

Misionología Digital: una perspectiva evangelística del ministerio del apóstol Pablo en Atenas

Luis Fernando Contreras Mateus
<https://orcid.org/0000-0001-5560-8556>
luis.contreras@upeu.edu.pe
Universidad Peruana Unión
Lima, Perú

Recibido(18/04/2022), Aceptado(21/05/2022)

Resumen: Hoy vivimos en la era de la comunicación y a raíz de la pandemia de COVID- 19 se requiere una respuesta integral, reflexiva y basada en la acción por parte de las iglesias en todo el mundo en todos los contextos, tanto geográficos como denominacionales, para mejorar las habilidades religiosas en una era digital. En esta investigación se hizo un análisis bibliográfico de artículos científicos y material académico, que nos proyectan los principios de evangelización usados por el apóstol Pablo en Atenas y la aplicación de estos en la era digital a partir de la propuesta de una herramienta informática de interacción con el usuario.

Palabras clave: Evangelismo, era digital, apóstol Pablo, Atenas.

Digital Missiology: An Evangelistic Perspective on the Apostle Paul's Ministry in Athens

Abstract: We are currently living in the era of communication, and as a result of the COVID-19 pandemic, a comprehensive, reflective and action-based response in all context-both geographic and denominational- is required from churches around the world for the enhancement of religious skills in a digital era. In this research, we made a bibliographical analysis of scientific articles and academic material, that present the principles of evangelization used by the apostle Paul in Athens and their application in the digital beginning with the proposal of a computer tool designed to interact with the user.

Keywords: Evangelism, digital age, apostle Paul, Athens.

I.INTRODUCCIÓN

La misionología se encarga de estudiar la misión de Dios a través de todos los tiempos, empieza con Dios y llega a su clímax con la encarnación de Cristo. Al venir Jesús a esta tierra mostró claramente cuál era su misión, afirmó que ha venido a buscar y salvar lo que se había perdido [1]. Es en la cruz del calvario que Jesús paga la deuda del hombre, liberándolo de la condenación de la muerte y es por su resurrección que el hombre recibe el poder para vivir una vida de victoria sobre el pecado. Estas son las buenas nuevas del evangelio dadas a sus discípulos, para ser extendidas a toda nación, pueblo, tribu y lengua. Es decir, la misión es transcultural, pues trasciende e influye en otros entornos. Es esencial por lo tanto para un evangelismo intercultural eficaz comprender la religión, la filosofía y la literatura de la cultura receptora.

Es por ello que Pablo junto a su compañero de viaje Bernabé entendiendo la naturaleza de la misión, utilizaron todos los medios posibles de su época, para que el cristianismo se expandiera por Asia, Europa y a partir de ahí a todo el mundo. Ellos utilizaron las redes de comunicación de su tiempo, que consistían en viajes por barco o vía terrestre, para llevar su mensaje [1].

Partiendo de Antioquia aproximadamente por el año 47 d.C, embarcaron a Seleucia, de allí por barco se dirigieron a Chipre, desarrollando su tarea misional en Salamina, de la costa oriental, pasaron a la costa occidental a una ciudad llamada Pafos y así sucesivamente completaron su primer viaje, fundando iglesias y haciendo discípulos. Pablo y Bernabé como grandes comunicadores del evangelio se alistaron para su segundo viaje misionero. Esta vez el compañero de viaje de Pablo fue Silas. Empezando vía terrestre salieron de Jerusalén a Cesárea, luego a Tolemaida, posteriormente a Siria pasando por Tiro y Sidón, de allí a Asia menor, pasando por Antioquia y dirigiéndose a Tarso (ciudad natal de Pablo) y así sucesivamente hasta llegar a Atenas [1], ciudad emblemática del mundo antiguo, ávida de escuchar cosas nuevas y fundamental para esta investigación por las implicaciones misionológicas que nos competen.

Asimismo, como Pablo uso todos los medios de comunicación de su tiempo. Hoy, en la era digital debemos utilizar las herramientas informáticas, las cuales pueden ser aplicaciones, programas o instrucciones, que nos ayudan a facilitar cualquier tarea.

