

Trust-Faith

“Una comunidad virtual que le permita a los jóvenes millennials, cristianos y no cristianos conocer a Dios y construir una fe verdadera”

MARÍA CAMILA LÓPEZ HIDALGO

Facultad de Psicología
Universidad de la Sabana

BOGOTÁ D.C.
03 de Abril del 2018

“Pues Dios amó tanto al mundo que dio a su único Hijo, para que todo el que crea en él no se pierda, sino que tenga vida eterna” Juan 3:16 NTV

Quiero agradecer a mi familia porque fueron mi apoyo en todo este proceso y a Dios que me acompañó en cada uno de los pasos para conseguir esta meta.

“En el día en que temo, yo en ti confié”.

Salmo 56:3 Reina Valera 1960.

Abstract

La siguiente investigación, tiene como objetivo vincular a los jóvenes millennials a los valores y principios cristianos, creando un piloto de una comunidad virtual en la cual se relacionen su estilo de vida y los valores y principios cristianos. Para esto, se realizó un estudio cualitativo en el cual se tomaron dos variables el estilo de vida de los jóvenes y los valores cristianos, haciendo uso de la netnografía para abstraer todos los comentarios de las tres principales redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram. Como resultado y con ayuda de información secundaria, se obtuvo el perfil psicológico de los jóvenes millennials donde se encontró que el 37.3% de la muestra usa Facebook por encima de Instagram y Twitter con un 31.4%, además, se describe cuáles son sus gustos y motivaciones más expuestas en las redes, tales como viajes/experiencias (13.7%), Identidad en Dios (7.8%) y política/cultura (7.8%). En conclusión, se obtuvo el piloto de la comunidad online la cual tiene como contenido central los principios y valores cristianos de forma atractiva para los jóvenes millennials creyentes y no creyentes.

Palabras clave: millennials, comunidad online, valores cristianos.

Abstract

The following investigation, it has as aim link the young persons millennials to the values and Christian beginning, creating a pilot of a virtual community in which there are related his way of life and the values and Christian beginning. For this, there was realized a qualitative study in which two variables took the way of life of the young persons and the Christian values, using the netnografía to abstract all the comments of three principal social networks: Facebook, Twitter and Instagram. As result and with help of secondary information, the psychological profile of the young persons was obtained millennails where one thought that 37.3 % of the sample uses Facebook over Instagram and Twitter with 31.4 %, in addition, describes which are his tastes and motivations more exposed in the networks, such as trips / experiences (13.7 %), Identity in God (7.8 %) and politics / political (7.8 %). In conclusion, the pilot of the community was obtained online which takes as a central content the beginning and Christian values of attractive form for the young persons millennials believers and not believers.

Key words: millennials, community online, Christian values.

CONFIANZA Y FE

Actualmente, los jóvenes millennials pasan el 70% de su tiempo conectados en la Internet (Euromonitor, 2016) y en definitiva, no están interesados en conocer a Dios y mucho menos en hacer parte de una religión. Desde las ciencias humanas y desde un enfoque psicológico la importancia de la participación y presencia del ser humano en grupos y creencias, permite el desarrollo y la construcción de la persona de forma sana (Aisenson, D., Batlle, S., Aisenson, G., Legaspi, L., Vidondo, M., Nicotra, D., Valenzuela, V., Davidson, S., Isaac de Ruiz, A., Polastri, G., & Alonso, D., 2006).

El modelo de Ecología del desarrollo humano planteado por Bronfenbrenner (1987), estudia el desarrollo del ser humano y el impacto que tienen los entornos inmediatos en los que vive, teniendo en cuenta a su vez los contextos mayores. Bronfenbrenner, afirma que el ambiente ecológico es “un conjunto de estructuras seriadas e interconectadas entre sí”, y como los procesos psicológicos de las personas en el desarrollo se ve impactados por el ambiente.

Estas estructuras comprenden los entornos inmediatos de las personas como las interacciones que tienen cara a cara con otras, microsistemas y mesosistemas, hasta los macrosistemas donde se encuentra la cultura o subcultura del ser humano. Esta perspectiva es dinámica y afirma que los contextos en el desarrollo de los jóvenes son de alta importancia, y como la relación establecida entre los diferentes contextos en los cuales se desenvuelven los jóvenes (la universidad, iglesia, barrio, familia) es decir el mesosistema, tienen consecuencias significativas en la formación de su identidad como seres humanos (Aisenson, D., Batlle, S., Aisenson, G., Legaspi, L., Vidondo, M., Nicotra, D., Valenzuela, V., Davidson, S., Isaac de Ruiz, A., Polastri, G., & Alonso, D., 2006).

La iglesia, hace parte del mesosistema del ser humano y se encuentra dentro de los contextos percibidos como dadores de apoyo, esta se encuentra definida como “el camino espiritual en el cual se cultiva la vida moral, dando dirección, discernimiento y sabiduría de parte de Dios” (Cañón, 2015), este tipo de contextos estimulan el crecimiento y el desarrollo de la persona, por consiguiente impactan de forma positiva la construcción de su identidad. Seidmann y Muchinik (1998) reafirman esta postura, refiriéndose al contexto de apoyo como una herramienta que le permite al ser humano afrontar los problemas con mayor facilidad y propender a la salud física y psicológica.

Debido al desinterés de los jóvenes por conocer a Dios, el abandono de sus valores morales, la situación cultural y social actual en el mundo, al clamor de los jóvenes por dirección en sus vidas y tomando como herramienta los medios digitales se plantea la pregunta para la siguiente investigación ¿Podría una comunidad online llevar los principios y valores cristianos a los jóvenes millennials?.

Objetivo General

Vincular a los jóvenes millennials a los valores y principios cristianos.

Objetivos Específicos

- Identificar el perfil de estilo de vida de los jóvenes millennials.
- Utilizar la netnografía orientada a conocer los hábitos de los jóvenes millennials.
- Diseñar un piloto de una comunidad virtual cuyo contenido este enfocado en los valores y principios cristianos.

EL CRISTIANISMO

Valores Cristianos

Por eso, ánimoense y edifíquense unos a otros, tal como lo vienen haciendo

1 tesalonicenses 5:11 NTV

Maslow, afirma que el ser humano posee distintas necesidades, las cuales clasifico jerárquicamente, de tal forma que unas tienen mayor prioridad que otras y solo cuando estuvieran cubiertas las inferiores se podría empezar a cubrir las superiores. En la base de la pirámide están las necesidades fisiológicas, las que tienen más fuerza, los seres humanos necesitan satisfacer unos mínimos vitales que le permitan funcionar, como el alimento o el descanso, seguido a esta se encuentra la necesidad de seguridad, dado que todos los seres humanos tienen una tendencia a la estabilidad; la necesidad de afiliación se relaciona con la necesidad que tiene el ser humano por la amistad, de amar y ser amado, del afecto; la necesidad de reconocimiento donde se tiene el auto-reconocimiento, la confianza, el respeto, el éxito y la aprobación y por último la necesidad de autorrealización que hace referencia a la moralidad, la creatividad, espontaneidad, es aquí donde se encuentra el proceso de maduración humana enriquecido a lo largo de la vida (Actualidad Económica, 2012).

Al mismo tiempo, las escrituras, giran en torno a Dios y a su interés por enseñar la fe, la misericordia y sobre todo el amor, “*Queridos amigos, sigamos amándonos unos a otros, porque el amor viene de Dios. Todo el que ama es un hijo de Dios y conoce a Dios*” 1 Juan 4:7 NTV, con el fin de edificar en los seres humanos bases sólidas en valores y principios, y como estos dan el fruto en el medio donde se desarrollan (Zuluaga, 2014).

En el libro de Hechos, se narra la historia del cristianismo, donde se ve como sus principales representantes, los apóstoles, llevan la palabra de Dios y todos los conocimientos a miles de lugares en el mundo, mostrando a otros cómo darles sentido y dirección a sus vidas (Zuluaga, 2014).

A pesar de las diversas vivencias de la iglesia cristiana, sus valores siguen intactos. La Biblia, muestra cinco pilares que sostienen al cristiano los cuales son: 1. Atraer a las personas a Jesús, por medio del amor que se le da a otros, de testimonios de vida, donde es Dios quien cambia y transforma la vida de las personas y fomenta en ellas el ejemplo que otros pueden ver con su estilo de vida.

2. Plantar a las personas en la iglesia, esto para que los jóvenes millennials y cada persona empiece a “echar raíces” o a crear un vínculo con Dios y con su iglesia, para que pueda sentirse conectado teniendo una relación cara a cara con Dios. En el caso de los jóvenes millennials es en este punto en el que encuentran una identidad y un lugar donde compartir con sus pares de una forma sana y contribuyendo a su carácter y a su crecimiento personal y espiritual.

3. Discipular, formar en las personas el carácter de Cristo. Dado que los jóvenes millennials están expuestos a distintos ambientes como la universidad y las calles es aquí donde los jóvenes forman su carácter a través de los valores cristianos y su espiritualidad, lo cual fomenta en ellos una forma distinta para afrontar las distintas situaciones en las cuales se ven sometidos.

4. Servir, como cristianos equipamos a las personas para que sirvan a Dios y otros como lo hizo Jesús, teniendo en cuenta que este fue el llamado que dejó para nosotros *“Yo no vine para que me sirviera, he venido para servir y para dar mi vida en rescate de muchos” Mateo 20:28* NTV.

5. Adorar, en la Biblia habla de cómo Dios crea al ser humano para su placer y parte de esto es que vivimos y nacimos para adorar, “cuando se habla de creados para adorar no es solo para adorar a Dios con nuestras palabras o cantando, también se habla de cómo el impacto de la espiritualidad hace que adoremos a Dios con nuestro estilo de vida” (Biblia & Melina, 2011).

Los valores cristianos, no solo le dan sentido y propósito a la vida del hombre, sino que también cambia su estilo de vida, como quieren vivir su vida, como visten, como quieren comportarse, como hablan, hasta impactar y generar cambios en su personalidad.

La Biblia afirma que un creyente seguidor de Cristo será identificado por el fruto que tiene en su vida, esto quiere decir que los cristianos, serán identificados por sus valores, los cuales son mencionados en el libro de Gálatas 5:22-23 NTV, donde dice: *“Más el fruto del Espíritu es amor, gozo, paz, paciencia, benignidad, bondad, fe, mansedumbre y templanza; contra tales cosas no hay ley”*.

El amor, referente en la Biblia, viene de la palabra griega “Ágape”, usado para expresar la formas más sublime y transparente amor el cual vienen de Dios (Bauer, 1985). Este amor es el que como cristianos debe mostrarse hacia otros, así como esta en 2 Juan 1:6 *“Y este es el amor, que andemos según sus mandamientos. Este es el mandamiento: que andéis en él, como vosotros habéis oído desde el principio”* RVR1960. El amor que los cristianos deben mostrar como fruto del Espíritu Santo, está basados en dos grandes mandamientos: 1. el amor que se tiene por Dios y por el prójimo como esta en Mateo 22:35-40 DHH *“... Maestro, ¿Cuál es el mandamiento más importante en la ley?, Jesús le dijo: ama al Señor tu Dios con todo tu corazón, con toda tu alma y con toda tu mente.... ama a tu prójimo como a ti mismo”* y 2. el amor es el que rige todos los mandamientos por lo cual la Biblia afirma que tener amor es *“saber soportar; es ser bondadoso; es no tener envidia, ni ser presumido, ni orgulloso, ni grosero, ni egoísta; es no enojarse ni*

Trust-Faith Psalm 56:3

guardar rencor; es no alegrarse de las injusticias, sino de la verdad. Tener amor es sufrirlo todo, creerlo todo, esperarlo todo, soportarlo todo” 1 Corintios 13:4-7 DHH.

El gozo, hace referencia a la alegría permanente que tienen los cristianos gracias a la relación que llevan cara a cara con Dios, pero además al llamado que dejó Jesús, en Filipenses 4:4 NTV dice que *“Como cristianos, estén siempre alegres, se los repito, estén alegres. Que todo el mundo note lo comprensivos que son”*. La palabra gozo viene del griego “Jara” que significa alegría, regocijo, estar contento o estar lleno de gozo (Bauer, 1985), este valor es una marca distintiva de la iglesia cristiana desde sus inicios.

La paz, es una de las cualidades del carácter que debe tener un cristiano, esta viene del griego “Shalom”, que significa bienestar total, tranquilidad y serenidad del espíritu (Bauer, 1985). Cuando se habla de paz, la Biblia hace referencia no solo a que Dios es un Dios de paz, sino que trae consigo paz a todo el que está dispuesto a recibirlo, Romanos 15:33 dice: *“Que Dios, quien nos da paz, esté con cada uno de ustedes”* TLA. Por esto, se habla de dos tipos de paz, la primera es la paz interior, la cual es dada por Dios como un regalo, en Juan 14:27 Dios deja el regalo de la paz diciendo: *“La paz os dejo, mi paz os doy; yo no os la doy como el mundo la da. No se turbe vuestro corazón, ni tenga miedo”* RVR1960, y en Juan 20:19 Jesús lo repite cuando le dice a sus discípulos: *“¡Que Dios los bendiga y les dé paz!”* TLA.

Y la segunda, es la paz exterior, la cual hace referencia a la relación cara a cara que quiere Dios que tenga el ser humano con él y cómo esta relación impacta a la sociedad, dando como resultado armonía y tranquilidad. La Biblia hace referencia a esto en Mateo 5:9 donde se habla de la bendición que recibirán los que trabajan por la paz del mundo *“Dios bendice a los que trabajan para que haya paz en el mundo, pues ellos serán llamados hijos de Dios”* TLA.

La paciencia, viene del griego “Makrothymia”, el cual significa indulgencia, apacibilidad o longanimidad (Bauer, 1985). Cuando se tiene paciencia, se tiene confianza, firmeza y perseverancia dada por Dios, a través de su amor; cuando la Biblia habla de la paciencia de Dios, hace referencia a un Dios que es lento en airarse y es por esto por lo que en Efesios 4:2 se expone la virtud que debe esperarse en la vida de cada cristiano diciendo: “*Siempre humildes y amables, pacientes y tolerantes unos con otros en amor*” NVI.

La benignidad, viene del griego “Jrestótes”, que significa bondad, excelencia de carácter e integridad (Bauer, 1985). La benignidad, se asocia los atributos morales de Dios y cómo estos se relacionan con la conducta del creyente, tal como está en 1 Corintios 15:33 “*Dejen de engañarse: malas compañías corrompen buenas costumbres*” NBE; la benignidad, también se asocia a la misericordia de Dios, y como él da el ejemplo para que los cristianos tengan su misericordia y logren perdonar como Dios los perdona. Benignidad, es fortaleza de carácter, tranquilidad del espíritu y una buena disposición frente a lo que pase en el día a día, esto se logra gracias al Espíritu Santo en la vida del cristiano.

La bondad, es la traducción del griego “Agathosune” que significa benevolencia, rectitud de corazón y de vida, es la cualidad del hombre bueno (Bauer, 1985). Tener un carácter bueno, mostrando el amor del cristiano con hechos hacia los demás y hacia sí mismo. Dios, tiene una bondad infinita, la cual derrama sobre los que confían en él, como lo muestra el Salmo 31:19 “*¡Cuán grande es tu bondad, que has guardado para los que te temen, que has mostrado a los que esperan en ti, delante de los hijos de los hombres!*” RVR1960. Es la bondad la que le permite al cristiano tener un verdadero arrepentimiento de corazón, ya que, si el cristiano anda por sendas de luz, debe manifestar su bondad con el amor, la justicia y la verdad como fruto en su vida.

Trust-Faith Psalm 56:3

La fe, viene del griego “Pistis”, el cual significa fidelidad, haciendo referencia al carácter, al que es digno de confianza, lealtad y honestidad (Bauer, 1985). Gálatas 5:22, habla de la fe como un valor del cristiano que lo distingue en sus relaciones, sus palabras, promesas, una persona en la que se puede confiar y creer, un cristiano que es fiel en todos los roles que cumple diariamente porque como dice Hebreos 11:6 *“Sin fe es imposible agradar a Dios, ya que cualquiera que se acerque a Dios tiene que creer que él existe y que recompensa a quienes lo buscan”* NVI.

La mansedumbre, proviene del griego “Prautes”, que significa gentileza, amistad y afabilidad, se manifiesta cuando se está rendido a Dios en su totalidad (Bauer, 1985). La mansedumbre de Dios no hace alusión a su debilidad, sino que, por el contrario, habla de cómo el Espíritu Santo da al ser humano el control para el enojo o un mal temperamento y es allí donde la Biblia afirma en Efesios 4:26 *“Si se enojan, no permitan que eso los haga pecar. El enojo no debe durar todo el día”* TLA, enojarse hace parte de la vida diaria, pero se convierte en pecado cuando no se coloca la mansedumbre en práctica y se permite que el enojo dure días, meses y hasta años.

