

# LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA FAMILIA DE HOY

Por Luís Eduardo Cantero  
Usado con permiso

Existe un sólido consenso de que la familia es la célula de la sociedad. De esa afirmación se desprende una serie de hechos que es necesario tener en cuenta. Por ejemplo, que hay una interrelación continua entre familia y sociedad y viceversa. Siendo más específico, la familia cristiana, aunque fundamentada en los principios cristianos y bíblicos, está todavía enraizada en una sociedad y una cultura determinada. Luego, ciertos hechos comunes a cualquier tipo de familia, también le afectan.<sup>1</sup> Dos de los hechos que sobresalen en nuestra sociedad Latinoamericana y que inciden en la familia de hoy, tienen que ver con la paternidad responsable o planificación familiar y la influencia de los medios de comunicación. En el último capítulo de mi disertación doctoral en orientación y consejería familiar, analizo a grandes rasgos estos hechos tan importantes y decisivos. Uno de los temas que acaso despierte mayor interés es el relacionado con la influencia de los medios masivos de comunicación, especialmente la televisión.

## 1. EL MODELO DE FAMILIA QUE PROMUEVEN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios masivos de comunicación como: la radio, la televisión, los diarios, revistas, el cine, y la Internet son instrumentos, cuyas funciones principales son informar, educar, animar y distraer. Como cristianos, resulta importante que conozcamos las formas subliminales en que los medios operan en las personas, influyendo en su manera de pensar y de actuar. También es fundamental que conozcamos como interpretar críticamente las ideologías dominantes y antivalores que nos ofrecen.<sup>2</sup>

### a. El tipo de familia que ofrece la televisión

El escritor argentino Julio Mafud, en su libro hace un análisis sociológico y sintetiza el modelo de familia que promueve la televisión. Según él, se trata de una familia reducida, con unos padres absorbido por sus trabajos fuera del hogar. A veces, como lo hemos indicado en las primeras páginas de este capítulo, la situación socioeconómica de nuestros países tercermundista obliga a los padres a tomar dos o tres empleos, lo que agrava la situación. El “dulce hogar” se ha tornado en la “carga del hogar”.<sup>3</sup> Así las cosas, los hijos se tornan en “succionadores” de los medios que saturan sus mentes ofreciéndoles un amplio panorama de opciones para pedir y nunca estar satisfechos. Perdido el control de los hijos, los padres ya no son los que orienta sus gustos, no dan pautas a sus vidas. Hasta la línea que divide lo permitido de lo prohibido se torna casi imperceptible.<sup>4</sup>

### b. La ideología y antivalores que promueve la televisión

Ya nadie puede dudar que la televisión sea hoy, el medio masivo de comunicación que mayor impacto tiene en la sociedad. Se ha dicho que “en nuestra era electrónica, podríamos cambiar el lenguaje popular *dime con quien anda y luego te diré quien eres*, por *dime cuántas horas por días pasa frente al televisor y te diré qué esperas de la vida y de tus semejantes*.”<sup>5</sup> Vivimos en una “cultura de masas”, entendiéndolo por ello el producto de toda una tecnología al servicio – teóricamente – de la comunicación humana. Decimos teóricamente porque, aunque suene contradictorio, muchas veces lo menos que hay es comunicación. Como se ha señalado los medios de comunicación “sustituyen cada vez más al diálogo entre el género humano, que es la base de la convivencia humana y del vivir democrático”.<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> Roldan, Alberto. *La familia a que pertenezco*. Miami: LOGOI, 1991: 268.

<sup>2</sup> *Ibid.*, 292.

<sup>3</sup> Mafud, Julio, *Los Argentinos y el Status*. 1985: 45.

<sup>4</sup> Roldan, Alberto. *La familia a que pertenezco*. Miami: LOGOI, 1991: 268.

<sup>5</sup> Peyru, Graciela. *El mundo de la televisión, salpicón de besos y balas*. Buenos Aires: Diario, abril 25, 1991: 12.

<sup>6</sup> Mafud, Julio, *Los Argentinos y el Status*, 1985: 45.

