



Allen Webster

Alzad vuestros ojos y mirad el poder de la hoja impresa

El Hermano Webster ha estado predicando para la iglesia de Cristo en Jacksonville (Alabama) desde 1995. Recibió su educación de Memphis School of Preaching (1986, 1989), de Faulkner University (BA, 1988) y de Freed-Hardeman University (M Min., 1990).

En sus dieciséis años de predicación también ha servido a tiempo completo en congregaciones de Mississippi, Missouri y Tennessee. Autor de folletos y tratados. Ha sido Co-editor de los libros de las Conferencias de Faulkner University. Desde 1994, ha estado editando *De Casa en Casa/De Corazón a Corazón*, una revista evangelística bimestral usada por alrededor de cuatrocientas congregaciones en sus programas de evangelización. Él y su esposa, Melissa, tienen tres niños.

1

ESCENARIO: La iglesia a la que asisto está perdiendo miembros en lugar de ganar. No cumplimos con lo proyectado. Tenemos pocos niños en la clase bíblica y muy pocos miembros regresan el domingo por la noche. En lugar de añadir programas nuevos, estamos recortando de los que hicimos el año pasado.

REACCIÓN: Estamos preocupados pero ¿oramos? "Glorificamos," pero ¿"evangelizamos"? Nos preocupamos, pero ¿nos ponemos de rodillas? Ofrendamos, pero ¿inclinamos nuestros rostros? Criticamos y culpamos, pero ¿trabajamos? Convocamos a reuniones de emergencia, pero ¿no asistimos? Vemos el problema, pero ¿estamos ciegos a la "solución"?

DISCUSIÓN: La misión de la iglesia local es salvar almas. La misión que expresó Jesús fue buscar y salvar el perdido (Lucas 19:10), y su cuerpo en la tierra—la iglesia (Efesios 1:22-23)—debe hacer lo mismo. Desde que éramos bebés espirituales hemos entendido esta verdad básica. Pero, ¿Cómo se refleja esto en la iglesia local?

Las iglesias, como cristianos, necesitamos analizar las prioridades de vez en cuando. Hay *necesidades urgentes* y *verdades eternas*. Tenemos que mantener un edificio, pero no podemos llevárnoslo al cielo con nosotros. Debemos arreglar las fugas de agua, cambiar las lámparas, cortar el césped y pagar los recibos de electricidad. Estas son *necesidades urgentes*, pero no deberían ocupar la mayor parte de nuestras reuniones y dinero. Algunas veces, gastamos dinero en cosas que son ligeramente necesarias y luego dudamos en emprender acciones con dinero y energía para ganar almas en nuestra comunidad. Las *verdades eternas* son las almas de los hombres, el juicio, el cielo, y el infierno. No podemos ver esas cosas. No son urgentes al menos que nos abran los ojos para ver "los campos blancos para la siega" (Juan 4:35). Las cosas que podemos ver son más fáciles de trabajar y valorar que las cosas que podemos conocer solamente por fe. Sin embargo, se nos manda a andar por fe, no por vista (2 Corintios 5:7). Algunos de los viejos solían orar, "Ayúdanos a vivir viendo

"ALZAD VUESTROS OJOS"*Del 21 AL 25 de Octubre del 2007*

la eternidad."

Esto lleva a los líderes que andan por fe a lanzarse agresivamente a evangelizar al mundo entero—y a sus propias comunidades. No deben permitir que la urgencia reemplace lo eterno. Esto lleva a los miembros a andar por fe para apoyar sus planes con corazón, alma y bolsillo. Lleva a los predicadores a andar por fe para continuar enfatizando la verdadera misión de la iglesia y a trabajar genuina y desinteresadamente para ver que se lleve a cabo.

Específicamente ¿Qué estamos haciendo para evangelizar a nuestras comunidades? ¿Es suficiente? ¿Estamos conformes? ¿Está satisfecho el Señor? ¿Estamos listos para ir al juicio con aquellos que viven alrededor nuestro? ¿Qué les sucederá a los que viven en nuestro pequeño pueblo (o grande ciudad) en el día del juicio? Cuando nuestros vecinos sean traídos ante el banquillo de los acusados, y veamos sus rostros ¿veremos sus rostros con miedo, enojo, sorpresa o confianza?

Es hora de que tomemos en serio el edificio de reunión. Nuestras iglesias *necesitan* crecer. No es suficiente que permanezcamos sentados, mantener el status quo y bautizar a nuestros hijos para compensar a los que mueren. La iglesia del Nuevo Testamento era un *cuerpo vivo* que crecía rápidamente (por ejemplo, Hechos 2:41, 47; 4:4; 5:14; 6:1, 7; 9:31; 11:24; 12:24). Todos admitimos que la iglesia no está creciendo en nuestra generación como debería. Algunas iglesias tienen más bancas vacías que llenas. Algunos presupuestos son mayores para el pago del edificio que para el evangelismo.