Por último, pero no menos importante está la templanza, la cual viene del griego “Engkateia”, que significa control de uno mismo o dominio propio (Bauer, 1985). Esta virtud, hace alusión a ser moderados y equilibrados en la conducta, estos cambios conductuales de dominio en sí mismo reflejan el poder de Dios en la vida de cada uno de los cristianos. El apóstol Pablo, explica esto en 2 Corintios 5:27 diciendo *“De modo que, si alguno está en Cristo, nueva criatura es; las cosas viejas pasaron; he aquí todas son hechas nuevas”* RVR1960, donde por medio de la obra del Espíritu Santo el viejo hombre no hace su voluntad natural sino al contrario

Trust-Faith Psalm 56:3

la vida espiritual abarca el control de las pasiones y los impulsos que son propios del ser humano.

Así mismo, se deben mencionar los valores cristianos, los cuales tienen cinco puntos relevantes que generan cambio en la vida de las personas: 1. Dios tiene un plan para su vida: dado que Dios es el creador de todo, él tiene un plan perfecto y un propósito para su vida *“No imiten las conductas ni las costumbres de este mundo, más bien dejen que Dios los transforme en personas nuevas al cambiarles la manera de pensar. Entonces aprenderán a conocer la voluntad de Dios para ustedes, la cual es buena, agradable y perfecta” Romanos 12:2 NTV.*

2. El plan de Dios da sentido a la vida: todas las personas buscan un sentido y un propósito de vida, pero no lo encuentran ya que lo buscan en cosas o personas equivocadas; cuando siguen los planes perfectos de Dios, el propósito de vida es encontrado en todo lo que hacen *“Yo soy el pan de vida, el que viene a mí nunca volverá a tener hambre; el que cree en mí no tendrá sed jamás” Juan 6:35 NTV.*

3. El plan de Dios da dirección: cada día es una búsqueda de dirección y sentido de vida, pero si se tiene una espiritualidad, es decir una relación con Dios, tendrá guía y dirección *“Jesús les respondió: “Yo soy la luz del mundo. Si ustedes me siguen, no tendrán que andar en la oscuridad porque tendrán la luz que lleva a la vida” Juan 8:12 NTV.*

4. El plan de Dios trae paz: esto se refiere a como Dios trae paz por medio de la espiritualidad y la fe que tenemos en él, a pesar de toda situación *“Les dejo un regalo: paz en la mente y en el corazón. Y la paz que yo soy es un regalo que el mundo no puede dar. Así que no se angustien ni tengan miedo” Juan 14:27 NTV*

5. El plan de Dios es que viva con él en el cielo: Dios no quiere que el pecado impida que la gente pueda tener una relación espiritual con él, por esto es que envía a su hijo, para

Trust-Faith Psalm 56:3

limpiarnos de todos nuestros pecados y vivir con él en el cielo para siempre *“Pues Dios amó tanto al mundo que dio a su único hijo, para que todo el que crea en él no se pierda, sino que tenga vida eterna” Juan 3:16 NTV.*

El ejemplo perfecto para describir las características y virtudes de un cristiano se encuentra en Marcos 4:1-21, donde se habla de la parábola del sembrador; es allí donde por medio de una similitud con la siembra y el terreno, se describen las características del cristiano. En Marcos 4:20, se habla de las características propias de un cristiano, una semilla sembrada en tierra buena *“Y éstos son los que fueron sembrados en buena tierra: los que oyen la palabra, la reciben, y dan fruto a treinta, a sesenta y a ciento por uno” (RVR1960).*

Lo que quiere decir es que un cristiano, oye la palabra de Dios (Mateo 13:23), la entiende (Mateo 13:23), la obedece (Mateo 7:21) y está a su vez produce fruto en su vida (Juan 15:5-8, Mateo 7:16:20), logrando así ser un cristiano con características y virtudes propias de la palabra de Dios como ser santos y apartados del mundo, ser apartados del pecado y con integridad sexual, cuidar la mente para llevar un estilo de vida sano, trabajar en su carácter y perdonar a diario, ser el reflejo de Jesús en la tierra y servir a otros así como lo hizo Jesús (Melendo, 2013).

Cuando se habla de ser santos y apartados del mundo, se afirma que el éxito de un cristiano que busca ser maduro y crecer espiritualmente depende de ser y vivir por la fe en Cristo (Valero, 2014), como seres humanos pecamos todos los días pero aun así, Dios nos llama santos y por consiguiente, debemos santificarnos todos los días como lo dice en 1 Corintios 1:2 *“A la iglesia de Dios, a los que han sido santificados en Cristo Jesús y llamados a ser su santo pueblo” (NTV).*

Otra de las características de los cristianos es apartarse del pecado y su integridad sexual; Jesús en la cruz experimentó la muerte más vergonzosa, humillante y vil, pero lo soportó con el

Trust-Faith Psalm 56:3

único fin de darnos libertad y santidad en el área sexual (Burkhart & López, 2013), Mateo 4:4 dice: *“Escrito está: no sólo de pan vivirá el hombre, sino de toda palabra que sale de la boca de Dios”* (NTV). Una de las características más arraigadas en la vida de los cristianos es el hecho de cuidar su área sexual y estar con una persona hasta el matrimonio. Esta es tal vez la virtud que más llega a impactar la sociedad por el hecho de poner sus creencias por encima de lo que la sociedad hoy en día ha tomado como normal.

Se debe agregar que, cuidar la mente, no solo física sino espiritualmente; para cuidar la mente físicamente, se debe hacer ejercicio, comer bien, dormir bien, ejercitar la mente etc., pero para cuidar la mente espiritualmente, se debe “sacar la basura” acumulada en los pensamientos. Por esta razón, el cristiano piensa de forma positiva en Filipenses 4:8, se muestra en qué se debe pensar *“Por lo demás, hermanos, pensad en todo lo que es verdadero, todo lo honesto, todo lo justo, todo lo puro, todo lo amable, todo lo que es de buen nombre; si hay virtud alguna si algo digno de alabanza, en esto pensad”* (RVR1960). Esto, siendo un pensamiento constante que llegue a ser un estilo de vida para el cristiano, con el fin de siempre creer lo que Dios cree e impactando la sociedad de forma positiva, permitiendo que la honestidad y los buenos pensamientos también lleguen a otros, ya que *“Todo se hará tal como creíste”* Mateo 8:13 (NVI 1999).

Así mismo, trabajar en su carácter y perdonar a diario, hacen parte del cristiano ejemplar. Es de vital importancia como cristianos, trabajar en el carácter ya que este conjunto de rasgos y cualidades identifican a la persona por lo que es, así que la sociedad deberá notar la diferencia, al ver la forma de pensar y actuar de un cristiano en pro de otros y de un bien común (Burkhart & López, 2013) *“El que anda en integridad y hace justicia, habla verdad en su corazón”* Salmo 15:2 (RVR1960).

Enlazado con la característica anterior está ser el reflejo de Jesús en la tierra; en Génesis 1:27 dice “*Así que Dios creó a los seres humanos a su propia imagen. A imagen de Dios los creó; hombre y mujer los creó*” (NVI). Este pasaje, no hace alguna distinción entre características de Dios y el ser humano; al contrario, evidencia lo que el cristiano es y tiene como modelo a Dios ya que comprende distintas áreas de lo que los cristianos son como: creativos, inteligentes, innovadores, visionarios, sensibles, apasionados, sociales, expresivos, constructores y amorosos (Melendo, 2013). Por lo cual como cristianos, el impacto fundamental en la sociedad es reflejar a Dios por donde quiera que vaya, dando ejemplo en su forma de vivir, actuar y pensar.

Por último, servir a otros, así como lo hizo Jesús; servir a otros hace parte del llamado que tienen los cristianos como hijos de Dios, pero además es una manera práctica de ser luz para los demás, “*Ustedes son la sal de la tierra y la luz del mundo*” Mateo 5:13-14. El ejemplo de servicio que dan los cristianos a la sociedad es lo que les permite impactar generando así un cambio en el lugar en donde se encuentren (Valero, 2014).

Es por esto que, se tendrán en cuenta los 5 valores principales los cuales son atraer, plantar, discipular, servir y adorar con el fin de cumplir el objetivo de la investigación.

Importancia de los valores cristianos en la sociedad y en los millennials

Cabe aclarar que la sociedad, está incorporando como parte primordial de la misma la ciencia, la tecnología, la innovación y creación de nuevos productos y servicios para los seres humanos (Corbí, 2014). Esto ha tenido un alto impacto en la cultura, las creencias y la forma en la cual se desarrolla la sociedad; hay que mencionar, además que no se puede dejar de lado, la importancia que tienen los valores brindados por medio de la familia y en algunos casos la

Trust-Faith Psalm 56:3

iglesia. Los valores, según Zubiri (1986, p.29), están definidos como cualidades que le permiten al ser humano regular el mundo para vivir en él, esto quiere decir que son el medio para “disciplinar la vida de las personas”.

La sociedad empieza a tener cada vez más cambios, dándole al ser humano la posibilidad de crear y obtener distintos conocimientos a los cuales tiene acceso fácilmente. Sin embargo, el ser humano sigue siendo frágil y necesita no solo de información científica y tecnológica sino de valores y principios que lo lleven a “romper la indiferencia, provocando estimación y resiliencia frente a otros” (Marín, 1991, p.172).

Esto se evidencia en las pertenencias múltiples en cada persona, se ven pertenencias políticas, religiosas o familiares distintas. En una sola familia o en un grupo de trabajo, cada persona puede pertenecer a distintas familias, distintos partidos políticos y distintas religiones formando así una sociedad pluralista que permite que cada individuo pertenezca a diversas propuestas espirituales (Taylor, 2015).

Dada la búsqueda constante de sentido de vida, los valores son una de las pertenencias más importantes para el ser humano (Taylor, 2015) y más aún para los jóvenes, los cuales se encuentran en una etapa de su vida en la que necesitan dirección y en la cual buscan un sentido de vida que los valores y principios les puede ofrecer.

Millennials como generación

Con el fin de vincular a los jóvenes a los valores y principios cristianos y a su vez brindarles un sentido de vida alineado a lo que ellos son, esta investigación considera de vital importancia conocer su estilo de vida. Estos jóvenes, denominados generación “Y” o “Why”, son una generación que a la hora de seleccionar y motivar necesitan modelos distintos. La esfera

generacional denominada “Y”, se usa para determinar al grupo demográfico de personas nacidas a principios de los 80 hasta la fecha actual. Existen cuatro categorías predominantes en las que la mayoría de los autores coinciden, las cuales se toman a partir de las personas nacidas en el siglo XX, teniendo en cuenta que los años de comienzo y finalización de cada periodo pueden variar ligeramente.

- Generación silenciosa: nacidos antes de 1945
- Baby boomers: nacidos entre 1946 y 1959
- La generación “X”: nacidos entre 1960 y 1986
- La generación “Y”: nacidos entre 1987 y 2000

La generación *millennials* obtiene sus características gracias al surgimiento de la tecnología, la transformación de los medios de comunicación, la instantaneidad de la información y la difusión de información vía internet o por medios de web. Gracias al desarrollo de telefonía móvil, las llamadas TICS (*Tecnología de la Información y la Comunicación*) y los avances de lo que se conoce como la tecnociencia, todas estas áreas culturales y del desarrollo del conocimiento, moldean los rasgos y los vínculos sociales de esta generación. Actualmente, representan más del 25% de la población a nivel mundial y el 30% en Latinoamérica (Rubí, 2016).

Gracias a esto, sus vínculos sociales no tienen límite alguno, por el contrario, son sociedades virtuales sin límites geográficos las cuales comparten un interés en común a pesar de no conocerse personalmente, por eso reemplazan los vínculos directos, cara a cara, por instrumentos tecnológicos que les permiten el fácil acceso a la comunicación indirecta con otro. Más aún, descargar videos, películas, ver páginas online, acceder a todo tipo de información bibliográfica, documentos e investigaciones de forma simultánea, son comportamientos que la

generación “Y” vive constantemente desde su niñez. Entre sus principales pasiones se encuentra pasar tiempo con los amigos, la música, la cocina y comprar (Pakistán, 2015).

Existen diferentes factores que han impactado a la generación “Y” a lo largo de su historia de vida, que los hace diferentes a sus generaciones posteriores. Los aparatos tecnológicos son vistos como algo cotidiano que hizo parte de su infancia y su esparcimiento durante su niñez al contrario de las generaciones precedentes que hacían parte de un esparcimiento al aire libre con amigos o vecinos. Por otra parte, su contexto familiar, está fuertemente distorsionado, ya que esta generación naturalizó las familias distintas, uniparentales, núcleos familiares reensamblados, donde existe una convivencia como sus hermanos, medios hermanos, hijos anteriores y hasta “padres del mismo género”.

Otro factor relevante que impacta en la personalidad de la generación “Y” es el contexto sociopolítico, en el cual transcurren sucesos que han marcado el desarrollo de vida de estos jóvenes. Son una generación “enmarcada en la democracia política (lo cual cambia su forma de ver a la autoridad), la libertad, la diversidad cultural y de género, tolerancia a la otredad (La real academia española lo define como: condición de ser otro, de no percibir al otro como igual, sino como alguien diferente, que no forma parte de nuestra comunidad.), gran posibilidad de expresión y de participación ciudadana”. (Fernández, 2011)

Dentro de la personalidad que los identifica, se afirma que son idealistas en la búsqueda de la felicidad, tienen una conexión 24/7, les gusta “trabajar” en equipo, tienen un pensamiento social, activo y “respeto” por el otro. También se afirma que son jóvenes estructurados, orientados al logro y con el hemisferio derecho (creativo) más desarrollado (Nilsen, 2015).

Así mismo, se sabe que son jóvenes que buscan el significado o trasfondo de todo lo que hacen, realizan actividades que les brinden la oportunidad de ascender o escalar llevándolos a un crecimiento personal o por un interés económico; por esto, esta generación se desenvuelve mejor en un entorno creativo, de constantes retos y cambios sin monotonía alguna, donde puedan ser protagonistas y se le de valor e importancia a lo que hacen (Salgado, 2016).

Dentro del perfil de los *millennials*, también se sabe que sólo trabajan el 10% de ellos de tiempo completo y el 80% aún vive con sus padres, dado el cambio en los ciclos de vida, los *millennials* tienen una tasa de desempleo del 48% pero un aumento de la formación universitaria del 5% (Pakistán, 2015).

Los *millennials*, son una generación con gran diversidad en distintos ámbitos, en el caso de la raza, en Estados Unidos el 40% son afroamericanos, hispanoamericanos o asiáticos (López, 2016). Se describen como una generación completamente liberal en todas las áreas de sus vidas ya que en la mayoría de los casos no consideran tener familia y los que sí sus planes de paternidad son para un futuro muy lejano, además, la libertad sexual y de género es bien vista y aceptada en la mayoría de los casos (López, 2016).

En el ámbito de la política, muchos de ellos se inclinan a izquierda y a su vez se preocupan por temas ambientales, ecológicos y por la búsqueda de una alimentación más saludable y balanceada (Perezbolde, 2014). Ya que son sumamente sociables, poseen múltiples círculos de amigos con múltiples características (Gutiérrez, 2014).

En cuanto a su educación, los *millennials* tienen preferencias por una información autodidacta (Perezbolde, 2014) que les permita hacer uso de la tecnología y sobre todo del Internet como un mecanismo cognitivo de adquisición. Este método, hace que los jóvenes

adquieran la información fuera del aula de una forma sencilla, entretenida y práctica sin mucho tiempo invertido, además de preferir los trabajos grupales que no demanda esfuerzo personal (López, 2016).

Por último, en su área laboral, tienen preferencia por el trabajo en casa ya que no tienen agrado por los horarios de oficina, por la autoridad, la jerarquía o los jefes, con una preferencia por tener baja responsabilidades; hay que mencionar, además que buscan ser emprendedores y tener sus propias empresas, por esta razón es que duran poco tiempo en una misma compañía (López, 2016). Sus prioridades, son distintas a las de las otras generaciones, ya que siempre sobreponen sus gustos y por esto es que si el empleo no es lo que soñaban y ya no cumple con sus gustos, renuncian (López, 2016).

Si le encuentran un sentido a lo que realizan se comprometen y responsabilizan con la actividad. A causa de su libertad, tienen alta autonomía y diálogo. En las compañías en las que se encuentran, anhelan los desafíos y la obtención de nuevos conocimientos prácticos; para esta generación su trabajo es algo que les permite llegar a “la libertad personal y el placer de lo que quieren” (López, 2016).