Si la misión es la divulgación de las buenas nuevas presentadas por Cristo, las cuales tienen un alto contenido en valores y principios morales que ayudan a las personas a tener un claro concepto de identidad, propósito, y que no se limita simplemente a hacer conversos religiosos, sino que incluye la acción en favor de los pobres y la comunidad [2]. Es el deber cristiano buscar herramientas, métodos, y estrategias para presentar estas enseñanzas en un mundo digital, que cada vez se acrecienta en inmoralidad y antivalores.

En este trabajo se plantea la propuesta de una herramienta informática que facilite el cumplimiento de la misión cristiana, para ello se ha hecho un análisis bibliográfico sobre los métodos y estrategias que Pablo usó en la evangelización de Atenas, luego se conectó estos principios con la era digital y por último se presentó la propuesta de una herramienta informática que integre los principios encontrados.

II.DESARROLLO

A. Pablo en Atenas y su discurso magistral

El discurso de Pablo en Atenas registrado en la biblia específicamente en el libro de hechos de los apóstoles capítulo diecisiete, tenía un objetivo cuidadosamente estudiado a una audiencia específica en un entorno único. Atenas era un centro importante en arte, arquitectura y filosofía gracias al legado de Sócrates, Platón y Aristóteles. Aunque habían pasado cerca de cuatrocientos años desde su edad dorada hasta la entrada de Pablo a la ciudad, aún conservaba su gloria y prestigio. Pablo hizo una minuciosa observación de la ciudad, andando por la ciudad, contemplando los lugares y objetos de culto [3]. Pablo se adentra en el entorno socio religioso, sus creencias populares, sus costumbres. Es decir, se contextualiza. Este es uno de los grandes principios que vemos en la evangelización de esta ciudad.

El diccionario de la Real Academia Española (RAE) [4], define contextualización, como situar algo en un determinado contexto y el contexto es un entorno físico o de situación, político, histórico, cultural o de cualquier otra índole. Siguiendo el ejemplo de Pablo, la contextualización se hizo sumamente importante en la tarea de la evangelización, porque era necesario que se conociera el contexto cultural, social, religioso para tener éxito en la tarea de la transmisión del mensaje del evangelio y no entorpecerlo por no conocer el contexto del lugar a evangelizar. Partiendo de esto Pablo realizó una narrativa contextual, que se centra en el receptor, es decir, el mensaje que se transmite debe ser entendido por el que lo recibe y para ello debo hacer un esfuerzo por entender su contexto de vida [5].

Todo cristiano acepta el hecho de que debe comunicar el evangelio de Cristo al mundo, lo cual parece una tarea fácil, solo que la realidad es muy diferente debido a que cada ser humano tiene su propia cosmovisión de conceptos, percepciones y realidades, que fueron alimentadas desde su niñez. Lo que hace que cada persona vea el mundo desde su propio lente. Por lo tanto, todo se ve con el color o el tono de la lente que las personas estén usando [5].

Según Lucas el autor de hechos, Pablo no tenía la intención de predicar en Atenas, estaba allí como resultado de su expulsión de Tesalónica y Berea. Y mientras Pablo esperaba en Atenas, fue a la sinagoga a razonar con los judíos, luego paso a la plaza de la ciudad, un lugar donde la gente se reunía para hablar. Estaban allí filósofos estoicos y epicúreos quienes se acercaron para escuchar lo que decía el apóstol. Los epicúreos fundados por Epicuro creían que todo ocurre por el azar, que todo finaliza con la muerte, que los dioses vivían en otra esfera y no tenían mayor preocupación por los mortales y que el objetivo principal de la humanidad era el placer producido sin sufrimiento. Por otro lado, los estoicos fundados por Zenón eran panteístas, es decir creían que todo es dios, que todo lo que ocurría era voluntad de Dios, por eso debía aceptarse sin resentimiento, creían también que cada cierto tiempo el mundo se desintegraba y empezaba de nuevo con otro ciclo de acontecimientos [3].

Posteriormente Pablo es llevado al Areópago (la colina de Marte) para exponer su fe, en aquel lugar era donde se reunían cerca de treinta miembros que conformaban el tribunal selecto, los cuales juzgaban los casos de homicidio y cuestiones de moralidad pública, este era un lugar prominente. Todo comunicador necesita una plataforma o un escenario y Pablo tenía el mejor púlpito de Atenas.