En nuestra generación cuando tenemos más Biblias y herramientas de estudio en nuestra casa que las que había en una ciudad entera en el primer siglo, algunas congregaciones tienen problemas para encontrar suficientes maestros y completar su plantilla para la Escuela Bíblica. Ahora que hay más niños que nunca en la historia del mundo, algunas iglesias tienen tan pocos en la clase Bíblica que agrupan a los preescolares con los primarios. Algunas asambleas han tenido a los mismos "pocos fieles" desde el primer mandato de Reagan. Otras tuvieron menos el último domingo que los que han tenido en toda la vida de su miembro más antiguo. Las iglesias denominacionales en algunas ciudades se mofan (o peor, ignoran) a la iglesia de Dios mientras crecen a pasos agigantados y nosotros nos estancamos y nos reducimos en tamaño.

En un día cuando la iglesia tiene más dinero que Salomón, más educación que Moisés y más recursos que David, algunas iglesias tienen menos respuestas que Noé (él salvó a su familia). Algunas iglesias con doscientos o quinientos miembros no bautizaron a diez personas el último año (incluyendo a los hijos de sus miembros). Tenemos el mejor transporte desde el carro de fuego de Elías, la mejor tecnología de comunicación desde Pentecostés, los mejores visuales desde aquellos vistos en la fiesta de Belsasar (Daniel 5), pero en algunos lugares están teniendo menos éxito que la iglesia de Sardis y Laodicea (Apocalipsis 3).

¿Hemos olvidado reservar un asiento a Dios en nuestras reuniones de planeación? ¿Hemos hecho el seguimiento de nuestra asistencia sin registrarlo en nuestras

“ALZAD VUESTROS OJOS”*Del 21 AL 25 de Octubre del 2007*

oraciones? ¿Hemos plantado y regado mientras tapamos el sol vivificante de Dios (1 Corintios 3:6-9)? ¿Hemos tenido a miembros solo por su ofrenda sin animarlos a practicar su oración (compárese Lucas 6:12)? ¿Hemos enfatizado más un día de recreo que una noche de enseñanza bíblica? ¿Hemos invertido más tiempo en nuestros comedores de la iglesia que en el ir por carreteras o caminos convenciendo al perdido a venir? ¿Hemos arremangado nuestras mangas, sin quitarnos nuestros zapatos?

Las figuras Bíblicas para el evangelismo

Por supuesto, el lugar de arranque son las Escrituras. La perfecta Palabra de Dios nos ayuda a entender nuestra tarea en palabras que tanto el erudito como el agricultor pueden apreciar de la misma manera. ¿Qué es el “evangelismo”? (Esta sección se adapta de Warren W. Weirsbé, *Con la Palabra*.)

En Lucas 15, Jesús enseña la oveja perdida, la moneda perdida y el hijo perdido, todos necesitaban ser encontrados y traídos de vuelta a donde pertenecían. En ese sentido, cada cristiano es el pastor que busca, el colector de monedas y el padre diligente.

Nuestro Señor también comparó el ganar almas a pescar (Marcos 1:17). Pedro capturó un pez con un anzuelo (Mateo 17:24-27), pero también trabajó con otro pescador y usó redes para atrapar muchos pescados en una ocasión—en esa ocasión, tantos como ciento cincuenta y tres (Juan 21:11). La lección espiritual de esto es que hay un lugar para el evangelismo personal y el colectivo. En la selección de hombres que iban a ser sus ayudantes especiales, o apóstoles, Jesús dijo, “Sígueme y los haré pescadores de hombres.”

Más tarde, usó diferentes figuras de lenguaje: “Apacienta mis corderos, pastorea mis ovejas” (Juan 21). La implicación es que los pescadores se harían pastores con el tiempo.

Proverbios 11:30 compara el evangelismo con la caza. Una traducción literal es “El que *caza* almas es sabio.” El pecado atrapar y matar (Santiago 1:13-15), pero los cristianos tratan de atrapar para ponerlos en libertad (Juan 8:32; 2 Timoteo 2:24-26). 3

Tanto Zacarías 3:2 y Judas 23 representan al ganador de almas como un bombero, arrebatándolas del fuego. John Wesley aplicó Zacarías 3:2 a sí mismo, curiosamente, siendo niño, fue sacado de su casa en llamas cuando parecía que ya era demasiado tarde. Algunas veces, debemos tomar riesgos de amor para arrebatarnos a la gente de los fuegos del juicio. El ganador de almas también es un embajador de paz.

