del Blog**

Los indicadores a evaluar en el blog se miden mediante el tráfico de los usuarios del último día, de ayer, del último mes y de todo el periodo.

❖ **Indicadores de WhatsApp**

En WhatsApp no existen indicadores a evaluar.

Estadísticas y Análisis de Ejecución de la Experiencia

En el capítulo se exponen las estadísticas obtenidas de las diferentes redes sociales, en las que se reflejan los resultados logrados luego de que se llevara a cabo la campaña que se propone en este proyecto de grado. Es importante aclarar que estos resultados no son definitivos, sino parciales ya que la campaña aún está desarrollándose. Estos datos obtenidos y su respectivo análisis son de suma importancia, ya que los mismos permiten evaluar la efectividad de la campaña (sus contenidos y formas de difusión), y en consecuencia planear el rumbo de los contenidos que se quieren seguir produciendo con la finalidad de alcanzar cada vez a más personas y llevarles el mensaje de esperanza, buscando que la campaña sea más efectiva..

Se analizarán en primera instancia las estadísticas arrojadas por Facebook y YouTube Analytics de los avances de la página y de sus contenidos, con sus respectivos comentarios, y luego se presentará un análisis general de los resultados obtenidos.

Grafica 2 *Estadísticas y Análisis en Facebook.*

Me gusta página



Se puede observar una variación importante el 18 de septiembre del 2016, día que corresponde al lanzamiento del primer video. Durante los demás períodos de días se nota un balance positivo en “likes” recibidos por la página; corresponden a los días en los que se compartieron imágenes.

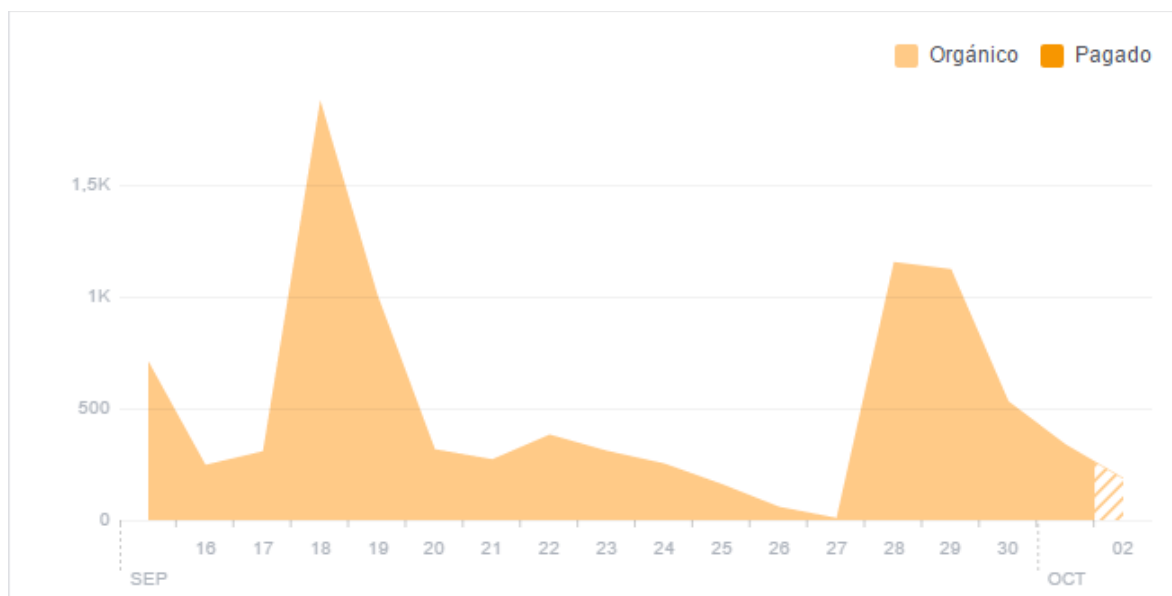
Grafica 3 *No me gusta de la página.*



La página no ha experimentado pérdida de seguidores, ningún internauta ha ocultado las publicaciones ni las ha denunciado como spam.

Las estadísticas muestran a una comunidad que se siente a gusto con el contenido que ve, no le parece ofensivo, discriminatorio ni acorde al contenido que esperan de la página.

Grafica 4 Alcance.



Para llegar a la comunidad que usa Facebook, existen dos métodos específicos: Método orgánico y método pagado. La gráfica muestra que para el incremento de seguidores y likes de la página no se ha utilizado ningún método pago.

Se pueden observar dos variaciones del alcance de la publicación en los días 18 y 28 de septiembre teniendo picos altos superando las mil personas alcanzadas y corresponden a los días en que se compartieron videos cortos.

Grafica 5 Reacciones.



El 18 de septiembre se nota que de más de 1.500 personas que observaron las publicaciones de la página, cerca de 150 personas tuvieron reacciones, cerca de 50 más comentaron las publicaciones y una menor parte compartió la publicación.

El 28 y 29 de septiembre hubo un incremento significativo en cuanto a reacciones, comentarios y contenido compartido sobrepasando entre los dos días a la lograda el 18 de septiembre.

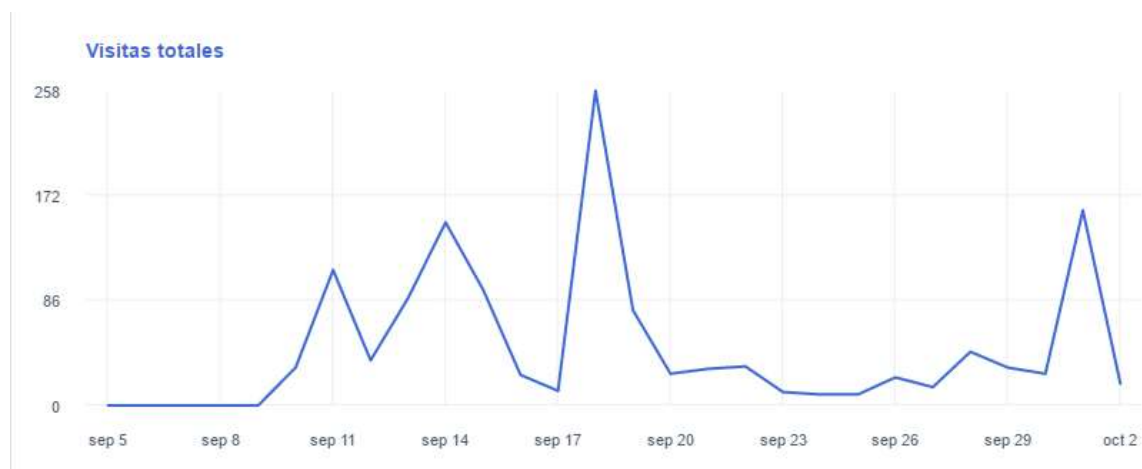
Podemos inferir entonces, la audiencia no solo estuvo pendiente el día de la publicación sino que visitaron la cuenta al día siguiente, esto a su vez nos permite concluir que en la medida que el proyecto avanza, los seguidores son más constantes.

Grafica 6 *Me gustas de las publicaciones*



En menos de un mes desde la creación de la página y la primera publicación, se ha logrado cerca de 1.500 reacciones, siendo la más destacada el me gusta ocupando casi que el 100 por ciento.

Grafica 7 *Visitas*



Se puede notar un incremento significativo en el día 18 de septiembre debido a que en la fecha se realizó la promoción de la página.

Grafica 8 Publicaciones.

Buscar... 

Alcance: orgánico/pagado 

 Clics en publicaciones
  Me gusta, comentarios y veces que se ha compartido

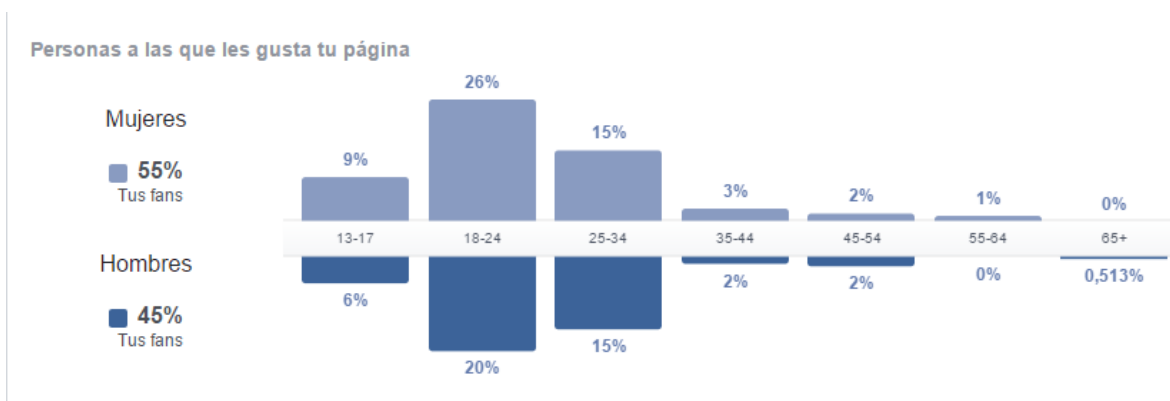
Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción
01/10/2016 13:39	 Una de las acciones que podemos hacer para nuestras vidas aunque difícil pa			307 	19 25 
29/09/2016 14:23	 ¡Buena tarde! No olvides que Dios tiene muchas promesas para nosotros :) ¡c			322 	12 26 
28/09/2016 19:26	 #FrasesDePaz			492 	19 42 
28/09/2016 11:50	 #AlguienDijoPaz			2K 	408 99 
23/09/2016 18:21	 ¡Una buena forma de empezar este sábado es permitiendo que el Dios de paz			239 	21 27 
22/09/2016 18:04	 Nunca olvides el poder de un abrazo. #AccionesDePaz			265 	13 27 
21/09/2016 19:26	 #FrasesDePaz			593 	39 52 
20/09/2016 8:07	 Comparte hoy una promesa de paz con aquellos que necesiten paz familiar. #P			283 	22 32 
19/09/2016 7:57	 ¡Buen día! No olvides leer nuestro artículo de la semana.. :) Paz interior! Entra			35 	1 18 
18/09/2016 14:26	 El conflicto en el mundo ha traído consecuencias nefastas para nuestras vida			2,5K 	377 150 
18/09/2016 8:07	 Disfruta de un artículo fascinante acerca de la paz interior, comparte con otros			434 	16 64 
17/09/2016 17:30	 Se oculta el sol y una nueva semana comienza, sin embargo no olvides que "s			543 	32 52 
15/09/2016 18:17	 La imagen más bonita que nos dejó este día! Comparte, hubo alguien que pro			258 	33 44 
15/09/2016 13:51	 ¡Se tú el primero! #AccionesDePaz			369 	29 45 
15/09/2016 11:42	 "Los cielos proclaman la gloria de Dios, y la expansión anuncia la obra de sus			277 	23 42 
14/09/2016 16:14	 #FrasesDePaz			730 	42 67 
14/09/2016 15:51	 Disfruta de este video promocional y compártelo con tus conocidos y amigos! #			94 	15 23 

13/09/2016 8:16	 Comparte hoy una promesa de paz con aquellos que necesiten paz interior. #Pr			676 	43  69 
10/09/2016 15:19	 #AlguienDijoPaz #UNAC			346 	16  43 
10/09/2016 15:16	 Foto de portada de Alguien dijo Paz			38 	26  22 
10/09/2016 15:15	 Alguien dijo Paz			44 	18  28 

Las publicaciones con mayor incremento en visualizaciones y reacciones pertenecen en primer lugar a los videos y a las frases de paz.