Después de contextualizarse con el entorno pluralista de Atenas, Pablo usó otro principio importante para la misionología, crear puentes, que conecten a una ciudad altamente pagana con el cristianismo, notó que los atenienses adoraban a muchos dioses. Myer Pearlman menciona que había alrededor de 3000 ídolos en la ciudad, ratificando un dicho popular de la época, hay más dioses que hombres en Atenas. Se sintió muy angustiado por la cultura idolátrica, pues esto reflejaba el gran vacío espiritual que tenían, pero a su vez esto mostraba el deseo frenético de llenarlo [3].

Pablo inicia su discurso diciendo, Atenienses en todo os veo muy religiosos. Porque al pasar y observar los monumentos de vuestro culto, hallé también un altar con la inscripción: Al Dios no conocido. Notemos que Pablo no está utilizando un lenguaje discriminatorio o acusador, por el contrario, elogia su religiosidad. La actitud del apóstol se caracteriza por el respeto a la religiosidad del otro y la amabilidad de abordar un tema controvertido de la fe. Es interesante notar como entre tantos dioses Pablo encuentra el punto de contacto, para presentar al Dios no conocido por los atenienses, y que podía llenar todos sus vacíos espirituales [6].

Les habló en un lenguaje conocido, claro y desarrollado de acuerdo a la capacidad de comprensión de sus oyentes. Pablo conocía la filosofía griega y estaba familiarizado con su literatura, lo vemos al citar dos poemas griegos. Porque en él vivimos, nos movemos y somos [1], escrito por Epiménides de Knossos en Creta por el siglo VI a.C, y porque linaje suyo somos [1], de Aratu siglo III a.C. Es impresionante como Pablo conecta esta literatura con el mensaje del evangelio motivando a otros cristianos a hacer lo mismo, como es el caso de Justino Mártir quien usó el pensamiento filosófico para declarar su fe. Llega a Roma por el año 150 d.C, y funda una escuela de filosofía para debatir con los no cristianos para demostrar que el cristianismo es la verdadera filosofía [6].

En esencia Pablo es capaz de cambiar la fuente (es decir, la forma típica de presentación) del mensaje evangélico y aun así mantener intacto el contenido del mensaje. En otras palabras, este discurso revela al apóstol Pablo como alguien que es sensible a su audiencia y que está preocupado por ella. Si queremos dejar huella en las personas debemos interesarnos realmente por el bienestar del otro.

Finalmente, Pablo proclamó a un Dios revelado y resucitado, en lugar de un desconocido Dios. Al epicureísmo que colocaba a un Dios distante, el mensaje fue claro, conviértete, porque Dios juzgará. Dios no está distante, él está involucrado y profundamente preocupado con los asuntos de este mundo. Al estoico reductor de Dios, viene la proclamación de un Dios que está sobre el mundo en lugar de expresarse totalmente dentro de él. Omnipresente, pero en supremacía más que en contención panteísta. Invita a las personas al arrepentimiento y a la búsqueda del Dios no conocido por los atenienses, pero si bien conocido por el apóstol Pablo [3].

Para muchos comentaristas el impacto evangelístico del apóstol Pablo no fue relevante, porque fueron muy pocos los conversos al cristianismo en este lugar. Pero el evangelismo hecho por Pablo en Atenas colocó las bases para la misión contextual de todos los tiempos. Y a su vez nos presenta principios que pueden aplicarse hoy a la era digital [6].

B. Era digital

Anteriormente el acceso a la información era posible a través de bibliotecas físicas, pero desde la entrada de la Web todo cambió. Desde los años 90 se puede acceder a un número ilimitado de información solo con tener conexión a internet. Hoy podemos tener al alcance de nuestra mano la más grande biblioteca de todos los tiempos, la red mundial de información (World Wide Web) y todo de manera digital. El acceso a internet también trajo consigo nuevas tecnologías que no se limitan solo a informar, sino que permiten la comunicación e interacción entre personas. Nuestra sociedad cada vez está más interconectada con las redes sociales, y a medida que pasa el tiempo los usuarios desplazan más sus actividades cotidianas a entornos online. Es interesante como los sociólogos James Fowler y Nicholas Christakis observan que nuestros cerebros parecen haber sido diseñados para las redes sociales [7].