Jesús comparó el evangelismo a sembrar y cosechar (Juan 4:34-38); Pablo también usó esta ilustración agrícola (1 Corintios 3:6-9). Tanto los agricultores como los ganadores de almas son “colaboradores de Dios” (1 Corintios 3:9).

La aplicación de las Figuras

De estas siete figuras, la siembra es la que mejor encaja en el concepto de evangelismo por correo masivo o publicidad directa (el aspecto de la “página impresa” que se enfatizará en este estudio).

El sembrar la semilla del reino es una figura familiar para todos los estudiantes de la Biblia. La Parábola del Sembrador se registra tres veces en el Nuevo Testamento (Mateo 13; Marcos 4; Lucas 8), por lo tanto, debe ser importante que sepamos lo que

*“ALZAD VUESTROS OJOS”**Del 21 AL 25 de Octubre del 2007*

enseña. Al aplicar el “Evangelismo por publicidad directa o correo masivo,” sembrar la semilla es un método de “difusión.” Esto es, no tiene un individuo en mente; el evangelio es enviado en grandes cantidades esperando que alguna semilla (piezas de correo) encuentren buena tierra y crezca pero también sabiendo que otros (aun la mayoría) no.

Como sembradores de la semilla de Dios, debemos recordar las reglas del cultivo:

Un buen agricultor sabe que, en igualdad de circunstancias, el que más siembra, más cosechará. Si quiere más cosecha en el otoño, deber sembrar más semilla en un campo más grande en primavera. Con el correo masivo o publicidad directa, añadir una ruta o dos cada año es hacer nuevos surcos. Dios promete, “Así será mi palabra que sale de mi boca; *no volverá a mí vacía*, sino que hará lo que yo quiero, y será prosperada en aquello para que la envíe” (Isaías 55:11).

Un buen agricultor sabe que no es suficiente plantar; se debe cultivar. Por supuesto, algunos frutos vendrán con un mínimo de esfuerzo; pero vendrán más con cultivo y atención. El sembrar y regar en la misma área. ¡Maximiza su cosecha!

Un buen agricultor sabe que debe ser paciente para esperar la cosecha. El enfoque de correo masivo o publicidad directa para evangelizar es a largo plazo, acumulativo. Poco a poco se construyen puentes en nuestras comunidades. Si, el correo masivo o por publicidad directa frecuentemente obtiene una respuesta inmediata, pero su fuerza radica en su habilidad para influir lentamente a la gente, para enseñar la Palabra de Dios en cantidades pequeñas, para minimizar los prejuicios contra la iglesia de

Cristo y contra la verdad de Dios. En ocasiones, una iglesia podría enviar correspondencia y después de solo unos pocos ejemplares, decir, “Esto no está funcionando. Trataremos con algo más.” Podría ser una sabia decisión (si algo más efectivo se pone en su lugar), pero probablemente es más sabio ser paciente. Desistir de arar las líneas de un campo, plantar maíz y después de algunas semanas decir, “Esto no funciona. No hay una sola mazorca de maíz. Vamos a plantar algo más.” La Palabra de Dios exhorta a la paciencia en el ganar almas: “*Por tanto, hermanos, tened paciencia* hasta la venida del Señor. Mirad cómo el labrador espera el precioso fruto de la tierra, aguardando con paciencia hasta que reciba la lluvia temprana y tardía. *Tened también vosotros paciencia* y afirmad vuestros corazones...” (Santiago 5:7-8; compárese Gálatas 6:9). Frecuentemente, el éxito que se está teniendo no se ve por varios meses. Siga sembrando la semilla enviando la información a los contactos en toda ocasión; continúe regándola enviando a los contactos, visitantes y continúe orando a Dios para que dé el crecimiento (1 Corintios 3:6-9).

Un buen agricultor sabe que debe continuar trabajando durante la sequía. En una desaceleración de la economía, podríamos ser tentados a ser conservadores en el gasto para la evangelización. Lo contrario es un enfoque más sabio. Cuando los tiempos son difíciles, la gente está más receptiva a la necesidad de Dios en sus vidas, cuando los tiempos son difíciles, la gente está más abierta a estudiar al inmutable Dios y sus promesas del cielo. El diablo quiere que esperemos; Dios quiere que “vayamos” (Marcos 16:15). El calendario de Satanás está siempre abierto para “mañana,”

4

"ALZAD VUESTROS OJOS"*Del 21 AL 25 de Octubre del 2007*

el de Dios siempre es "ahora." Jesús dijo, "¿No decís vosotros: Aún faltan cuatro meses para que llegue la siega? He aquí os digo: *Alzad vuestros ojos y mirad los campos*, porque ya están blancos para la siega ... *Mete tu hoz y siega*; porque la hora de segar ha llegado, pues la mies de la tierra está madura" (Juan 4:35; Apocalipsis 14:15).