Hábitos de consumo en la generación millennials

Actualmente, existen alrededor de 157 millones de *millennials* en el mundo, los cuales representan el 26% de la población mundial (Organización Iberoamericana de la Juventud). El 75% de los jóvenes millennials, realizan sus compras en Internet, pero ¿Qué compran? El 62% de esta generación, antes de decidir qué va a comprar, necesita estar seguro de haber considerado todas las posibles opciones antes y solo un 75% de ellos al haber realizado este proceso realizan la compra, llamado compra racional. Sin embargo, más de la mitad de los ellos

recomienda el producto comprado con amigos, el 20% se hace seguidor en Facebook de la marca y el 10% comparte su compra en Twitter o en blogs (Pakistán, 2015).

Otro aspecto que los diferencia es el uso constante de la tecnología, de hecho, son la generación que dispone de más dispositivos comparados con el resto de la población, por esto están constantemente en la red. El computador sigue siendo el de mayor uso (75%), seguido de los dispositivos móviles (72%), en los cuales pasa un promedio de 144 minutos al día (Pakistán, 2015).

Dado que son nativos digitales, el 84% de ellos accede a internet por medio de su smartphone (Pakistán, 2015); el 58% de los *millennials*, ve los productos por medio de buscadores en la web y el 45% de ellos asiste directamente a la web de la marca antes de realizar la compra (Pakistán, 2015).

Por otra parte, sus gustos y hábitos de consumo se caracterizan por la exigencia que tienen hacia las marcas y la fuerte tendencia a evaluar los productos o servicios que desean adquirir, ya que son consumidores más demandantes y uno de los motores de la economía, por esto las marcas diseñan estrategias que les permitan hacer engagement con esta generación (Pakistán, 2015).

Dado que no son exigentes con las marcas, 60% de los *millennials*, lo que buscan es expresar su personalidad a través de las mismas, ya que piensan que las marcas que consumen y usan son las que los definen a ellos y al estilo que quieren mostrar a otros (Soto, 2015). Así mismo, los *millennials* son la generación con “más amigos en la historia”, por lo cual las marcas deben propender por tener una amistad con ellos, sin olvidar las características clave como amigo para un *millennial*: ser confiable, sociable, humilde, “madura” y genuino (Soto, 2015).

Aun así, cabe recalcar que los *millennials* no buscan solo pagar por un servicio o producto sino por experiencias que las marcas logren tocando sus fibras, conectándose con ellos y con su personalidad, más del 78% de los *millennials* prefieren una marca con la cual hayan tenido una interacción cara a cara (Soto, 2015) y esta información la brindan ellos mismos a través de las redes sociales.

El 80% de los jóvenes *millennials* buscan esa influencia dada por amigos y hasta desconocidos que les dan referencias acerca de un producto o servicio (Soto, 2015). Y no solo tienen esta influencia, sino que buscan ser escuchados por las marcas, son leales a aquellas empresas, productos o servicios que se “preocupan” por ellos, donde se sienten participantes y protagonistas de las mismas (Soto, 2015).

Adicionalmente, otro de sus hábitos de consumo es la alimentación, 6 de cada 10 jóvenes *millennials*, afirman comer fuera al menos una vez a la semana, así que el tiempo y el dinero a pesar de ser escasos y de depender en algunos casos de sus padres, el 58% de ellos come fuera de casa (Nilsen, 2015). Sin embargo, la salud es una prioridad en todas las generaciones, pero los beneficios que se buscan son distintos; todas las generaciones están dispuestas a pagar un precio premium por alimentos que beneficien su salud, pero los *millennials* son los que lideran estos tipos de compra con el 81% (Nilsen, 2015).

Atributos como bajo en sodio y azúcar, son llamativos para las generaciones mayores en cambio para los *millennials* lo orgánico y alto en proteína es lo que los cautiva a realizar la compra (Nilsen, 2015).

Cuando se habla de marcas, los *millennials* son fieles a las marcas que les den estatus, realizando compras superiores a los ingresos que reciben, por esto es que se habla de una

tendencia de “keep up appearances”, lo que los motiva a aparentar no solo en prendas de vestir sino también en el uso de la tecnología teniendo una extrema importancia el hecho de tener un smartphone o tablet (Euromonitor Internacional, 2016).

Otro rasgo que destacar son los medios de comunicación en el caso de los jóvenes *millennials*, es inevitable mencionar los medios Online, ya que esta generación es considerada como hiperconectadas pasando la mayor parte de su tiempo frente a los medios virtuales como la internet o sus teléfonos móviles.

No es extraño, que los *millennials* se comporten de este modo, ya que son una generación que nació con un fácil acceso y de forma gratuita no solo a medios tecnológicos, sino a un fácil alcance de todo lo que deseen consumir y comprar, además de ser la generación de consumidores más grandes a nivel mundial en la actualidad, por ende, son la generación de mayor consumo a nivel mundial en ropa, accesorios y distintos servicios que les puedan interesar (Euromonitor Internacional, 2016).

Los medios tradicionales, han pasado a un segundo plano para los *millennials*, dando cabida a los motores de búsqueda como fuente de información para actualizarse en el día a día. Dentro de las fuentes preferidas se encuentra la TV, los sitios con motores de búsqueda, prensa impresa, prensa on-line y radio (en este orden) (Nilsen, 2015).

El 48% de los *millennials*, tiene la televisión como fuente preferida de noticias, consumiendo entre 3 a 4 horas de televisión diaria, en cambio el 42% de ellos prefiere entrar a sitios con motores de búsqueda para informarse (Nilsen, 2015).

Por otro lado, el 73% de los *millennials* se comunica por medio de redes sociales, teniendo en cuenta que más del 50% de ellos cree que es parte esencial de su vida social (Euromonitor Internacional, 2016). Por ejemplo, diariamente el uso de Facebook e Instagram es

común en esta generación, así como YouTube, Twitter y Snapchat con un 73% de uso diario en esta generación (Soto, 2015).

Un 88% de los *millennials* de Latinoamérica actualmente poseen perfiles en las redes sociales, las cuales constituyen su vida social, pero su principal función no es la comunicación ya que esto no es lo que más realizan estos jóvenes, por el contrario, sus principales acciones son consultar, comentar y compartir información por medio de sus redes sociales (Gutiérrez, 2014).

Los llamados nativos digitales, pasan aproximadamente 2 horas diarias en Internet (80%) y 5 horas chateando por alguna de las redes sociales favoritas (73%) considerando que 90% de estos ya tienen un celular de alta o media gama, escuchan música, publican el paso a paso de todo lo que realizan en el día y descargan juegos de azar (Euromonitor Internacional, 2016).

Dicho lo anterior, sus decisiones de compra son inmediatas ya que tienen todo al alcance de su mano. Crecieron y nacieron con el internet, lo tienen como una herramienta no solo de comunicación sino también para informarse sino también para su “educación” (López, 2016).

Se debe agregar, que los jóvenes representan un alto porcentaje de la población, sobre todo en sociedades latinoamericanas (Zepeda, 2013) y en este caso el porcentaje de jóvenes cristianos tiende a crecer, ya que su etapa de vida los hace tener una necesidad de buscar fortalecer sus bases con respecto a su existencia y su identidad así que llegan a ser el presente y el futuro de las iglesias en donde buscan a Dios para darle el sentido a sus vidas (Zepeda, 2013).

Al mismo tiempo lo hacen en una sociedad, llena de medios de comunicación masiva, los cuales les permiten exponer y mostrar a otros lo que deseen, esto en compañía de sus pares; adicionalmente, no solo realizan actividades relacionadas con sus creencias, sino que también realizan actividades cotidianas tales como asistir a la universidad, ir a cine con amigos, entrar

Trust-Faith Psalm 56:3

dentro del “mercado matrimonial” y asistir a eventos culturales, deportivos y sociales (Euromonitor Internacional, 2016). Esto amplía las posibilidades que tienen los medios para cubrir sus necesidades y hace notar que no solo son jóvenes cristianos los cuales asisten a iglesias y congregaciones, sino que también son jóvenes consumidores, que necesitan ser atendidos.

En otras palabras, es un fenómeno que muchos psicólogos y sociólogos llaman “secularización” haciendo referencia a cómo la sociedad ha empezado a influenciar a la religión, y como esta lleva a los jóvenes a compartir su estilo de vida espiritual en diferentes ámbitos sociales, fuera de los templos religiosos (Zepeda, 2013). En esta sociedad moderna, los jóvenes *millennials* cristianos, quieren expresar sus creencias dentro y fuera de la iglesia por lo cual llevan sus valores, sentimientos e ideas a los medios de comunicación, con el fin de exponer lo que sienten y piensan frente a una sociedad incierta (Zepeda, 2013).

Las redes sociales constituyen una de tantas herramientas de difusión masiva en la cual los consumidores sienten tener el mundo en sus manos, además de acercarse a las personas y a los contenidos que estas también publican. Les permite tener interacción entre los mismos y fomenta relaciones, además de exponer su personalidad y todo lo que quieren decir a otros y al mundo. (Atehortúa et al, 2016).

Actualmente el 45% del total de usuarios colombianos de Facebook son jóvenes *millennials*, lo cual permite afirmar que realmente, los jóvenes tienen apertura a un consumo masivo que los llena de información acerca de millones de productos y servicios que pueden llegar a ver por medio de la internet y las redes sociales (Atehortúa et al, 2016).

Los jóvenes y sobre todo los jóvenes cristianos buscan que muchos logren conocer a Dios y cumplir con el mandato dado por Jesús en la Biblia: “*Más bien, busquen primeramente el reino de Dios y su justicia y todas estas cosas les serán añadidas*” - Mateo 6:33 NVI. Por esta razón es que tanto los medios de comunicación como las múltiples actividades que realizan tienen este fin y, aun así, son una amplia población de jóvenes, los cuales generan un movimiento a nivel cultural que fomenta a muchos a la realización de innumerables actividades.

Los jóvenes cristianos, llegan a realizar actividades comunes como cualquier otro joven de la generación *millennial* sin perder, sus valores y principios basados en sus creencias.

Dentro de las muchas actividades llevadas a cabo por los jóvenes cristianos *millennials*, una de las cuales tiene mucho éxito es el cine, en el 2014, la película “Dios no está muerto” recaudó un total de USD\$ 62.630.732 en más de 13 países y para el 2017 la película “La Cabaña” un best seller de literatura, promete recaudar aún más. Dentro de las actividades culturales, se destacan conciertos con múltiples artistas de talla nacional e internacional, que motivan a los jóvenes no solo a conocer más de Dios sino también a disfrutar de momentos diferentes fuera de la iglesia.

Consumidores cristianos

Es necesario comprender porque el público cristiano resulta ser un público atrayente frente a una visión de la psicología del consumidor. En las últimas cuatro décadas, el catolicismo ha perdido fuerza y estos creyentes se han ido al protestantismo; en América Latina, según las estadísticas las corrientes evangelísticas, caracterizada por los cristianos ya son un 27.7% de la población (Annual Statistical Table on Global Mission, 2003).

La mayoría de los colombianos aún se consideran creyentes con un 94.1% de la población, además se consideran creyentes practicantes el 58.2% y el 35.9% se considera creyente pero no practicante, solo el 5% se considera ateo o agnóstico. De hecho, la sociedad colombiana considera que la religión es realmente importante en sus vidas con un 85% de la población (Beltrán, 2011).

Hablando desde una perspectiva de género, el 96.6% de las mujeres son creyentes a diferencia del 90.6% en los hombres, así mismo, el 65.8% de las mujeres se considera creyente practicante y solo el 47% de los hombres considera que es creyente practicante (Beltrán, 2011).

Ahora bien, cuando se habla de la filiación religiosa, aún los católicos tienen mayor presencia en la sociedad colombiana pero los cristianos pentecostales son un total de 27.7% de la población, donde se afirma que siguen teniendo una fuerte acogida en las distintas iglesias ubicadas en todo el país (Beltrán, 2011).

El 76.3% de los cristianos afirman que son creyentes practicantes y el 92% creen que su la religión es muy importante para la vida; además, el 73.7% de los cristianos asiste a culto todas las semanas, por lo cual se afirma que existe un mayor nivel de compromiso religioso constituyendo una “minoría en crecimiento, pero activa” (Beltrán, 2011).

Según esto, el consumidor cristiano, es considerado un público objetivo de consumo masivo, ya que son aproximadamente 10 mil millones de personas entre niños, adolescentes, adultos y adultos mayores, los cuales tienen necesidades que el mercado no ha explorado, colocando una barrera con esta población. Para el 2016, en Colombia había un total de 7 millones de cristianos, los cuales asistían en promedio a 6 mil congregaciones (Euromonitor Internacional Global Consumer Trends Survey, 2016). De esta población, se afirma que el 21%

Trust-Faith Psalm 56:3

son jóvenes, pertenecientes a la generación *millennials*, siendo similares los porcentajes de hombres y mujeres.

Cristianos millennials

La religión tiene una fuerte conexión con todas las esferas sociales, esto debido a que ningún ser humano es idéntico así mismo (ya que evoluciona) y menos aún con respecto a otro; sin embargo, sí necesita de otros para sobrevivir y prosperar, aun que esto traiga consigo algunas tensiones que choquen con la identidad propia, por esto es que la religión, ayuda a gestionar la identidad de los seres humanos permitiéndoles relacionarse con sus pares (Bayón, 2016).

Actualmente, muchos jóvenes deciden abandonar la religión por distintas razones como creer que el cristianismo está siendo politizado (75%), que la fe está pasada de moda (78%) o que son “anti-homosexuales” (91%), por lo cual un tercio de los *millennials* decide ser religiosamente no afiliado; a pesar del declive, el mayor porcentaje de millennials aún es creyente y los que no, no son necesariamente ateos, ya que en muchos casos, estos jóvenes no asisten a las iglesias pero aún llevan prácticas espirituales como la oración (Sarah, 2016).

Una de las organizaciones que empezó a detectar esta problemática, creo un enlace para esta generación en el cual quieren llevar el evangelio a los jóvenes de la generación *millennial*, proporcionando las herramientas necesarias para que ellos como jóvenes logren tener un sentido de vida, construyendo una visión y un significado de la biblia; usan el slogan “creado por millennials para millennials” (Sarah, 2016).

Pero no solo esta organización está realizando cambios para atraer a los jóvenes, muchas iglesias alrededor del mundo están cambiando la forma en la que llegan e impactan a esta generación. Por consiguiente, se encuentra que las iglesias están empezando a cambiar la música, la locación, pero, sobre todo, mostrando un Dios vivo, amoroso y con brazos abiertos a

recibirlos tal y como son; además, el uso de la tecnología y las redes sociales, se han convertido en un gran aliado, ya que pueden de esta forma impactar a los jóvenes de forma masiva.

Gracias a la hiperconectividad, los jóvenes tienen todo al alcance de su mano, pero esto, a su vez está impactando cómo se incorporan a la sociedad e influyendo en sus creencias religiosas y culturales. Facebook, una de las redes sociales con mayor popularidad entre los jóvenes, ha logrado movilizar a los *millennials*, cambiando su círculo social y llevándolo a tener redes de amistades basadas en la congregación a la que asisten o en diferentes dimensiones de la religión (Sarah, 2016).

La esfera social de los jóvenes y los lazos que forjan en la misma, se consolidan en un grupo y mientras más fuertes sean estos lazos, mayor será la presión hacia el individuo, por lo cual se forja la creencia en esa red social y en los valores que la mueven; esta inmersión social, hace que las prácticas religiosas se vuelven más sólidas ya que el individuo siente un respaldo por su círculo de “amigos” que puede llegar a forjar en esta esfera de su vida (Bayón, 2016).

Comunidades Online

Los jóvenes en las redes, su movilidad social y sentido espiritual, requieren de medios sociales que proporcionen herramientas que respondan a su búsqueda del sentido de la vida. El ritmo de la sociedad altamente informada y el desarrollo continuo de tecnología originan la búsqueda de herramientas de aprendizaje y socialización de la información a través de Internet de forma continua; para esto las Tics, ofrecen infinitas posibilidades dentro del espectro virtual de la información. Uno de los entornos que ha proporcionado esta búsqueda de información y conexiones entre los jóvenes son las redes sociales, las cuales son entendidas como “servicios web que permiten construir un perfil público o semipúblico en un sistema delimitado y articular

Trust-Faith Psalm 56:3

una lista de usuarios con los cuales se comparte una conexión” (Wodzicki, Schwammlein y Moskaliuk, 2012).