La tecnología y sus rápidos cambios en la manera en que las personas se comunican e interactúan es un factor importante en el moldeamiento generacional. Los Baby Boomers nacidos después de la segunda guerra mundial de 1946 a 1964, crecieron a la par que se expandía la televisión, cambiando su estilo de vida y la manera en que se conectaban con el mundo exterior, la generación X nacida entre los años 1965 y 1980, se desarrolló mientras se afianzaba la revolución informática, los millennials nacidos entre 1981 y 1996, en cambio alcanzaron su mayoría de edad con la salida del internet, la generación Z nacida entre el año 1997 al año 2012 ya creció rodeada de digitalidad. En el 2007 se lanza el iPhone cuando los mayores de la generación Z tenían 10 años. En los últimos años se han visto avances tecnológicos significativos, que han cambiado de manera significativa la manera en que nos comunicamos [8].

Estos avances han hecho que las investigaciones se enfoquen en el comportamiento, actitudes y estilo de vida de las personas, especialmente los jóvenes que tienen acceso a estas tecnologías y cuanta afectación positiva o negativa desarrollan, y que tantas huellas dejan a otras generaciones [8].

We are social (una agencia especializada en aspectos sociales) y Hootsuite (líder mundial en gestión de redes sociales) en su último informe anual sobre las redes sociales y tendencias digitales menciona un crecimiento en el uso de las tecnologías digitales. Hay 4,620 millones de usuarios de redes sociales en todo el mundo, esto equivale a más del 58% de la población total del mundo y esta cifra va con tendencia al alza. Con referencia a este informe Nathan McDonald, menciona que vivimos cambios rápidos en la cultura, la economía y la sociedad en general. Lo que lleva a tener una profunda comprensión de las comunidades, culturas y subculturas en línea [9].

C. La cibercultura

Podemos definir que la cibercultura nace de la utilización de las nuevas tecnologías de comunicación e información, la cual contiene una cultura propia y nuevas formas de comunicarse, informarse y de transmitir experiencias. Todo esto conlleva, a incluir símbolos, técnicas, entornos, mediados por dispositivos digitales y nuevas formas de pensamiento y valores. Es por ello que la comunicación física y corporal da paso a una nueva manera de comunicarse y presenta nuevos desafíos al momento de evangelizar [10].

A su vez toda persona que tenga acceso a internet tiene a su alcance una cantidad ilimitada de recursos culturales, libros, revistas, videos, audios, viajes virtuales entre otros, los cuales al ser absorbidos por el receptor cambiarán la manera de pensar y de actuar. Pudiendo así cambiar comportamientos de su cultura. Lo interesante es que las personas que más usan las tecnologías digitales son las nuevas generaciones entre las que se encuentran los llamados nativos digitales, llamados así porque crecieron en la era digital. Estos no solamente son los consumidores, sino que serán los próximos productores de todo material digital [11].

Tomando en cuenta las investigaciones realizadas por Pew Research Center, donde menciona que el 95% de los adolescentes estadounidenses tienen acceso a un teléfono inteligente y el 45% dice que pasa en línea constantemente. Reflejando que los teléfonos inteligentes se han convertido en un elemento casi omnipresente en la vida de los adolescentes [8]. Surge una pregunta interesante ¿qué tipo de valores o información reciben los nativos digitales? ¿Qué estamos haciendo para evangelizarlos? Por lo tanto, si la misión es transcultural, también tiene que tener la eficacia de trascender en la cultura digital, siempre y cuando conozcamos como usar los medios y las herramientas digitales para influir positivamente sobre los receptores del mensaje. Para ello es necesario comprender lo qué es la contextualización digital.

D. Contextualización digital

En uno de los artículos que aborda el tema de la misión en la era digital Paulo Oliveira aborda el hecho de que, al ser una sociedad en red, se requiere un cambio de paradigmas y acciones si queremos cumplir el cometido de evangelizar al mundo. El compromiso contextual con la digitalización como teólogos y practicantes de la iglesia exige un eje de participación en lugar de una reacción a sus potenciales problemas [12].