Un buen agricultor sabe que necesita un poco de ayuda. La lluvia debe llegar en el momento adecuado. Los evangelizadores necesitan ayuda. "La mies a la verdad es mucha, mas los obreros pocos; *por tanto, rogad al Señor de la mies que envíe obreros a su mies*" (Lucas 10:2, énfasis añadido). Pregunte a un pámpano si es autosuficiente, y responde, "No, dependo de la rama para mi vivir." Pregunte a la rama y responde, "No, mi vida está en el tronco." Pregunte al tronco y responde, "No, mi vida está en las raíces." Pregunte a las raíces y cada una responde, "No, mi vida está en el tronco y las ramas y las hojas. Deje a las ramas sin hojas y moriré."

Plante, riegue y espere ... ¡COSECHE!

El "cartero" y el "predicador"

¿Sabía que existían los "carteros" en los tiempos bíblicos? Los persas tenían carteros, de acuerdo a Ester 8:13-14: "La copia del edicto que había de darse por decreto en cada provincia, para que fuese conocido por todos los pueblos, decía que los judíos estuviesen preparados para aquel día, para vengarse de sus enemigos. *Los correos, pues, montados en caballos veloces, salieron a toda prisa por la orden del rey; y el edicto fue dado en Susa capital del reino*" (compárese 3:13-15; 8:10).

Heródoto describe su sistema de correos bajo Jerjes. "Ahora no hay nada mortal que haga un recorrido más rápido que como lo hacen estos mensajeros, por medio de la aportación ingeniosa de los persas. Se dice que la cantidad de días que hay en una jornada de viaje completa, también es el número de hombres y de caballos que se paran a un lado del camino, cada caballo y hombre distanciados por un intervalo de un día de viaje, nada les impedía a estos mensajeros cubrir su trayecto asignado lo más rápido posible; ni nieve o lluvia, ni calor ni oscuridad. Desde el principio al final de su etapa, el despacho pasaba del primero al segundo, del segundo al tercero y así hasta el final del recorrido, así como los portadores de la antorcha en la carrera griega en honor a Hefesto. A este recorrido le llaman en Persia, angereion (Citado en *La Herencia de Persia* por Richard Frye, 1966, p. 128; Heródoto VIII.98).

Los caminos involucrados en el sistema eran muy parecidos a las supercarreteras de hoy. Los caminos estaban bien cuidados y no pasaban por el centro de las grandes ciudades. Por el contrario, pasaban por las periferias para evadir el tráfico pesado de la ciudad. Esto le permitía al correo ir de Susa a Macedonia en menos de dos semanas. Era realmente sorprendente por la época. Hacía más fácil llevar las proclamaciones reales por todo el Imperio Persa en poco tiempo.

Babilonia tenía carteros. Jeremías dijo, "*Correo se encontrará con correo*, mensajero se encontrará con mensajero, para anunciar al rey de Babilonia que su ciudad es tomada por todas partes" (Jeremías 51:31). Israel y Judá tenían carteros (2 Crónicas 30:6). Los carteros se mencionan incluso en el que se cree que es el primer libro de la Biblia que se escribió. Job en una ocasión dijo que sus días habían "sido

más ligeros que un correo" (Job 9:25). "Correo" (rotz) significa aquí "un corredor, un mensajero; alguien de quien se dice que hace 240 kilómetros en menos de 24 horas" (*El tesoro del conocimiento Bíblico*, Versión Electrónica, E-Sword).

En cierto sentido, el "cartero" puede ser un "predicador" al poner el evangelio en sus manos para llevar a su comunidad. Sus pies pueden dejar un sendero de luz al pasar de un buzón a otro dejando la información con la "luz del mundo" (Juan 8:12).

Un método de correo masivo o de publicidad directa para el evangelismo

Dado que cada alma vale más que el mundo entero (Mateo 16:26), el objetivo de cada congregación debe ser el tratar de llegar a cada familia en su comunidad con el evangelio de Jesucristo. El mandamiento de "id" (Marcos 16:15) incluye las casas de enfrente igual que las del otro lado del océano. De hecho, debemos sentir más responsabilidad de llevarlo a nuestros propios vecinos que a los que nunca hemos conocido.

El solo pensar en ir al juicio con los de nuestra generación, nos pone a pensar, nos humilla y nos desafía. Cuando la iglesia de Cristo en Jacksonville empezó a contemplar seriamente cómo llegar a los que viven en Jacksonville, consideramos nuestras opciones. Sabemos que no todos son "buena tierra," sin embargo tiene que haber un porcentaje que busca honestamente aprender la verdad y agradar al Padre. (La Parábola del Sembrador y la Tierra enseña esto, Mateo 13). Queríamos tener un contacto auténtico con las almas en nuestra comunidad tan frecuente como sea posible.