Las visualizaciones están acordes al número de seguidores de la página, aunque no todos los que miran las publicaciones reaccionan frente a ellas.

Grafica 9 Estadísticas de personas



El género de personas a las que les gusta la página está básicamente repartido por igual entre hombres y mujeres.

La población a quien se impacta con mayor facilidad comprende entre los 18 a 34 años copando entre ellas el 35% de la población en general.

Estadísticas y Análisis en YouTube.

Los datos que se analizarán a continuación fueron obtenidos por medio de YouTube Analytics, el sistema de informes interactivo de YouTube, el día 5 de octubre de 2016. Como se mencionó anteriormente, éstos no se constituyen como los datos finales, dado que la campaña aún continúa en curso.

Grafica 10 Número de reproducciones del video, duración media de las reproducciones (Video 1).



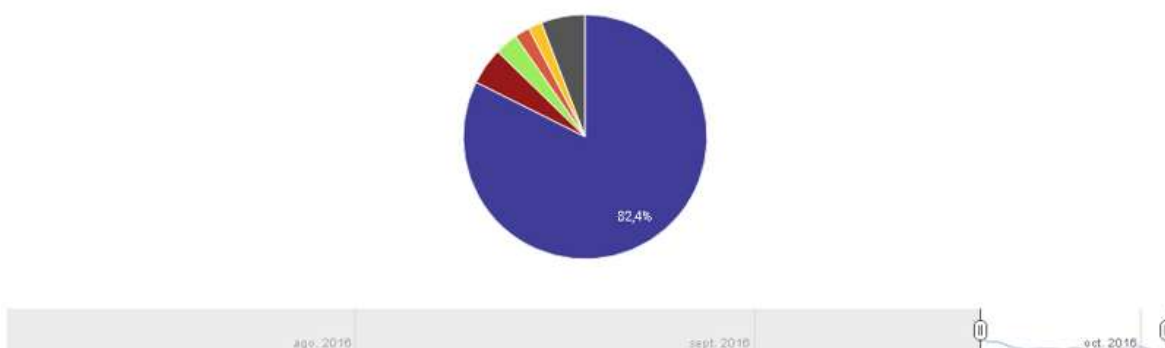
La gráfica (11) presenta el tiempo de visualización, la duración media de las reproducciones y el número de visualizaciones. Según YouTube Analytics, el tiempo de reproducción permite ver la cantidad de tiempo durante la que un espectador reprodujo el video, lo que brinda la oportunidad de tener una idea del tipo de contenido que los espectadores realmente miran, en comparación con los videos en los que hacen clic y luego lo abandonan. Como se puede observar en la gráfica, la duración media de las reproducciones de este primer video de la campaña fue de un minuto, diecinueve segundos, lo que permite pensar, tomando en cuenta que el video tiene una duración total de dos minutos, veintiocho segundos, que el contenido del video atrajo considerablemente la atención de los espectadores, pero no lo suficiente para comprometerlos hasta el final del mismo.

Grafica 11 *Contenido compartido (Video 1).*



Como se puede observar en la gráfica (12), el video tuvo una difusión notablemente baja, considerando que solo fue compartido 5 veces. Esto podría deberse a que el contenido compartido en el mismo no resultó de interés para el público, sin embargo, cabría señalar que este video fue publicado en los días iniciales de promoción de la página, por lo que el número de seguidores suscritos era aún muy bajo.

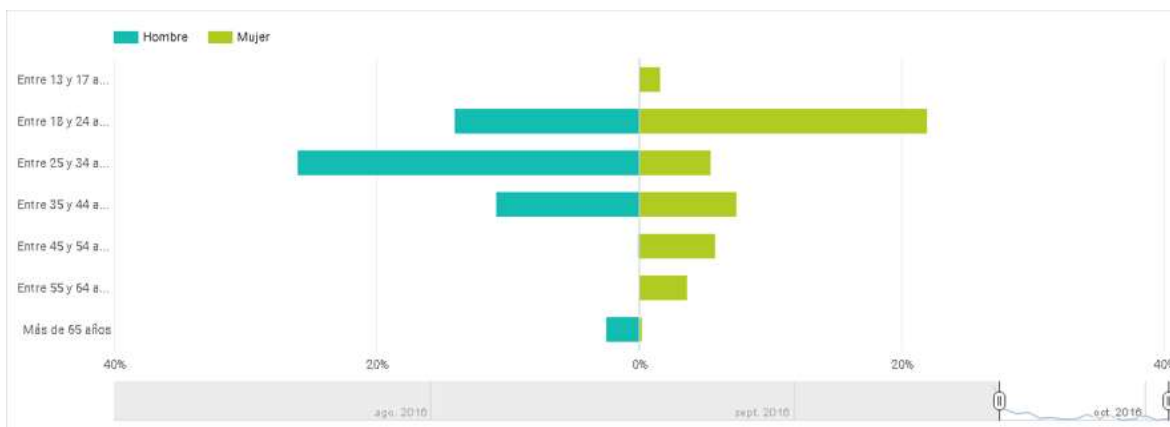
Grafica 12 *Datos demográficos de la audiencia (Video 1).*



Área geográfica	Tiempo de visualización (minutos)	Visualizaciones	Duración media de los videos	Porcentaje media
Colombia	255 (82%)	156 (79%)	1:23	56%
Región desconocida	15 (4,9%)	9 (3,8%)	1:42	49%
Estados Unidos	10 (3,1%)	9 (3,8%)	1:04	43%
México	6 (2,0%)	6 (3,4%)	0:47	32%
Venezuela	6 (1,8%)	4 (1,7%)	1:25	57%
Chile	5 (1,6%)	4 (1,7%)	1:14	50%
Panamá	3 (1,1%)	3 (1,3%)	1:07	46%
España	3 (0,9%)	3 (1,3%)	0:58	36%
Perú	2 (0,6%)	1 (0,4%)	2:28	99%
Estados	1 (0,3%)	1 (0,4%)	1:26	58%
Argentina	1 (0,3%)	1 (0,4%)	1:15	50%
Aruba	1 (0,3%)	2 (0,8%)	0:20	14%
Bolivia	1 (0,3%)	1 (0,4%)	0:45	27%
República Dominicana	1 (0,3%)	2 (0,8%)	0:18	12%
Paraguay	0 (0,1%)	1 (0,4%)	0:12	8,1%
Guadalupe	0 (0,0%)	1 (0,4%)	0:04	2,7%

Como puede observarse en la gráfica (13), Colombia es el país en el que mayor número de visualizaciones tuvo este video de la campaña (con el 79% de las visualizaciones), seguido por Estados Unidos (3,1%), México (2%) y Venezuela (1,8%). Si bien la difusión que tuvo el video en otros países diferentes a Colombia fue considerablemente baja, el hecho de que su alcance superara las fronteras de su país de origen nos refuerza la idea del poder que tienen las redes sociales para la propagación de los mensajes. Además, cabe resaltar que los países en que más visualizaciones tuvieron el video son en su mayoría hispanohablantes.

Grafica 13 Interacción Entre Género y Edades



Como se puede observar en la gráfica (14), el 86% de los minutos reproducidos fueron visualizados por una audiencia cuya edad está comprendida entre los 18 y 44 años.

Grafica 14 Número de reproducciones del video, duración media de las reproducciones (Video 2).



Se destaca que la duración media del video no sobrepasa los dos minutos, lo que nos permite inferir que el contenido presentado no fue del todo llamativo para los internautas.

Grafica 15 Contenido compartido (Video 2).



Grafica 16 Datos demográficos de la audiencia (Video 2).

Geografía	Tiempo de visualización (minutos)	Visualizaciones	Retenido (media de las visualizaciones)	Porcentaje (media de visualizaciones)
Colombia	422 (100%)	233 (100%)	1:07	40%
Región desconocida II	89 (10%)	3 (10%)	0:59	72%
Estados Unidos	8 (10%)	9 (10%)	0:05	21%
México	6 (10%)	5 (10%)	1:12	20%
Paraná	5 (10%)	3 (10%)	1:09	42%
Bolivia	4 (10%)	2 (10%)	2:14	51%
Venezuela	4 (10%)	1 (10%)	4:22	100%
Argentina	4 (10%)	1 (10%)	4:22	100%
España	4 (10%)	1 (10%)	4:21	91%
Perú	3 (10%)	4 (10%)	0:46	10%
Costa Rica	0 (10%)	1 (10%)	0:25	71%
Quintana Roo	0 (10%)	1 (10%)	0:05	11%

El país que más visualizaciones otorgó fue Colombia y se logró llegar a 12 países incluyendo a una región desconocida.

Grafica 17 Interacción Entre Género y Edades. (Video 2)



La edad promedio de visualizaciones al video fue de entre los 18 a los 35 años, siendo más participativo el género masculino.