Y es que cuando hablamos de contextualización digital, necesitamos entender que es un conjunto que integra herramientas y entornos digitales que anticipan, actúan y conectan con el usuario de las diferentes tecnologías de información y comunicación (TIC), estableciendo un puente entre lo que piensa, desea y la acción que toma. En este sentido la personalidad, concebida como una tendencia interna o predisposición de una persona a actuar de una determinada manera, es un tema relevante que debe ser estudiado para ayudar a comprender a los usuarios de tecnologías interactivas, desde la perspectiva de la motivación, es decir cómo interactúan los usuarios con el sistema. Esto ha sido muy estudiado en el campo de los videojuegos, del marketing digital, de la producción audiovisual entre otros [13].

Notemos que estas tecnologías se están enfocando altamente en las nuevas generaciones, y es necesario que también el mundo cristiano estudie todos estos aspectos para poder ser relevante e impacte positivamente no solo a las nuevas generaciones sino a un mundo cada vez más secular y menos religioso.

Por lo tanto, la enseñanza del funcionamiento y uso de las TIC debe ser parte de la herramienta tecnológica que proponemos, con el propósito de ser más efectivos en el cumplimiento de la misión, cuando hablamos de las nuevas generaciones en especial los nativos digitales que no nacen sabiendo cómo funcionan estas tecnologías y que no tienen el criterio ético para escoger o filtrar la información sea positiva o negativa, además desconocen los peligros y las oportunidades que estas presentan. Es la persona adulta la más experimentada y quizá la más capaz para identificar lo bueno, lo útil, lo provechoso de estas tecnologías y descartar lo perjudicial y no saludable, aunque carezca de conocimiento en el funcionamiento de muchas de estas tecnologías [11]. Usadas correctamente las TIC son una herramienta poderosa para la divulgación y formación en valores de la sociedad. Es por ello la necesidad de capacitación y formación en el funcionamiento y uso de estas tecnologías.

Miremos nuevamente el contexto de los nativos digitales. Muchos de ellos utilizan gran parte de su tiempo en estas tecnologías especialmente las redes sociales. En el reporte de Digital 2022 se menciona que las personas pasan más tiempo en Facebook, siendo esta la plataforma más usada en el mundo, luego sigue YouTube que ha incrementado su audiencia dos veces más rápido que Facebook, con 2,560 millones de usuarios, seguidamente esta WhatsApp, Instagram, TikTok, entre otras [9]. Muchos de los nativos digitales solo residen en la red, pero ¿saben sacarle el mayor provecho? Muchos de ellos establecen amistades y relaciones en línea, les cuesta distinguir entre lo real y lo virtual, solicitan información inmediata, no les interesa leer textos largos, ni complejos, aprenden jugando y viendo videos, además les gusta compartir su identidad digital [8].

¿Cómo el cristianismo logrará evangelizarlos de la manera correcta? ¿están las nuevas generaciones preocupadas e interesadas en lo religioso? Algunos estudios sobre percepción de lo sagrado en los jóvenes mencionan que las nuevas generaciones buscan lo sagrado en momentos y espacios religiosos fuera de las instituciones tradicionales y más en medios digitales [14]. Por lo tanto, el internet también es un espacio para la religiosidad y la búsqueda espiritual, dado que muchas personas tienen una profunda necesidad espiritual y la buscan a través de las TIC [15]. Es por ello que debemos crear estos espacios en donde las personas puedan sentir que sus necesidades espirituales son satisfechas, entendiendo el contexto en el que vivimos. Si la misionología es contextual debe estar a la vanguardia de lo que ocurre hoy en el mundo, y lo que vemos es que el campo digital sigue en aumento. ¿Cuántos misioneros estamos capacitando y enviando?

E. Integración de los principios encontrados a la herramienta digital propuesta

Toda persona se dirige a las TIC motivadas por alguna razón. Muchas de ellas por diversión, por información, por comunicarse con un ser querido, por interacción con otros, por aprendizaje, mostrando que todos los seres humanos siempre necesitamos de algo o de alguien. Por lo tanto, siempre hay necesidades que suplir. Cuando hablamos de estas tecnologías necesitamos diferenciar entre el usuario y los desarrolladores, al igual que Pablo en Atenas debemos identificarnos con nuestros receptores del mensaje, debemos crear un puente entre lo que estoy ofreciendo y lo que necesita el receptor.