¿Cómo *podemos* llegar a toda la comunidad? ¿Cómo puede una congregación de 200 llegar a 20,000? El evangelismo de persona a persona es esencial. Todo cristiano debería intentar convertir a los miembros de su familia, amigos, socios y con los que tiene contacto cada día. ¿Cómo podemos encontrar a buenos prospectos en nuestra comunidad?

6

Consideramos diferentes formas para llegar y encontrar a las personas interesadas alrededor nuestro. Nos fijamos en los métodos habituales:

- De puerta en puerta
- Anuncios en la radio
- Programas de televisión
- Artículos en los periódicos
- Sitio en Internet
- Correo masivo o publicidad directa

Las iglesias han utilizado cada una de éstas en forma exitosa. Nosotros aplicamos algunas de ellas actualmente y hemos usado otras en el pasado. Incluso apoyamos esos esfuerzos en las iglesias del área que las emplean. Quizás la mejor manera es una combinación de los métodos. En nuestra situación, decidimos que:

- La "llamada fría" de puerta en puerta no es muy efectiva.
- Las personas escuchan diferentes estaciones de radio (y es difícil conseguir que muchos escuchen incluso un programa de 15 minutos).
- La televisión puede ser costosa y necesitaríamos un orador capaz y una buena producción (y con la competencia en el sistema de cable, es difícil rivalizar por la audiencia).
- El espacio en el periódico puede ser

"ALZAD VUESTROS OJOS"

Del 21 AL 25 de Octubre del 2007

caro y no todos toman el periódico o al menos el mismo periódico.

Así que, optamos por el correo masivo o publicidad directa—y ¡nos hemos sorprendido por el éxito! *De Casa a Casa y de Corazón a Corazón* es un programa de correo masivo o publicidad directa auspiciado en cooperación por las iglesias de Cristo. Desde su inicio en 1994 con 1,000 revistas, ha crecido a una circulación de más de 2,500,000. Su circulación ha sobrepasado a publicaciones como el *New York Times*, el *Wall Street Journal* y el *USA Today*. Más de mil congregaciones de la iglesia de Cristo en cuarenta y siete estados la distribuyen en sus comunidades. Es usada por iglesias en seis países. Publicada seis veces al año, personalizada para cada congregación y cada iglesia hace su propio seguimiento a sus contactos. Si cada hogar representa tres personas, el potencial de lectores es de más de siete millones.

De Casa en Casa y de Corazón a Corazón (de aquí en adelante DCC) se esfuerza por ser atractiva en apariencia, sana en doctrina, interesante en contenido y agresivamente evangelística. Sin fines de lucro, de gran volumen, de saturación de correo y cubre la totalidad de las rutas postales al mismo tiempo. Se publica bajo la supervisión de los ancianos de la iglesia de Cristo Jacksonville, en Jacksonville en Alabama.

No somos tan ingenuos para pensar que todo el que recibe DCC la lee. Sin embargo, sabemos que muchos lo harán. De hecho, recibimos respuestas después cada ejemplar y comentarios cada semana de los vecinos, socios, compañeros de trabajo *que están leyéndola*. Calculamos que si solo el 10% la lee, esto es más de los visitantes no cristianos

(alrededor de 4,500 localmente y 185,000 a nivel nacional) que tendremos en diez años a nuestros servicios (las autoridades dicen que el 20% leerán este tipo de correo). Nosotros—y otras iglesias que usan el correo o publicidad directa—hemos vistos un dramático incremento de visitantes de la comunidad a nuestros servicios.

7

Los lectores están expuestos a artículos sobre una amplia gama de temas bíblicos—desde la existencia de Dios a la creación del mundo; de la vida cristiana a los peligros de la falsa doctrina; del movimiento de restauración al plan de Dios para la familia; del amor de Dios a la inspiración de la Biblia; de la grandeza de Cristo a la necesidad de la asistencia a la iglesia.

Colocamos el nombre de la iglesia en la mente de cada familia al menos una vez cada mes. Saben que estamos ahí y que nos preocupamos lo suficiente para llegar a ellos (aun si inmediatamente la tiran a la basura.) Cuando una familia se muda a nuestra comunidad, se garantiza que recibirán una invitación para visitarnos dentro de dos meses. Escucharán de nosotros seis veces el primer año—y cada año que vivan ahí. En el Día del Juicio nadie de nuestra comunidad será capaz de decir, "Nunca me lo mencionaste a mí."

Luego, otras congregaciones se nos acercaron y preguntaron si podían usar DCC en sus comunidades, hemos trabajado en los detalles para hacerlo posible. DCC se usa ahora en iglesias desde Florida hasta New Jersey, de Texas a Michigan, de Virginia a California.