Resultados de Twitter

Al momento de la presentación de los resultados de este proyecto, las estadísticas alcanzadas por medio de la cuenta creada en Twitter para promover la campaña por esa red social, no fueron las esperadas. Con escasos dos seguidores, los alcances conseguidos por medio de esta red social no se comparan con los obtenidos a través de Facebook y YouTube, por esto es menester realizar un análisis del porqué de estos resultados.

Cabría pensar que no se realizó una adecuada difusión de la cuenta, o bien los contenidos que se promovían a través de la campaña propuesta no se supieron adaptar a esta red social, es necesario ahondar en esto debido a la complejidad de la misma. Está previsto el acondicionamiento del material para su difusión a través de Twitter, para que de esta forma sirva como un medio más para la transmisión a cada vez más personas el mensaje de paz y esperanza.

Estadísticas y Datos del Blog

Grafica 18 Estadísticas del artículo *La paz interior*



Como puede observarse en la gráfica (19), el primer artículo publicado en el blog “Alguien dijo Paz” atrajo la atención de 329 personas que por el mismo visitaron la página.

Grafica 19 Países

Visitas a la página por países

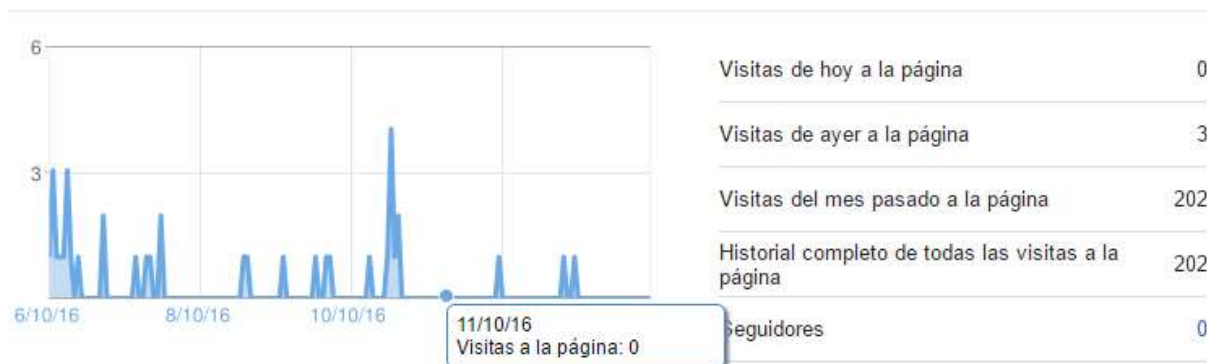


Entrada	Visitas a la página
Colombia	59
Estados Unidos	23
Irlanda	8
Francia	3
España	1
Italia	1

Como puede observarse en la gráfica (20), Colombia es el país en el que mayor número de visitas tuvo este artículo de la campaña (con 59 de las visitas), seguido por Estados Unidos (23 visitas), Irlanda (8 visitas) y Francia (3 visitas). Si bien el alcance que tuvo el artículo en otros países diferentes a Colombia fue considerablemente baja, como se señaló con las estadísticas de

los videos, el hecho de que su alcance superara las fronteras de su país de origen nos refuerza la idea del poder que tienen las redes sociales para la propagación de los mensajes.

Grafica 20 Estadísticas del artículo *La paz en la familia*



Como puede observarse en la gráfica (21), el segundo artículo publicado en el blog “Alguien dijo Paz” atrajo la atención de 202 personas que por el mismo visitaron la página.

Visitas a la página por países



Entrada	Visitas a la página
Colombia	28
Brasil	1
España	1
Italia	1

Como puede observarse en la gráfica (22), Colombia es el país en el que mayor número de visitas tuvo este artículo de la campaña con 28 de las visitas, seguido por Brasil, España e Italia,

con una visita cada uno. Dado estas estadísticas, se puede señalar que este artículo resultó de menor interés para la audiencia, en comparación con el segundo artículo, cabe esperar a tener los resultados de los demás artículos pensados para la campaña de forma de saber si estos resultados son efecto de una baja de interés por el proyecto o porque el tema abordado en el artículo no resultó de interés.

Conclusiones

Este capítulo presenta las conclusiones finales del trabajo una vez definida y puesta en marcha la campaña Alguien Dijo Paz. El capítulo está estructurado en tres secciones importantes: En la primera sección se hace un análisis de lo planeado versus lo ejecutado; en la segunda sección se analiza las características principales de una campaña tradicional y de una campaña en redes sociales y la manera como éstas pueden integrarse; en la tercera sección se presentan las lecciones aprendidas por parte de los autores del trabajo que van a ser de utilidad para el ministerio pastoral y algunas recomendaciones para dar continuidad al trabajo.

Planeado vs Ejecutado

De acuerdo a lo planeado en el capítulo tres, y lo que se llevó a la ejecución y cuyos resultados se encuentran analizados en el capítulo cuatro, se puede concluir que:

- ❖ Es un proyecto de carácter interdisciplinario que requiere una buena interacción entre las diferentes disciplinas. La interacción más importante es con el personal técnico de comunicaciones a través del guion técnico, tratando de buscar que al final se llegue a un acuerdo entre los participantes acerca de lo que finalmente va a quedar en escena.
- ❖ Por cuestiones de tiempo no fue posible realizar la sensibilización en algunas iglesias.
- ❖ Por causas externas al proyecto no se hizo el lanzamiento del proyecto con el alcance y la calidad que se había previsto.
- ❖ En la planeación y la producción de los videos se debe considerar:
 - La realización de un casting de las personas que van a participar en las diferentes escenas
 - Que el mensaje sea claro. Se considera que los mensajes de los videos 1 y 2 no quedaron totalmente claros para la audiencia y se apartaron un poco del guion técnico definido inicialmente.

- Darle mayor protagonismo al personaje central (Kano el curioso). Se había previsto inicialmente darle fuerza al personaje, pero en el momento de grabación de las escenas esto no fue posible.
- ❖ Se debe contar con un grupo de apoyo calificado en la grabación, diseño, redacción de guiones, revisión final del producto.
- ❖ Es necesario ejecutar una campaña publicitaria previa y durante el lanzamiento que genere mayor impacto en la comunidad, se pueden utilizar pendones, publicidad en las iglesias, camisetas o gorras alusivas al proyecto.
- ❖ Se debe mantener un plan alterno que permita ejecutar los contenidos en los tiempos propuestos, debido a que se pueden presentar en el desarrollo de proyectos como este, problemas de logística que no permiten una ejecución plena de lo planificado.

Campaña Tradicional vs Campaña en Red Social

Comparando una campaña evangelista tradicional con una campaña a través de las redes sociales, se llegan a las siguientes conclusiones.

Ventajas de la campaña en red social:

- ❖ La campaña a través de redes sociales tiene mayor alcance geográfico llegando a cualquier persona que tenga una red social activa.
- ❖ Permanece durante un tiempo indefinido y no requiere horarios ni desplazamientos a lugares específicos.
- ❖ La campaña a través de redes sociales es un buen mecanismo para captar la atención de la juventud siendo estos los de mayor actividad cibernética.

Ventajas campaña tradicional:

- ❖ Se puede hacer un trabajo personalizado.
- ❖ Son a corto plazo y los resultados pueden evaluarse rápidamente.
- ❖ Se trabaja para una comunidad específica, esto facilita la identificación de las necesidades.

Lecciones Aprendidas

Durante el desarrollo de esta campaña evangelista, identificamos lecciones prácticas que ayudan a fortalecer nuestra experiencia ministerial tales como:

- ❖ Las redes sociales son un mecanismo efectivo para captar la atención de los jóvenes.
- ❖ No subestimar los esfuerzos en la realización de las piezas digitales, especialmente los Videos. Es muy importante que el guion técnico vaya evolucionando a medida que se discute el contenido del video para que finalmente represente el acuerdo entre las partes.
- ❖ La importancia de escribir para públicos el público en general.
- ❖ Las estadísticas que emiten las redes sociales son un instrumento valioso para hacer seguimiento de la campaña.
- ❖ Importante definir responsables para los diferentes roles de la campaña.
- ❖ Importante la definición de los horarios en los que se publican los contenidos.
- ❖ Las redes sociales son un excelente campo misionero y debe ser integrado en el ministerio pastoral.

Una Campaña Tradicional Puede Integrarse Con Una Campaña en Redes Sociales

- ❖ Como parte de la fase de preparación de terreno.
- ❖ Como una manera de hacer publicidad para un evento presencial.
- ❖ Como una forma de mantener el interés de la audiencia luego de una campaña tradicional.

Continuidad

Como equipo de investigación estamos dispuestos a darle continuidad a este proyecto:

- ❖ Preparando material para la página.
- ❖ Vinculando otros colaboradores para que produzcan contenidos.

- Es importante la vinculación del área de Proyección Social tanto de la Facultad de Teología como de la Facultad de Ingeniería para promover y dinamizar esta campaña.

Proponemos promover la creación de un semillero de investigación dentro de la facultad, que motive y capacite sobre el uso de las redes sociales para fines evangelísticos.

Referencias

Asociación Americana de Psicología (APA). (s.f.). Cómo los padres, maestros y niños pueden evitar la intimidación o acoso escolar.

Cepeda-Cuervo, E., Pacheco-Durán, P. N., García-Barco, L., & Piraquive-Peña, C. J. (Septiembre de 2008). Acoso Escolar a Estudiantes de Educación Básica y Media. *Revista de Salud Pública*(4), 517-528.

Ley 1620 de 2013. (15 de Marzo de 2013). Colombia. Obtenido de http://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1620_2013.htm

Olweus, D. (1993). Acoso escolar, "Bullying", en las escuelas: hechos e intervenciones.

Orte, C. (2006). Nuevas perspectivas sobre la violencia y el bullying escolar. *Revista Panorama Social*(3), 27-41.

País, R. d. (23 de Junio de 2014). Acoso escolar afecta a 77,5 % de los estudiantes colombianos. *El País*.