Otra definición habla de grupos sociales ya que poseen un orden jerárquico, con una finalidad la cual es producir conocimiento especializado, alrededor de un tema, un hobby o un conjunto de problemas, compartiendo aprendizajes y experiencias individuales a través de una interacción continua. En este ambiente es evidente el traspaso informal de la información a través de plataformas como las comunidades virtuales, donde debido a su estructura digital e interactividad se facilita el intercambio de información y opiniones, el aprendizaje colaborativo y compartido entre los miembros pertenecientes a la comunidad (Brito, 2012).

Gracias a la tecnología digital se logra tener un acceso universal y un proceso de globalización cultural que permite que las fronteras se diluyan y las generaciones jóvenes tengan una visión del mundo diferente, un aprendizaje basado en interacciones, descubrimiento y participación (Bianchi, 2014) y de cómo estos jóvenes conciben una interacción por medio de las plataformas virtuales.

El uso de redes sociales hace que se expanda el entorno de aprendizaje virtual donde los jóvenes tienen fácil acceso a la información que desean, pero a su vez hacen conexiones con otros usuarios, los cuales presentan un perfil similar, teniendo aspectos en común o compartiendo una forma de pensar. Dentro de las redes sociales, se encuentran las comunidades virtuales, las cuales dan lugar a múltiples definiciones como “agregaciones sociales que surgen en Internet cuando las personas llevan a este medio sus discusiones, intereses o con un fin educativo” (Marín, Urbina, Moreno & Salinas, 2016).

Habría que decir también, que una comunidad virtual, vista como una red social impacta fuertemente la relación que tienen los jóvenes con el cristianismo, ya que gracias al debate que se

puede dar en la misma acerca de distintos temas de la espiritualidad, tomando una postura de inconformidad por parte de los jóvenes no cristianos o de agradecimiento por parte de los jóvenes cristianos

Las comunidades virtuales o comunidades online les permiten a sus usuarios una interacción en tiempo real, abarcando un tema de cualquier índole y generando un debate acerca del mismo, teniendo como ventaja la flexibilidad temporal y geográfica. Por otro lado, integra elementos de aprendizaje formal e informal, permitiéndole a los usuarios un conocimiento sobre un tema específico, pero además interactuar con otros usuarios que complementen el aprendizaje de manera informal (Marín, Urbina, Moreno & Salinas, 2016).

Una de las metas que se tienen cuando se diseña una comunidad online es que esta pueda ser autodirigida y autónoma, lo cual quiere decir que tenga una dirección, carácter y movimiento constante dado por los usuarios y apoyado por los administradores. Por esto Wenger, Mcdermott y Snyder (2002), identificaron siete principios para el diseño, gestión y creación de una comunidad virtual práctica: 1. Diseñar la comunidad con el fin de que pueda evolucionar de forma constante, 2. Fomentar el diálogo entre la perspectiva que tiene el administrador y todos los usuarios presentes en la comunidad, 3. Motivar a los usuarios a que participen en distintos niveles como textos extensos, imágenes, gifs o comentarios cortos, 4. Desarrollar espacios de opinión dentro de la comunidad que sean públicos y privados, 5. Centrarse en los valores que se quieren dar dentro de la comunidad, 6. Integrar la familiaridad y las emociones para que la comunidad virtual realmente enganche a los usuarios y por último, 7. Crear un ritmo acorde a los valores y objetivos de la comunidad para que sea dinámica y efectiva todo el tiempo.

Lo cierto es que participar de forma social en la red tiene como ventaja la creación de foros y expresión de las personas, lo cual les permite desarrollar vínculos con otros usuarios

similares creando un contacto fuera de su comunidad geográfica, esta ventaja de las comunidades online, se esta vinculando con la mejora de autoestima social y creación de vínculos sociales de confianza (Fuente, Herrero y Garcia, 2010).

Tipos de comunidades Online

Dado que las comunidades virtuales son vistas como un conjunto de estrategias didácticas para el desarrollo del aprendizaje a lo largo de la vida, Wenger (2015), expone los tipos de comunidades virtuales y como estas tienen una fuerza en el vínculo social y una intencionalidad, la primera es la comunidad práctica y la segunda es la comunidad de aprendizaje.

En la comunidad virtual de aprendizaje, se hace énfasis en el aprendizaje colaborativo orientado a objetivos netamente académicos, enfatizando en el aprendizaje social, producido por medio de la participación y creación del contenido de la comunidad. Adicionalmente, la comunidad virtual de aprendizaje tiene dos posibles enfoques el informal y el formal.

El enfoque informal, se considera como “agregaciones sociales que emergen en la red en las cuales hay suficientes personas para llevar a cabo actividades que permiten crear una experiencia compartida, y donde la colaboración es fundamental a partir de la cual dos o más individuos interactúan para crear un conocimiento compartido que de otra forma no podrían haber alcanzado” (Ramírez, 2013), algunos ejemplos de este tipo de comunidades son grupos de noticias, algunos chats donde se utilizan canales electrónicos para simular una discusión.

Las comunidades de este tipo, aunque no poseen una estructura compleja, son consideradas como rudimentarias ya que, por su característica informal, carece de principios estructurales y mecanismos que les faciliten a los usuarios su labor de aprendizaje.

El segundo enfoque, el formal, el cual se define como “sistemas adaptativos complejos, que operan a partir de principios fundamentales dentro de los cuales la cultura y la productividad de la comunidad evolucionan, y donde se ofrece un espacio para la continua generación de conocimiento” (Ramírez, 2013).

Este enfoque de comunidad virtual ofrece un ambiente especialmente diseñado para que la audiencia seleccionada logre un proceso de aprendizaje fácil y continuo; las comunidades formales, poseen herramientas y una filosofía previamente definida, a partir de estos principios estructurales y con plena conciencia de cada tema propuesto es que se define la comunidad. A diferencia de las comunidades informales las cuales nacen continuamente, pero poseen poca permanencia en la web.

Las comunidades virtuales de aprendizaje formal tienen diversos beneficios como impulsar el mejoramiento continuo de la tecnología, desarrollo del aprendizaje colaborativo, interacción entre usuarios online, producción de ideas novedosas, conocimiento nuevo y actualizado, sensibilidad cultural, formación de valores y estilo de vida entre otros es lo que hace que para el objetivo de esta investigación se seleccione este tipo de comunidad como base ya que tiene las características necesarias para influenciar a los jóvenes hacia los valores cristianos por medio de la tecnología y hacer uso del aprendizaje colaborativo dándole protagonismo a los usuarios de la red.

Algunos ejemplos del uso de redes online para forjar la sociabilidad, construir la identidad y tener un ajuste psicosocial son: Makespace (<http://makespacemadrid.org/que-es-ser-un-maker/>), la cual ya muestra una influencia positiva de la participación social online en el desarrollo de la persona, y es que los usuarios están relacionados en actividades sociales en la red por lo cual pueden experimentar una mejora del bienestar psicológico al “percibirse a sí mismos

Trust-Faith Psalm 56:3

como más capaces para crear y mantener relaciones sociales duraderas” (Bargh, McKenna y Fitzsimons, 2001). Otro ejemplo es 7cups (<https://www.7cups.com/es/>), una comunidad virtual que da pie a la inclusión social y a conectarse con un equipo de profesionales que están dispuestos a escuchar de forma compasiva a través de la red de forma segura, gratuita y confidencial, los usuarios pueden participar en charlas o terapias de forma anónima.

Estas comunidades, a partir de las interacciones sociales, logran hacer que los usuarios, tengan un sentimiento de pertenencia e integración teniendo un impacto para el bienestar psicológico de los mismos ((Fuente, Herrero y Garcia, 2010).

Comunidad Online efectiva

Cuando se realiza un análisis a profundidad de la composición de una comunidad virtual, los usuarios tienen participaciones diferentes y pueden distinguirse por distintos roles, responsabilidades o atribuciones como:

- Aquellos usuarios que constituyen el núcleo de la comunidad, llamados administradores y moderadores globales.
- Aquellos usuarios que componen la parte activa de los miembros de la comunidad llamados moderadores, los cuales se encargan de revisar las publicaciones y filtrarlas de acuerdo con las políticas de la comunidad online.
- Aquellos usuarios que componen la comunidad online llamados team
- Aquellos usuarios que están empezando a ser activamente más participativos que los usuarios team, a los cuales se les llama miembros periféricos, los cuales realizan algunas de las tareas de que hace el equipo interno, pero aún no pertenecen al mismo, ya que antes de hacerlo se debe evaluar que entiendan

correctamente las reglas del foro y que tengan un alto nivel de compromiso con el mismo

- Por último, los miembros externos de la comunidad, los cuales son usuarios que entran a la comunidad virtual a consumir el contenido sin aportar en el foro o las distintas actividades que se generen en torno a la comunidad.

(Ramírez & López, 2013).

Uno de los puntos de mayor impacto en una comunidad virtual efectiva, es la plataforma la cual debe ser de fácil ingreso, permitiéndole a los usuarios participar de forma activa realizando acciones y usos alternos que redefinen a la comunidad de acuerdo a las características particulares de los usuarios; teniendo un software que les permita interactuar, de forma gratuita por medio de internet y manifestando su estilo de vida personal, el empoderamiento progresivo de los usuarios con condiciones que favorezcan la construcción y sostenimiento de la comunidad.

Uno de los ejemplos de comunidades online práctica y de aprendizaje se denomina aRGENTeaM, una comunidad constituida por personas cuya experiencia se relaciona con el cine y la Tv, fortaleciéndose por medio de la interacción continua y como se generan relaciones entre los usuarios. aRGENTeaM, está constituida y funciona por medio de la web, donde cada usuario puede participar de forma abierta y voluntaria, esta comunidad en marzo de 2014 tenía 534 mil usuarios registrados, los cuales afirman que los beneficios en crecimiento personal son altos no solo por el gusto que tienen hacia las series y películas, practicar y aprender un nuevo idioma de forma práctica sino que también se involucra un interés personal ya que pueden disfrutarlas antes de que circulen de forma comercial, por lo cual usan el foro de forma colaborativa aprendiendo progresivamente, ayudándose entre sí y resolviendo dudas prácticas de forma colectiva (Bianchi, 2014).

Su estructura por cinco partes: *Home* o página de inicio donde muestra el contenido central de la comunidad (películas y series), el *foro*, el cual es el punto de encuentro de la comunidad online, donde los usuarios registrados participan pero que a su vez se complementa con la sección *personal* la cual es donde los miembros del equipo interno de la comunidad realizan la retroalimentación, críticas y devoluciones del contenido expuesto por los demás usuarios. La sección *sofl*, es donde se encuentran todos los programas necesarios para trabajar en la comunidad, instructivos, descargas y manuales que en este caso están enfocados en el cine y la televisión. Por último, cuenta con un *buscador* de acceso público para localizar los productos puntuales o discusiones de interés, temas de debates en el portal (Carrillo, 2015).

El siguiente ejemplo ilustra el funcionamiento de una comunidad virtual cristiana, donde se observa la percepción, vivencias y experiencias dadas en las relaciones, conocimientos y actitudes de los usuarios de la misma.

Impacto de las comunidades Online

El impacto de una comunidad virtual se basa en los cambios que sufren los usuarios al obtener nuevos roles y compromisos en su vida y como estos, establecen relaciones emocionales, de intereses, aficiones y gustos, llegando a construir una jerarquía específica en la comunidad y haciendo de esta jerarquía parte de su vida fuera del ciberespacio, es de allí que nace la idea de crear una comunidad online para jóvenes millennials que los atraiga a los principios y valores cristianos por medio de la web y que ellos puedan salir de allí al mundo real, a aplicar estos principios y valores ya aprendidos y arraigados como un estilo de vida; haciendo que la comunidad online impacte en los jóvenes generándoles un cambio en las prioridades que tienen en su vida y colocando de esta forma como principio a Dios.

Los “ciber-ciudadanos”, empiezan a crear sociedades virtuales, redes interconectadas las cuales a su vez crean grupos sociales afectando de forma directa la cultura y cibercultura que viven día a día los usuarios, no solo en el ciberespacio sino también en su vida cotidiana ya que ahora se reúnen para “dar y recibir información, prestarse apoyo mutuo, inter-aprender o encontrar compañía” (Ortega, 2015).

Este comportamiento de “interacción y sentimiento de pertenencia comunitaria” está regido por el concepto social de los usuarios y es allí donde se genera el mayor impacto de las comunidades virtuales en una sociedad y en un individuo; en otras palabras, el sentimiento de pertenencia se debe a la confianza mutua y a los estrechos sentimientos que se desarrollan por medio de la comunidad virtual, sin dejar de lado los intereses en común que tienen los usuarios de la comunidad (Ortega, 2015), siendo un canal virtual perfecto que permite a los jóvenes millennials encontrar de forma atractiva contenidos que los lleven a conectarse los valores cristianos.

Así mismo, hay que mencionar que la tecnología de la información, la constante comunicación y la cultura digital son influenciadores en los individuos, por lo cual las comunidades virtuales están haciendo un desarrollo y un cambio social, debido a la capacidad de participación activa de los usuarios en las transformaciones que se dan en todo el mundo y enriqueciendo la constante comunicación que tendrían los jóvenes con pares, generando una transformación de la cultura basada en los valores cristianos, la cual mejore la sociedad actual.

Actualmente y gracias a las comunidades virtuales, los usuarios se enfrentan a un contexto cambiante, donde esta herramienta ha logrado eliminar las mediaciones y los mediadores y en vez de esto, fortalecer los principios de participación y poder de las masas (Martini, 2012).

Evangelización digital

Dado que la comunidad virtual puede ser usada como un medio de evangelización digital, es importante resaltar como en la Biblia, se encuentran alrededor de 26 versículos relacionados con el propósito del hombre para evangelizar el mundo. En Hechos 13:47 dice: *“Así nos ha mandado el Señor: te he puesto por luz para las naciones, a fin de que lleves mi salvación hasta los confines de la tierra”* (NVI) y en Marcos 16:15 lo reafirma diciendo: *“Les dijo: vayan por todo el mundo y anuncien las buenas nuevas a toda criatura”* (NVI).

Pero predicar o dar a conocer la doctrina cristiana del evangelio en la actualidad ha empezado a transformarse, esto debido a los distintos cambios que ha sufrido la sociedad y la demanda que tienen los jóvenes millennials sobre las redes sociales y las plataformas online, exigiendo contenidos más gráficos, relacionados no solo con su área espiritual sino con su estilo de vida, por esto es que la evangelización pasa de estar en un medio físico a ser incluyente en las redes sociales y en las plataformas web, adaptándose a las nuevas generaciones y las demandas de la misma.

Habría que decir también, que la “nueva evangelización”, tiene que adoptar lenguajes y medios que le permitan difundir la fe en el contexto actual, por consiguiente, debe darle prioridad a las imágenes y a la comunicación digital, brindando un desarrollo que le permita a las iglesias evangelizar a los jóvenes y a las generaciones que están por venir (Pérez, 2011).

Uno de los ejemplos de evangelización es el blog de “La rueda a la pluma” el cual usa como pilar principal a Teresa de Jesús, la cual es un ejemplo de vida en la fe, para los contenidos de este blog, se tuvieron dos criterios el primero es que las publicaciones debían tener una calidad y un rigor y el otro es que las publicaciones deben ser ideológicamente abiertos y no

circunscrito únicamente para un público creyente esto con el fin de aportar no solo a los creyentes sino a los que aún se encuentran alejados de la doctrina católica (Pérez, 2015).

Esta postura de evangelización habla de no solo transmitir contenidos religiosos, sino que se puedan transmitir y hacer que otros porten los valores, puntos de vista o líneas de pensamiento basados en esta doctrina, pero con el fin de transformar al mundo y renovar a la humanidad. Tal como lo expresan en el blog, “el objetivo de la nueva evangelización es tender puentes entre la fe y la cultura actual” (Pérez, 2015).

Habría que decir también, que la evangelización digital posee criterios errados que no le permiten llegar de forma directa a la generación millennial, los cuales se mencionan a continuación:

1. La falta de claridad: el uso del lenguaje institucional u oficial hace que los contenidos no sean llamativos para los jóvenes debido a que los mismos buscan un lenguaje más común y familiar a su estilo de vida.
2. La falta de sentido de la actualidad: a pesar de que la religión maneja tiempos de siglos, los medios viven en la actualidad y por ende los contenidos debe relacionarse con lo que viven los jóvenes en la actualidad y así mismo correlacionarse con lo que se plantea en la palabra de Dios con el fin de mostrarle a los jóvenes como la palabra de Dios sigue vigente en los tiempos actuales.
3. La dispersión: la dispersión es un error frecuente, esto debido a que en la iglesia hay dificultad para difundir los mismos mensajes por la diversidad enorme a nivel mundial.
4. Ver la comunicación como una herramienta: la comunicación es cuestión de contenidos, por esto, es que no solo se colocan contenidos en la web o en las redes sociales, sino que

deben ser contenidos adaptados a los jóvenes, con imágenes, síntesis y elementos visuales adecuados que capten su atención y dejen el mensaje adecuado en él.