Por ende, nos lleva a cuestionarnos ¿Cómo influyen los medios masivos, particularmente la televisión, en el pensamiento y la acción del individuo? ¿De qué maneras la televisión muestra la realidad? ¿Cómo funcionan los mecanismos de desinformación? ¿Cuál es la ideología dominante y sexista de la publicidad? ¿Qué tipo de sociedad propone? ¿Cómo podemos desarrollar una actitud crítica para ver televisión, publicidad, cine, internet, y no ser absorbido por ella? Para responder a estas interrogantes es necesario estudiar la televisión como medio de comunicación. La televisión conlleva un doble efecto. El primer efecto, al que se puede considerar *denotativo*, tiene que ver con lo objetivo y explícito, es decir, lo que concretamente ofrece un mensaje determinado. Pero, hay otro al que se puede llamar *connotativo*, que contiene un mensaje implícito que añade o sugiere significados que apuntan a otras ideas y sentimientos. Es importante que conozcamos ejemplos concretos de los antivalores que nos dan los medios de comunicación, en especial la televisión. He aquí algunos ejemplos que nos ofrecen los autores: Mafud, Peyrú, y Roldán:

*Desintegración familiar.* “En una serie dramática de la televisión argentina de hace algunos años, ninguno de los tres personajes centrales tenía una familia estable e integrada. Uno de ellos se la pasaba “probando” de pareja en pareja. Otro, aparentemente era divorciado. El tercero vivía en la incertidumbre en ese terreno. El contexto social y familiar que esos hombres representaban daba como una realidad incambiable” el hecho de que es posible ser persona actualizada, de éxito y de importancia, sin que ello implique necesariamente estar al frente de una familia”.<sup>7</sup> Precisamente, Graciela Peyrú sostiene al respecto que en la televisión “los besos y las caricias, cuando se incluyen, forman sólo parte de la dupla seducción/violencia o son expansiones mínima de vínculos fugaces”.<sup>8</sup>

*Sexo libre.* Los televidentes no tendrán dificultad en ver enlatados nacionales y extranjeros, cómo indirectamente se aprueban ciertos pecados como relaciones premaritales, adulterio, fornicación, robos, asesinatos, y homosexualidad. A propósito de este último, nos dice Peyrú: “recuerdo el caso de otra serie argentina, en la cual su personaje central era un homosexual. Las escenas mostraban cómo el muchacho no encontraba solución a su problema ni en la psicología, ni en la psiquiatría, ni en la religión. Finalmente, todo termina con una carta que le envía su hermana donde le dice más o menos así: “Querido hermano, la decisión es tuya. Es lo único que cuenta. Hace lo que vos querrás. Nadie puede ni debe meterse en tu vida. La opción es tuya y si es bueno para vos, entonces es bueno”. Conclusión que queda en la mente del televidente promedio: “Está bien lo que me hace sentir feliz. No hay absolutos. La homosexualidad es una opción más que no es ni mejor ni peor que la heterosexualidad”.<sup>9</sup>

### **c. La publicidad en los medios de comunicación**

La publicidad se define como “una técnica de difusión masiva, a través de la cual una industria o empresa lanza un mensaje a un determinado grupo social de consumidores con el propósito de incitarlos a comprar un producto”.<sup>10</sup> Las coordenadas bajo las que se estructura la publicidad son básicamente dos: *el Progreso* y *el Placer*. El poder de la publicidad es de tal magnitud que hoy ya no importa tanto si un producto es bueno o es malo. La publicidad se encargará de hacerle creer a las personas que es “¡caro... pero el mejor!”. Aunque a la postre el consumidor llegue a la triste realidad de que en efecto era “¡caro... pero el peor!”.<sup>11</sup>

La publicidad apela a “estímulos subliminales”. Es decir, fuerzas sensoriales a escala inconsciente. El estímulo subliminal es como una “memoria dormida” que cuando despierta hace actuar a la persona. Muchos aspectos de la realidad que no vemos como consciente los percibimos subliminalmente y se va almacenando en nuestro inconsciente. Lo importante en la publicidad no está sólo en lo que explícitamente dice un comercial. Muchas

<sup>7</sup> Roldan, Alberto, *La familia a que pertenezco*. Miami: LOGOI, 1991: 292-293.

<sup>8</sup> *Ibid.*, 12.

<sup>9</sup> Peyru, Graciela, *El mundo de la televisión, salpicón de besos y balas*. Buenos Aires: Diario, abril 25, 1991: 12.

<sup>10</sup> Zechetto, Victorino, Estrada Humar y Mañas Rafael. *Para comprender la publicidad*. Buenos Aires: Don Bosco, 1987: 7.