Senovilla, H. (s.f.). *Asociación REA*. Obtenido de http://www.asociacionrea.org/BULLYING/8_04_Documentos_Extensos/08.04.15.pdf

Anexos

Tema 1: Paz interior

Jhon Edis Cano Vargas, Raquel Anaya Hernández

La campaña “**Alguien Dijo Paz**” habla de paz desde la cosmovisión cristiana, entendiendo que la construcción de una verdadera paz es un don divino que inicia dentro de nosotros mismos. Somos agentes constructores de un buen vivir y, en la medida en que logramos paz dentro de nosotros, podemos encontrar la armonía con nuestros semejantes y con el medio ambiente. Muchas personas perciben la paz como una utopía, como perteneciente al idilio o fantasía, tal como afirmó Orlando Melo en su artículo “*La Paz en Colombia ¿una realidad utópica?*”; El mundo ha vivido un conflicto tras otro; la guerra es un cruel relato escrito con sangre que ha marcado tanto nuestra historia que pensar en paz parece solo sueño; como espectadores indiferentes o activos, como víctimas o como verdugos de esta historia, no podemos negar las terribles consecuencias que esta ha generado.

Alguien Dijo Paz aborda la posibilidad que tenemos como personas de vivir en paz en un mundo entregado a la guerra; abordaremos el tema de la paz no desde la compleja situación en la que vive Colombia frente a la posibilidad de dar fin al conflicto que ha tenido durante años y que, paradójicamente tiene tan polarizado a nuestro país, sino desde una perspectiva personal, familiar, ambiental y social, donde nosotros mismos podemos ser actores de paz. En este primer número presentaremos algunas reflexiones que nos servirán para entender qué significa la paz y como puede ser posible la paz interior.

“la paz es un estado de tranquilidad y quietud”¹ esto desde un punto de vista general. En un sentido político al hablar de paz se hace referencia a “la situación y relación mutua de quienes no se encuentran en guerra”². Se trata en estos casos de una paz social, donde se mantienen buenas relaciones entre comunidades e individuos. Por otra parte la paz es vista como “el fruto de saber escuchar, de entender las necesidades ajenas antes de las propias”³ este concepto pone de manifiesto que mucho de la paz que podemos vivir tiene que ver con la forma en que nos comunicamos con los demás, escuchando con respeto sus puntos de vista y entendiendo sus necesidades. Otro concepto bastante interesante de paz es “estado ideal que puede tener o aspirar un ser humano, o una sociedad, puesto que así se alcanza una situación de total armonía y equilibrio entre el corazón y la mente del individuo; es pues una ausencia de conflictos y luchas”⁴

Lograr un equilibrio entre el corazón y la mente del ser humano es algo que tenemos que encontrar en nuestros diálogos personales con Dios ya que la verdadera fuente de la paz, no tiene que ver con diálogos o acuerdos que se firman a nivel político, tiene que ver con una persona, la persona de Jesús.

La promesa de la semana que tiene un gran valor es: “*Tú guardarás en completa paz a aquel cuyo pensamiento en ti persevera; porque en ti ha confiado*”⁵

“Tener confianza es tener plena seguridad de recibir lo que se espera; es estar convencidos de la realidad de las cosas que no vemos”⁶ la confianza es una relación con Dios, considerado como un amigo íntimo, que nos mueve a hacer todo lo que él nos pide y a aceptar todo lo que nos

¹ Artículo completo en <http://conceptodefinicion.de/paz/>

² *Ibíd.*

³ Artículo completo en <http://www.leonismoargentino.com.ar/RefLaPaz.htm>

⁴ *Ibíd.*

⁵ [Isaías 26:3 RVR1960](#)

⁶ Hebreos 11:1

envía con la absoluta seguridad de que el busca lo que más nos conviene⁷. Es el convencimiento de que Dios nos fortalecerá para triunfar en todas las dificultades y vencer todos los obstáculos.⁸ Es por esta razón que la confianza en Dios, nos da esperanza, alienta nuestro corazón, cambia nuestra manera de pensar y nos hace estar en paz aún en las adversidades; tal estado de paz lo experimentaron hombres como Enoc, Moisés, José, Pablo y tantos otros que tenían una cosa en común: una fe que los sostuvo a lo largo de toda su vida.⁹

La fe marca una diferencia tanto en la vida física como espiritual, las personas que depositan su confianza en Dios no pueden menos que experimentar un estado de paz y tranquilidad interior.

La paz interior, que surge de una confianza plena en Dios, es el punto de partida para lograr una paz auténtica en nuestro entorno. Recuerda lo dicho por Mahatma Gandhi “La Persona que no está en paz consigo misma, será una persona en guerra con el mundo entero”

⁷ Albert Reece, Allan Carson, Benjamin Carson, Clifford Goldstein, Delbert Baker, Duane McBride, Katia Reinert, Mark Finley, Gary Hopkins, Peter Landles y Neil Nadle. *Health and Hope: Keys to Enriching Your Life*. Mountain View, Calif: Publicaciones Interamericanas, 2014, pág. 113

⁸ *Ibíd.*

⁹ *Ibíd.*

Tema 2: La paz en la familia

Juan Sebastián Tascón Narváez, Raquel Anaya Hernández

La institución familiar, considerada el núcleo de la sociedad, se encuentra debilitada a nivel mundial; según el diario Daily Mail “en el 2006 nacieron fuera del matrimonio un total de 327.000 niños, 59.000 más que en 2001. En términos de proporción con respecto al total de matrimonios, en el 2006 el 43,7 por ciento de los bebés nacieron de madres no casadas.”[3]

En Colombia las noticias no son mejores; en un estudio realizado por las entidades: Child Trends, Social Trends Institute y ocho universidades del mundo y publicado por el diario el País en marzo de 2015, se presenta un panorama desalentador “Tenemos las tasas más altas de niños que viven sin sus dos padres (solo superada por algunas naciones africanas), la de gente que menos se casa y de bebés que nacen fuera del matrimonio”[4].

Este artículo realiza algunas reflexiones acerca de la importancia de la paz dentro del núcleo familiar y los principios bíblicos que sirven de guía para lograr un hogar en armonía.

Muchos de nuestros comportamientos como miembros de una familia, obedecen a la dinámica en la que ésta se desarrolla y que muchas veces no somos conscientes de ello. Los expertos en el tema, distinguen dos tipos principales de familia: las familias funcionales en las que se realiza una sinergia de interacción y comunicación positiva que contribuyen a la armonía del hogar y bienestar de sus miembros y las familias disfuncionales en donde la sinergia es negativa y genera malestar entre sus miembros. El siguiente cuadro muestra un paralelo entre las características que se presentan en un hogar funcional o disfuncional[5], que pueden ser útiles para identificar el grupo familiar al cual perteneces y los aspectos en los cuales tu hogar puede mejorar:

FAMILIA FUNCIONAL	FAMILIA DISFUNCIONAL
Las relaciones están establecidas y son de tipo positivo para todos sus miembros.	Hay líneas intergeneracionales borrosas
No existen coaliciones internas ni competencia entre ellas.	No existe actitud negociadora
Los límites de una familia son claros y todos lo ven como una unidad.	Se presta poca atención a los sentimientos y opiniones de los demás.
Es una estructura de negociación para arreglar conflictos y hay una comunicación clara que permite la espontaneidad.	Los límites de la familia son imprecisos.
Existe empatía.	Las Pautas de interacción resultan fijas y rígidas.
Hay apoyo emocional.	Las funciones de los miembros no están claras ni limitadas.

Como puede observarse, buena parte de estas características están relacionadas con el respeto, la tolerancia, y la buena comunicación. Actualmente uno de las problemáticas crecientes que interrumpe la comunicación es la invasión de la tecnología en los escenarios familiares que antes eran dedicados para dialogar y compartir; no se trata de desconocer los aspectos positivos de la tecnología para acercar a las personas sino reflexionar acerca del abuso y la falta de reglas en su utilización, tal como lo expresa la sicoanalista *Stella Maris Rivadero* “Hoy creemos que son los smartphones los que separan a la familia, pero en otra época era la televisión encendida a la hora de la cena o los adultos leyendo el diario e ignorando los llamados de atención de los chicos, con lo cual, hay que reflexionar acerca de que ninguno de estos dispositivos es malo en sí mismo sino que depende del uso que se haga de los mismos, de los límites que los adultos pongan estableciendo horarios y situaciones en los que se pueden usar o no y del cuidado que se tenga de preservar los espacios de encuentro, vínculo y comunicación familiar”[6].

La paz autentica se consigue desde los hogares, se logra a través del amor supremo que solo Dios puede enseñar y brindar. Desde la cosmovisión cristiana, el amor es el fundamento y principio clave para lograr un hogar funcional y que goce de los beneficios de la paz. En 1

Corintios 13 se encuentran las características del verdadero amor que no está centrado en el bienestar propio sino en buscar primero el bienestar del otro. “4 El amor es sufrido, es benigno; el amor no tiene envidia, el amor no es jactancioso, no se envanece; 5 no hace nada indebido, no busca lo suyo, no se irrita, no guarda rencor; 6 no se goza de la injusticia, más se goza de la verdad. 7 Todo lo sufre, todo lo cree, todo lo espera, todo lo soporta.”

A través de toda la Palabra inspirada de Dios se pueden resaltar algunos consejos prácticos que nos ayudan a mantener la paz en las familias.

1. No pensar mal del otro: “No hagan nada por orgullo o sólo por pelear. Al contrario, hagan todo con humildad, y vean a los demás como mejores a ustedes mismos. Nadie busque el bien sólo para sí mismo, sino para todos.” (Filipenses 2:3, 4, Traducción en lenguaje actual, [TLA])
2. Escuchar con atención y mente abierta: “Recuerda a los creyentes que [...] no insulten a nadie, que sean pacíficos y comprensivos y traten a todos con toda cortesía.” (Tito 3:1, 2, La Biblia Latinoamérica, 2011)
3. Ser paciente y amable: “La paciencia calma el enojo; las palabras suaves rompen la resistencia.” (Proverbios 25:15, Dios habla hoy)
4. Jamás recurrir a la violencia verbal o física: “No se enojen, no busquen hacer el mal a otros, no ofendan a Dios ni insulten a sus semejantes.” (Colosenses 3:8, TLA)
5. Estar dispuesto a perdonar y resolver las diferencias: “Sean tolerantes los unos con los otros, y si alguien tiene alguna queja contra otro, perdónense.” (Colosenses 3:13, TLA)
6. Ser generoso: “Practiquen el dar, y se les dará. [...] Porque con la medida con que ustedes miden, se les medirá en cambio.” (Lucas 6:38)[7]
7. Padres no provocar a ira a los hijos: “Y vosotros, padres, no provoquéis a ira a vuestros hijos, sino criadlos en la disciplina e instrucción del Señor” (Efesios 6.4LBLA.)