5. Falta de transparencia: teniendo en cuenta que los jóvenes quieren y buscan respuestas, las plataformas enfocadas a la evangelización deben brindar estas respuestas siempre basados en la única verdad que es la Biblia para así generar confianza en los jóvenes. (Pérez, 2015)

Por esto es que se afirma que la clave no está en transmitir información, sino en compartir las experiencias de vida; Internet es una herramienta de comunicación que puede ser usada como medio de evangelización, pero también es un ambiente en el cual se debe dar testimonio de fe para que de forma masiva muchos conozcan de Dios por medio del ejemplo (Spadaro, 2014).

De igual modo, se debe hacer que la evangelización digital corrija no solo los criterios mencionados anteriormente sino que también posea contenidos atractivos enfocados en el estilo de vida de los jóvenes como viajes, comida saludable, identidad en Dios, estos deben encontrarse en la web como imágenes, gif o historias (vídeos cortos) que le permitan establecer una relación a los millennials con su estilo de vida y la búsqueda de su espiritualidad por medio de una comunidad virtual que integre estos contenidos y los muestre de forma interactiva llevando los valores cristianos a los jóvenes.

Ahora bien, el siglo XXI ha traído grandes cambios, uno de esos es el uso de internet a nivel mundial. Esta expansión del internet ha hecho que se desarrollen las interacciones sociales en contextos netamente virtuales, a través de las “redes sociales”. Las diversas comunidades virtuales han hecho que los individuos compartan sus ideas y manifiesten sus pensamientos en la

web sobre servicios o productos, con el fin de buscar información objetiva de otros usuarios que tengan experiencias con el mismo o que compartan los mismos intereses (Kozinets, 2010).

Gracias a estas comunidades virtuales, es que se pueden llegar a conocer necesidades, gustos, niveles de satisfacción, deseos, comportamientos opiniones etc. de múltiples usuarios en la web; en este contexto es que surge la técnica de la etnografía on-line o netnografía lo cual hace referencia a un método de aproximación parcial sin integración en el entorno virtual (Xun & Reynolds, 2010).

La netnografía, es definida como un “conjunto específico de procedimientos etnográficos en línea, que incluye un fondo epistemológico, un marco analítico y un conjunto evolutivo de directrices para la entrada, observación, análisis de datos, aspectos éticos etc.” (Kozinets, 2002). Es decir, una metodología cualitativa que permite tener acceso a los procesos relacionales, del comportamiento y a las dinámicas grupales de una comunidad virtual en Internet.

Es una metodología de investigación cualitativa el cual con el uso de técnicas etnográficas permite estudiar la cultura y las comunidades que emergen por medio de la web. La netnografía, emerge debido al crecimiento del Internet y de los usuarios del mismo, los cuales quieren mantenerse informados, crear relaciones y comunidades con otros usuarios o consumidores que tengan estilos de vida similares etc. Cabe señalar que la netnografía permite analizar las ciberculturas y las comunidades virtuales, teniendo disponibilidad abierta a las experiencias que tienen el consumidor y como lo manifiesta públicamente en la red (Belz & Baumbach, 2010).

Además, permite generar conocimiento válido sin que el investigador se encuentre en el campo y con esto se evitan los posibles cambios de respuesta, conducta y naturalidad del ambiente que se producen cuando el investigador se encuentra en el mismo; es un método más

Trust-Faith Psalm 56:3

rápido, simple y a menores costos que una etnografía tradicional permitiendo obtener la opinión y comentarios de los usuarios en tiempo real (Arruda-Filho, Cabusas & Dholakia, 2010). Es especialmente útil como metodología de investigación para tres tipos de estudios 1. Metodología para analizar ciberculturas “puras” y comunidades virtuales, 2. Como herramienta para estudiar ciberculturas “derivadas” y comunidades virtuales y 3. Como herramienta exploratoria para estudios de aspectos generales (Romero, Gázquez, Forgas & Huertas, 2014).

La netnografía, se basa en el uso de sistemas informáticos para el rastreo de comunidades virtuales con el fin de proporcionar los datos necesarios para ser analizados y brindar de esta forma unas conclusiones que permitan tomar una decisión en diseño, investigación del consumidor, marketing etc. Esta técnica de investigación permite extraer y hacer uso de la información pública de foros y redes sociales con el fin de identificar y comprender claramente cuáles son las necesidades del sujeto a estudiar, cuál es su estilo de vida y cómo influyen distintos aspectos y características en la su vida en la web (Romero, Gázquez, Forgas & Huertas, 2014).

El beneficio de la netnografía como una herramienta de investigación cualitativa en contextos on-line hace que sea una herramienta que facilita al investigador abstraer y analizar la información de la web, lo cual ayuda a un mejor y mayor conocimiento del comportamiento del consumidor y aún más teniendo en cuenta el crecimiento visto en el último siglo del Internet con redes sociales, foros y comunidades virtuales.

Es vital tener en cuenta características únicas de la comunicación en el contexto on-line, primero, la comunicación es netamente electrónico, por esto no se tiene una comunicación cara a cara, por esto es por lo que la lectura de la comunicación se basa en la lectura pasiva de los mensajes; segundo, la comunicación se hace de forma pública, dado que la red puede ser visitada

por cualquier usuario. Por último, dentro de una comunidad virtual, se pueden expresar opiniones espontáneas o desinteresadas lo cual hace que la netnografía sea más efectiva en la recolección del conocimiento por encima de técnicas como el focus-group o entrevistas (Kozinets, 2010).

A su vez, es necesario saber cuáles son las limitaciones que se tienen en el uso de esta metodología. Primero, dado que es necesario realizar una búsqueda exhaustiva de información en la web tanto cualitativa como cuantitativa, se debe tener en cuenta que no es posible obtener conclusiones relevantes de la netnografía sino se realiza la búsqueda en múltiples comentarios y corrientes de opinión en la web, ya que no se puede basar en pocos grupos rastreados, por esto esta investigación cuenta con 3 redes sociales de constante tráfico y un total de 165 opiniones con el fin de realizar una búsqueda no solo de múltiples comentarios sino también de distintos grupos rastreados.

Segundo, la imposibilidad del investigador para recoger toda la información existente en la web hace que la discriminación de la información sea vital con el fin de darle relevancia a los posts y comentarios extraídos de la web donde el investigador debe discriminar cuales son realmente relevantes y cuáles no, por esto se tomó información desde mayo del 2016 a octubre de 2017 con el fin de darle un rango amplio a la información que se deseaba recoger.

Tercero, la falta de contacto físico con cada uno de los usuarios genera cierta limitación en cuanto al análisis de la información ya que no se pueden observar características propias como el tono, las pausas, el énfasis que hace la persona al hablar.

Por último, otro factor relevante son las connotaciones éticas; las relaciones sociales se dividen en primarias y secundarias, las primarias son las relaciones interpersonales, cara a cara, con familia y amigos y la secundaria hace referencia con las relaciones interpersonales con la sociedad. Las comunidades virtuales generan un tipo de relación social primaria debido a las

Trust-Faith Psalm 56:3

conexiones que se hacen en la cibercultura por lo cual, aunque los post y opiniones son públicas no se tiene claro cuándo se debe o no pedir permiso para su uso, sin embargo, plataformas como Facebook o Instagram tienen control completo de la información que sus usuarios cuelgan en la web por lo cual no sería necesario “pedir permiso” al usuario para hacer uso de la misma (Xun & Reynolds, 2010).

MÉTODO

Tipo de estudio

El siguiente estudio es una investigación cualitativa usando el método de investigación de netnografía, el cual adopta técnicas de investigación etnográfica de forma virtual al estudio de culturas y comunidades emergentes, a través de la comunicación mediada por ordenadores. La netnografía surge como una respuesta al fenómeno cultural del crecimiento de la Internet, donde los consumidores están usando la red para mantenerse informados, crear relaciones, socializar con pares, compartir sus ideas, expresarse y pertenecer a comunidades que tengan estilos de vida similares o que consuman un producto o servicio similar.

Participantes

Jóvenes *millennials*, con edades entre los 18 a los 22 años usuarios de Facebook, Twitter e Instagram, registrando 165 opiniones desde el 10 de mayo del 2016 hasta el 17 de octubre del 2017.

Instrumento

La netnografía es un método de investigación derivado de la etnografía aplicado al ciberespacio, (Gebera, 2008) el cual permite indagar lo que sucede en las comunidades virtuales, gracias a que se recolecta y analiza la información de la web, categorizando, tipificando y aislando sus características para la identificación de las comunidades en línea y sus actores (Del Fresno, 2011). Permite comprender las interacciones e interrelaciones sociales generadas en el ciberespacio, detectando y analizando la diversidad de vivencias en la red.

El formato para recolectar, organizar y analizar los verbatims de los usuarios se presenta a continuación.

Fecha	Canal fuerte	Conversación, opinión o comentario	Significado	Emociones asociadas	Actitudes	Motivaciones	Valores
dd/mm/aa	Facebook, Instagram o Twitter	Copiar de forma textual	Que significa, que pensamiento expresa		intereses o favorecer hacía un lado, estilo de vida o espiritualidad	Deseos y metas, expectativas	

Por otro lado, a continuación, se presentan los constructos previamente validados por expertos:

Constructo	Definición	Dimensiones/factores a medir en redes sociales

<p>Estilo de vida</p>	<p>El estilo de vida definido como una forma de vida basada en interacciones y patrones conductuales o hábitos individuales determinados por factores socioculturales y características personales. Hace alusión a la forma de vivir de las personas las cuales se interrelacionan estrechamente con los componentes motivacionales y conductuales. Los millennials, están en la etapa decisiva donde definen su estilo de vida, lo que los identifica, los hace únicos y marca su personalidad y su forma de actuar frente al mundo y frente a la red y el internet esto debido a que son una generación de redes sociales y de vida pública donde ellos desean ser los protagonistas.</p>	<p>Comentarios y conversaciones enfocados en temas que evidencian expresiones sociales de sus intereses, motivaciones, actividades diarias, rutinas de vida y características su personalidad</p>
-----------------------	---	---

Valores y Principios Cristianos	Son esas creencias profundas que hacen que el ser humano tenga un valor y un sentido de trascendencia en la vida. Un medio de crecimiento y motivación que le brindan una dinámica de fe genuina, sentida y devota.	Comentarios y conversaciones enfocados en temas que evidencien expresiones sociales con valores y principios cristianos, relacionados con el sentido de la vida, del mundo y Dios.
---------------------------------	---	--

Procedimiento

Para el desarrollo del método netnográfico se realizarán las siguientes etapas:

1. **Aproximación:** el investigador se aproxima al estilo de vida de los jóvenes millennials, para identificar el fenómeno a partir del objetivo de investigación (Vincular a los jóvenes millennials a los valores y principios cristianos).
2. **Recolectar y analizar:** el investigador deberá recopilar y analizar la información a través del formato netnográfico (Anexo 2) generando atributos relevantes, categorías y subcategorías.
3. **Fiabilidad:** el investigador debe asegurarse de la fiabilidad de los resultados y de las interpretaciones realizadas, esto por medio del programa Invivo, el cual le permite al

investigador introducir la información recolectada y obtener posteriormente unas categorías y subcategorías las cuales ya pueden ser medibles por frecuencia y porcentaje para obtener los intereses, el perfil y el estilo de vida de los jóvenes *millennials*.

Posteriormente al análisis de la información, se procederá al diseñar el piloto de la comunidad virtual, la cual se desarrolla en las siguientes fases:

1. **Diseño de la comunidad virtual:** por medio de un boceto inicial con la estructura base de la comunidad virtual, se coloca cada una de las pestañas y espacios que tendrá la comunidad. Esto basado en la información previamente recolectada y analizada de la netnografía.
2. **Desarrollo de la comunidad virtual:** haciendo uso de la plataforma “wix”, se dio inicio a la creación de la comunidad virtual y los distintos contenidos, adicional a esto se crearon las respectivas redes sociales más usadas por los jóvenes millennials con el fin de difundir de forma automática y masiva la comunidad entre los jóvenes.
3. **Piloto:** se seleccionaron a conveniencia 12 participantes los cuales eran hombres y mujeres (6 cristianos y 6 no cristianos), pertenecientes a la generación millennials, que deben entrar a la comunidad, leer los contenidos y por medio de la tabla de feedback (Anexo 1) deberán formular las recomendaciones y retroalimentación de la plataforma con el fin de realizar los últimos ajustes al piloto comunidad virtual.

RESULTADOS

7.1 Resultados

Tabla 1
Tipo de canal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Facebook	57	37.3	37.3	37.3
	Instagram	48	31.4	31.4	68.6
	Twitter	48	31.4	31.4	100.0
	Total	153	100.0	100.0	

En la tabla anterior se observan los tres tipos de fuentes de información Facebook, Instagram y Twitter, con la frecuencia de cada uno, siendo Facebook con 57 verbatim el de mayor frecuencia. Por otro lado, se presenta el porcentaje válido y el porcentaje acumulado. Las redes sociales son un medio de expresión para los jóvenes de la generación millennial, teniendo en cuenta que Facebook es el canal con mayor fuerza con un 37.3%, seguido de Instagram y Twitter los cuales generan contenidos en un 31.4% dentro de la muestra.

Tabla 2
Estilo de Vida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Agradecer a Dios	9	5.9	5.9	5.9
	Cita bíblica	6	3.9	3.9	9.8
	Comida saludable	9	5.9	5.9	15.7
	Dirección de vida	9	5.9	5.9	21.6
	Ejemplo de fe	5	3.3	3.3	24.8
	Estilo Fashions	7	4.6	4.6	29.4
	Experiencia con amigos	10	6.5	6.5	35.9
	Experiencias en familia	4	2.6	2.6	38.6
	Fe y esperanza en Dios	11	7.2	7.2	45.8
	Identidad en Dios	12	7.8	7.8	53.6
	Política / Cultura	12	7.8	7.8	61.4
	Protección / Compañía	8	5.2	5.2	66.7
	Relaciones amorosas	4	2.6	2.6	69.3
	Sueños	6	3.9	3.9	73.2
	Viaje / Experiencias	21	13.7	13.7	86.9
	Vida ecofriendly	3	2.0	2.0	88.9
Vida saludable	11	7.2	7.2	96.1	

Trust-Faith Psalm 56:3

	Vida y espíritu saludable	6	3.9	3.9	100.0
	Total	153	100.0	100.0	

En la tabla anterior se observan los significados o pensamientos expresados, siendo viaje e identidad en Dios los dos aspectos más publicados por los usuarios. Para la red social Facebook, el contenido con mayor frecuencia es viaje / experiencias, identidad en Dios, política / cultura, ejemplo de fe, estilo Fashions, vida saludable, comida saludable, vida ecofriendly, protección y compañía, experiencia con amigos, relaciones amorosas y sueños, con una presencia de 6 menciones sobre 57 verbatims de muestra. Para Instagram, el contenido con mayor frecuencia es viaje/experiencias, con una presencia de 16 menciones sobre un total de 48 verbatims de muestra. Por último, para Twitter, el contenido con mayor frecuencia es política / cultura, con una presencia de 12 menciones sobre 60 verbatims de muestra.

Tabla 3
Tipo de actitud

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Valores y principios cristianos	73	47.7	47.7	47.7
	Estilo de vida	80	52.3	52.3	100.0
	Total	153	100.0	100.0	

En la tabla anterior se observan las actitudes o intereses representativas para los usuarios siendo el estilo de vida lo que se destaca con 80 verbatims de frecuencia. Adicionalmente, se observa el porcentaje válido y el porcentaje acumulado.

Tabla 4
Total de verbatims

Canal Fuerte	Estilo de vida	Valores y Principios Cristianos
Twitter	23	37
Instagram	36	12
Facebook	32	25

En la tabla anterior se observa la clasificación y el número de verbatims por cada uno de los canales, siendo Twitter el de mayor cantidad de verbatims (60), seguido por Facebook (57) y por último Instagram (48). Adicionalmente se observa la presencia de los intereses de los jóvenes en cada una de las fuentes. el estilo de vida y la espiritualidad están fuertemente entrelazados, se direccionan y conectan a los jóvenes no solo con la vida que ellos quieren sino con un Dios que representa su estilo de vida, la armonía, identidad, dirección y plenitud que buscan, dando lugar a un sitio web (comunidad virtual) que les permita encontrar los contenidos que desean de su estilo de vida y espiritualidad fuertemente correlacionados pero en un solo lugar y cumpliendo con las características que ellos quieren encontrar en el mismo.

