

EL IMPACTO DEL USO DE RECURSOS DIGITALES EN LAS PROSPECTIVAS DE ACCIÓN MISIONERA DE LAS OBRAS MISIONALES PONTIFICIAS (OMP)

THE IMPACT OF THE USE OF DIGITAL RESOURCES ON THE PROSPECTS FOR MISSIONARY ACTION BY THE PONTIFICAL MISSION WORKS (OMP)

Neidy Asisa Durán Serrudo
neidyduran@usantotomas.edu.co
Estudiante

Resumen:

El presente artículo analiza el impacto del uso de recursos digitales en la acción misionera de las Obras Misionales Pontificias (OMP) en Colombia, desde una perspectiva prospectiva. La investigación se desarrolló mediante un enfoque cualitativo con diseño de estudio de caso múltiple, a partir de entrevistas semiestructuradas aplicadas a estudiantes del programa virtual de formación misionera y directores diocesanos. Los resultados evidencian una apropiación predominantemente funcional de los recursos digitales, orientada a la difusión de contenidos y la optimización de procesos formativos, así como tensiones relacionadas con la pérdida del encuentro personal, la superficialidad de las interacciones y las brechas de acceso tecnológico. Como hallazgo central, se identifica la emergencia de una comprensión de la misión en clave de “pastoral híbrida”, que integra la dimensión presencial y digital. Se concluye que la prospectiva constituye una categoría teológico-pastoral que permite orientar la acción misionera en contextos de transformación digital, superando una visión meramente instrumental de la tecnología.

Palabras claves: misión, cultura digital, prospectiva, evangelización, OMP

Abstract:

This article analyzes the impact of the use of digital resources on the missionary work of the Pontifical Mission Societies (PMS) in Colombia from a prospective perspective. The research was conducted using a qualitative approach with a multiple-case study design, based on semi-structured interviews with students in the online missionary training program and diocesan directors. The results reveal a predominantly functional use of digital resources, focused on content dissemination and the optimization of formation processes, as well as tensions related to the loss of personal encounter, the superficiality of interactions, and technological access gaps. A central finding is the emergence of an understanding of mission in terms of “hybrid pastoral care,” which integrates both in-person and digital dimensions. It is concluded that this perspective constitutes a theological-pastoral category that enables the guidance of missionary action in contexts of digital transformation, moving beyond a merely instrumental view of technology.

Keywords: mission, digital culture, prospectivity, evangelization, PMS

1. Introducción

La transformación digital contemporánea no constituye únicamente un cambio en los medios de comunicación, sino una reconfiguración profunda de las formas de relación, aprendizaje y construcción de sentido. En este contexto, la Iglesia se ve interpelada a discernir su presencia en el entorno digital, no solo como un espacio instrumental para la difusión del mensaje, sino como un ámbito cultural en el que se configura la experiencia de fe y la vivencia comunitaria. En este sentido, lo digital deja de ser comprendido exclusivamente como herramienta para convertirse en un verdadero espacio de interacción simbólica y relacional que interpela la acción evangelizadora.

En el campo de la acción misionera, este desafío adquiere una relevancia particular. Aunque el uso de recursos digitales ha crecido significativamente en los últimos años, especialmente a partir de contextos como la pandemia, en muchos escenarios eclesiales su integración continúa respondiendo a una lógica funcional, centrada en la transmisión de contenidos y la optimización de procesos. Esta situación evidencia una tensión entre el uso instrumental de la tecnología y la necesidad de una comprensión teológico-pastoral que permita reconocer lo digital como un espacio de encuentro, comunión y experiencia creyente. De este modo, se configura un problema de fondo: la ausencia de una reflexión suficientemente articulada que permita integrar los recursos digitales en la identidad y proyección de la misión, más allá de su uso operativo.

Ante este panorama, la prospectiva de la acción misional se presenta como una categoría clave de análisis, en cuanto permite anticipar escenarios, discernir tendencias y orientar estratégicamente la misión en contextos de cambio. Sin embargo, su comprensión no puede reducirse a una herramienta técnica de planificación, sino que debe ser asumida como un ejercicio de discernimiento teológico-pastoral que articule la lectura de los signos de los tiempos con la fidelidad al Evangelio. En esta perspectiva, la prospectiva no solo proyecta futuros posibles, sino que contribuye a la configuración de horizontes de sentido para la acción eclesial.

En este escenario, la misión de la Iglesia no debe limitarse a reaccionar ante las demandas tecnológicas del momento, sino proyectar cómo el uso de recursos digitales puede integrarse en su identidad y dinamismo misionero, en sintonía con lo que expresa el Papa Francisco (2021) al afirmar que el solo uso de los medios de comunicación no resultan ser suficientes para la difusión del mensaje cristiano, en y en este sentido es imperativo gestar una integración del mensaje cristiano en la misma cultura nueva que se ha creado en la comunicación moderna.¹ En este sentido, el desafío no radica únicamente en el acceso a las tecnologías, sino en la capacidad de la Iglesia para generar procesos significativos de comunicación que favorezcan el encuentro, el diálogo y la construcción de comunidad.

¹ Mensaje para la 55ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, párr. 4 “no basta con usar los medios de comunicación para difundir el mensaje cristiano; es necesario integrar el mensaje mismo en esta nueva cultura creada por la comunicación moderna”.