(Para más información: 256-435-9356; www.HouseToHouse.com; www.jvillecoc.org).

La importancia de la apariencia en los materiales impresos

Un problema, en mi opinión, con muchos de los materiales que hemos producido a través de los años es la apariencia. Son sanos en doctrina, bien escritos, al grano, pero el "empaquetado" en que son puestos reduce su potencial de lectura. Cuando consideramos que incluso la "propaganda" actualmente es a todo color y está diseñada con esmero en papel liso, el lector promedio no va a invertir tiempo en una pieza que "lastima los ojos."

Lo que hacemos para Dios, en el nombre de Cristo, debería hacerse de la mejor manera en que podamos hacerlo. Si su "mano" lo hace, entonces deberíamos hacerlo "según tus fuerzas" (Eclesiastés 9:10). En el atletismo, aplaudimos. En lo académico, premiamos. Al personaje, lo admiramos. En lo artesanal, pagamos extra por él. Al entretenimiento, acudimos a él. Los negocios, necesitamos promoverlos. En la muerte, lo elogiamos. En el cristianismo, se lucha por él. ¿Qué es esto? ¡Excelente! Dios se deleita con los santos "excelentes" (*'addiryr*, íntegro, noble) (Salmo 16:3).

Uno de estos días, Él premiará la excelencia. En la presencia de todos los que hemos conocido y de todos los que no hemos conocido, tendremos "la alabanza [*epainos*, elogio, alabanza] de Dios" (1 Corintios 4:5). ¿Qué estará buscando Dios? Se ve en lo que dirá: "Y su señor le dijo: Bien, buen siervo y fiel; sobre poco has sido fiel, sobre mucho te pondré; entra en el gozo de tu señor" (Mateo 25:21).

¿No cuesta más imprimir a color y en alta calidad? ¿No podríamos ahorrar dinero si hacemos chicas muchas palabras en una

página para que se ajuste a la misma? La respuesta a ambas preguntas es "sí" y "no." Inicialmente cuesta más imprimir materiales de una calidad más alta. Pero, si se leen más que los materiales más baratos, entonces la conclusión es ¿Cuánto cuesta *por lector*? Deberíamos asegurar tener tanta enseñanza como sea posible en la publicidad directa, pero nuevamente, existe un punto donde la ley de de rendimiento decreciente entra en juego. Si ahorramos \$200, pero llegamos a 200 personas menos, entonces, el gasto extra tiene sentido.

Si usted es como yo, consigue boletines de las iglesias que incluso no intenta leer. Estoy seguro que tienen buen material, pero el tamaño de la letra es tan pequeña y sus márgenes tan reducidos que es molesto para los ojos el leerlo. Y, si un cristiano siente eso de una pieza de correo, entonces un no cristiano (que ve menos la necesidad de saber lo que dice el boletín) aun más. Solo tenemos cerca de dos segundos para ganar la atención de un lector antes de que esta "propaganda postal" se tire. Si no hacemos una buena "primera impresión," entonces tampoco tendremos una oportunidad de tener una "segunda impresión."

Comprendiendo mejor los métodos de circulación

Debemos ser "prudentes como serpientes y sencillos como palomas" (Mateo 10:16). Los que están en el servicio postal y en los negocios que viven del correo masivo o de la publicidad directa han hecho una amplia investigación sobre la "metodología de la circulación." Lo que han encontrado ser verdad en el mundo secular también aplica

*“ALZAD VUESTROS OJOS”**Del 21 AL 25 de Octubre del 2007*

en gran medida a nuestros esfuerzos espirituales.

Los vendedores profesionales dicen que hay cuatro ingredientes del “correo que vende.”

- *Atención.* Piense en el más grande beneficio que su producto o servicio puede ofrecer y dramáticelo. La iglesia tiene que ofrecer Buenas Noticias, salvación y a Cristo.
- *Interés.* Ahora que obtuvo la atención de sus clientes, mantenga su interés con los detalles respecto a lo que está vendiendo en frases cortas y sencillas. La mayoría de las personas en nuestras comunidades nunca han oído hablar del evangelio puro. Muchos en realidad están interesados en cosas espirituales. Como Cornelio, quieren saber y obedecer (Hechos 10).
- *Deseo.* Dar a su cliente una oportunidad para imaginar lo que es tener y usar su producto, usando fotos y/o descripciones detalladas. Enfoque los beneficios más que las características. La salvación es urgente. El cristianismo es la vida abundante (Juan 10:10). Hay libertad para la esclavitud del pecado (Juan 8:31-32).
- *Acción.* No olvidar hacer el pedido. Ofrezca una razón para visitar su tienda o llamar a la empresa de inmediato. Los instamos a visitar, a investigar, a obedecer (Hebreos 5:8-9).