Ahora bien, a partir de los hallazgos de la investigación, se diseñó el piloto de la comunidad online enfocada en nueve factores claves identificados gracias a las categorías y

subcategorías analizadas en las distintas publicaciones recolectadas y a la base teórica encontrada en estudios secundarios las cuales son: música, eventos, lifestyle, healthy, iconos, debate, tecnología, teología y tú, los cuales se enfocaron de la siguiente forma:

1. Música: contenidos de grupos musicales que se destaquen en la música cristiana, principalmente música electrónica o que se preste también para hacer ejercicio sin dejar de lado algunas playlist crossover para un porcentaje menor de millennials que difieren de la música electrónica.
2. Eventos: Se exponen eventos enfocados en los jóvenes para que ellos puedan tener acceso a charlas, cursos, conciertos y todo tipo de eventos que fomentan la fe y los valores cristianos siempre enfocados hacia los jóvenes.
3. Lifestyle: debido a la alta comunicación por medio de imágenes, esta sección posee contenidos a partir de fotos, videos y gifs sobre el estilo de vida que quieren los millennials (naturaleza, música, gym, iglesias) y como otros iconos cristianos representativos experimentan este estilo de vida de forma sana, visto desde la perspectiva cristiana, con el fin de darle a los jóvenes una prospectiva diferente y juvenil de Dios y de su iglesia.
4. Healthy: posee artículos de buena alimentación, ejercicios y como esto es lo que quiere Dios para la vida y el cuidado del cuerpo.
5. Iconos: Se muestran distintos iconos como Bloggers y Youtubers cristianos con el fin de formar redes sanas para los jóvenes siempre como base los valores cristianos.
6. Debate: Se publican los temas Bíblicos con el fin de debatir y permitirle a los usuarios hacer preguntas y participar de la enseñanza de la palabra.

7. Tecnología: se colocan apps, paginas, libros virtuales y todo tipo de herramientas que le permitan a los usuarios fortalecer su fe con devocionales, biblia virtual, universidades donde pueden estudiar teología cristiana etc.
8. Teología: presenta fundamentos de teología cristiana que le brinden al usuario su identidad, dirección y valores en Dios. Lo que soy, quien soy y para quien soy en Dios
9. Tú: Segmento que permite que los usuarios cuenten que hacen, monten fotos y sean los protagonistas de este segmento de la comunidad permitiendo que otros usuarios comenten y hagan preguntas.

Trust-Faith, es un piloto de comunidad virtual con un diseño y la presentación de contenido en la web basado en el perfil de los jóvenes millennials, además de cubriendo la necesidad de los jóvenes por un sitio web que fomente los valores y principios cristianos, que sea incluyente y que brinde una información integra de todos los aspectos de la vida (En el anexo 3 se observa el link de la página y los pantallazos de la misma).

DISCUSIÓN

El Internet ha abierto la posibilidad de ampliar y diversificar las relaciones sociales existentes, trayendo consigo proceso sociales beneficios como nocivos. Dentro de los proceso beneficiosos, está el apoyo social, el cual es fundamental para el bienestar psicológico del ser humano (Fuente, Herrero, & Garcia, 2010) y debido al desarrollo del Internet, ha dejado de ser exclusivamente presencial a ser un beneficio psicológico gracias a relaciones online.

La investigación de comunidades virtuales y el apoyo social online que se brinda a través de las mismas, está siendo un tema de investigación que poco se conoce pero de constante desarrollo, el diseño de las mismas se está basando en el intercambio de información, o el

Trust-Faith Psalm 56:3

aprendizaje colaborativo (Brito, 2012) y no en un estudio directo del perfil psicológico del consumidor al cual se dirige la comunidad.

Las actuales comunidades virtuales, se enfocan en diseñar contenidos poco atractivos para los jóvenes lo cual genera una baja efectividad en el ingreso y la interacción en las mismas; por esto, tomando como constructos el estilo de vida y los valores y principios cristianos, se obtienen los comentarios de los jóvenes en las redes sociales gracias a la netnografía, para crear Trust-Faith, una comunidad virtual piloto, la cual tiene como fin vincular a los jóvenes *millennials* a los principios y valores cristianos, aportando a un sano desarrollo psicológico gracias a las distintas interacciones sociales con sus pares cubriendo así una de sus necesidades básicas; tal como lo plantea Maslow, la necesidad de afiliación, que hace referencia la necesidad del ser humano de entablar relaciones de amistad con otros, segundo, da apoyo social visto desde un enfoque cristiano apoyando la autorrealización y maduración de los jóvenes debido a los valores, la creatividad, espontaneidad que pueden desarrollar gracias a la plataforma, y tercero, debido a su diseño y a su contenido atractivo estandarizado en 9 factores (música, eventos, lifestyle, healthy, iconos, debate, tecnología, teología y tú), aportando valores a los jóvenes basados en los principios cristianos.

Los jóvenes buscan un sentido de vida, una dirección y una identidad que los haga sentirse seres únicos en el mundo (Pakistán, 2015), de ahí que el piloto de comunidad virtual, cumple su gran objetivo el cual es vincular no solo a jóvenes cristianos sino también no cristiano de la generación *millennials* dentro de los valores y principios cristianos, ya que son una generación álgida de información que les brinde dirección, seguridad en sí mismos y un protagonismo en sus experiencias, que les permita por medio del debate exponer sus argumentos y socializar sus ideas con respecto a distintos temas de su estilo de vida.

Por lo que se refiere a la investigación da un amplio aporte al desarrollo de comunidades online con enfoque cristiano, debió a que es pionero en el tema, llevando a cabo un estudio a profundidad del perfil psicológico de los jóvenes millennials el cual facilito el diseño piloto de una herramienta online enfocada en jóvenes que realmente posea la información de su interés, que sea interactiva en el momento de mostrar los contenidos, debates y el aprendizaje de los valores y principios cristianos.

Para concluir, aunque la investigación logró conocer el perfil del estilo de vida de los jóvenes millennials gracias a sus opiniones, pensamientos, emociones y por medio de estudios secundarios; con el fin de darle mayor confiabilidad al estudio, es relevante ampliar la muestra y enriquecer la investigación con estudios cuantitativos y correlacionales entre variables como uso el de redes sociales y el efecto de las comunidades online cristianas pasando del piloto a la implementación de la comunidad online. Para futuras investigaciones, es relevante ver el impacto de estas comunidades, dando pie a preguntas adyacentes como: ¿Qué impacto tiene una comunidad online cristiana en los jóvenes millennials?.

Bibliografía

Actualidad Economica. (2012). La pirámide de Maslow aplasta a Putin. Enero 01, 2012.
Editorial: Unidad Editorial Revistas, S.L.U. Madrid, Espala. ISSN: 00017655, pp. 14.
<https://search.proquest.com/docview/913496345?accountid=45375>

Aisenson, D., Batlle, S., Aisenson, G., Legaspi, L., Vidondo, M., Nicotra, D., Valenzuela, V., Davidson, S., Isaac de Ruiz, A., Polastri, G., & Alonso, D. (2006). Desarrollo identitario de los jóvenes y contextos significativos: una perspectiva desde la psicología de la orientación. Facultad de Psicología – UBA. Vol, XIII, pp.81-88.

Álvarez, J. (2014). *El cristianismo unidad y diversidad: Una historia de las divisiones del cristianismo* (1st ed.). Barcelona, España: AULA7ACTIVA-AEGUAE.

Angelucci, L. T., Cañoto, Y., Hernández, M. J. (2017). Influencia del estilo de vida, el sexo, la edad y el imc sobre la salud física y psicológica en jóvenes universitarios. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 35(3), 531- 546. Universidad Católica Andrés Bello en Caracas. ISSN: 2145-4515. Recuperado de:

<http://dx.doi.org/10.12804/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.4454>

Annual Statistical Tableon Global Mission. (2003). *International Bulletin of Missionary Research* 1998-2002. Recuperado el 16 de Abril de 2017, de

<http://latinoamericana.org/2003/textos/castellano/Damen.htm>

Arruda-Filho, E., Cabusas, J. & Dholakia, N. (2010). Social behavior and brand devotion among iPhone innovators. *International Journal of Information Management*, 30, 475-480.

Assmann, H. (1988). *La Iglesia electrónica y su impacto en América Latina* (1st ed.). San José, Costa Rica: Editorial DEI.

Atehortúa Rendón, C.; Castaño Quintero, C. A.; Ortegón Cortázar, L.; Robayo Pinzón, O. J. & Rojas Berrios, S. P. (2016). *Aportes y reflexiones. Gerencia estratégica de Mercadeo*. Editorial Politécnico Grancolombiano. Universidad Politécnico Grancolombiano. ISBN: 978958. Junio de 2016, Bogotá Colombia.

Bargh, J., McKenna, K., & Fitzsimons, G. (2001). Can you See the Real Me? Activation and Expression of the “True Self” on the Internet. *Journal of Social Issues*, 58, 33-48.

Bayón, A. (2016). Prisma Holístico para una Teoría Social Posglobalizatoria: Papel de la Religión y su Relación con el Resto de Esferas Sociales. *Cauriensia*, Vol. XI (2016). 675-696, ISSN: 1886-4945. Universidad Bernardo O’Higgins, Chile.

Beaman, L., & Beyer, P. (2007). Religion, globalization and culture (1st ed.). Leiden: Brill.

Beltrán Cely, W. Diversidad y cambio religioso entre los jóvenes bogotanos. Recuperado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/7910/1/williammauriciobeltrancely.20092.pdf>

Beltrán, W. M. (2011). Descripción Cuantitativa de la pluralización religiosa en Colombia. Bogotá. Universidad Nacional de Colombia. 17 de octubre de 2011.

Beltrán, W. M. (2006) De microempresas religiosas a multinacionales de la Fe: La diversificación del cristianismo en Bogotá. Bogotá: Editorial Bonaventuriana.

Belz, F. & Baumbach, W. (2010). Netnography as a method of lead user identification. Creativity and Innovation Management, 19(3), 304-313.

Bianchi, R. (2009). Espiritualidad y Psicología Humanística. Las Escuelas Psicologías Humanísticas. Recuperado de: https://animasalud.files.wordpress.com/2009/02/psicologia_humanista_espiritualidad.pdf el 09 de octubre de 2017.

Bianchi, M (2014). Prácticas en una comunidad colaborativa virtual: condiciones de posibilidad para la cooperación, aprendizajes y sociabilidad. Argentina. Investigación en Comunicación Aplicada, N° 87, Julio - septiembre 2014. ISSN: 605-4806. pp., 380-394.

Blancarte, J. (1999). Religión, medios masivos de comunicación y poder. Sociológica, 14(41).

Bronfenbrenner, U. (1987). La ecología del desarrollo humano. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Brito, J. G. Laaser, W. Toloza, E. A. (2012). “El uso de redes sociales por parte de las universidades a nivel institucional. Un estudio comparativo”. RED, Revista de Educación a Distancia. Número 32. Recuperado de <http://www.um.es/ead/red/32>

Burkhart, E., & López, J. (2013). Visa cotidiana y santidad en la enseñanza de San Josemaría. Estudio de teología espiritual. Madrid - España. Scripta Theological. Vol. 43. ISBN: 97884.

Cañón C. (2015). El Territorio de la Espiritualidad Naturalizado. ISSN 2300-7648. Abril 22, 2015. Universidad Pontificia Comillas. Madrid, España.

Casas Romero, A., Gázquez-Abad, J., Forgas-Coll, S., & Huertas-García, R. (2014). La netnografía como herramienta de investigación en contextos on-line: una aplicación al análisis de la imagen de los servicios públicos de transporte. INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, vol. 24, núm. 52, abril-junio, 2014, pp. 89-101. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia.

Carrillo, J. (2015). “Gestionar las comunidades virtuales y las redes sociales hoy”. Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la sociedad del conocimiento. Granada, España. Núm 15, vol. II. Julio - diciembre de 2015. ISSN: 1695-324x.

Casellas, J. (1998). Las emisoras de radio en la Iglesia. Revista Factoría, (6).

Corbí, M. (2014). Una Espiritualidad no Religiosa desde la Tradición Cristiana. ISSN 2175-5841. Vol. 12, N.º 35. Julio – septiembre 2014, pp. 688 – 715. Belo Horizonte.

Chóliz, M. (2005). Psicología de la emoción: el proceso emocional. Recuperado de www.uv.es/=choliz.

Del Fresno, M. (2011). Netnografía. Investigación, análisis e intervención social. Editorial UOC, 1ª. Edición, Barcelona, España. ISBN: 978-8497883866.

Trust-Faith Psalm 56:3

Diez de Velasco, F. (2002). *Introducción a la historia de las religiones* (1st ed.). Madrid: Trotta.

Diez de Velasco, F. (2014). *Breve historia de las religiones* (1st ed.). Madrid: Alianza Editorial.

DHH (1994). *Biblia Dios Habla Hoy*. Traducido por Sociedades Bíblicas Unidas, ISBN: 9781932507621.

El Ghaidouni El Morabet, M. (2015). *Percepción del Islam y los Musulmanes en los Medios de Comunicación en España*.

Euromonitor Internacional Global Consumer Trends Survey (2016). *Consumer Lifestyle in Colombia*. 06 Marzo de 2017.

Fisher, M., Olmo, C., & Rendueles, C. (2003). *Religiones en el siglo XXI* (1st ed.). Tres Cantos, Madrid: Akal.

Fuente, A., Herrero, J., & Garcia, E. (2010). *Internet and Social Support: Online Sociability and Adjustment in the Information Society*. Departamento de Psicología, Universidad de Oviedo y Universidad de Valencia. *Action Psychology*, January 2010, vol. 7 N° 1, 9-15. ISSN: 1578-908X.

Gebera, O. (2008). *La netnografía: un método de investigación en Internet*. *Educar* 42, 2008. pp. 81-93. Universidad de Salamanca, España.

Gross, J., & Thompson, R. (2009). *Emotion Regulation: Conceptual Foundations*. En J.J. Gross (Ed.), *Handbook on emotion regulation* (pp. 3-24). New York: Guilford Press.

Gutiérrez, N. (2016). *¿Generación Z? Los humanos digitales*. Diciembre 01, 2016, del informador sitio web: <http://www.informador.com.mx/suplementos/2015/572509/6/generacion-z-los-humanos-digitales.htm>

Guzmán Maya, S. (2010). *Radio Maria, un dial para la vida* (Maestría en Comunicación Educativa). Universidad tecnológica de Pereira.

Hadden, J., & Swann, C. (2000). *Prime time preachers* (1st ed.). Charlottesville, Va.: University of Virginia Library.

Hernández, C., Estrada, I. & Torres, Z., (2012). *Dimensión Integral del Comportamiento del consumidor*. Universidad de Medellín. 15 noviembre de 2012. Anagramas Vol. 11. N.º 22, pp. 179-200. ISSN 1692-2522. Enero-junio de 2013. 208p. Medellín, Colombia.

Hervieu-Léger, D. (1993). *La Religión pour mémoire* (1st ed.). Paris: Cerf.

Hoover, S. (1988). *Mass media religion* (1st ed.). Newbury Park, Calif.: Sage Publications.

Iglesias, L. G. (2012). ¿Qué psicología para la cultura de consumo? México. Universidad Autónoma de Querétaro. *Teoría y crítica de la psicología* 2, 103-112 (2012). ISSN: 2116-3480.

Koenig, H. G., McCullough, M & Larson, D., (2001). *Handbook of religion and health: a century of research reviewed*. New York: Oxford University Press.

Kozinets, R. (2010). *Netnography: doing ethnographic research online*. Sage: London.

Lewis, C. (2014). *Mero cristianismo* (1st ed.). [Place of publication not identified]: HarperOne.

López, A. B. (2016). *Factores Económicos que Influyen en la Compra de TICS en los Millennials de la ZMG*. Universidad de Guadalajara. Diciembre 2016. México.

Marín, V. I, Urbina, S., Moreno, J. & Salinas, J. (2016). *Diseño, implementación y evaluación de XarFED: Comunidad virtual de la Facultad de Educación de la Universidad de les Illes Balears*. España. RED. *Revista de Educación a Distancia*. Núm. 49. Artic. 1. 30 de abril de 2016.

Marín Ibáñez, R. (1991). *Adolescencia, Aprendizaje y Personalidad*. Barcelona, España. Editorial: Sello. pp, 172.

Marqués, A. (2017). *Comportamiento de los millennials en las redes sociales. Un caso: Yorokobu*. Universidad Politécnico de Valencia. Valencia, España.

Martini, M., (2012). *Movimientos sociales, comunidades virtuales y desarrollo*. CIC Cuadernos de Información y Comunicación. 2012, vol. 17 135-160. ISSN: 1135-7991. España.

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. 1st ed. Grupo Planeta (GBS).

McCracken, B. (2014). *Hipster Christianity* (1st ed.). Grand Rapids: Baker Books.