A pesar de que las estadísticas mundiales muestren una notable decadencia en cuanto a la condición de las familias en la actualidad y a pesar de los cuestionamientos actuales acerca del papel de la familia como núcleo de la sociedad, Dios en su Palabra inspirada ha dejado lecciones prácticas para mantener la paz en los hogares.

La familia hoy juega un papel fundamental en el conflicto social de todas las ciudades, países y estados del planeta; depende de las familias actuales el futuro social de nuestro país y de nuestro mundo. Es momento de reaccionar y construir un mundo mejor desde nuestras familias para que nuestros hijos y nietos construyan las familias del mañana sustentadas en el amor como el principio eterno.

La Sagrada Escritura, nos enseña que Dios fue el primero en formar la institución familiar y es quien más interesado está en otorgarnos verdadera paz. “El hará volver el corazón de los padres hacia los hijos, y el corazón de los hijos hacia los padres.” Mal. 4.6 RV60. La obra del Espíritu Santo empieza en los hogares sensibilizando a cada miembro de la familia para que se disponga a escuchar, tolerar, reconocer sus faltas y perdonar.

Te invito mi querido lector a que reflexiones, ¿Qué estoy haciendo para lograr la paz y armonía en mi entorno familiar?; permite que Dios trabaje en tu vida para que te conviertas en un constructor de paz para tu familia.

[1] Estudiante de Licenciatura de Teología de la Corporación Universitaria Adventista

[2] Doctora de Informática de la Universidad Politécnica de Valencia España, asesora de investigación de la Facultad de Ingeniería de la Corporación Universitaria Adventista.

[3] Disponible en: <http://www.forumlibertas.com/crisis-de-la-familia-las-estadisticas-muestran-su-creciente-fragilidad/> 25-09-2016

[4] Disponible en: <http://www.elpais.com.co/elpais/colombia/noticias/expertos-le-explican-por-familia-esta-crisis>

[5] Zaizar, J. E. (2009). Escuela para padres: El funcionamiento familiar. *Centro Regional de Investigación en Psicología*, 3(1), 19

[6] <http://www.planetamama.com.ar/nota/conectados-a-la-tecnologia-desconectados-de-la-familia?page=0,0>

[7] Disponible en: <https://www.jw.org/es/publicaciones/revistas/g201512/fomentar-paz-en-la->

Tema 3: Acoso escolar: un problema silencioso

Juan David Vivas, Raquel Anaya

Podría decirse que ningún círculo humano ha estado libre de conflicto. La guerra, por irónico que resulte, ha sido casi siempre el medio utilizado por el hombre para la resolución de sus conflictos. Dado los avances alcanzados por el hombre durante toda su historia, no solo en materia de las ciencias y la tecnología, sino también en las artes y la cultura, podría pensarse que contamos ahora con las herramientas necesarias para la construcción de una civilización trascendente y libre de conflicto (en términos destructivos), pero la naturaleza violenta del hombre ha resultado indómita.

Esta violencia no solo se evidencia en los grandes conflictos entre grupos sociales relevantes o entre naciones, sino que aún se puede observar al interior de un aula de clases. Si tomamos en cuenta que la educación es uno de los pilares fundamentales de toda sociedad, es importante no solo preocuparnos por la calidad de los conocimientos impartidos, sino también por la formación ciudadana y humana que reciben los niños al interior de las aulas. Si bien la educación empieza en los hogares, y es de suma importancia la labor que tienen los padres, las instituciones educativas representan un referente significativo para los niños, no solo por todo el tiempo que pasan en ellas, sino también por el proceso de socialización que desarrollan dentro de las mismas.

Es necesario prestar atención a un fenómeno silencioso que ha ido en aumento con el correr de los años, convirtiéndose en un gran problema dentro de las aulas de clase, a saber el acoso escolar o “bullying”. El Artículo 2 de la Ley 1620, que crea el Sistema Nacional de

Convivencia Escolar, define el acoso escolar como “toda conducta negativa, intencional metódica y sistemática de agresión, intimidación, humillación, ridiculización, difamación, coacción, aislamiento deliberado, amenaza o incitación a la violencia o cualquier forma de maltrato psicológico, verbal, físico o por medios electrónicos contra un niño, niña o adolescente, por parte de un estudiante o varios de sus pares con quienes mantiene una relación de poder asimétrica, que se presenta de forma reiterada o a lo largo de un tiempo determinado” (2013). También señala que puede ocurrir por parte de docentes contra estudiantes, o por parte de estudiantes contra docentes, ante la indiferencia o complicidad de su entorno. Es decir, el acoso escolar es de manifiesto un tipo de violencia en donde las agresiones psicológicas, físicas y sociales son exteriorizadas hacia una o más personas y acontecen de manera repetitiva dentro del marco escolar.

El estudio sistemático del bullying se comienza a llevar a cabo a principios de la década de los 70 en Escandinavia, y posteriormente (a partir de finales de la década de los 80 y principios de la siguiente) el fenómeno fue despertando el interés de investigadores en muchos países. En la Unión Europea se dispone en la actualidad de un amplio conocimiento sobre la incidencia, prevalencia y tipología del bullying escolar (Minton, et al., 2004; citado en Orte, 2006). En España el fenómeno cobra especial interés en distintos momentos del tiempo a partir de los años 90, mientras que el interés por este problema se dispara en Noruega entre los medios de comunicación y el público en general, a partir de finales de 1982, cuando se publicó en la prensa que tres chicos de entre 10 y 14 años se suicidaron como consecuencia del grave acoso al que les sometían sus compañeros de clase. El resultado fue una campaña a nivel nacional contra estos problemas en las escuelas de educación primaria y secundaria que puso en marcha el Ministerio de Educación en 1983 (Olweus, 1998; citado en Orte, 2006). Como señala Orte (2006), de

acuerdo con los datos sobre incidencia y prevalencia, el bullying puede ser la forma más prevalente de violencia en las escuelas y la que afecta a mayor número de estudiantes.

Colombia no se encuentra exenta de esta problemática: la Fundación Plan realizó en el 2014 un estudio en seis departamentos del país, que arrojó que el 22,5 % de los menores encuestados han ejercido algún tipo de violencia, mientras que el 56,8 % se reconocen como víctimas de 'bullying', siendo mayor la proporción de las niñas que en niños. Sobre los tipos de violencia escolar, se encontró que en el caso de las mujeres es muy común las amenazas (29,5 %), mientras que en los niños se da la violencia física (40 %) (Redacción de El País, 2014).

Vale la pena analizar cuáles son las causas del acoso escolar. Como señala Senovilla (s.f.), las causas del acoso escolar pueden residir en los modelos educativos que son un referente para los niños, en la ausencia de valores, de límites y de reglas de convivencia; en recibir castigos a través de la violencia o la intimidación y en aprender a resolver los problemas y las dificultades con la violencia. Las evidencias aportadas hasta ahora por la investigación sugieren que “las características de la personalidad o los patrones de reacción típica, en combinación con la fuerza física o la debilidad en el caso de los chicos, son importantes para el desarrollo de estos problemas en estudiantes individuales”. Al mismo tiempo, los factores ambientales como las actitudes, las rutinas, y el comportamiento de adultos pertinentes (en especial profesorado y directores) juegan un papel muy importante al determinar la extensión en que los problemas se manifestarán en unidades más grandes como una clase o una escuela (Olweus, 1993). Las actitudes y el comportamiento de sus iguales, manifestados en mecanismos y procesos de grupo, son también ciertamente importantes.

Con respecto a las posibles fuentes psicológicas latentes en el comportamiento acosador, el patrón de investigación empírica sugiere tres motivos interrelacionados: Primero, los acosadores tienen una gran necesidad de poder y de dominio; parecen disfrutar “teniendo el control” y

sometiendo a los otros. Segundo, considerando las condiciones familiares en las cuales muchos de ellos han crecido (Olweus, 1980, 1993), es normal suponer que han desarrollado un cierto grado de hostilidad hacia el entorno; estos sentimientos e impulsos pueden hacer que encuentren satisfacción en hacer daño y provocar sufrimiento a los otras individuos. Finalmente hay un “componente claro instrumental o de provecho” en su comportamiento. Los acosadores a menudo coaccionan a sus víctimas para que les proporcionen dinero, pitillos, cerveza y otras cosas de valor. Además, tristemente su comportamiento agresivo se ve recompensado en muchas situaciones en forma de prestigio.

Por otro lado, es de suma importancia que las familias y los profesores dispongan de información sobre los signos de advertencia del bullying, porque les puede ayudar a interpretar lo que le está pasando al niño o niña, u adolescente (Orte, 2006) y tomar acciones correctiva; algunos de los síntomas que se pueden presentar son: “depresión, temor, baja autoestima, aislamiento y sentimientos de rechazo. Estas y otras características del niño acosado afectan su vida diaria, su desarrollo personal y, en general, todas sus actividades”; además, el acoso puede incluso impulsar al alumno a tomar decisiones extremas como el suicidio o el tomar represalias (Cepeda-Cuervo, Pacheco-Durán, García-Barco y Piraquive-Peña, 2008).

Existen diversas organizaciones que ofrece consejos prácticos para padres, docentes y directivos acerca de la manera cómo enfrentar este fenómeno desde la perspectiva del acusador, del acusado o del observador. Algunos de los consejos que se ofrecen son los siguientes: para maestros y administradores escolares: estar informados y alertas, hacer a los estudiantes y padres partícipes de la solución y crear expectativas positivas con respecto al comportamiento de estudiantes y adultos; para padres de niños acosados: observar la actitud de su hijo para detectar señales de acoso, enseñarle a su hijo a hacerle frente al acoso y establecer límites con respecto a la tecnología; para padres de niños acosadores: detener el acoso antes de que comience, tener una

casa “libre de acosadores” (los niños imitan las formas de comportamiento que adoptan sus padres) y detectar problemas de autoestima; para estudiantes: reportar los casos de acoso personal y cibernético, no responder al acoso con violencia y estar siempre acompañado (Asociación Americana de Psicología (APA)).