¿Cuáles son los elementos claves de los “métodos de circulación”?

Correo. Casi a diario, toda persona en nuestras comunidades va al buzón. Buscan recibos o facturas que tienen que pagar,

cartas de las escuelas de los niños, noticias e información. Adicionalmente, quieren productos, servicios e ideas que puedan mejorar sus vidas. Muchos de ellos están buscando una vida mejor. Solo que no saben dónde encontrarla — ¡pero nosotros sí! El correo puede ayudarles a aprender y a vivir.

- Las autoridades dicen que “ir al buzón” es “el evento más esperado del día” para mucha gente.
- El hogar promedio recibe menos de tres piezas de correo por día (por semana: de primera clase, 7.6; segunda clase, 2.1; tercera clase, 3.3; sin fines de lucro, 1.1).

Correo regular. La mayoría de los vendedores profesionales dicen que cualquier programa de correo toma tiempo para agarrar fuerza. Esta es la razón por la que se desea enviar por correo regular. Cuanto más envíe correo a las personas de su lista, más presente estará.

- Si los envíos se espacian más de dos meses, entonces el “reconocimiento del nombre” se reduce significativamente.
- Los negocios han encontrado que el correo masivo o publicidad directa es efectivo. Dependiendo del diseño de la publicidad y del propósito, la tasa de respuesta varía del 1% al 5% por ciento. La eficacia aumenta cuando se junta esta vía con otro medio (por ejemplo, radio, televisión, computadora y anuncios en la prensa).

Correo en gran cantidad.

- El correo masivo depende de la ley de los grandes números—entre más correo envíe, más grande respuesta. Unas 1000 piezas de correo pueden producir cinco o más respuestas. Unas 100 piezas de correo no son lo suficiente grande para

"ALZAD VUESTROS OJOS"*Del 21 AL 25 de Octubre del 2007*

medir la respuesta. (De acuerdo a cómo defina "respuesta," hemos encontrado que esto es verdad. Por lo general, obtenemos alrededor de 10 respuestas escritas—peticiones de cursos Bíblicos/preguntas Bíblicas/cartas personales—por ejemplar en Jacksonville con un tiraje de 40,000 piezas. Si "respuesta" significa visitas personales a los servicios de adoración, entonces es difícil de medir, porque los visitantes no siempre dicen por qué decidieron visitarnos. Lo que sí sabemos es que ahora tenemos visitas de la comunidad regularmente. Muchos no tienen "relación" con nosotros. La iglesia en Salem, Virginia, tuvo más de 20 visitantes ¡la primera vez que mandó correo o publicidad directa! Si "respuesta" significa comentarios verbales a uno de nuestros miembros acerca de la revista, entonces tenemos un gran porcentaje de éxito. Si "respuesta" significa que vieron el nombre de la iglesia y se enteraron que nos preocupamos por ellos y aprendieron algo acerca de la Palabra de Dios, entonces el número aumenta nuevamente.)

- De ocho a doce contactos (correos) se requieren antes de que un incrédulo vea la necesidad de asistir por primera vez. Un disparo de correos son grandes tiros; los correos múltiples producen más resultados. (Este esfuerzo fue más efectivo durante su segundo año.) El Club Nacional Ejecutivo de Ventas encontró que toma repetidas llamadas personales el hacer ventas:

2% de ventas se hacen en la primera

llamada;

3% de ventas se hacen en la segunda llamada;

3.5% de ventas se hacen en la tercera llamada;

10% de ventas se hacen en la cuarta llamada;

81% de ventas se hacen en las llamadas subsecuentes.

10

Entonces, es mejor, enviar repetidamente a las mismas rutas—incluso si no puede cubrir la ciudad o pueblo entero—que andar de un lado en otro en diferentes rutas cada vez.

Enviar el correo en forma correcta. Los que envían correo en forma profesional dicen que la calidad de las lista de correo representa al menos el 40% del éxito de la campaña. Las oficinas de correo tienen requisitos estrictos en la tercera y cuarta clase de correo. Si estos no se cumplen, entonces el permiso sin fines de lucro de una iglesia puede ser revocado, o más probablemente, el correo solo será descartado y el dinero gastado para producir y enviar las piezas por correo se desperdiciará.

El porqué los materiales impresos llegan al externo

(Las ventajas del correo masivo)

No es de extrañar que compañías de miles de millones de dólares hayan surgido de la correspondencia. Permite hacer una presentación altamente personalizada, pertinente, por el precio de una estampilla. A diferencia de otros medios que literalmente lo "encajonan" a un espacio y tiempo, no hay límite de cómo usar el correo. El correo también le permite controlar la frecuencia de su mensaje.