<sup>11</sup> Roldan, Alberto, *La familia a que pertenezco*. Miami: LOGOI, 1991: 293.

veces está en lo que el mensaje implica en términos de “felicidad”, “realización humana”, “progreso”, “conquista”, etc.<sup>12</sup>

#### **d. Claves para interpretar los medios de publicidad<sup>13</sup>**

Como todo mensaje publicitario requiere una adecuada interpretación. En este sentido, hay una clave que resulta de sumo valor práctico a los fines de interpretarla. Por lo general, toda publicidad sigue el siguiente esquema:

Necesidad humana+Conflicto insatisfacción+Producto propuesto=Solución del problema.

Lo grave del problema es que se trata de “soluciones falsas a problemas reales”. En efecto la publicidad le hace creer a los oyentes y televidentes que comprando tal producto será próspera, tendrá dominio sobre otros, será una persona dinámica, emprendedora, fuerte, viril, con prestigios, etc. Los slogans que ofreceremos a continuación es un claro exponente de lo que estamos diciendo, son tomados de Victorino Zecchetto.<sup>14</sup> Algunos slogans publicitarios que apelan a la felicidad, el éxito, la fama, son estos: *Siempre habrá tiempos felices. Cuente con cigarrillo...* Interpretación: El fumar ese cigarrillo hace posible la felicidad.

*¡En guardia! Juvenil, peligrosa, ¡dispuesta a la vida! ...el amor que espera. Loción y extracto...* El texto está acompañado por la imagen de una mujer rubia, juvenil y peligrosa. *¡Automóvil... la gran tentación!* La imagen esta vez es diferente a la anterior, aquí se trata de una mujer de color, mirada atractiva, labios carnosos y a punto de morder una manzana. Muchas veces las imágenes son simbólicas y apelan, por lo general, a la sexualidad. Así aparecen como “telón de fondo” objetos de placer. “Y uno dice: pero, yo no me di cuenta de eso. Por lo tanto no me tiene que afectar. Otro caso de error. Como se sostiene en una obra ya citada: “El descubrimiento fundamental fue este: los motivos que impelen a un individuo a comprar o no comprar una cosa son diez por ciento de nivel consciente y noventa por ciento de nivel subconsciente”.<sup>15</sup>

#### **e. El niño y la televisión: ¿Entreteniendo o masificación?**

Los niños son los que generalmente pasan más tiempo frente al televisor. Como sostiene un especialista en comunicaciones, el profesor Miguel A. Pérez Gaudio, la familia “le ha abierto a la televisión de par en par las puertas de su intimidad hasta el punto de que estos medios llegan a imponer sus horarios, modifican los hábitos, alimentan conversaciones y discusiones, y sobre todo afectan la psicología de los usuarios en los aspectos tanto afectivos e intelectuales como religiosos y morales”.<sup>16</sup> Se consideran que son *televidentes livianos* los que pasan menos de cuatro horas por días viendo televisión. *Los pesados*, son los que pasan más de cuatro horas por días.<sup>17</sup>

<sup>12</sup> Zecchetto, Victorino, Estrada Humar y Mañas Rafael. *Para comprender la publicidad*. Buenos Aires: Don Bosco, 1987: 11.

<sup>13</sup> Tomado y adaptado de “Televisión: ¿Entretenimiento o masificación? De Alberto Roldán, *La familia a que pertenezco*. Miami: LOGOI, 1991: 294.

<sup>14</sup> *Ibíd.*

<sup>15</sup> Roldan, Alberto, *La familia que pertenezco*. Miami: LOGOI, 1991: 294.

<sup>16</sup> Pérez Gaudio, Migue A., *El maestro y el niño frente a la televisión*. Córdoba: IDEAS EDUCATIVAS, 1988: 24.

<sup>17</sup> Alberto Roldán hablando del niño y la televisión nos dice: “Encargamos a Claudia, una maestra que es miembro de nuestra iglesia, la realización de una pequeña encuesta en un séptimo grado de primaria, niños de 11 a 13 años. Con mis hijos analizamos la encuesta, que arrojó el siguiente resultado:

Total de alumnos: 45

Tienen TV. Cable: 27

Tienen TV. S/cable: 18

Horas que ven TV diariamente: promedio de 4 horas y media. Los que menos ven, llegan a 2.5 horas por día. Los que más, llegan a 7.5 horas por días.

PROGRAMAS FAVORITOS:

Dibujos animados: 31 de los 45 alumnos.

Comedias: 19.

Novelas: 14.