En la Palabra de Dios encontramos valores y principios que pueden influenciar positivamente nuestro papel en la sociedad donde la unidad, la tolerancia, compasión y bondad, puedan ser restauradas y podemos convertirnos en constructores de paz de una paz auténtica en la sociedad. Es por eso que encontramos un consejo en Gálatas 5:22: “En cambio, el fruto del Espíritu es amor, alegría, paz, paciencia, amabilidad, bondad, fidelidad, humildad y dominio propio. No hay ley que condene estas cosas”. Éste es el resultado de hacer de los principios bíblicos una realidad en una sociedad cada vez más indiferente a las verdades bíblicas. Es lo que necesitamos desde una cosmovisión cristiana, mostrar una realidad útil para dicha sociedad, haciendo de los principios bíblicos frutos para una educación mejor.

Dios aborrece de manera especial todo acto de agresión tanto física, como verbal hacia nuestro prójimo tanto en lo social, como también en el contexto escolar. Dios examina los corazones de aquellas personas que no hacen el bien a su prójimo, aquellos que hacen violencia de cualquier forma, no solo con las armas sino también con el maltrato físico, mental y verbal en las aulas de clases o en nuestro entorno social donde el más indefenso sufre muchas veces en silencio, y donde el que sufre muchas veces no es escuchado o el observador pasivo que se convierte en cómplice del acusador. Como lo vemos en Salmos 11: 5: “Dios pone a prueba a los justos; él mismo los examina, pero odia con toda su alma a los malvados y a los violentos”. Otro pasaje interesante aquí sería el de Jesús el que haga tropezar un niño es mejor que se cuelgue una piedra de molino (Mateo 18:6).

Aunque aparentemente veamos a un Dios enojado, no todo está perdido. Dios es tardo para la ira y grande en misericordia para con sus hijos, y nos hace una invitación muy especial en Isaías 55:6-7: “Buscad a Jehová mientras puede ser hallado, llamadle en tanto que está cercano. Deje el impío su camino y el hombre inicuo sus pensamientos y vuélvase a Jehová, el cual tendrá de él misericordia y al Dios nuestro, el cual será amplio en perdonar”. Si alguna vez hemos sido causante de daño a nuestro prójimo hoy tienes una oportunidad de volver a empezar, solo es mirar esa gran misericordia, no tengas miedo, Dios no es un Dios tirano, dictador o castigador sentado en un silla como muchos lo pintan, él es un Dios de amor, un Dios misericordioso y compasivo dispuesto a perdonar sin importar la grandeza de nuestros errores, pero solo para aquellos que quiere cambiar sus vidas, porque aun Dios puede ser hallado. Lo que debes hacer está en Hebreos, 4:16: “Acerquémonos, pues, confiadamente al trono de la gracia, para alcanzar misericordia y hallar gracia para el oportuno socorro”.

De otra parte, Dios también demuestra que comprende, protege y ayuda a aquellos que son objeto de agravio. Porque un día a esta tierra vino alguien llamado Jesús, quien vivió amando y ayudando a su prójimo, pero que tristemente fue víctima del “bullying”, tal como dice Isaías, 53:3: “Todos lo despreciaban y rechazaban. Fue un hombre que sufrió el dolor y experimentó mucho sufrimiento. Todos evitamos mirarlo; lo despreciamos y no lo tuvimos en cuenta”.

Así como tal vez tú estás sufriendo por causa del bullying, así Cristo Jesús también padeció y sufrió, para Él no le eres indiferente. Conoce tu dolor, tus tristezas y angustias, y ha prometido en Isaías 41:10: “Por tanto, no tengan miedo, pues yo soy su Dios y estoy con ustedes. Mi mano victoriosa les dará fuerza y ayuda; mi mano victoriosa siempre les dará su apoyo”. Para Él, eres importante, para Él eres perfecto, para Él tú vales por lo que eres como persona. Solo debes confiar en Él, ya que Él te defenderá y en Él podrás alcanzar la victoria. Solo debes recordar que no estás solo.

Tema 4: La paz social.

Jhon Edison Lasso Hernández - Raquel Anaya Hernández

La paz está directamente relacionado con la justicia social, tal como la define la *UNESCO*, “la paz no significa solamente ausencia de conflictos armados, y pone de manifiesto que, no hay paz cuando existen flagrantes violaciones de los derechos humanos, puesto que la paz tiene un contenido que es la exigencia de justicia entre las sociedades y el reconocimiento de la igualdad y la dignidad de todos los pueblos y las culturas”¹⁰

Bien pareciera que todo lo anterior define la paz como un valor fundamental de todo ser humano, conectada directamente con las dimensiones del ser, realizando armonía entre todas las etapas de la vida y su manejo; interpersonales, grupales, nacionales e internacionales. Además la paz se ve complementada por la espiritualidad cristiana “dentro de ella la propuesta hecha por San Ignacio de Loyola (1491-1556) para el desarrollo de una interioridad, son fundamento de muchas de las propuestas existentes para una Educación para la Paz. Agrandado la esencia misma de la Compañía de Jesús, y de su acción apostólica en los Colegios el “pacificar los desavenidos” es uno de sus propósitos”¹¹

Un elemento complementario que busca integrar la paz con la sociedad agrega un nuevo principio de paz interior que le da tranquilidad¹², “La paz comprende una paz interior y exterior. En el caso de la primera depende de las buenas relaciones con nosotros mismos y con los demás, e implica eliminar los resentimientos, correr el riesgo de perdonar y no dar motivo para pedir

¹⁰ Arango, D. V. (2007). Paz social y cultura de paz. Panamá: Ediciones Panamá Viejo.

¹¹ JARES, Xesús: Educación para la Paz. Madrid: Editorial popular. 1999. p. 14 a 18. Cfr. Formula del Instituto

¹² Lucas 10:6 “Vuestra paz”

perdón”¹³, luego se lleva a una dimensión familiar social y cultural, permitiendo que trascienda a la sociedad, esto ha hecho que muchos libros religiosos hablen del principio de la paz social con sus inicios en la personalidad, esto hace que hogares y colegios desarrollen herramientas que permitan el cumplimiento de este principio de paz.

La paz social necesita agregar un elemento más “Si quieres la paz, trabaja por la justicia”¹⁴, ¿pero que es la justicia? Existen diferentes conceptos pero al final todos apuntan a la misma conclusión “la justicia es la acción de juzgar basados en la verdad y siendo coherentes con los eventos correspondientes”¹⁵ de esta forma es necesario agregar a la paz social justicia, equidad y transparencia en los procesos que involucran un bien común, si estos atributos están presentes en la sociedad hay paz, es por esto que se toma como referencia lo mencionado por Virginia Arango “la paz en el sentido actual, de las naciones y las personas depende del respeto de los derechos humanos, de ahí que el derecho a vivir en paz descansa y se fundamente en el respeto efectivo de esos derechos por los Estados, y por las demás personas”¹⁶. Es un conjunto de derechos y deberes que en la suma se lograra el equilibrio social y la paz que tanto anhelamos.

Hay que destacar que la justicia está estrechamente conectada a acciones concretas que están amparadas por la religión, buscan desarrollar más que solo una teoría de la paz esta debe ser construida con hechos contundentes que orienten a los demás con ejemplos a seguir es por esta razón que “Visitar a los huérfanos y a las viudas en sus tribulaciones” los más desventurados son el inicio de una paz social, el apoyo, comprensión y servicio se convierte en la mejor forma de construir paz, cuando nos acercamos a la religión, encontramos declaración de paz no solo en un eje horizontal (entre hombres) sino también un eje vertical, (Dios a los hombres) donde Dios

¹³ betuel CaNo, La alegría de vivir en paz, Ediciones Paulinas, Bogota, 2000, p.157

¹⁴ Jornada Mundial de la Paz en 1972 Papa Pablo VI

¹⁵ Castellanos, G. D. (2012). ¿Qué es la justicia?: Una defensa del bien común desde la teoría económica de la justicia distributiva. Bogotá: Universidad Externado de Colombia. (parafraseado)

¹⁶ Arango, D. V. (2007). Paz social y cultura de paz. Panamá: Ediciones Panamá Viejo.

promete la paz a quien le sigue y permite ser guiado por él¹⁷, de esta forma todo toma sentido en la paz social que empieza individual y va trascendiendo gradualmente.

La paz es un compromiso de todos “No cabe duda, que tal como se desprende de la Declaración una Cultura de Paz exige un compromiso por parte de todos, de los gobiernos de promover y fortalecer una Cultura de Paz, de la Sociedad Civil de comprometerse plenamente en su desarrollo (Art. 6) y de los medios de difusión a comprometerse en su promoción”¹⁸. Claro está que los gobiernos y entidades organizadas tienen una mayor responsabilidad de fomentar la paz entre sus comunidades pero el compromiso también recae sobre la sociedad y la religión como un conjunto en unidad. Además es necesario entender que en todo este proceso está el temor a Dios “El principio de la sabiduría es el temor de Jehová; Los insensatos desprecian la sabiduría y la enseñanza”¹⁹. Temor que permite tomar buenas decisiones acompañadas de justicia, integridad y amor logrando así dar a los demás un trato digno lleno de paz, esto fomentara la paz y Dios entregara a los hombre, los pueblos y las naciones, la paz y prosperidad que merecemos, “Escucharé lo que hablará Jehová Dios; Porque hablará paz a su pueblo y a sus santos, Para que no se vuelvan a la locura”²⁰.

De esta forma concluimos que la paz social solo se lograra por una obediencia a los principios celestiales y una armonía en los derechos humanos, con la integración de estos dos aspectos podemos construir una paz que no será efímera por lo contrario será una integridad social que brindara a todos las mismas oportunidades, que ofrece no un sobre saliente desempeño individual sino que el servicio será su mejor herramienta, es la paz no solo un deseo es la paz una necesidad para el siglo XXI.