Melina, L. (2011). *Caritas aedificat. The Theological Foundations of the Christians Temporal and Political Action*. ISSN 0036-9764. Vol. 43, pp. 667-684. Julio – Octubre 2011.

Melendo, T. (2013). *Educación en las virtudes cristianas*. Intus-Legere Filosofía. Vol. 2, Nº 2, pp. 93-123. Universidad de Málaga. Málaga - España.

Mújica, J. (2013). *La Iglesia y los medios de comunicación De una relación conflictiva a una alianza continuada*. Zenit: El Mundo Visto Desde Roma.

Mújica, J. (2016). *Medios de comunicación e Iglesia: una relación con historia* Medios de comunicación e Iglesia: una relación con historia. Catholic.Net.

NBE (1975). *Versión Nueva Biblia Española*. Luis Alonso Schökel, Madrid, Salamanca.

Neira Fernández, E. *El eco religioso*. Retrieved from <http://webdelprofesor.ula.ve/cjuridicas/neirae/pdf/religion%201.pdf>.

Nelson, M., James, M., Miles, A., Morrell, D., & Sledge, S. (2016). *Academic Integrity of Millennials: The Impact of Religion and Spirituality*. *Ethics & Behavior*, 1-16. <http://dx.doi.org/10.1080/10508422.2016.1158653>

Trust-Faith Psalm 56:3

Nilsen (2015). *Estilos de Vida Generacionales: Cómo vivimos, comemos, jugamos, trabajamos y ahorramos para nuestro futuro*. Noviembre 2015. Nilsen an uncommon sense of the consumer.

NTV (2010). La Santa Biblia, Nueva Traducción Viviente. Editorial: Tyndale House Foundation, Estados Unidos.

NVI (1999). Biblia Nueva Versión Internacional. Editorial: Bíblica, Inc. Estados Unidos.

Ortega, J., (2015). *Gestionar las comunidades virtuales y las redes sociales hoy*. Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento. Granada - España. Época II, año XV. Número 15, vol. II. Julio - Diciembre de 2015. ISSN: 1695-324X.

Pakistan, C., (2015). *Consumer Connection System*. The Valley Digital Business School

Paoloni, P., Rinaudo, M. & González, A. (2014). Cuestiones en psicología educacional. Perspectivas teóricas, metodológicas y estudios de campo. ISBN-13: 978-84-15698-68-5. Universidad de la Laguna, Universidad Nacional de Río Cuato y Sociedad Latina de Comunicación Social. pp.83-131.

Perezbolde, G. (2014). Conoce las Diferencias entre Millennials, Gen X y Baby Boomers. Septiembre 13, 2017, de Merca 2.0 Sitio web: <https://www.merca20.com/conoce-las-diferencias-entre-millennials-genx-y-baby-boomers/3/>

Pérez, M. (2015). Teresa de Jesús, Evangelizadora en la web. Estudios eclesiásticos, vol. 91 (2016), núm. 57, ISSN 0210-1610. pp. 293-305. Valencia, España.

Pérez, F. (2011). Los medios y la religión en el contexto de la nueva evangelización. Facultad de comunicación. Universidad de Navarra. Scripta Theologica. vol. 44, 2012. pp. 169-185. ISSN 0036-9764.

Trust-Faith Psalm 56:3

Picazo Tadeo, M. (2014). *El discurso religioso como ideología y su reflejo en los medios de comunicación social* (doctorado en Comunicación e interculturalidad). Universidad de Valencia.

Quiceno, J & Vinaccia, S., (2009). La salud en el marco de la psicología de la religión y la espiritualidad. Universidad de San Buenaventura. Medellín, Colombia. A.A: 81240.

Ramírez, C. A. (2013). “Comunidades virtuales de aprendizaje: una figura que pisa fuerte en internet”. *Informática Educativa. UNIANDÉS -LIDIE*. vol12, 1, 2013. pp 25-33.

Ramírez, D., López, J. (2013). “Comunidades virtuales, nuevos ambientes mismas inquietudes: ¡el caso de Taringa! Polis”. *Revista de la Universidad Bolivariana*, vol. 12, núm. 34, 2013. Universidad de los Lagos. Santiago, Chile.

Real Academia Española. (s. f.). cristiano, na. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=BJdp4vC>

Real Academia Española (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. Vigésima segunda edición. Recuperado de <http://www.rae.es/rae.html>.

RVR (1960). *La Biblia, que es, los sacros libros del viejo y nuevo testamento, Trasladaada en español. La palabra del Dios nuestro permanece para siempre 1959. La Biblia Reina Valera Revisión 1960*, Suiza.

Rodríguez, L. (2011). *Ponele onda. Herramientas para producir radio con jóvenes* (1st ed.). Buenos Aires: Ediciones La Tribu.

Salgado, C. (2016). Los Millennials su forma de vida y el streaming. *Gestión y Estrategia*, 2016, (50). P121-138. 28 de Noviembre de 2016. ISSN: 01888234.

Sarah E. J., (2016). *The Religious Right’s Netx Generation? Americans United for Separation of Church and State* Jan, pp. 10-12.

Trust-Faith Psalm 56:3

Seidmann, S. & Muchnik, E. (1998). Soledad y aislamiento. Buenos Aires: Eudeba.

Sepúlveda del Río, J. (2013). La religión en el mundo secular: trascendencia e individualidad. Un estudio del problema desde el pensamiento de Charles Taylor. Doctorado en Ética y Democracia. Universidad de Valencia.

Sinde, M. (2014). Jesucristo mola: en Estados Unidos se afianza el 'cristianismo hípster'. Playground.

Spadaro, A. (2014). Evangelización en el tiempo de la red. Conferencia publicada en Razón y Fe, 2014, t. 269, n° 1386, 365-374.

Soto, J. C., (2015). *Los Millennials, Intereses y Hábitos de Consumo*. Social Media. Diciembre de 2015.

Stetzer, E. (2014). The Spiritual Openness of the Younger Unchurched. Christianity Today. Retrieved from <http://www.christianitytoday.com/edstetzer/2014/december/state-of-culture-and-opportunity-for-evangelism.html>

Stetzer, E. (2014). The Spiritual Openness of the Younger Unchurched. Lifeway Research.

Stetzer, E. (2013). The State of the Church In America: Hint: It's Not Dying. Christianity Today. Retrieved from <http://www.christianitytoday.com/edstetzer/2013/october/state-of-american-church.html?paging=off>

Sulbarán Lovera, P. (2016). Sermones por Snapchat e Instagram: cómo son las nuevas iglesias "hipster" que atraen a los jóvenes en EE.UU. BBC Mundo.

Taylor, Ch. (2015). A Secular Age. Cambridge, Mass: Belknap Press of Harvard University Press. Authenticity: The Life of the Church in a Secular Age. In acts of the Joint international Conference: Renewing the Church in a Secular Age: Holistic Dialogue and Kenotic

Trust-Faith Psalm 56:3

Vision (Mach 4-5, 2015), xvi-xvii. Pontificia Università Gregoriana & Council for Research in Values and Philosophy.

Tinoco Amador, Josué R.; González Navarro, Manuel; Arciga Bernal, Salvador; (2009). Factores de la religiosidad y preferencia política en estudiantes universitarios. Enseñanza e Investigación en Psicología, Julio-Diciembre, 275-293.

Vandenbulcke, H. (1999). Radios populares in Latin America (1st ed.). Alemania: Catholic Media Council.

Vargas, L. (2010). Y Dios salvó la radio. Arcadia. Retrieved from <http://www.revistaarcadia.com/impresapolemica/articulo/dios-salvo-radio/22084>

Valero, J. (2014). Excerpta e Dissertationibus in sacra Theologica. Facultad de Teología, Universidad de Navarra. Pamplona - España. Vol. 62 /2014. ISSN: 0214-6827.

Wagner, B. Full Gospel Radio. Revivaltime and the Pentecostal Uses of Mass Media. 1950 – 1979 (1st ed.).

Weber, M. (2013). La Ética protestante y el espíritu del capitalismo (1st ed.). [s.l.]: Globus Comunicación.

Wenger, E, Mcdermott, R & Snyder W. (2002). “Cultivating communities of practice: A guide to managing knowledge. Boston: Harvard Business Press.

Wenger, E. (2015). “Communities of practice: a brief introduction”. Recuperado de <http://wenger-trayner.com/introduction-to-communities-of-practice/>

Wodzicki, K, Schwammlein, E & Moskaliuk, J. (2012). “Actually, I wanted to learn”. Study-related knowledge exchange on social networking sites. Internet and Higher Education, 15, 9-14. DOI:10.1016/j.iheduc.2011.05.008.

Xun, J. & Reynolds, J. (2010). Applying netnography to market research: the case of the online forum. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 18(1), 17-31.

Zabala*, A. (2017). *El poder de los cristianos en Colombia - Las2orillas*. Las2orillas. Recuperado de <http://www.las2orillas.co/el-poder-de-los-cristianos-en-colombia/>

Zepeda Lomelí, A. (2013). Jóvenes universitarios y religión: entre secularización y pluralismo religioso. Universidad Del Valle De Atemajac. Retrieved from http://biblioteca.univa.mx/Anuario/2013/2013_6_jovenes.pdf

Zepeda, A. (2013). *Jóvenes Universitarios y Religión: entre secularización y pluralismo religioso*. Universidad del Valle de Atemajac. Anuario de Investigación UNIVA 2013.

Zuluaga, D. (2014). El Concepto de Persona Humana en la Tradición Cristiana y su Progresión hasta el Personalismo. ISSN 0120-13X. Vol. 41, N° 96. Julio – Diciembre 2014, pp. 467 – 493. Medellín, Colombia.

Zubiri, X. (1986). *Sobre el Hombre*. Madrid, España. Alianza Sociedad de Estudios y Publicaciones. pp, 29.

ANEXOS

Anexo 1. Feedback comunidad online piloto aplicada a 12 jóvenes millennials

FEEDBACK PILOTO NO CRISTIANOS	FEEDBACK PILOTO CRISTIANOS
<p>GENERO: MASCULINOS EDAD: 18 El contenido me parece llamativo pero el fondo es muy blanco</p>	<p>GENERO: MASCULINOS EDAD: 22 Los artistas están geniales y las canciones me encantan</p>
<p>GENERO: MASCULINOS EDAD: 18 Me gustó la parte healthy, pero me gustaría no sólo tener recetas sino ejercicios que fueran como retos</p>	<p>GENERO: MASCULINOS EDAD: 21 El segmento de tú me gustaría que llevara más imágenes o gifs</p>
<p>GENERO: MASCULINOS EDAD: 19 Me gustó mucho el debate, me gustaría que fueran temas como de la existencia de Dios y de porque pasan las cosas malas</p>	<p>GENERO: MASCULINOS EDAD: 18 La rutina de ejercicios me gustó mucho porque es siento que como hombre yo la haría</p>
<p>GENERO: FEMENINO EDAD: 21 Me gusta mucho para el debate daría la propuesta de preguntar porque hay muerte y cosas malas en las personas</p>	<p>GENERO: FEMENINO EDAD: 19 Me gustaría encontrar cosas para mujeres como páginas que me dieran tips y devocionales</p>
<p>GENERO: FEMENINO EDAD: 20 La música me encantó no puedo creer que sea música cristiana</p>	<p>GENERO: FEMENINO EDAD: 18 El logo me gustó mucho siento que tiene un concepto muy natural y la traducción al español me encanta es muy Dios</p>
<p>GENERO: FEMENINO EDAD: 22 Las playlist están geniales, pero no sólo pondría música electrónica sino de otros géneros</p>	<p>GENERO: FEMENINO EDAD: 22 Las imágenes me gustan mucho son innovadoras y muy orgánicas tipo vintage</p>

Anexo 2. Formato netnográfico de recolección de verbatims uno a uno.

Fecha	Canal fuerte	Conversación, opinión o comentario	ENFOQUE	Significado	Emoción asociada	Actitudes	Motivaciones	Valores
12/10/2017	Twitter	Perder tiempo es peor que perder dinero☐☐ #gymtime #lifestyle https://t.co/inlx5GGjXw	LifeStyles	Vida saludable	Optimismo	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Gratitud
12/10/2017	Twitter	Me flipa la nueva colección de maquillaje de @jorgedelagarzamaakeup #lifestyle #bloggerstyle #blogger #makeup #jorgedelagarzamaakeup https://t.co/Oj4RVS1uTu	LifeStyles	Estilo fashion	Entusiasmo	Estilo de vida	Cuidado personal	Alegría
12/10/2017	Twitter	A empezar el día con actitud!! #sise puede #fitnessmotivation #lifestyle #workhard #nopainnogainA empezar el día con actitud!! #sise puede #f... https://t.co/yXGCKxl3dv	LifeStyles	Vida saludable	Optimismo	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Gratitud
8/10/2017	Twitter	Ready for #freeyogabyoys con la mejor @samantaxelmundo #yoga #lifestyle https://t.co/Q3oO6cZruo	LifeStyles	Vida y espíritu saludable	Armonía	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Sabiduría
5/10/2017	Twitter	Trap action ☐☐ @getfuelonline #fitness #gym #motivation #fit #bodybuilding #training #healthy #fitspo #health #fitfam #lifestyle #exercise ... https://t.co/1kB2SSAs2r	LifeStyles	Vida saludable	Optimismo	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Empatía
5/10/2017	Twitter	House feels so cosy with these on ☐☐ #autumn #cosy #lifestyle #fireplace #bbloggers https://t.co/mWDS45Gv3b	LifeStyles	Estilo fashion	Armonía	Estilo de vida	Cuidado personal	Sabiduría
5/10/2017	Twitter	Instants - Instant Photo Maker Photo & Video Lifestyle ... https://t.co/to6FmMaNHX #iphone #photovideo #lifestyle	LifeStyles	Viaje / experiencias	Plenitud	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Gratitud
5/10/2017	Twitter	RT ejercitarte: Pequeños cambios positivos influenciarán tu salud de la	Estilo de Vida	Vida saludable	Satisfacción	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener	Gratitud

Trust-Faith Psalm 56:3

		mejor manera y son el primer paso hacia un estilo de vida más saludable...					físico, comida y vida saludable	
5/10/2017	Twitter	Te vas a cansar de rt □□□ filósofa como estilo de vida y tu economista□□□	Es de vida	Política / cultura	Prepotencia	Estilo de vida	Ser escuchados y esperar un cambio	Injusticia
4/10/2017	Twitter	La clave es la economía circular, un estilo de vida de cero residuos, y mucho amor a la vida. La Tierra no está para esperarnos más.	Estilo de vida	Vida ecofriendly	Armonía, Plenitud	Estilo de vida	Cuidado y conciencia del medio ambiente	Sabiduría
5/10/2017	Twitter	I'm also talking about cultural history as well as political. Society structure, classes, ideologies, lifestyles & beliefs	LifeStyles	Política / cultura	Apatía	Estilo de vida	Ser escuchados y esperar un cambio	Apatía
14/10/2017	Twitter	Que lindo esta el día Dios □	Dios	Agradecer a Dios	Armonía, Planitud	Valores y Principios Cristianos	Dar gracias	Sabiduría
14/10/2017	Twitter	Ni la política ni la religión cambiarán a este país, solo Dios lo puede hacer. #MegaSopaBolívar	Dios	Fe y esperanza en Dios	Solidaridad	Valores y Principios Cristianos	Esperanza en toda situación	Empatía
17/10/2017	Twitter	Le doy demasiadas gracias a Dios por mi novio □□□	Dios	Agradecer a Dios	Amor	Valores y Principios Cristianos	Dar gracias	Amor
14/10/2017	Twitter	Dios dame una señal de que estoy en lo correcto, y si no dame la señal de saberlo	Dios	Dirección de vida	Angustia, Ansiedad	Valores y Principios Cristianos	Guía y propósito	Paciencia
5/10/2017	Twitter	Ayer fué un día pesado, gracias #Dios por darme la serenidad y sabiduría para adaptarme a los nuevos cambios.	Dios	Agradecer a Dios	Ansiedad	Valores y Principios Cristianos	Dar gracias	Gratitud
5/10/2017	Twitter	El libre albedrío es un valioso regalo de #Dios, gracias al cual podemos amarlo "con todo [el] corazón", o sea, porque queremos (Mateo 22:37	Dios	Cita bíblica	Amor	Valores y Principios Cristianos	Palabra que levanta fe y la esperanza	Amor