En continuidad con el Magisterio reciente, se reconoce que la misión en el entorno digital exige superar una presencia meramente instrumental, para dar paso a una auténtica cultura del encuentro, donde la comunicación se convierta en experiencia de cercanía, diálogo y comunión. Esta perspectiva plantea el desafío de integrar el mensaje cristiano en las dinámicas propias de la cultura digital, más allá del uso de los medios como simples canales de transmisión, y abre la posibilidad de repensar las prácticas evangelizadoras desde nuevas mediaciones culturales.

En este sentido, el presente artículo tiene como objetivo analizar el aporte de la prospectiva de la acción misional en la integración del uso de recursos digitales en las Obras Misionales Pontificias (OMP), a partir de la experiencia de estudiantes del programa virtual de formación misionera y directores diocesanos en Colombia. Para ello, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo contribuye la prospectiva de la acción misional a la resignificación teológico-pastoral del uso de recursos digitales en las OMP desde la experiencia de estos actores?

De este modo, el estudio se sitúa en la intersección entre teología, comunicación digital y misión, con el propósito de ofrecer una lectura crítica y propositiva que permita comprender el impacto de las tecnologías digitales más allá de su dimensión instrumental, abriendo caminos hacia una pastoral que integre de manera armónica la presencialidad y la virtualidad en la vida de la Iglesia.

2. Fundamentación conceptual y teórica

Los procesos investigativos se desarrollan dentro de un marco de referencia conceptual y teórico que permite comprender, interpretar y dar sentido a la realidad estudiada. En esta investigación, el tema se sitúa en la convergencia de tres componentes categoriales fundamentales: la misión de la Iglesia, la comunicación en contextos digitales y la planificación prospectiva. Este triple eje exige un abordaje interdisciplinario, en el que confluyen aportes de la teología, la misionología, la pedagogía y los estudios de la comunicación.

En este sentido, la fundamentación conceptual no solo delimita los conceptos clave, sino que permite articularlos en una perspectiva analítica que favorece la comprensión del fenómeno estudiado. De manera particular, esta investigación se estructura a partir de categorías como cultura digital, mediación comunicativa de la fe, impacto en la acción misionera y prospectiva, las cuales son desarrolladas a continuación en diálogo con diversos autores y con el Magisterio de la Iglesia.

2.1. Cultura digital como horizonte de transformación de la experiencia humana

Cuando se habla de cultura digital, se hace referencia a un entramado de prácticas comunicativas, sociales y simbólicas que configuran la cotidianidad de millones de personas. En este sentido, no se trata únicamente de herramientas tecnológicas, sino de un entorno cultural que

redefine las formas de interacción, aprendizaje y construcción de identidad. Según Sbardelotto (2012), internet no es solo un medio de transmisión, sino un ámbito donde se viven experiencias religiosas, en el que los creyentes buscan, preguntan, comparten y configuran su vivencia de fe.

Esta perspectiva implica superar una visión instrumental de la tecnología para reconocer que lo digital constituye un verdadero espacio de sentido. En esta línea, Castells (2006) sostiene que la sociedad contemporánea puede comprenderse como una “sociedad red”, en la cual las dinámicas sociales se estructuran a partir de flujos de información interconectados. De este modo, el entorno digital no es un añadido a la realidad, sino una extensión de la misma, con sus propios lenguajes, símbolos y dinámicas.

Desde una perspectiva teológico-pastoral, Antonio Spadaro (2014) propone comprender el entorno digital como un verdadero locus theologicus, es decir, un espacio en el que se manifiestan las búsquedas humanas y en el que la experiencia de fe puede ser discernida. Esta perspectiva refuerza la necesidad de superar una visión meramente instrumental de la tecnología y reconocer lo digital como ámbito legítimo de reflexión teológica y acción pastoral.

En el caso de los jóvenes, la cultura digital se configura como un medio privilegiado de socialización y construcción de identidad (Moncada & Sánchez, 2017). Plataformas como WhatsApp, Instagram, YouTube o TikTok no solo cumplen funciones de entretenimiento, sino que se constituyen en espacios donde circulan narrativas, valores y formas de comprender el mundo. Esta realidad interpela directamente a la Iglesia en su misión evangelizadora, cuestionando las formas tradicionales de comunicación del Evangelio en un contexto caracterizado por la inmediatez, lo visual y la interactividad.

Por su parte, Velásquez (2021) advierte que la evangelización digital debe evitar la lógica unidireccional, en la que el destinatario es concebido como un receptor pasivo. En coherencia con ello, Moncada y Sánchez (2018) señalan que las dinámicas digitales implican una comunicación participativa, en la que los usuarios no solo consumen contenidos, sino que también los producen. En este sentido, evangelizar en ambientes digitales supone asumir una lógica dialógica y horizontal, en la que la escucha, el encuentro y la construcción conjunta de sentido adquieren un papel central.

No obstante, la cultura digital también presenta desafíos significativos. La sobreabundancia de información, la fragmentación de la atención y la superficialidad de muchos contenidos pueden dificultar procesos profundos de maduración en la fe. En esta línea, el Dicasterio para la Comunicación (2022) advierte que las interacciones digitales, si no se orientan hacia auténticos vínculos comunitarios, pueden favorecer dinámicas de aislamiento y debilitamiento de la relacionalidad.