¹⁷ Jeremías 33:6 He aquí que yo les traeré sanidad y medicina; y los curaré, y les revelaré abundancia de paz y de verdad.

¹⁸ *ibíd.*

¹⁹ Proverbios 1:7

²⁰ Salmos 85:8

Tema 5: La guerra y el medio ambiente

Andrés Felipe Daza, Raquel Anaya Hernández

Hoy en día encontramos que el medio ambiente esta devastado, en unas regiones más que otras y con distinto causantes pero el mensaje de la naturaleza es el mismo: “¡¡Ya Basta!!”. En Colombia la situación es crítica, los grupos al margen de la ley por hacer daño o para llamar la atención han hecho atentados contra la naturaleza causando daños a la flora y fauna. En este artículo queremos analizar esta problemática de daño ambiental que ha causada la guerra con el fin que las personas tomen conciencia de lo que están haciendo y así cuidar mucho más nuestro planeta y poder alargar su vida.

Existen diversas formas de destrucción masiva del medio ambiente y los efectos de la guerra son muy profundos y destructivos a tal punto que hay algunos animales que se han extinguidos y otros están a punto de estarlo., Además, la deforestación de bosques ha llevado al planeta a un cambio climático abrupto y a la destrucción del hábitat de algunos animales.

Vida+Verde²¹ es un espacio de opinión a favor del medioambiente y a la creación de una cultura sostenible. En uno de sus artículos, publicado en el 2013 y titulado “El efecto de la guerra sobre el medioambiente”, presenta evidencias claras sobre el impacto histórico que las guerra han tenido en la destrucción de hábitat, en el daño de los bosques y la tierra debido a la migración de los refugiados y el uso de armas biológicas, químicas y nucleares; “el ejemplo más famoso de la devastación del hábitat se produjo durante la Guerra de Vietnam, cuando las fuerzas de EE.UU. rociaron herbicidas, sobre los bosques y manglares que proporcionaban la cobertura a

¹⁰ Disponible en: <http://vidamasverde.com/>

guerrilleros. Se utilizaron aproximadamente 20 millones de galones de herbicidas, diezmando unos 4,5 millones de hectáreas.”²²

En un artículo de la revista *Semana* publicado en el 2008, hace un análisis similar sobre los efectos de la guerra en Colombia²³, el gobierno fumigando los campos de amapola y coca de las FARC y otros grupos armados, acabando así con el hábitat de los animales y deteriorando la tierra cultivable. Los ataques con explosivos a los oleoductos de petróleo contaminan las fuentes de agua y por consiguiente la muerte de muchas especies acuáticas y terrestres, a esto le sumamos la presencia de estos grupos armados y del ejército en los bosques y el sustento de ellos son los animales y frutas que se encuentra en sus alrededores llevando al borde de la extinción de algunos de los animales.

Además de la destrucción del hábitat en algunas poblaciones de Colombia, debido al desplazamiento de miles de personas, la mayoría de ellos son campesinos e indígenas que no tuvieron otra alternativa porque eran amenazados con matarlos si no se iban. “La gente que se va –de resguardos indígenas, de territorios colectivos- se lleva consigo el conocimiento construido durante generaciones sobre el funcionamiento de los ecosistemas, que es fundamental para el manejo y la conservación de la diversidad biológica. Se van los líderes locales, aliados potenciales de las instituciones para cualquier iniciativa de manejo de los recursos naturales. Conservar la naturaleza sin gente vinculada a ella es imposible; lo demuestra el que los mayores éxitos en la conservación en este y en otros países sean el resultado de reconocimiento de la propiedad del territorio por parte de comunidades ancestralmente arraigadas”.²⁴

¹¹ Disponible en: <http://vidamasverde.com/2013/los-efectos-de-la-guerra-en-el-medioambiente/>

¹² Disponible en: <http://www.semana.com/opinion/articulo/guerra-medio-ambiente/91465-3>

¹³ RANGEL, Alfredo (1998). “Naturaleza y dinámica de la guerra en Colombia y sus efectos sobre el medio ambiente”(1998) En: “Más allá delos impactos negativos sobre la naturaleza: las complejas relaciones entre guerra, sociedad y medio ambiente” Tercer Mundo Editores, Bogotá. Pp. 49--65. Colombia

Llamado al Cuidado de la Creación:

El cuidado de la creación es uno de los aspectos más descuidados por las personas de hoy en día. El respeto por el medio ambiente es otra manifestación de nuestro amor hacia Dios y hacia el prójimo, se honra a Dios cuidando lo que Él ha creado y se respeta al prójimo al no destruir el patrimonio ambiental común. La Biblia nos dice que Dios en el momento de la creación definió 3 relaciones fundamentales, la primera es la del ser humano con Dios, ya que estamos hechos a su imagen y semejanza (Génesis 1:26), la segunda es entre nosotros, ya que la raza humana fue creada como un ser social por naturaleza desde el principio (Génesis 1:27), y la tercera, nuestra relación con nuestra buena tierra y sus criaturas, sobre las cuales nos dio dominio (Génesis 1:28-30).

Estas 3 relaciones quedaron dañadas después de la caída del hombre en rebeldía contra Dios, por lo tanto es coherente que el plan de restauración diseñado por Dios abarque, no sólo nuestra relación con Él, sino también entre nosotros las personas y con la creación. La fe cristiana es esperanza, creemos en Dios y en sus promesas, entre ellas está la promesa de que los hijos de Dios, en la vida eterna, viviremos bajo un cielo nuevo y en una nueva Tierra (p.e. 2 Pedro 3:13; Apocalipsis 21:1), que todo será hecho nuevo y perfecto. Pero esta esperanza del futuro perfecto que nos espera al final de los tiempos, muchas veces es utilizada por falsos discípulos de Cristo para justificar el descuido/maltrato/subyugación/ultraje/destrucción de la gloriosa y presente creación de Dios.

El mundo en que vivimos es un don de amor de Dios el Creador, de “Aquel que hizo el cielo y la tierra, el mar y las fuentes de las aguas” (Apocalipsis 14:7; 11:17,18). Dios colocó a los seres humanos dentro de esta creación, con la intención de que se relacionaran con él mismo, con sus congéneres y con el mundo que los rodeaba. Por lo tanto, sostenemos que su preservación y protección está estrechamente relacionada con nuestro servicio a Dios.

Dios apartó el séptimo día de la semana especialmente, como un memorial y un recordativo perpetuo de la creación y la fundación del mundo. Al observar ese día reforzamos el sentido especial de relación con el Creador y su creación. La observancia de ese día especial apartado por Dios destaca la importancia de nuestra integración con el medio ambiente en general.

La decisión humana de desobedecer a Dios rompió el orden original de la creación, resultando en una extraña desarmonía con los propósitos divinos. De ahí la contaminación del aire y las aguas, la expoliación de los bosques y la fauna silvestre, y la explotación de los recursos naturales. Debido a que los seres humanos formamos parte de la creación de Dios, nuestra preocupación por el medio ambiente debe abarcar la salud y el estilo de vida de las personas. Los cristianos deben promover un estilo de vida saludable y rechazar el uso de sustancias como tabaco, alcohol y otras drogas que perjudican el cuerpo y consumen las reservas de la tierra; también fomentar una alimentación vegetariana sana y sencilla.

Debemos comprometernos con una relación de respeto y colaboración con todas las personas, reconociendo nuestro origen común y comprendiendo nuestra dignidad humana como un don del Creador. Puesto que la miseria humana y la degradación del medio ambiente están relacionadas, nos empeñamos en mejorar la calidad de la vida de todas las personas. Nuestra meta es desarrollar recursos de mantenimiento mientras suplimos las necesidades humanas.

El verdadero progreso hacia el cuidado de nuestro medio ambiente natural descansa, tanto en los esfuerzos personales como en la cooperación. Como personas deberíamos colaborar en restaurar todos los designios que Dios tiene para nosotros y su creación. Movidos por nuestra fe en Dios, deberíamos promover el saneamiento del medio ambiente ya que de eso dependen nuestras vidas y la de los animales.

Por medio de este cometido confirmamos nuestra mayordomía de la creación de Dios y creemos que la completa restauración sólo será obtenible cuando Dios haga de nuevo todas las

cosas, pero antes que eso llegue quiero invitarte a que reflexiones ¿Qué estoy haciendo para aminorar ese impacto negativo que efectuamos en el medio ambiente? Permite que Dios te conceda la sabiduría para saber lo que tienes que hacer en favor del medio ambiente.

Tema 6: Paz escrita con sangre

Yeison Fabian Camargo Fonseca, Raquel Anaya Hernández

Si revisamos los apuntes de la historia encontraremos eventos que han marcado a la humanidad a través de los tiempos; hazañas, juegos, records, victorias, e inevitablemente guerras, dolores, sufrimiento y muerte. La guerra siempre ha existido, dejando crisis y dolores, pero sobre todo robando la paz de los corazones de la humanidad. Pero sin duda uno de los eventos más grandes que ha marcado a la humanidad ha sido la muerte de Cristo.

El gran pintor Francés Jean Lean Gerome pinto un cuadro inspirado en la crucifixión de Jesucristo. En el no aparecía la cruz de Cristo, sino su sombra proyectada en el suelo. En el fondo se ven los soldados romanos y la multitud regresando a Jerusalén. Esa sombra de la cruz representa la realidad. La sombra se proyecta a través de los siglos, llega hasta nuestros días y ejerce una influencia en la historia de cada pueblo. Alcanza hasta las más lejanas islas del mar y penetra cada corazón humano.

Pensamos en la crisis o en la guerra de nuestros días, pero porque no pensar en lo que sucedió en la cruz; ya que fue allí donde se escribió la mejor historia de paz. Jesús siendo Dios viene a este mundo, es rechazado al llegar, sufre como cualquier ser humano y además muere de la peor manera y sin cometer delito alguno; muere por nosotros; como Isaías escribió de él:

“Subirá cual renuevo delante de él, y como raíz de tierra seca; no hay parecer en él, ni hermosura; le veremos, más sin atractivo para que le deseemos. Despreciado y desechado entre los hombres, varón de dolores, experimentado en quebranto; y como que escondimos de él el rostro, fue menospreciado, y no lo estimamos. Ciertamente llevó él nuestras enfermedades, y sufrió nuestros dolores; y nosotros le tuvimos por azotado, por herido de Dios y abatido. Mas él herido fue por nuestras rebeliones, molido por nuestros pecados; el castigo de nuestra paz fue

sobre él, y por su llaga fuimos nosotros curados. Todos nosotros nos descarriamos como ovejas, cada cual se apartó por su camino; mas Jehová cargó en él el pecado de todos nosotros.