Para esta herramienta tecnológica es necesario definir el público, no olvidemos que los usuarios de estas tecnologías son seres humanos con muchas necesidades no solo religiosas, puesto que la red de internet es mundial y no todas las personas están interesadas en aspectos religiosos, debemos crear conectores que los hagan interesarse en aquello que como cristianos estamos ofreciendo. A medida que el tiempo pasa las personas están menos interesadas en instituciones religiosas y más en tener experiencias espirituales [14].

La herramienta digital o tecnológica que se propone es una aplicación de Android y iOS o página web, que ofrezca ayuda para diferentes problemas del usuario. Así que, como punto de partida necesitamos crear un puente de contacto que pueda ampliar nuestro rango de acción, por ejemplo, muchas de las personas que usan estas tecnologías tienen serios problemas en su hogar, incluso lo más probable es que el matrimonio del usuario este por disolverse por diferentes problemas, y a través de esta herramienta la persona pueda tener acceso inmediato a videos, talleres, testimonios que le ayuden en el fortalecimiento de su matrimonio. Inclusive puede tener un chat en línea o un correo para que las personas puedan ponerse en contacto con un profesional en esa área. Lo mismo puede ocurrir con jóvenes que quizá estén pensando en suicidarse y que no encuentran salida para su vida. Padres que no saben cómo lidiar con sus hijos y quizá lo que requieren es una orientación. Siguiendo por esta línea, así como los creadores de juegos de video, debemos crear una experiencia personalizada ajustada al perfil del usuario, con un contenido y funcionalidad enfocada en el individuo [13].

Para ello se necesitará un equipo multidisciplinario que esté dispuesto a servir y ayudar a los usuarios de las redes, este equipo al igual que Pablo el apóstol, debe estar apasionado por el cumplimiento de la misión y por su expansión. Se requerirá de consejeros matrimoniales, psicólogos, educadores, diseñadores gráficos, programadores, educadores, tecnólogos entre otros. Todos unidos con un solo propósito mostrar al Dios no conocido por la sociedad, a un Dios de amor, preocupado por los intereses de la humanidad sufriente [1]. Este equipo tendrá acceso a la misma aplicación

Asimismo, esta herramienta debe tener una pestaña que lleva al colaborador que esté interesado como voluntario a capacitarse para ser parte de este proyecto. Hoy se utiliza un término conocido como influencer quien es la persona con un potencial necesario para crear contenido que conecte con diferentes personas. A través de esta capacitación, cada persona podrá descubrir cuál es su voz de influencia y cómo utilizarla de la mejor manera para beneficio de la comunidad. Si bien es cierto no todos tienen la capacidad de ser influencer, si pueden tener otras capacidades u otros dones para ser usados. Todos los seres humanos tienen talentos, o cualidades naturales que usadas correctamente dejarán huellas en las vidas de otras personas [1].

Esta herramienta también debe pensar en los niños y adolescentes, creando un contenido adaptado para su edad, en donde se resalten múltiples valores como la paciencia, la honestidad, el respeto, la tolerancia, la comprensión entre otros.