Desde una perspectiva teológica y misionológica, este escenario puede ser comprendido como un nuevo “areópago” de la evangelización (Juan Pablo II, 1990), es decir, un espacio cultural en el que la Iglesia está llamada a anunciar el Evangelio de manera creativa y significativa. En continuidad con esta intuición, Benedicto XVI (2010) afirma que la cultura digital no solo modifica los modos de comunicación, sino que transforma la comprensión del ser humano, sus relaciones y su búsqueda de sentido.

En este mismo horizonte, Francisco (2021) subraya que no basta con utilizar los medios de comunicación para difundir el mensaje cristiano, sino que es necesario propiciar una auténtica inculturación del Evangelio en la cultura digital. Este planteamiento implica un cambio de paradigma: no se trata simplemente de adaptar el mensaje a los lenguajes digitales, sino de permitir que el Evangelio inspire nuevas formas de comunicación basadas en la cercanía, la compasión y el testimonio. En esta línea, Francisco (2018) recuerda que la comunicación es una vocación orientada al encuentro y no al control, lo que implica que la evangelización digital debe orientarse a humanizar los entornos digitales.

En este marco, el impacto del uso de recursos digitales no debe entenderse únicamente en términos de alcance o eficiencia, sino como un proceso de transformación de las prácticas, las relaciones y los modos de vivencia de la fe. Los recursos digitales actúan como mediaciones culturales que influyen en la configuración de la experiencia creyente y en la proyección de la acción misionera, lo que exige una comprensión más profunda de su papel en la vida eclesial.

En continuidad con el desarrollo reciente del Magisterio, En esta línea, el Papa León XIV (2025) subraya que la misión en los entornos digitales no puede reducirse a la producción de contenidos, sino que implica “nutrir una cultura de humanismo cristiano” y construir relaciones auténticas en medio de una cultura profundamente marcada por la tecnología. En este sentido, se insiste en que la misión en la cultura digital no puede reducirse a la ocupación de espacios, sino que debe orientarse a la generación de vínculos significativos, procesos de acompañamiento y experiencias auténticas de encuentro.

2.2. Fe, misión y comunicación en la tradición de la Iglesia

La misión, en su esencia, es comunicación: un anuncio que busca hacerse vida y alcanzar a todos los pueblos. Desde sus orígenes, la Iglesia ha comprendido que la fe se transmite en comunidad y a través de mediaciones concretas. En este sentido, las cartas paulinas pueden ser entendidas como una forma temprana de comunicación mediada, en la que la palabra escrita posibilita la comunión entre comunidades distantes.

Desde la teología de la misión, Bosch (1991) señala que la misión no es una realidad estática, sino un proceso dinámico que se configura en diálogo con los contextos históricos y culturales. En este sentido, la cultura digital se presenta como un nuevo horizonte que interpela las formas

tradicionales de la acción misionera, exigiendo una renovación en sus lenguajes, mediaciones y prácticas.

El Concilio Vaticano II, especialmente en el decreto *Ad Gentes* (1965), resalta la importancia del diálogo con las culturas, reconociendo en ellas signos de la presencia de Dios. Esta perspectiva resulta fundamental para el contexto actual, en la medida en que los entornos digitales constituyen un nuevo espacio cultural en el que también se manifiestan las “semillas del Verbo”.

Por su parte, Pablo VI (1975), en *Evangelii Nuntiandi*, afirma que la evangelización no se reduce a la transmisión de un mensaje, sino que implica un testimonio de vida, señalando que “el hombre contemporáneo escucha más a gusto a los testigos que a los maestros” (n. 41). Esta afirmación adquiere una relevancia particular en la cultura digital, donde las audiencias valoran la autenticidad y desconfían de discursos desvinculados de la experiencia.

De manera complementaria, Bevans (2004) plantea que toda teología es contextual, lo que implica que el anuncio del Evangelio debe encarnarse en las realidades culturales concretas. Esto incluye hoy el entorno digital como un espacio legítimo de experiencia y comunicación de la fe.

En esta línea, la comunicación eclesial no puede reducirse a propaganda, sino que debe configurarse como un espacio de encuentro (Viotti, 2016). En el contexto digital, esto implica que las iniciativas evangelizadoras no se limiten a la difusión de contenidos, sino que promuevan comunidades en las que las personas se sientan escuchadas, acompañadas y partícipes.

Desde una perspectiva teológica, la comunicación no es únicamente un instrumento, sino una dimensión constitutiva de la fe cristiana. Dios se revela como comunicador en la historia de la salvación, y esta comunicación alcanza su plenitud en Jesucristo, la Palabra encarnada (Jn 1,14). En este sentido, la comunicación eclesial participa de la dinámica trinitaria de comunión, en la que el amor se expresa como relación y don (Cantalamesa, 2019).

El Magisterio ha desarrollado esta reflexión en diversos documentos. *Communio et Progressio* (1971) señala que toda comunicación auténtica tiende a la unidad (n. 8), mientras que *Aetatis Novae* (1992) introduce la noción de “cultura de la comunicación”, invitando a la Iglesia a discernir críticamente las tecnologías emergentes. Más recientemente, el Dicasterio para la Comunicación (2022) exhorta a los cristianos a ser “artesanos de comunión” también en los espacios digitales.

El mandato misionero de Cristo —“vayan y hagan discípulos a todas las naciones” (Mt 28,19)— adquiere nuevas formas en la era digital, donde los “pueblos” incluyen también comunidades virtuales y redes de interacción global. En este sentido, la evangelización digital no es una expresión secundaria, sino una actualización del envío misionero en el contexto contemporáneo.