## f. ¿Cómo incide la televisión en la conducta de los niños?

Para responder a esta pregunta nos apoyamos a dos escritores especialistas en este campo: Miguel Pérez Gaudio y Graciela Peyrú. En primer lugar, en cuanto a rendimiento escolar, en una prueba que se hizo en 1984 por el programa Evaluación Nacional del Progreso en Educación en los Estados Unidos de Norte América, nos dice al respecto: “Los niños de 9 años que miraban seis horas o más de televisión por días se desempeñaban escolarmente mucho peor que aquellos que miraban menos horas. Pero había poca diferencia entre los que miraban menos de dos horas de televisión diarias y los que lo hacían de 3 a 5. Entre los jóvenes de 13 a 17 años encuestados, los niveles de la lectura ascendían a medida que mermaban las horas frente al televisor”.<sup>18</sup>

En segundo lugar, está el tema de la violencia. En una encuesta realizada en una escuela de la ciudad de Buenos Aires, se halló que había un comportamiento disímil entre dos grupos de niños. El grupo que había contemplados programas violentos dejaba a los más pequeños cuando se trezaban en peleas. Los que no habían estado expuestos a ese tipo de programas si intervenían para separar a los que se estaban peleando. Las conclusiones son las siguientes: “Se ha comprobado reiteradamente que los niños acostumbrados a ver programas violentos como televidentes *pesados* muestran menos índices corporales de alteración emocional frente a la agresión que los menos habituados *livianos*. Esta “desestabilización” va acompañada de un aumento directo de las fantasías y conductas agresivas”.<sup>19</sup>

## g. ¿Cómo el televidente podrá desarrollar una mentalidad crítica y reflexiva que le permita ver televisión?

El Señor Jesucristo nos exige ser no sólo sencillos como palomas, sino también prudentes como serpientes, Mateo 10:16. En este sentido, debemos estar al tanto de la escala de valores que nos ofrece los medios de comunicación, en especial la televisión. Extraeremos algunos datos que surgen de la investigación del profesor Pérez Gaudio,<sup>20</sup> realizada con 100.000 estudiantes:

- Asimilación de los contenidos de televisivos.
- Agresividad por imitación.
- Alteración de los valores personales, familiares, sociales y religiosos.
- Ligereza para imitar e identificar con los personajes propuestos en las programaciones televisivos.
- Desjerarquización de la autoridad familiar y docentes.
- Consumismo material excesivo.

Finalmente, ¿cómo desarrollar una mentalidad crítica que nos permita ver televisión sin ser masificado por la misma ni ser receptores pasivos de sus mensajes? Para la respuesta a estas interrogantes nos basaremos en los pasos que nos sugiere Alberto Roldán,<sup>21</sup> que son:

- a. “¿Cuántas horas de televisión ven nuestros hijos?”
- b. ¿Cuáles son sus programas favoritos?

---

Acción: 7.

Películas: 6.

Drama: 5.

Musicales: 4.

Noticias: 3.

Humor: 3.

Entretenimientos: 3.

<sup>18</sup> Pérez Gaudio, Migue A., Peyrú, Graciela. *Diario: La Nueva Provincia*, 1988.

<sup>19</sup> Peyru, Graciela, *El mundo de la televisión, salpicón de besos y balas*. Buenos Aires: Diario, abril 25, 1991: 12.

<sup>20</sup> Pérez Gaudio, Migue A., *El maestro y el niño frente a la televisión*. Córdoba: IDEAS EDUCATIVAS, 1988: 24.

<sup>21</sup> Roldan, Alberto, *La familia a que pertenezco*. Miami: LOGOI, 1991: 296.

- c. ¿Coincide la filosofía de la vida y la escala de valores de esos programas con la doctrina cristiana? ¿En qué aspectos se oponen?
- d. ¿Es aceptable el tipo de sociedad, de familia, de género que nos proponen?
- e. ¿Qué puntos de vista jamás toman en cuenta?"

Estas son sólo preguntas de orientación, según él, deja un espacio para agregar. Al cual anexamos las siguientes:

- a. ¿Cómo son vistos los grupos étnicos de nuestro país? ¿Qué características se le atribuyen?
- b. ¿Cuáles son los medios y las instancias a través de los cuales el sexismo, el machismo se convierte en una práctica cotidiana?
- c. ¿Cuál es el modelo de familia que presenta las novelas? ¿Cuáles son las características de tal familia? ¿Coinciden estas características con la realidad familiar de nuestro hijo, de nuestra sociedad e idiosincrasia?
- d. ¿Cómo es vista la mujer, los niños con relación a la familia?
- e. ¿Qué piensa del lenguaje que utilizan los personajes en los medios de comunicación: radio, prensa, televisión, cine e Internet?
- f. Busque en los programas de televisión, radio, prensa ejemplos de discriminación social, política, racial, y religiosa. Haga una evaluación de los mismo y notará que son perjudiciales para la formación de nuestros hijos.