Jesús muere solo por amor, para darnos la paz y la felicidad que tanto buscamos. El ya pago nuestra paz y la pago con su sangre. Es la mejor de las historias que pudiéramos imaginar.

En la historia de la cruz lo que más llama la atención fue lo exclamado por Jesús en el momento de su crucifixión, sus palabras fueron “padre perdónales porque no saben lo que hacen”. El perdón de Dios no tiene límites a pesar de que vino, vivió como uno de nosotros, sufrió como uno de nosotros y llevo nuestras enfermedades y dolores, delitos y pecados y aun así nos perdona. Nos enseñó el secreto de la salvación y la felicidad: el PERDON.

Perdón quizás sea la palabra más difícil de expresar, sin embargo, quien no sepa hacerlo jamás será feliz. La capacidad de perdonar es básica para aspirar a la felicidad. Pero ¿cuán a menudo justificamos una actitud de enemistad o de resentimiento con alguno de nuestros semejantes tras una serie de razones o vanas excusas? ¡Recuerda la escena del calvario! Cristo clavado ya en la cruz y a pesar de los dolores físicos y morales que estaba sufriendo tan solo exclamo el PERDON.

Conviene que nos preguntemos si no es tiempo ya de que la mirada ansiosa de esta pobre humanidad enferma y adolorida vuelva de la guerra y el dolor y mire a la cruz y reciba de ella lo que inútilmente ha buscado en este mundo: la paz y la seguridad.

Lord Herbert dijo “Aquél que no perdona a otros, destruye el puente sobre el cual él mismo debe pasar; porque todos los hombres necesitamos ser perdonados.” Quien no perdona nunca será feliz y jamás encontrara la paz, así como debes perdonar muchos tendrán que perdonarte.

El perdón no tiene límites, si Jesús lo hace cada día con nosotros, ¿Por qué no hacerlo con los demás? No esperes que los demás perdonen empieza tú, sé el primero en perdonar y muchos más seguirán haciéndolo.

Bibliografía

Ben Segal (1995). *A Short History of Internet Protocols at CERN*.

Campos, I. (2013, 05 6). *augure reputation in action* . Retrieved from 5 Métricas en Social

Media para evaluar tu gestión de Comunicación :

<http://www.augure.com/es/blog/metricas-social-media-comunicacion-2-20130506>

Díaz Becar, M. (2006, Junio 10). *Tecnología Hoy*. Retrieved from

<http://www.tecnova.blogspot.com/2006/06/desarrollo-tecnolgico-internet-el.html>

Fernández, A. (2013, 05). Retrieved from [http://www.socialmedier.com/2013/12/como-medir-](http://www.socialmedier.com/2013/12/como-medir-contenidos-en-redes-sociales.html)

[contenidos-en-redes-sociales.html](http://www.socialmedier.com/2013/12/como-medir-contenidos-en-redes-sociales.html)

fernandez, A. (2013, 2011 05). *socialmedier*. Retrieved from Cómo medir en redes sociales la

efectividad de los contenidos que compartimos:

<http://www.socialmedier.com/2013/12/como-medir-contenidos-en-redes-sociales.html>

Flores Vivar, J. M. (2009, Octubre 01). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias

en las redes sociales. *Revista Científica de Educomunicación*, XVII(33), 73-81.

Gaviria, R. (2014). *Colombia necesita una paz duradera* . Retrieved 08 16, 2016, from Colombia

necesita una paz Duradera : [http://nrc.org.co/index.php/96-colombia-necesita-una-paz-](http://nrc.org.co/index.php/96-colombia-necesita-una-paz-duradera)

[duradera](http://nrc.org.co/index.php/96-colombia-necesita-una-paz-duradera)

Grajales, J. (2012, Marzo 23). *Iglesia del Dios viviente*. Retrieved from [http://iglesia-del-dios-](http://iglesia-del-dios-viviente.over-blog.com/)

[viviente.over-blog.com/](http://iglesia-del-dios-viviente.over-blog.com/)

Grupo Augure. (2014). *Métricas en social media para evaluar tu gestión de comunicación*.

Retrieved from www.augure.com

- Guzman, E. D. (2015, 05 08). *fromdoppler*. Retrieved from Claves para medir resultados en Redes Sociales: <http://blog.fromdoppler.com/claves-para-medir-resultados-en-redes-sociales/>
- Morales Herrera, J. (2006). *Evangelismo y Postmodernidad*. Miami: Seminario Internacional de Miami.
- norfipc. (2016, 02 22). *Las redes sociales más populares y exitosas de internet*. Retrieved 08 21, 2016, from Las redes sociales más populares y exitosas de internet: <https://norfipc.com/internet/redes-sociales-mas-populares-exitosas-internet.html>
- Quiroga, M. P. (2011). El Impacto de las Nuevas Tecnologías y las Nuevas Formas de Relación en el Desarrollo. *Psicología Educativa*, 17(2), 147-161.
- Sara Rodríguez. Noelia Herráiz. Marta Prieto. Marta Martínez. (2010 - 2011). *Universidad Aunoma de Madrid UAM*. Retrieved from https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Inv_accion_trabajo.pdf
- unocero. (2016, 01 01). *Las 5 redes sociales más populares*. Retrieved 08 21, 2016, from Las 5 redes sociales más populares: <https://www..com/2012/05/09/las-5-redes-sociales-mas-populares/>
- Campos, I. (6 de 05 de 2013). *augure reputation in action* . Obtenido de 5 Métricas en Social Media para evaluar tu gestión de Comunicación : <http://www.augure.com/es/blog/metricas-social-media-comunicacion-2-20130506>
- Díaz Becar, M. (10 de Junio de 2006). *Tecnología Hoy*. Obtenido de <http://www.tecnova.blogspot.com/2006/06/desarrollo-tecnolgico-internet-el.html>

Fernández, A. (05 de 2013). Obtenido de <http://www.socialmedier.com/2013/12/como-medir-contenidos-en-redes-sociales.html>

fernandez, A. (05 de 2011 de 2013). *socialmedier*. Obtenido de Cómo medir en redes sociales la efectividad de los contenidos que compartimos:

<http://www.socialmedier.com/2013/12/como-medir-contenidos-en-redes-sociales.html>

Flores Vivar, J. M. (01 de Octubre de 2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Revista Científica de Educomunicación*, XVII(33), 73-81.

Gaviria, R. (2014). *Colombia necesita una paz duradera* . Recuperado el 16 de 08 de 2016, de Colombia necesita una paz Duradera : <http://nrc.org.co/index.php/96-colombia-necesita-una-paz-duradera>

Grajales, J. (23 de Marzo de 2012). *Iglesia del Dios viviente*. Obtenido de <http://iglesia-del-dios-viviente.over-blog.com/>

Grupo Augure. (2014). *Métricas en social media para evaluar tu gestión de comunicación*.

Obtenido de www.augure.com

Guzman, E. D. (08 de 05 de 2015). *fromdoppler*. Obtenido de Claves para medir resultados en Redes Sociales: <http://blog.fromdoppler.com/claves-para-medir-resultados-en-redes-sociales/>

Morales Herrera, J. (2006). *Evangelismo y Postmodernidad*. Miami: Seminario Internacional de Miami.

norfipc. (22 de 02 de 2016). *Las redes sociales más populares y exitosas de internet*. Recuperado el 21 de 08 de 2016, de Las redes sociales más populares y exitosas de internet:

<https://norfipc.com/internet/redes-sociales-mas-populares-exitosas-internet.html>

Quiroga, M. P. (2011). El Impacto de las Nuevas Tecnologías y las Nuevas Formas de Relación en el Desarrollo. *Psicología Educativa*, 17(2), 147-161.

Sara Rodríguez. Noelia Herráiz. Marta Prieto. Marta Martínez. (2010 - 2011). *Universidad Aunoma de Madrid UAM*. Obtenido de https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Inv_accion_trabajo.pdf

unocero. (01 de 01 de 2016). *Las 5 redes sociales más populares*. Recuperado el 21 de 08 de 2016, de Las 5 redes sociales más populares: <https://www..com/2012/05/09/las-5-redes-sociales-mas-populares/>

Anónimo. (2002). Zenit.org. Obtenido de <https://es.zenit.org/articulos/el-papainvita-a-hacer-de-internet-un-nuevo-foro-para-la-evangelización/>

Brydon-Miller, M., Greenwood, D., & Maguire, P. (2003). Why action research? *Action research*, 1(1), 9-28.

Díaz becar, m. (10 de junio de 2006). Tecnología hoy. Obtenido de <http://www.tecnova.blogspot.com/2006/06/desarrollo-tecnologico-internet-el.html>

Flores Vivar, J. M. (01 de Octubre de 2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Revista Científica de Educomunicación*, XVII (33), 7381.

Moxó Soto, L. J. (8 de Febrero de 2013). Zenit.org. Obtenido de <https://es.zenit.org/articulos/imision-un-proyecto-plural-de-evangelizacion-en-red/>

Morgado, J. A. (21 de diciembre de 2015). Saber sin fin. Obtenido de <http://www.sabersinfin.com/articulos/ciencia-y-tecnologia/12651-ghosting-desaparecer-por-arte-de-magia>

Quiroga, M. P. (2011). El Impacto de las Nuevas Tecnologías y las Nuevas Formas de Relación en el Desarrollo. *Psicología Educativa*, 17(2), 147-161.

Rodríguez. N., Prieto. M., Martínez. M., (2010 - 2011). Universidad Aunoma de Madrid UAM.

Obtenido de

https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Inv_accion_trabajo.pdf

(https://resources.interamerica.org/uploaded_assets/163190_LTM_Strategic_Plan_ESP.pdf?thumbnail=original&1446221582)