Como señala Juan Pablo II (2002), la Iglesia está llamada a habitar el “nuevo continente digital” con el mismo ardor misionero con el que históricamente ha salido al encuentro de nuevas culturas. Este desafío implica no solo ocupar espacios, sino encarnar el Evangelio en los lenguajes y dinámicas propias de la cultura digital, sin perder su profundidad ni su dimensión comunitaria.

En este contexto, las Obras Misionales Pontificias tienen la responsabilidad de renovar sus formas de comunicación, no solo en términos técnicos, sino desde una perspectiva integral que promueva la comunión, la participación y el compromiso misionero. Su labor se orienta, por tanto, a la creación de redes de encuentro en las que la fe pueda ser compartida, discernida y vivida en comunidad.

Finalmente, Francisco (2023) recuerda que comunicar es, ante todo, compartir, y que este compartir implica una implicación real en la vida de los otros. Esta dimensión relacional constituye el núcleo de la misión y se proyecta hoy también en los entornos digitales como un llamado a vivir la fe desde la cercanía, el encuentro y el servicio.

3. Metodología

La presente investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo, el cual resulta pertinente para comprender las percepciones, experiencias y significados que los actores atribuyen al uso de recursos digitales en la acción misionera. Este enfoque permite un acercamiento interpretativo a la realidad, favoreciendo la comprensión profunda de los fenómenos en sus contextos específicos, más allá de su medición cuantitativa.

Desde el punto de vista epistemológico, el estudio se inscribe en una perspectiva hermenéutica, en cuanto busca interpretar los discursos y prácticas de los participantes a partir de sus propios contextos y experiencias. En este sentido, la investigación no pretende establecer relaciones causales generalizables, sino comprender cómo los sujetos resignifican la acción misionera en el marco de la cultura digital.

El diseño metodológico corresponde a un estudio de caso cualitativo múltiple, en el que se analizan dos grupos de actores vinculados a las Obras Misionales Pontificias (OMP) en Colombia: por una parte, estudiantes del programa virtual de formación misionera, y por otra, directores diocesanos. Esta selección permite contrastar perspectivas formativas e institucionales, enriqueciendo el análisis del fenómeno estudiado.

La muestra estuvo conformada por un total de 20 participantes, distribuidos en 13 estudiantes y 7 directores diocesanos. La selección de los participantes se realizó mediante un muestreo intencional, considerando criterios de pertinencia, experiencia en procesos de formación misionera y participación activa en dinámicas de evangelización mediadas por recursos digitales.

Como técnica de recolección de información se emplearon entrevistas semiestructuradas, las cuales permitieron explorar de manera flexible y profunda las percepciones, experiencias y valoraciones de los participantes. El instrumento estuvo compuesto por preguntas abiertas organizadas en torno a las categorías de análisis definidas en el marco teórico: cultura digital, uso de recursos digitales, impacto en la acción misionera y prospectiva.

Las entrevistas fueron aplicadas en modalidad virtual, lo que facilitó la participación de actores ubicados en distintos contextos geográficos. Asimismo, fueron registradas y posteriormente transcritas para su análisis, garantizando la fidelidad de la información recolectada.

El proceso de análisis se realizó mediante un enfoque de categorización temática, que permitió identificar patrones, recurrencias, tensiones y divergencias en los discursos de los participantes. Este proceso se desarrolló en diálogo constante con el marco teórico, favoreciendo la interpretación de los hallazgos a la luz de las categorías conceptuales propuestas.

Finalmente, es importante señalar que el desarrollo de la investigación tuvo en cuenta principios éticos fundamentales, garantizando la confidencialidad de los participantes, el uso responsable de la información y el consentimiento informado para la recolección de los datos.

4. Resultados

El análisis de la información recolectada permitió identificar una serie de tendencias, percepciones y tensiones en torno al uso de recursos digitales en la acción misionera de las Obras Misionales Pontificias en Colombia. Estos resultados se organizan en torno a las categorías de análisis definidas previamente: uso de recursos digitales, impacto en la acción misionera y proyección prospectiva.

4.1. Uso de recursos digitales en la acción misionera

Tabla 1 Percepción general de los estudiantes sobre la modalidad digital en la formación misionera.

Categoría de Experiencia	Frecuencia
Positiva/Muy Buena/Excelente	8
Desafío/Curva de Aprendizaje	2
Sin respuesta/No aplica	1

Fuente: Elaboración propia, 2025

En la Tabla 1 se presentan los resultados relacionados con la percepción general de los estudiantes frente a la modalidad digital en los procesos de formación misionera.

Los datos evidencian que la mayoría de los participantes valora de manera positiva la experiencia en entornos digitales, concentrándose las respuestas en las categorías “positiva”, “muy buena” y “excelente”, con un total de ocho registros. En menor proporción, dos participantes identifican la modalidad como un desafío asociado a una curva de aprendizaje, mientras que un caso no presenta respuesta.

Este comportamiento permite evidenciar una valoración favorable de la modalidad digital como mediación en los procesos formativos misioneros, lo que sugiere una apertura significativa por parte de los estudiantes hacia el uso de recursos digitales. No obstante, la presencia de respuestas que aluden a dificultades en el proceso de adaptación indica que esta apropiación no es completamente homogénea, y que existen tensiones asociadas al desarrollo de competencias digitales.