Para finalizar esta parte, debemos recordar lo que nos dice el apóstol Pablo: *Todas las cosa me son lícitas, mas no todas convienen; todas las cosas me son lícitas, mas yo no me dejaré dominar de ninguna* (1 Corintios. 6: 12). Podemos hacer uso de la televisión. Otra cosa, muy distinta, es que la televisión termine usándonos. Si logramos revestirnos de una mentalidad crítica, entonces podrá ser de cierta utilidad en términos de entretenimiento y aun cultural. De lo contrario, terminará siendo un instrumento de masificación de nuestras familias.<sup>22</sup>

## Conclusión

Quiero concluir esta sección con el tema: *La iglesia y la pastoral familiar: Hacia una pedagogía centrada en la Palabra de Dios*. La pastoral de la pareja, de la familia es fundamentalmente una pastoral comunitaria. Las familias y las parejas aprenden a amar en el contexto de una comunidad que practica el amor mutuo. El amor no sólo se comunica en palabras, sino por el ejemplo de personas y familias que viven en función del amor por el poder del Espíritu Santo. Es como la fe y la esperanza: se transmite por contagio. Una iglesia que hace del amor la ley suprema de la vida es una iglesia generadora de familias orientadas por el amor.<sup>23</sup>

“Cuando el “amor–entrega” se hace carne en una pareja adulta, no es necesario tratar de probar a los jóvenes la importancia del “amor–entrega” como base del matrimonio, modelos que los jóvenes desearán reproducir. Los mejores sermones sobre el amor, el matrimonio y la familia, como sobre muchos otros temas que atañen a la vida cristiana, no son los que se predicán, sino los que se viven. Por supuesto, ninguna iglesia es perfecta en el amor. No obstante, toda iglesia puede ser una comunidad de pecadores que están aprendiendo a amar y a recibir amor. La tarea de la pastoral es crear condiciones para el crecimiento personal y comunitario en la experiencia del “amor–entre”.

<sup>22</sup> *Ibíd.*, 297.

<sup>23</sup> La preocupación del teólogo Juan es mostrar lo que sucede cuando el amor de Dios se hace carne en la comunidad cristiana. En el pasaje 1 Jn. 4: 12. Se pasa de la cristología la eclesiología y se afirma que “si nos amamos unos a otros, Dios permanece en nosotros – Dios viven entre nosotros, El está con nosotros –, y su amor se ha perfeccionado en nosotros”. Dicho en otras palabras, donde reina el amor, el Dios invisible se hace visible, puesto que nuestro amor apunta al Dios que es amor. “El amor – entrega es una prueba tangible de la realidad de Dios. No es meramente una forma: es una experiencia de la presencia de Dios. Y – al decir Juan – sólo se perfecciona cuando se reproduce “entre nosotros”, es decir, en la comunidad cristiana. El amor – entrega es la marca de los seguidores de Jesucristo. Y pone en evidencia la realidad de su presencia en medio de ellos” (Padilla, 1988: 7).

Donde hay amor el ejercicio de la autoridad no degenera en autoritarismo, ni el ejercicio de la libertad genera libertinaje, ni el ejercicio de la disciplina degenera legalismo, ni el ejercicio de la espontaneidad degenera en desorden. Donde hay amor las personas son más importantes que los programas, la calidad de vida es más importante que la cantidad de cosas, la madurez auténtica es más importante que las apariencias. Donde existen condiciones para que el amor germine y crezca, hay esperanza de que se formen parejas con un fundamento sólido para las cuales el matrimonio sea un pacto de ayudarse mutuamente en el seguimiento de Jesucristo en el mundo, para la gloria de Dios”.<sup>24</sup>

## 2. LA MISIÓN EVANGELIZADORA DE LA FAMILIA

En momentos en que muchas familias están en crisis o se ven amenazada por su desintegración, los cristianos debemos redescubrir la responsabilidad que Dios asignó a este grupo humano para su feliz funcionamiento. Esta responsabilidad, que consiste en formar en cada miembro de la familia un cristiano genuino, no es otra cosa que la misión evangelizadora de la familia. El propósito de este tema es precisamente reflexionar sobre el significado y las implicaciones de este ministerio familiar. Desde el A.T., vemos que el propósito de Dios era que la familia fuera el principal campo evangelizador para sus integrantes. El mandamiento expresado es: *Estas palabras que yo te doy estarán sobre tu corazón y las repetirás a tus hijos...* (Dt. 6:6-7).