El correo masivo incrementa la visibilidad en la comunidad. Mantener el nombre de la iglesia ante el público, se logra el reconocimiento e incrementa la retención del nombre. También puede desarrollar y mejorar la imagen ante la comunidad. Si queremos que sepan que estamos restaurando el cristianismo del Nuevo Testamento, por ejemplo, podemos repetir este tema. Varias iglesias que utilizan DCC reportan que se han dado a conocer en la comunidad como la "iglesia con la revista."

El correo masivo contacta a nuevos residentes de la comunidad. Cuando las personas se mudan a nuestra comunidad, sabemos que dentro de dos meses habrán escuchado de nosotros y habrán sido invitados a nuestros servicios. Se garantiza que escucharán de nosotros seis veces dentro del primer año que vivan aquí. Pensarán en nosotros cuando busquen una iglesia donde adorar o estudiar la Biblia.

El correo masivo optimiza el tiempo. El tiempo que tomaría ir de puerta en puerta o hablar a cada uno en una ciudad entera es impresionante, pero toda familia puede recibir DCC con una mínima inversión de tiempo.

El correo masivo se dirige a necesidades específicas. El correo masivo o publicidad directa atiende a prospectos dando información acerca de la iglesia y sus programas. Ayuda a la gente a ver que necesitan a Cristo y a su iglesia.

El correo masivo puede usarse como promoción para eventos especiales. Le dice a cada hogar de su comunidad en forma individual acerca de las campañas evangelísticas, campañas regionales, acontecimientos anuales, días familiares/de

amistad, domingos de promoción de Escuela Bíblica, Escuela Bíblica de vacaciones, eventos juveniles y cantos por un precio muy bajo. (Todo lo que normalmente se presupuesta para publicidad puede aplicarse al costo de DCC.)

El correo masivo puede usarse para promover otros esfuerzos evangelísticos. Si una iglesia tiene un programa de radio/televisión o una nueva página en Internet, se puede anunciar en DCC. (También se puede mencionar a DCC en otros medios de difusión.)

El correo masivo se dirige a áreas geográficas. Podemos llegar a aquellas familias que viven más cerca de nuestro edificio sin tener que pagar por los que viven lejos.

El correo masivo produce resultados que pueden medirse. La Palabra de Dios no falla (Isaías 55:9-11) — solo fallamos si no la enviamos. Sus miembros escucharán comentarios de los lectores. Casi toda iglesia recibe respuestas por escrito. Si usted hace un envío grande, es más probable que tenga visitantes. Hemos visto un incremento significativo de visitantes de la comunidad a nuestros servicios.

El correo masivo penetra las puertas cerradas. La cultura actual hace difícil ir de casa en casa tocando puertas solicitando que lo escuchen, especialmente donde unidades habitacionales están involucradas (a menudo no se tiene acceso a las puertas). Incluso cuando pueda acceder a la puerta, muchos residentes no están en casa o son escépticos para abrir la puerta a extraños. DCC penetra las puertas.

El correo masivo es conveniente para el prospecto. Los anuncios de radio/TV requieren que los prospectos estén en el hogar o en

"ALZAD VUESTROS OJOS"
Del 21 AL 25 de Octubre del 2007

sintonía, sin embargo los destinatarios abren su correo en su tiempo libre. Se pueden sentar en la mesa de café durante una semana antes de leerlo, y a pesar de ellos aun es reciente. No corre el riesgo de interrumpirlos en un mal momento — como puede ser el tocar la puerta. Los envíos también pueden prepararse en un momento conveniente para usted.

No he sido capaz de expresar adecuadamente lo que mi corazón siente acerca de estas cosas. Pero, ¿Considerará esto cuidadosamente, en forma atenta y piadosa? Cualquier método que decidamos usar — *De Casa en Casa/de Corazón a Corazón* u otro enfoque—llevemos el evangelio a nuestras comunidades. Pongamos nuestro más grande esfuerzo en las cosas que realmente importan. "Id por todo el mundo y predicad el evangelio a toda criatura" (Marcos 16:15).

REFERENCIAS

- Greene, David (1988), *Las Historias de Heródoto de Halicarnaso* (Chicago, IL: The University of Chicago Press).
- Torrey, R.A. (1983), *Tesoro del Conocimiento Bíblico* (Peabody, MA: Hendrickson Publishers) (Electronic Version, E-Sword).
- Wiersbe, Warren W. (1983), *Con la Palabra* (Nashville, TN: Thomas Nelson Publishers). **12**

Iglesia de Cristo en Jacksonville
P.O. Box 520
Jacksonville, AL 36267
E-mail: allen@housetohouse.com

Copyright © 2007

Getwell church of Christ

Versión al Español
Jaime Hernández Castillo
Querétaro, Mex. Octubre del 2011
jhcastil@yahoo.com.mx