En este sentido, más allá de una simple aceptación de la modalidad, los resultados reflejan un proceso de transición en el que los participantes no solo utilizan los recursos digitales, sino que comienzan a resignificar su papel dentro de la experiencia formativa. Esto implica que la mediación digital no se limita a facilitar el acceso a contenidos, sino que transforma las dinámicas de aprendizaje y participación en la acción misionera.

En el contexto de la acción misionera, estos hallazgos sugieren la necesidad de fortalecer procesos de acompañamiento y formación que permitan consolidar una integración más consciente y crítica de los entornos digitales, superando su uso instrumental y favoreciendo su incorporación como espacios de encuentro, formación y vivencia de la fe.

4.2. Percepción del impacto en la acción misionera

Tabla 2. Ventajas y desventajas del uso de recursos digitales en la formación misionera

Categoría	Ventajas (Frecuencia)	Desventajas (Frecuencia)
Acceso/Flexibilidad	Alta (6): Flexibilidad horaria, accesibilidad global, posibilidad de estudio a distancia "traspasando fronteras geográficas", y permite la formación a pesar de ocupaciones personales.	Alta (4): Problemas de conectividad o baja señal de internet, y fallas de conectividad en general.
Comunidad/Comunicación	Media (4): Facilidad de estar más cerca de los que pueden enseñarnos, de compañeros q están lejos, interacción y contacto con misioneros de distintas partes del mundo.	Media (4): Pérdida del contacto personal y presencial, despersonalización, y menor acompañamiento personal.
Contenido/Aprendizaje	Media (3): Variedad de recursos (videos, podcasts, bibliotecas), facilita la elaboración de materiales, y promueve el aprendizaje autónomo y crítico.	Media (3): Pérdida del hábito de leer y comprender, exceso de información digital que puede reducir la profundidad en la formación espiritual, y dependencia a lo digital.

Fuente: Elaboración propia, 2025

En la Tabla 2 se presentan las principales ventajas y desventajas percibidas por los participantes en relación con el uso de recursos digitales en los procesos de formación misionera.

Los resultados evidencian que las ventajas más significativas se concentran en la categoría de acceso y flexibilidad, destacándose aspectos como la superación de barreras geográficas, la posibilidad de formación a distancia y la adaptación a los tiempos personales de los participantes. Estos elementos reflejan una valoración positiva del potencial de los entornos digitales para ampliar el alcance de la acción misionera y facilitar procesos formativos en contextos diversos.

En contraste, las desventajas identificadas se sitúan principalmente en dos niveles: técnico y pastoral. Por un lado, se evidencian limitaciones relacionadas con problemas de conectividad, lo que pone de manifiesto brechas en el acceso a los recursos digitales. Por otro lado, emergen preocupaciones de carácter relacional, como la pérdida del contacto personal, la despersonalización de los procesos formativos y la disminución del acompañamiento cercano.

Este contraste permite comprender que el impacto de los recursos digitales en la acción misionera no es unívoco, sino que se configura como una realidad ambivalente, en la que convergen tanto oportunidades como desafíos. En este sentido, los recursos digitales no solo

amplían las posibilidades de acceso, sino que también transforman las dinámicas de relación, generando tensiones entre la eficiencia comunicativa y la profundidad del encuentro humano.

En relación con la categoría de comunidad y comunicación, los participantes reconocen que los entornos digitales facilitan la interacción con personas de distintos contextos, permitiendo el intercambio con misioneros y formadores a nivel global. Sin embargo, esta posibilidad coexiste con la percepción de una disminución en la calidad del vínculo interpersonal, lo que sugiere que la comunicación digital, aunque amplia en alcance, puede resultar limitada en términos de experiencia comunitaria profunda.

Por su parte, en la categoría de contenido y aprendizaje, se destaca la riqueza de recursos disponibles —como videos, podcasts y bibliotecas digitales— y su contribución al aprendizaje autónomo. No obstante, también se señalan riesgos asociados a la sobreabundancia de información, la pérdida de hábitos de lectura profunda y la dependencia de lo digital, lo que puede afectar los procesos de interiorización y maduración de la fe.

En este marco, el impacto del uso de recursos digitales debe ser comprendido no solo en términos funcionales, sino como un proceso de transformación de las prácticas formativas y de las experiencias de fe. Esto implica reconocer que dichos recursos actúan como mediaciones culturales que influyen en la manera en que los sujetos aprenden, se relacionan y viven su compromiso misionero.

Adicionalmente, los participantes destacan el papel de las redes sociales como un elemento central en la evangelización contemporánea, al ser percibidas como un “canal estratégico” y un “nuevo continente” que exige la presencia activa de la Iglesia. En este sentido, las competencias digitales adquieren una relevancia particular, especialmente en lo relacionado con la gestión de contenidos, el uso de diversas plataformas y la capacidad de adaptarse a nuevas tendencias tecnológicas, como la inteligencia artificial.

Finalmente, en relación con la proyección futura de la misión, los participantes coinciden en que el contexto digital plantea un escenario desafiante, caracterizado por su carácter global, dinámico y creativo. No obstante, se subraya la necesidad de que esta proyección mantenga un enfoque profundamente humano y encarnado, reconociendo que el encuentro digital no sustituye la experiencia presencial. En este sentido, se identifica como un desafío central la articulación entre virtualidad y presencialidad, de modo que la acción misionera pueda responder a las nuevas realidades sin perder su dimensión relacional y comunitaria.