No es sólo un mandato de enseñar una serie de normas a nuestros hijos. Es eso, pero mucho más. Si la ley de Dios estuviere en el corazón de los progenitores, como señal el v. 6, entonces la transmisión será de corazón a corazón. Esta idea de pasar algo de corazón a corazón no sugiere que se trata de la transmisión de bienes espirituales a los hijos, lo cual es mucho más que la repetición verbal de un precepto. El hecho de pertenecer a una familia cristiana no es garantía absoluta de que sus miembros serán definitivamente cristianos. Al llegar a los 18 años cada hijo será libre para renovar su compromiso con Cristo de un modo más significativo o para elegir el camino que considere mejor. Pero, también es cierto que el pertenecer a la familia cristiana automáticamente nos coloca en una posición especial en el camino de la fe.<sup>25</sup>

La presencia de los padres cristianos en la familia confiere el carácter de *santos* a los hijos. Esto no significa que ellos estén exentos de un compromiso personal con Cristo. Lo que aquí se enfatiza es que un hogar cristiano cumple un ministerio impactante sobre sus hijos.<sup>26</sup> Al respecto se ha dicho en el Congreso Mundial de Evangelización: “Hay una gran diferencia entre un hogar cristiano y uno que no lo es; entre los hijos de los creyentes y los hijos de los incrédulos”.<sup>27</sup> Es innegable que los hijos de hogares ya están en cierta manera iniciados en el camino de Jesucristo. Sus decisiones posteriores los reafirmarán o los alejarán. Frente al fuerte

---

<sup>24</sup> En el libro *El hogar: un lugar para crecer*, Jorge Maldonado nos dice: “Cuando yo me casé, oí que entraba “en el santo estado del matrimonio”. Desde entonces, he tenido que luchar contra un concepto estático del matrimonio y procura percibirlo en su dimensión dinámica. Para muchos, el formar un hogar significa arribar a la meta y descansar. Con razón hay tanto descuido físico, intelectual y profesional en muchas parejas que creen que el matrimonio es la graduación de la vida. El hogar tiene que ser percibido como el espacio en donde cada miembro crece y se desarrolla en todo su potencial y sus capacidades. Es en el hogar, más que en ninguna otra parte, donde los valores abstractos, tales como el amor, la caridad y la bondad, la disciplina y el valor, la paciencia y la entrega, se ponen a prueba. Es allí donde todo lo mejor el ser humano es desafiado a comprometerse. Las parejas que, en medio de su frustración y desconcierto, no se conforma con una relación mediocre y deciden crecer, experimentar una profunda transformación. Cada uno comienza a tomar responsabilidad por lo que es y por lo que quiere. Cada cual toma en serio la posibilidad de afectar las cosas a su alrededor y no sólo ser afectado. Ambos descubren que juntos pueden hacer más que cada uno por separado y eso los anima en su propósito de compartir toda la vida. Los dos van caminando en la etapa de la estabilidad, la intimidad y el compromiso como nunca antes. Eso les anima a continuar creciendo en su relación, no sólo para bien de ellos mismos, sino para beneficio de toda su familia, su comunidad y las futuras generaciones” (Revista: *Misión*, p. 131).

<sup>25</sup> Esta es la enseñanza de 1 Co. 7:14: “Porque el marido es santificado en la mujer, y la mujer incrédula en el marido. Pues de otra manera vuestros hijos serían inmundos, mientras que ahora son santos” (Biblia, Versión Reina Valera, 1960: 1057).

<sup>26</sup> Zukowski, 1983: 7-8.

<sup>27</sup> Douglas, J. D., ed. *Evangelization of Children en Let Earth hear his voice*. Minneapolis: World Wide, 1975: 727.

desafío que se ha puesto en una evangelización personalista es necesario reforzar el concepto de evangelización en familia. Esto no significa despersonalizar el encuentro con Cristo.