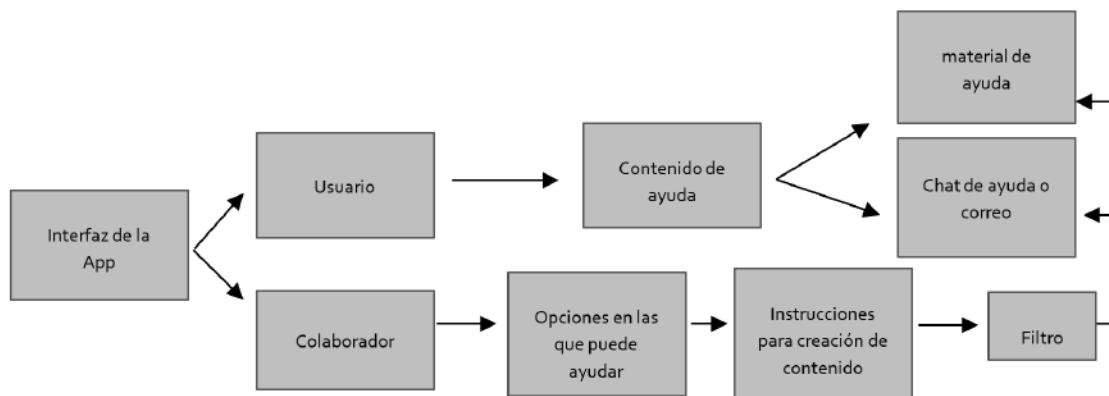


Fig. 1. Diagrama de funcionamiento

Como se observa en la figura 1, tenemos la interfaz de la aplicación o página web, la cual va a tener dos opciones una estará disponible para el usuario que requiere ayuda, la cual desplegará un contenido de ayuda o aprendizaje (familia, salud preventiva, educación de hijos, material para niños, problemas con depresión, suicidio, consejos espirituales, y demás), después se desplegará el material para apoyar el contenido escogido, que puede constar de videos, lecturas, audios. A su vez también el usuario tendrá la opción de contactarse con un asesor ya sea a través de un correo electrónico, un chat en línea, si desea mayor ayuda.

Por otro lado está la opción de colaborador, que es específicamente para aquellos que deseen ayudar con el abastecimiento de material o ayuda para los usuarios que accedan por ayuda o aprendizaje, posteriormente se desplegará un menú de opciones en las que puede aportar, el colaborador dependiendo de la habilidad que tenga, optará por una de las opciones, seguidamente se le darán las instrucciones sobre el tipo de ayuda que se necesita, puede ser producción de video, en donde se utilizarán las plataformas ya existentes como YouTube, el colaborador puede utilizar su canal para subir los videos sobre la temática específica, y en la aplicación se pondrá un enlace para conectar con ese video, dependiendo del tema. Asimismo, puede hacerse con el audio utilizando Spotify u otra, generando un enlace que pueda usarse en la aplicación de ayuda. Es importante mencionar que antes de generarse el link o vínculo con el material de ayuda, este se pase por un equipo de filtro el cual tendrá la función de revisar si el material es apto o no para ser usado en la aplicación.

Lo positivo de esta aplicación es que las personas que sean ayudadas y se sientan satisfechas de la ayuda, pueden ser invitadas a ser parte del grupo de colaboradores, y compartir en la aplicación su testimonio personal. Completando así un círculo de beneficio mutuo. Esta aplicación puede tener la opción de varios idiomas dependiendo del material de ayuda que se tenga en ese idioma.

III.METODOLOGÍA

La metodología que se usó para desarrollar este artículo científico tuvo un enfoque cualitativo, el cual se enfoca en aspectos no susceptibles de cuantificación, se analizó fuentes bibliográficas de artículos científicos, y material académico que describen métodos y estrategias usadas por el apóstol Pablo en la evangelización de Atenas, subrayando principios misioneros latentes que derivaron de la visita de Pablo a esta ciudad. Posteriormente se consultó artículos científicos y páginas web de investigación y estadística para describir el concepto de era digital, su contexto, el modo en que ha cambiado el estilo de vida de la sociedad, especialmente de las nuevas generaciones. Seguidamente se pasó a describir el proceso de cómo funcionaría la propuesta de la herramienta digital en la facilitación de la tarea de ayudar a los usuarios de las redes en la búsqueda de respuestas emocionales y espirituales. Integrando los principios encontrados en la evangelización de Pablo a Atenas en la era digital.

IV.RESULTADOS

Después de haber realizado un análisis y estudio de la bibliografía se pudo evidenciar que los principios utilizados por el apóstol Pablo en la evangelización de Atenas, se pueden usar en la evangelización de hoy, así como Pablo usó la red de comunicación de su tiempo, hoy también los cristianos pueden usar satisfactoriamente las redes de comunicación existentes, especialmente el internet con el propósito de expandir la misión cristiana, de la misma forma como Pablo tomo en cuenta el contexto, y a partir de allí creó puentes que conectaran a una ciudad altamente secular con el cristianismo utilizando una narrativa contextual, con un lenguaje conocido para sus oyentes, así también hoy entendiendo el contexto en el que vivimos que la sociedad al igual que en el pasado es altamente secular, se pueden crear puentes con los usuarios que usan las tecnologías informáticas, que los atraigan a un mensaje cristiano lleno de esperanza, con un lenguaje no saturado de crítica sino de amor genuino. La creación de herramientas digitales con propósitos evangelísticos, no solo ayudarían en la expansión del evangelio, sino que facilitarían el trabajo misional.