4.3. Desafíos y oportunidades en la integración tecnológica: perspectiva de los directores diocesanos

Los Directores Diocesanos de las Obras Misionales Pontificias (OMP) reconocen que el uso de la tecnología ha experimentado una evolución significativa, pasando de ser un recurso complementario a convertirse en una necesidad urgente, especialmente a partir del contexto generado por la pandemia. Esta transformación se encuentra estrechamente relacionada con las condiciones geográficas de las diócesis y la necesidad de fortalecer la comunicación entre vicarías, parroquias y agentes pastorales.

Tabla 3. Desafíos y oportunidades en la integración tecnológica según directores diocesanos

Tipo de Factor	Menciones de Desafíos	Menciones de Oportunidades
Técnico/Infraestructura	4 (Conectividad, equipo)	3 (Comunicación, conocimiento de herramientas)
Humano/Formación	3 (Falta de capacitación, miedo/desconfianza)	2 (Formación virtual, superar la distancia)

Fuente, elaboración propia, 2025.

En la Tabla 3 se presentan los principales desafíos y oportunidades identificados por los directores en relación con la incorporación de la tecnología en la acción misionera.

Los resultados evidencian que los desafíos se concentran principalmente en dos dimensiones: técnica y humana. En el ámbito técnico, se destacan dificultades relacionadas con la conectividad y la disponibilidad de equipos, lo que pone de manifiesto la persistencia de brechas digitales que limitan la implementación efectiva de estrategias tecnológicas. Por su parte, en la dimensión humana, emergen factores como la falta de capacitación y la resistencia o desconfianza hacia el uso de herramientas digitales, lo que evidencia la necesidad de procesos formativos más estructurados.

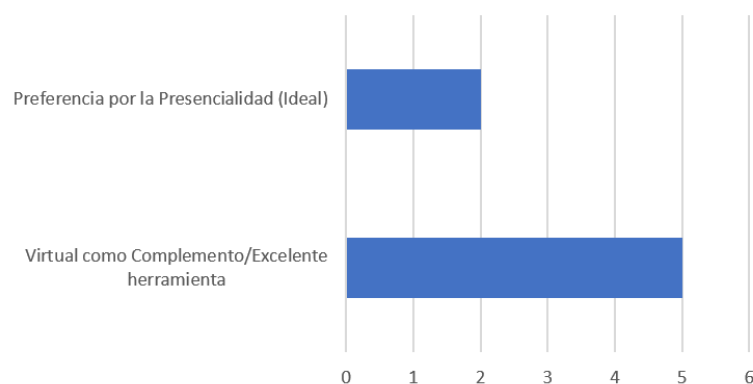
En contraste, las oportunidades identificadas se orientan hacia el fortalecimiento de la comunicación, el acceso a nuevas herramientas digitales y la posibilidad de desarrollar procesos de formación virtual, especialmente en contextos geográficamente dispersos. Estos elementos sugieren que, a pesar de las limitaciones existentes, la tecnología se percibe como una mediación clave para ampliar el alcance de la acción misionera.

Este conjunto de resultados permite comprender que la integración tecnológica en las OMP no es únicamente un asunto técnico, sino un proceso complejo que involucra dimensiones estructurales, formativas y culturales. En este sentido, los recursos digitales no solo facilitan la comunicación, sino que transforman las dinámicas organizativas y los modos de participación en la misión.

En relación con la evaluación de las estrategias digitales, se evidencia que las OMP han centrado sus acciones principalmente en la difusión de información a través de redes sociales — especialmente Facebook—, el uso de plataformas como Meet para procesos de capacitación y reuniones, así como la generación de contenidos formativos (programas, videos, entre otros). Estas iniciativas han permitido mejorar la eficacia comunicativa y favorecer una mayor participación, particularmente de niños y jóvenes en las actividades misioneras.

No obstante, estos resultados también permiten identificar que el uso de los recursos digitales continúa estando orientado, en gran medida, hacia funciones operativas e informativas. Esto sugiere que, si bien se ha avanzado en la incorporación de herramientas tecnológicas, aún persiste el desafío de consolidar una integración más profunda que favorezca procesos de acompañamiento, formación y construcción de comunidad.

Gráfico 1. Distribución de factores técnicos y humanos en la incorporación tecnológica en las Obras Misionales Pontificias (OMP)



Fuente: elaboración propia, 2025.

La distribución de los factores técnicos y humanos refuerza la idea de que la incorporación tecnológica no depende exclusivamente de la disponibilidad de recursos, sino también de las capacidades y disposiciones de los agentes pastorales. En este sentido, la dimensión formativa adquiere un papel central, en la medida en que posibilita una apropiación más consciente y crítica de las herramientas digitales.

Finalmente, en relación con la visión a largo plazo, los directores coinciden en la necesidad de fortalecer la infraestructura tecnológica y promover procesos de capacitación que permitan estructurar la acción misionera en entornos digitales de manera más sistemática. Sin embargo, subrayan que este proceso debe mantener como criterio fundamental la dimensión humana de la misión, reconociendo que la tecnología debe estar al servicio del encuentro y no sustituir la experiencia presencial.