Por el contrario, reconocemos que el compromiso personal con Cristo es esencial para cada creyente. Sin embargo, también reconocemos que si Dios nos creó y nos colocó en un ambiente familiar para vivir, también quiere redimirnos juntamente con toda nuestra familia.<sup>28</sup> La carta de Hechos de los apóstoles corrobora este desafío familiar de la evangelización al decir: *Cree en el Señor Jesucristo y serás salvo, tú y tu casa* [tu familia] 16:31.<sup>29</sup> Creemos que el campo más propicio para fomentar el compromiso personal es precisamente la evangelización de la familia en plenitud.<sup>30</sup> Entre los elementos que dispone un hogar cristiano para cumplir su ministerio evangelizador podemos considerar:

### 3. UN AMBIENTE AFECTIVO

Existe una realidad que está presente en cada familia como el aire que respira y es la atmósfera formada por los que integran la familia. El carácter, los sentimientos, los principios y los valores religiosos y morales, el tipo de relaciones constituyen esta atmósfera que abarca a toda la familia y le da un carácter particular. Esta realidad es una vía por la cual la familia es evangelizada de un modo no menos fuerte que por la enseñanza consciente. No se trata de una actividad formal, sino de un impacto natural de la vida familiar sobre la vida cada persona. Cuando se trata de una familia cristiana, ésta tiene su atmósfera distinta. Y es la calidad de esta atmósfera la que va a influir positiva o negativamente en su misión evangelizadora. Al respecto nos dice Elvira Zukowski: *Es cierto que el clima afectivo es creado por todos los integrantes del grupo familiar, pero la primera responsabilidad de imprimirle un carácter favorable para el desarrollo cristiano de los hijos recae generalmente sobre los padres.*<sup>31</sup>

La doctrina cristiana en la vida familiar se manifiesta básicamente en las relaciones interpersonales. Cuando estas relaciones están en crisis (por el egoísmo, malentendidos, presiones externas u otros factores) es el poder del Espíritu Santo el que interviene reconciliando y restaurando las relaciones. La familia necesita un tiempo devocional para leer la palabra de Dios y orar juntos. Pero más que actividades, lo que impacta en la vida cristiana en familia es el tipo de actitudes con que se relacionan diariamente sus miembros, o sea, el ambiente que se vive continuamente. Si las actitudes por lo general son tensas y no se produce la reconciliación, el momento devocional puede ser una experiencia frustrante y aun contraproducente<sup>32</sup>.

“Toda las situaciones del hogar enseñan el evangelio de un modo más contundente que cualquier curso sobre la vida cristiana. Es en la vida familiar donde el niño descubre las respuestas a sus inquietudes religiosas. Es en el

---

<sup>28</sup> Zukowski, 1983: 7-8.

<sup>29</sup> Biblia, 1960: 930-931

<sup>30</sup> Zukowski, 1983: 7-8.

<sup>31</sup> Zukowski, Elena. *Misión evangelizadora de la familia*. Buenos Aires: Revista Misión, enero-marzo, 1983: 12.

<sup>32</sup> Goff, Guillermo., *El matrimonio y la familia en la vida cristiana*. El Paso: C.B.P., 1985: 185-186. Guillermo aconseja tener un culto familiar. Por eso dice: *Antes de hablar de cómo poner en función los cultos familiares y hacer que sean interesantes, creo que sería estimulante enfocar unos ocho beneficios que recibimos por celebrar tales cultos*, 184 -192).

Los beneficios de los cultos familiares son:

1. Crean el hábito de adorar juntos al Señor.
2. Los cultos familiares forman el mejor modelo a seguir para los niños y otros.
3. Los cultos familiares estimulan en los hijos un amor por lo espiritual (Ef. 2:1 y Col. 2:20).
4. Los cultos familiares facilitan una mayor comunicación entre los miembros de la familia.
5. Los cultos familiares permiten la posibilidad de tener experiencias cristianas dentro de la familia.
6. Los cultos familiares promueven el uso de la fuerza moral en la vida cotidiana (Is. 6:1-8; 1 Co. 10:13).
7. Los cultos familiares proveen un medio visible para colocar al padre en el papel de líder.
8. Hay muchas razones por las cuales debemos celebrar los cultos familiares, pero termina diciendo El que es una manera por la cual hijos pueden ver a los padres como seres humanos. Y si el lector quiere saber más acerca de los cultos familiares, véase *Matrimonio y familia cristiana en la vida cristiana*, Capítulo 11: 175-196.

modo en que es tratado por sus padres que percibe el amor de Dios hacia Él. La manera en que los padres afrontan y resuelven los conflictos de pareja, las actitudes frente a las crisis económicas o afectivas, la valoración de las personas y de las cosas, la actitud positiva o negativa frente a la vida son vivencias que se fijarán en cada hijo de un modo espontáneo pero definitivo”.<sup>33</sup>

#### 4. UNA PEDAGOGÍA BÍBLICA

La familia es la principal responsable por la educación cristiana de los hijos. Esta educación debe incluir todas las verdades bíblicas, como la de que Dios en su hijo Jesús mostró su gran amor al ser humano, que El espera la respuesta del ser humano, y que la persona que vive sin Dios necesita ser convertida por el poder del Espíritu Santo. Cualquier verdad bíblica puede y debe ser enseñada a personas de todas las edades. El problema aparece cuando se practica la enseñanza con torpeza por desconocer los principios básicos como la evolución mental y efectiva de las personas que atraviesan por diferentes edades. Una teología mal entendida consideraría a los niños como adultos en miniatura, esperando de su conducta una perfección que al mismo adulto le es imposible alcanzar.