CONCLUSIONES

Una vez concluido este trabajo podemos decir que las herramientas digitales que tenemos hoy no son una amenaza, en realidad son una oportunidad para que la misión crezca, se expanda e influya en una sociedad cambiante. Esta investigación propone una herramienta digital, pero da la apertura para que un equipo multidisciplinario pueda desarrollar esta herramienta y un proyecto de mayor alcance, con el propósito de formar a nuevas generaciones con una suma de más valores. El campo de la misionología digital está en crecimiento con muchos desafíos por delante, pero con un propósito firme de cumplir la misión cristiana. Hay muchas reflexiones que quedan de esta investigación, y que pueden dar lugar a otras investigaciones, que pueden ir colocando un fundamento más sólido en el evangelismo digital. ¿Puede realmente la digitalidad llevarnos a una experiencia real con Dios? ¿Pueden las redes sociales ser un lugar influyente y determinante en la toma de decisiones espirituales? Concluyo diciendo que, si el apóstol Pablo hubiese vivido en nuestro tiempo, no dudaría en usar herramientas tecnológicas para el avance del evangelio.

REFERENCIAS

- [1] Reina Valera, BibleGateway online, 1960. Lc 19,10. Hch 13-17. 1 Cor 12.
- [2] M. Clawson, «Misión Integral y Evangelicalismo Progresista: La Influencia Latinoamericana en la Iglesia Emergente Norteamericana,» Religions, vol. 3, nº 3, pp. 790-807, 2012. doi:10.3390/rel3030790
- [3] É. Tedeo Xavier, «missão Urbana: Atitudes Missionárias de Paulo em Atenas,» Revista Iberoamericana de Teología, vol. XI, nº 33, pp. 33-54, 2015. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=125247737002>
- [4] R. A. Española, Diccionario de la lengua española, 23a ed. ed., 2014.
- [5] C. H. Kraft, Issues in contextualization, Pasadena, CA: William Carey Library, 2016.
- [6] P. Gray, «Implied Audiences in the Areopagus Narrative,» Tyndale Bulletin, vol. 55, nº 2, p. 205-218, 2004. <https://doi.org/10.53751/001c.29173>
- [7] T. Ayala Pérez, «Saber y Cultura en la Era Digital,» Revista Austral de Ciencias Sociales, vol. 20, pp. 41-59, 2011. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=45924206003>
- [8] Pew Research Center, (2022). Defining generations [En línea]. Available: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>. [Último acceso: 15 05 2022].
- [9] We Are Social S.L., (2021). Informe Digital 2022 [En línea]. Available: <https://wearesocial.com/es/>. [Último acceso: 25 05 2022].
- [10] C. Arboleda Mora, «Evangelizar la cibercultura: los retos de la ciberteología,» Veritas, vol. 38, pp. 163-681, Diciembre 2017. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-92732017000300163>
- [11] A. Piscitelli, «Nativos digitales,» Contratexto, vol. 16, pp. 43-56, 2008. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=570667390008>
- [12] P. C. Oliveira, «The Rise of the Digital Neighbor: A Theoretical Concept for Mission Renewal in the Digital Age,» Journal of Adventist Mission Studies, vol. 15, nº 1, pp. 83-103, 2019. <https://digitalcommons.andrews.edu/jams/vol15/iss1/8>
- [13] C. González, P. Toledo, V. Muñoz y J. Arnedo, «Gender and Age Differences in Preferences on Game Elements and Platforms,» Sensors, vol. 22, nº 9, p. 3567, 2022. doi:10.3390/s22093567
- [14] M. Avilés Salvador y J. Balladares Burgos, «Persepciones y sentidos de los sagrado en las generaciones digitales,» Perseitas, vol. 8, pp. 142-159, 2020. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=498965770008>
- [15] D. A. Wong, «Liturgy in Lockdown: Restricted Movement, Expanded Worship,» Religions, vol. 13, nº 1, p. 25, 2022. doi:10.3390/rel13010025

El autor**Luis Fernando Contreras Mateus.**

Licenciado en teología y estudiante de maestría en misionología, Universidad Peruana Unión (UPEU)