En este contexto, emerge con claridad la necesidad de articular una perspectiva prospectiva de la acción misional, que permita integrar de manera equilibrada los recursos digitales en la planificación pastoral, anticipando escenarios futuros sin perder la esencia relacional y comunitaria de la misión.

5. Discusión

Los resultados obtenidos en la presente investigación permiten evidenciar que el uso de recursos digitales en la acción misionera de las Obras Misionales Pontificias (OMP) se encuentra en un proceso de transición, caracterizado por una apropiación creciente, pero aún marcada por enfoques predominantemente instrumentales. Esta situación confirma la tensión identificada en el marco teórico entre el uso funcional de la tecnología y su comprensión como espacio cultural y teológico.

En este sentido, la valoración positiva de la modalidad digital por parte de los estudiantes, así como el reconocimiento de su impacto en la ampliación del alcance misionero, coincide con lo planteado por Sbardelotto (2012), quien afirma que los entornos digitales no solo median la comunicación, sino que configuran experiencias de fe. No obstante, los resultados también muestran que dicha apropiación no es homogénea, lo que sugiere que la integración de lo digital en la misión aún se encuentra en una fase de desarrollo.

Por otra parte, las tensiones identificadas en torno a la pérdida del contacto personal, la superficialidad de las interacciones y las dificultades en la profundización de la experiencia espiritual, dialogan con los planteamientos del Dicasterio para la Comunicación (2022), en cuanto advierte sobre el riesgo de que los entornos digitales favorezcan dinámicas de aislamiento si no se orientan hacia una auténtica construcción de comunidad. En este sentido, los hallazgos confirman que el desafío no radica únicamente en el acceso a la tecnología, sino en la manera en que esta es integrada en los procesos pastorales.

Desde la perspectiva teológica, los resultados permiten reforzar la comprensión del entorno digital como un *locus theologicus*, tal como lo propone Spadaro (2014), en la medida en que se configura como un espacio en el que se desarrollan búsquedas de sentido, relaciones y experiencias de fe. Sin embargo, esta comprensión aún no se traduce plenamente en las prácticas misioneras, las cuales continúan orientadas en gran medida hacia la transmisión de contenidos, tal como lo evidencian las estrategias digitales centradas en la difusión de información.

Asimismo, los aportes de Bosch (1991) permiten interpretar estos resultados en clave de dinamismo misionero, entendiendo que la misión se transforma en diálogo con los contextos históricos y culturales. En este caso, la cultura digital se presenta como un nuevo escenario que

interpela las formas tradicionales de la acción misionera, exigiendo una reconfiguración de sus lenguajes, mediaciones y estructuras. De manera complementaria, Bevans (2004) refuerza esta idea al señalar que toda teología es contextual, lo que implica que la evangelización debe encarnarse en las realidades concretas, incluyendo el entorno digital.

En relación con la categoría de impacto, los resultados permiten afirmar que el uso de recursos digitales no solo amplía el alcance de la misión, sino que transforma las dinámicas de formación, comunicación y participación. Este impacto se manifiesta tanto en la posibilidad de superar barreras geográficas como en la generación de nuevas formas de interacción. No obstante, también evidencia la necesidad de fortalecer procesos formativos que permitan una apropiación más crítica y consciente de estos recursos.

Por su parte, la perspectiva de los directores diocesanos introduce un elemento clave en la discusión: la integración tecnológica no depende exclusivamente de la disponibilidad de recursos, sino también de factores humanos, como la formación y la disposición al cambio. Este hallazgo pone en evidencia que la transformación digital de la misión es un proceso integral que involucra dimensiones técnicas, culturales y pastorales.

En este contexto, la prospectiva de la acción misional emerge como una categoría fundamental para orientar este proceso de transformación. Los resultados muestran una conciencia creciente sobre la necesidad de planificar estratégicamente la integración de los recursos digitales, lo que coincide con la comprensión de la prospectiva como un ejercicio de discernimiento que permite anticipar escenarios y orientar la acción pastoral.

En continuidad con el Magisterio reciente, los planteamientos de Francisco (2021) y las primeras orientaciones de León XIV (2025) refuerzan la idea de que la misión en la cultura digital no puede reducirse a la utilización de medios, sino que debe implicar una verdadera inculturación del Evangelio en los nuevos entornos comunicativos. En este sentido, los resultados de la investigación evidencian que, si bien existe una apertura significativa hacia lo digital, aún persiste el desafío de avanzar hacia una presencia misionera más encarnada, relacional y comunitaria.

En síntesis, la investigación permite concluir que el uso de recursos digitales en la acción misionera de las OMP se encuentra en una etapa de consolidación, en la que coexisten avances significativos y desafíos estructurales. Este escenario exige una relectura teológico-pastoral que permita integrar de manera más profunda los entornos digitales en la vida de la Iglesia, no solo como herramientas, sino como espacios de encuentro, comunión y misión.

6. Conclusiones

La presente investigación permitió analizar el aporte de la prospectiva de la acción misional en la integración del uso de recursos digitales en las Obras Misionales Pontificias (OMP), evidenciando que este proceso se encuentra en una etapa de transición, caracterizada por avances significativos en el uso de herramientas digitales, pero aún limitada por una comprensión predominantemente instrumental de las mismas.