Esta insensibilidad lleva a conocer la conducta de un niño que miente aun cuando esté en la etapa en que en realidad y la imaginación se superpone. La misma falla se comete cuando se juzga mal a un adolescente que vive altibajos emocionales, típicos de su edad. “Una sana teología reconoce que Dios no demanda el mismo comportamiento a personas de diferentes edades. Dios no espera que los niños actúen como adultos, simplemente los acepta como niños que son y con la fidelidad que se puede esperar de un niño”.<sup>34</sup> Es indispensable que la educación evangelizadora en familia provea oportunidades para respuesta de cada uno de sus integrantes. La enseñanza de la Biblia siempre requiere una respuesta del género humano. “El que enseñe a su familia la Palabra de Dios y no busca intencionalmente respuestas personales, actúa como el labrador que echa la semilla y nunca vuelve a buscar el fruto”.<sup>35</sup>

“Tan importante como es el dar lugar a respuestas o reacciones es también dejar claro en qué consiste cualquier tipo de decisión con la que se confronta a las personas. Sólo es válido aquel evangelismo que explica con claridad las implicaciones de cualquier respuesta de compromiso que asumirá la persona. El tipo de respuesta dependerá de las diferentes edades, de las necesidades de cada persona y del mensaje de Dios que se haya presentado. No debemos esperar respuestas estereotipadas, pues Dios es el que hace la obra en las personas y Él puede actuar de modos no previstos por nosotros”.<sup>36</sup> Basándonos en 2 Timoteo 3:15 *...desde la niñez has sabido las Sagradas Escrituras, las cuales te pueden hacer sabio para la salvación por la fe que es en Cristo Jesús. Debemos reconocer que la enseñanza de la Biblia conduce a la salvación, se trate o no de una apelación al arrepentimiento y la fe. Por tanto podemos decir que: “estamos evangelizando al enseñar la Biblia y estimulando cualquier tipo de compromiso que requiera el pasaje enseñado”*.<sup>37</sup>

#### BIBLIOGRAFÍA

Douglas, J. D., ed. *Evangelization of Children en Let Earth hear his voice*. Minneapolis: World Wide, 1975.

Goff, Guillermo. *El matrimonio y la familia en la vida cristiana*. El Paso: C.B.P., 1985.

Mafud, Julio. *Los Argentinos y el Status*, 1985: 45.

Maldonado, Jorge. 1987. *Su hogar: ¿Un paraíso de felicidad?* Buenos Aires: Revista Misión # 5.

---

<sup>33</sup> Zukowski, 1983: 7-8.

<sup>34</sup> Miller, 1956: 69. Citado por Zukowski, *Ibid*.

<sup>35</sup> *Ibid*.

<sup>36</sup> *Ibid*.

<sup>37</sup> Scripture Union's Ministry to Children – Statement of Principle, 1979: 30. Citado por Zukowski, *ibid*.



Padilla, René. *La iglesia matriz de la familia cristiana*. Buenos Aires: Revista Misión, junio-julio # 24, 1998.

Pérez Gaudio, Migue A. *El maestro y el niño frente a la televisión*. Córdoba: IDEAS EDUCATIVAS. 1988.

\_\_\_\_\_, Diario: *La Nueva Provincia*, 1988.

Peyru, Graciela. *El mundo de la televisión, salpicón de besos y balas*. Buenos Aires: Diario, abril 25, 1991.

Roldan, Alberto. *La familia a que pertenezco*. Miami: LOGOI, 1991.

Zechetto, Victorino, Estrada humar y Mañas Rafael. *Para comprender la publicidad*. Buenos Aires: Don Bosco. 1987.

Zukowski, Elena. *Misión evangelizadora de la familia*. Buenos Aires: Revista Misión, enero-marzo, 1983.

**ObreroFiel.com - Se permite reproducir este material, siempre y cuando no se venda.**