En relación con la pregunta de investigación, se puede afirmar que la prospectiva de la acción misional contribuye a la resignificación teológico-pastoral del uso de recursos digitales en la medida en que permite superar una visión operativa de la tecnología y orientarla hacia una integración más consciente, planificada y coherente con la identidad misionera de la Iglesia. En este sentido, la prospectiva no solo anticipa escenarios futuros, sino que favorece procesos de discernimiento que permiten articular la acción evangelizadora con las transformaciones culturales propias del entorno digital.

Uno de los principales hallazgos del estudio radica en la identificación de una apropiación creciente de los recursos digitales por parte de los actores misioneros, quienes reconocen su potencial para ampliar el alcance de la misión, facilitar procesos formativos y fortalecer la comunicación en contextos geográficamente dispersos. No obstante, esta apropiación se encuentra acompañada de tensiones significativas, especialmente en lo relacionado con la pérdida del contacto interpersonal, la superficialidad de algunas interacciones y las limitaciones en la profundización de la experiencia de fe.

Asimismo, se evidencia que el impacto de los recursos digitales en la acción misionera no puede ser comprendido únicamente en términos de eficiencia o cobertura, sino como un proceso de transformación de las prácticas, las relaciones y las formas de vivencia de la fe. En este sentido, los entornos digitales se configuran como mediaciones culturales que inciden en la manera en que los sujetos se vinculan, aprenden y participan en la misión, lo que exige una reflexión teológico-pastoral más profunda.

Otro aspecto relevante es el reconocimiento de que la integración tecnológica no depende exclusivamente de factores técnicos, sino también de dimensiones humanas y formativas. La falta de capacitación, la resistencia al cambio y las brechas en el acceso a la tecnología constituyen desafíos que deben ser abordados de manera integral, mediante procesos formativos que promuevan una apropiación crítica y significativa de los recursos digitales.

Desde una perspectiva prospectiva, la investigación permite identificar la necesidad de avanzar hacia modelos de acción misionera que integren de manera articulada la presencialidad y la virtualidad, configurando lo que podría denominarse una pastoral híbrida. Esta perspectiva no

implica sustituir el encuentro físico, sino complementarlo con las posibilidades que ofrecen los entornos digitales, favoreciendo una mayor cercanía y continuidad en los procesos evangelizadores.

En este contexto, se hace evidente que la misión en la cultura digital exige una transformación no solo en las herramientas utilizadas, sino en la manera de comprender la comunicación, el encuentro y la comunidad. La Iglesia está llamada a asumir los entornos digitales como espacios auténticos de evangelización, en los que se pueda vivir la fe desde la cercanía, el diálogo y la comunión.

Finalmente, se concluye que el principal aporte de esta investigación consiste en evidenciar que la integración de los recursos digitales en la acción misionera requiere una mirada prospectiva que articule la dimensión tecnológica con la teológica y pastoral. Este enfoque permite no solo responder a las demandas del contexto actual, sino también proyectar una misión más encarnada, significativa y coherente con los desafíos de la cultura contemporánea.

Referencias bibliográficas

- Benedicto XVI. (2010). Mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales: El sacerdote y la pastoral en el mundo digital. Vaticano.
- Bevans, S. B. (2004). Models of contextual theology. Orbis Books.
- Bosch, D. J. (1991). Transforming mission: Paradigm shifts in theology of mission. Orbis Books.
- Cantalamesa, R. (2019). La vida en Cristo: Meditaciones sobre el misterio pascual. Ediciones San Pablo.
- Castells, M. (2006). La sociedad red (Vol. 1). Alianza Editorial.
- Dicasterio para la Comunicación. (2022). Hacia una plena presencia: Reflexión pastoral sobre la participación en las redes sociales. Vaticano.
- Francisco. (2018). Mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales: “La verdad os hará libres” (Jn 8,32). Fake news y periodismo de paz. Vaticano.

Francisco. (2021). Mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales: “Ven y lo verás” (Jn 1,46). Comunicar encontrando a las personas donde están y como son. Vaticano.

Francisco. (2023). Mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales: Hablar con el corazón, en la verdad y en el amor. Vaticano.

Juan Pablo II. (1990). *Redemptoris missio*. Vaticano.

Juan Pablo II. (2002). Mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales: Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio. Vaticano.

León XIV. (2025, julio 29). Discurso a los influencers y misioneros digitales. Vaticano.

Moncada, J., & Sánchez, L. (2017). Cultura digital y formación de identidad en jóvenes. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 12(2), 45–60.

Moncada, J., & Sánchez, L. (2018). Participación y comunicación en entornos digitales. *Revista de Estudios Sociales*, 15(3), 78–92.

Pablo VI. (1975). *Evangelii nuntiandi*. Vaticano.

Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. (1971). *Communio et progressio*. Vaticano.

Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. (1992). *Aetatis novae*. Vaticano.

Sbardelotto, M. (2012). *E o Verbo se fez rede: religiosidade e internet*. Paulus.

Spadaro, A. (2014). *Cyberteology: Thinking Christianity in the era of the Internet*. Fordham University Press.

Velásquez, M. (2021). Evangelización digital y comunicación participativa. *Revista Teológica Latinoamericana*, 18(1), 102–120.

Viotti, N. (2018). *De las mediaciones a los medios: la vida material de la espiritualidad contemporánea*. *Ciencias Sociales y Religión / Ciências Sociais e Religião*, 20(29), 17–40. <https://doi.org/10.20396/csr.v20i29.12316>