Trust-Faith Psalm 56:3

4/10/2017	Twitter	Mi mini karma llamado Baños de agua santa. ☐☐☐☐☐☐♥#Dios #ExcelenteFinDeSemana #Familia #EISobri... https://t.co/ucgPjh9LcT	Dios	Experiencias en familia	Vergüenza	Valores y Principios Cristianos	Experiencias de amor	Sacrificio
4/10/2017	Twitter	CON SOLO SU VOZ SANO MIS HERIDAS.	Dios	Agradecer a Dios	Alivio	Valores y Principios Cristianos	Dar gracias	Amor
5/10/2017	Twitter	Deja que el #EspírituSanto llene tu vida, dale la posibilidad que descienda sobre ti	Espíritu Santo	Identidad en Dios	Empatía	Valores y Principios Cristianos	Encontrar quien es	Empatía
5/10/2017	Twitter	La Biblia, nos recuerda la dignidad de la mujer, y que nuestro cuerpo es templo del Espíritu Santo	Espíritu Santo	Identidad en Dios	Empatía	Valores y Principios Cristianos	Encontrar quien es	Empatía
5/10/2017	Twitter	Cuando el Espíritu Santo mora en una persona se nota a km de distancia, en su personalidad, gestos, miradas. Los ojos hablan más q la boca	Espíritu Santo	Identidad en Dios	Armonía	Valores y Principios Cristianos	Encontrar quien es	Sabiduría
12/10/2017	Twitter	Hoy volví a intentar darle a mis papás una clase de ética millennial, volví a fracasar ☐☐♂☐	Millennial	Experiencias en familia	Frustración, Impotencia	Estilo de vida	Experiencias de amor	Comprensión
9/08/2017	Twitter	Otra conducta millennial: primera compra por Aliexpress ☐☐	Millennial	Política / cultura	Excitación, Placer	Estilo de vida	Ser escuchados y esperar un cambio	Alegría
26/09/2017	Twitter	Odiar todo no te llevará lejos, así que deja la conducta "Millennial" y empieza a documentarte sobre la contracultura que expones. De nada.	Millennial	Política / cultura	Rabia, Rechazo, Repudio	Estilo de vida	Ser escuchados y esperar un cambio	Injusticia
17/12/2015	Twitter	Ser millennial y pillarse en esa conducta es muy triste.	Millennial	Política / cultura	Rechazo, Decepción	Estilo de vida	Ser escuchados y esperar un cambio	Injusticia
12/06/2017	Twitter	Mañana Manuela cumple dos años al frente de @Madrid, a la que apoyé como buen millennial sin valores cívicos ni aspiraciones sociales. ☐	Millennial	Política / cultura	Valentía	Estilo de vida	Ser escuchados y esperar un cambio	Injusticia

Trust-Faith Psalm 56:3

		https://t.co/Nty5wwgPux							
11/10/2017	Twitter	A veces pienso que ser o no ser millennial no es lo mismo que ser un pelado. Tengan valores gente.	Millennial	Política / cultura	Rechazo, Decepción	Estilo de vida	Ser escuchados y esperar un cambio	Injusticia	
8/08/2017	Twitter	Tengo valores que defender, por ende no soy millennial	Millennial	Política / cultura	Repudio, Rechazo	Estilo de vida	Ser escuchados y esperar un cambio	Injusticia	
9/05/2017	Twitter	Es que ese wey pinta de millennial moderno con valores de liberal y en realidad es solo otro machito acomplejado.	Millennial	Política / cultura	Repudio, Decepción	Estilo de vida	Ser escuchados y esperar un cambio	Injusticia	
24/10/2016	Twitter	No soy un millennial normal, pq ni estoy lleno de críticas infundamentadas, ni pretendo reconstruir el significado de los valores!	Millennial	Política / cultura	Rebeldía, Repudio	Estilo de vida	Ser escuchados y esperar un cambio	Injusticia	
12/10/2017	Twitter	Este año ha sido lleno de pruebas pero aún sigo con la fe intacta #DiosFiel	DiosFiel	Fe y esperanza en Dios	Entusiasmo, Esperanza	Valores y Principios Cristianos	Esperanza en toda situación	Felicidad	
29/09/2017	Twitter	Un ciclo que se cierra. Una nueva puerta que se abre. #DiosFiel	DiosFiel	Dirección de vida	Entusiasmo, Esperanza	Valores y Principios Cristianos	Guía y propósito	Fidelidad	
25/09/2017	Twitter	Disfrutando de esos pequeños grandes triunfos #DiosFiel	DiosFiel	Agradecer a Dios	Regocijo	Valores y Principios Cristianos	Dar gracias	Fidelidad	
21/09/2017	Twitter	Que tu esperanza no sea "Dios va a cambiar las circunstancias" sino "en medio de las circunstancias Dios no cambiará". #DiosFiel	DiosFiel	Fe y esperanza en Dios	Esperanza	Valores y Principios Cristianos	Esperanza en toda situación	Fidelidad	
19/09/2017	Twitter	Cada momento he podido ver que tu favor me guía.. #DiosFiel ☐☐☐	DiosFiel	Dirección de vida	Plenitud, Amor	Valores y Principios Cristianos	Guía y propósito	Fidelidad	
18/09/2017	Twitter	Él cumple los deseos del corazón. #Diosfiel☐☐☐☐☐☐ https://t.co/7W0N44ICGC	DiosFiel	Agradecer a Dios	Esperanza	Valores y Principios	Dar gracias	Fidelidad	

Trust-Faith Psalm 56:3

						ipios Cristi anos		
18/09/ 2017	Twitter	Lucha por nosotros a nuestro lado está... Suya es la victoria ha vencido ya!!! #DiosFiel https://t.co/D7mLJInOa2	DiosFiel	Protección / Compañía	Esperanza	Valores y Principios Cristianos	Cuidado y protegido	Fidelidad
17/09/ 2017	Twitter	Estoy enamorada de su sonrisa de su forma de mirar.....esto va más en serio de lo que pensé □□□□□□#elpapi #Diosfiel	DiosFiel	Relaciones amorosas	Amor	Valores y Principios Cristianos	Amar a otro de forma transparente	Fidelidad
14/09/ 2017	Twitter	Y es que en el lo profundo del pozo pensamos que no hay nadie, pero no, ahí siempre está Él, esperando con brazos abiertos #DiosFiel	DiosFiel	Protección / Compañía	Esperanza	Valores y Principios Cristianos	Cuidado y protegido	Fidelidad
23/08/ 2017	Twitter	De la mano de Dios todo es posible, #DiosFiel □.	DiosFiel	Fe y esperanza en Dios	Esperanza, Entusiasmo	Valores y Principios Cristianos	Esperanza en toda situación	Fidelidad
11/08/ 2017	Twitter	Tantos años siempre has estado allí! #DiosFiel #DiosAmor	DiosFiel	Protección / Compañía	Apego, Seguridad	Valores y Principios Cristianos	Cuidado y protegido	Fidelidad
3/08/2 017	Twitter	DIOS abrirá puertas□ para bendecirte, pero espera que el tiempo□ oportuno ya llegará.#DIOSFiel	DiosFiel	Fe y esperanza en Dios	Paciencia	Valores y Principios Cristianos	Esperanza en toda situación	Fidelidad
1/08/2 017	Twitter	Para encontrar el verdadero amor, aquel que tiene un propósito con el cielo debes enfrentar mucho, seguro lo valdrá. #DiosFiel	DiosFiel	Dirección de vida	Optimismo	Valores y Principios Cristianos	Guía y propósito	Fidelidad
25/07/ 2017	Twitter	Estos mensajes son los que me hacen ser mejor persona y mejor profesional. Esto comprueba la diferencia entre ser jefe y ser líder.#DiosFiel https://t.co/vyBvl0q92J	DiosFiel	Política / cultura	Satisfacción	Valores y Principios Cristianos	Ser escuchados y esperar un cambio	Fidelidad
16/07/ 2017	Twitter	Gracias Dios.. gracias Jesus gracias león @SantaFe eres	DiosFiel	Agradecer a	Pasión	Valores y	Dar gracias	Esfuerzo

Trust-Faith Psalm 56:3

		mi amor,mi locura mi alegría vamos a soñar más fuerte #Diosfiel ganamos Carajo□□□□		Dios		Principios Cristianos		
15/10/2017	Twitter	Quien ama a Dios, va a saber como amarte a ti. 🤝❤️□	Fe	Dirección de vida	Seguridad	Valores y Principios Cristianos	Guía y propósito	Compromiso
15/10/2017	Twitter	Profesan el amor con odio, se burlan de la fe y creencias de otros. Cómo esperan que por lo menos la gente respete sus ideas?.	Fe	Ejemplo de fe	Desprecio	Valores y Principios Cristianos	Querer ser mejor y seguir el ejemplo	Injusticia
14/10/2017	Twitter	Hoy milagros del cielo sucederán a causa de la fe de un pueblo. #MegaSopaBolívar	Fe	Fe y esperanza en Dios	Esperanza	Valores y Principios Cristianos	Esperanza en toda situación	Amor
24/09/2017	Twitter	Mis perros se portan tan MAL que me hacen dudar si quiero tener hijos □.	Yuya	Experiencias en familia	Desánimo	Estilo de vida	Experiencias de amor	Compromiso
12/07/2017	Twitter	Eres más grande que cualquier problema.	Yuya	Protección / Compañía	Esperanza, Pasión	Estilo de vida	Cuidado y protegido	Fidelidad
12/06/2017	Twitter	¡Fuera pensamientos negativos! □ ¡La vida no es fácil, pero depende de nosotros cómo queramos vivirla! □□□ ¡ÁNIMO! https://t.co/2L8fdIb2dV	Yuya	Vida y espíritu saludable	Entusiasmo	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Alegría
14/10/2017	Twitter	si no entienden que tiene que ver la iglesia y el feminismo participen de los talleres de religión o de estado laico	Religión	Política / cultura	Rebeldía	Valores y Principios Cristianos	Ser escuchados y esperar un cambio	Compromiso
14/10/2017	Twitter	Ni la política ni la religión cambiarán a este país, solo Dios lo puede hacer. #MegaSopaBolívar	Religión	Fe y esperanza en Dios	Confianza	Valores y Principios Cristianos	Esperanza en toda situación	Esfuerzo
12/10/2017	Twitter	No creo en Dios, mi familia es mi religión. Le rezo todos los días antes de que se vaya el sol. https://t.co/ZJhnV2T7N3	Religión	Experiencias en familia	Apego	Valores y Principios	Experiencias de amor	Dependencia

Trust-Faith Psalm 56:3

							Cristianos		
12/10/2017	Twitter	Que onda tomar prueba de religión? La fe no se mide por una nota	Religión	Fe y esperanza en Dios	Indignación	Valores y Principios Cristianos	Esperanza en toda situación	Injusticia	
13/10/2017	Twitter	A Jesús lo insultaron y ofendieron, mintieron sobre El y lo crucificaron y aun así nunca se defendió, El sabía en quien estaba su identidad.	Jesús	Identidad en Dios	Apatía	Valores y Principios Cristianos	Encontrar quien es	Empatía	
13/10/2017	Twitter	Si te sientes en Depresión arrodíllate ante la cruz y deja que Jesús sane tu alma. ☐☐☐ #Estudio https://t.co/qDIJMVODLn	Jesús	Fe y esperanza en Dios	Esperanza	Valores y Principios Cristianos	Esperanza en toda situación	Empatía	
16/04/2017	Twitter	No hay mejor lugar para celebrar la resurrección de Jesús, que su Iglesia. Muerto por nuestros pecados, resucitado... https://t.co/XhUCJ2tJdl https://t.co/rYBwemLgm6	@HenryGonzalez	Agradecer a Dios	Alegría	Valores y Principios Cristianos	Dar gracias	Alegría	
18/09/2016	Twitter	Soy amada por completo, aceptada por completo, perdonada por completo y estoy completa en Él. [♥Soy la voluntad de Dios♥]	@EndyGalindo	Identidad en Dios	Alivio	Valores y Principios Cristianos	Encontrar quien es	Amor	
15/10/2017	Instagram	Current condition. What do you think? Should I go on a drastic diet to cut down or continue a clean bulk diet? #Lifestyle #GYM	Lifestyle	Vida saludable	Entusiasmo	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Alegría	
15/10/2017	Instagram	Buona notte! Il migliore cibo, nutritiva e piena di bilancio #iifymitalia #iifym #flexiblediet #delicious #fit #fitchef #food #foodporn #diet #dinner #instafit #instafood #fitness #lifestyle #gym #flexible #pornfood #healthyfood #dietaflessibile #fitfam #instafitness #gymlife #macro #eathealthy #instagood #instadaily #healthyeating #healthydiet #nutrition	Lifestyle	Vida y espíritu saludable	Éxtasis	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Gratitud	

15/10/2017	Instagram	Cambiando un poco la rutina, pese a los cuidados que tengo, el invierno igual me deshidrató el cutis. Estoy probando una nueva crema hidratante con vitaminas A, C y E y agregué un serum ultra concentrado de avena y activos botánicos para calmar la sensibilidad de mi piel. No puede faltar siempre un protector solar y por supuesto un contorno de ojos #skincare #skin #healthyskin #skincarejunkie #skincarelover #skincareluxury #naturalskincare #skincareproducts #moisture #sunscreen #eyecare #mist #serum #skincareserum #dermalogica #facialcare #facial #facialist #lifestyle #beautycare #beautyproducts	Lifestyle	Vida saludable	Armonía	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Sabiduría
15/10/2017	Instagram	Thai spicy crispy pork belly stir fry served with rice berry rice for a healthy option. Best dinner... #bestdinner #thailifestyle #thaidiet #thaifood #thaifoodlover #mythaifood #spicythaifood #thaifood #motivations #mycookingstyle #mywayorthehighway #mywayofliving #myfitness #mysunday #eathappylivehappy #eatwell #eatwelllivehealthy #livehealthylifestyle #lifestyles	Lifestyle	Vida saludable	Éxtasis	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Sabiduría
15/10/2017	Instagram	Soy yoghurt enrinhed fiber with prune, flaxseed and chiaseed♥ #healthmefit#healthyfoods#cleanfoods#eatclean#plantbased #eatplants#vegetarian#vegan#naturalfoods#lifestyles	Lifestyle	Vida y espíritu saludable	Armonía	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Sabiduría
15/10/2017	Instagram	Hey beauties ☺ yesterday was such a beautiful day, so me and my ☺ decided to go to #molewest its a really beautiful place. Ich wünsche allen einen schönen Sonntag ☺ was habt ihr denn bei den schönen Wetter vor? #beautifuldestination #love	Lifestyle	Viaje / Experiencias	Alegría	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Alegría

Trust-Faith Psalm 56:3

		#besutifulday #sunnyweekend #bluesky #cloudlovers #boots #realaxing #nature #globetrotter #lifestyles #neusiedlersee #burgenland #converse #austrianblogger #blogger_at #vienna #igersvienna #igersaustria						
15/10/ 2017	Instagram	Be yourself; everyone else is already taken. #shooting #lifestylecoach#photoshoot #lifestyles #lifestylechanges#menfashion #modello #modelife #modelswanted#sunglasses #exposure #stileitaliano #stiledivita#handsome #modelllook #modello #rolex #lookbook#millionairelife #watch #whatiworetoday#millionairesu rroundings #millionairemind#millionairescl ub #outfitoftheday #lookoftheday#fashion #fashiongram #style #todayimwearing	Lifesty le	Vida saluda ble	Confianza	Estil o de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Autodo minio
10/05/ 2016	Instagram	Aquele suco natural com morango chá verde e proteína de soja □ □ □ @desafio15dias.campinas Dias mais leves ,sem culpas ..15 dias para recomeçar E você ? Você toparia 15 dias de desafios?? -Inscrições ABERTAS! #desafio15dias #vidasaudavel #vidaativa #foconoobjetivo #gatasnofoco #queroemagrecer #querosermagra #coach #mylife #lifestyles #belas #divasfit	Lifesty le	Vida y espirit u saluda ble	Armonía	Estil o de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Sabidurí a
25/12/ 2016	Instagram	#panamagram #goprohero5 #traveltime #nomadadigital #mochileros #ptyblogger #viajeros #campingtrip #photographerlife #nomada #lifestory #paraisnatural #worldtrip #lifestylebloggers #hikingfun #worldtraveller #viajemos #travelinggram #panama507 #travelbloggers #lifestyles #campinglife	Lifesty le	Viaje / Experi encias	Excitació n	Estil o de vida	Viajes y paz interior	Alegría

Trust-Faith Psalm 56:3

		#senderismodemontaña #islandvibes #vidanatural #latinoamericaneando #ciudadpanama						
30/07/2017	Instagram	#rehabtime #trentshelton #lifestyles #staystrong #keepgoing #staypositive #daybyday #keepfighting #gettingthroughit #quotes #quoteoftheday #quote #positive #wisdom #happiness #selflove #inspirationalquotes #spirituality #instaquote #enlightment #spiritual #qotd #mindfulness #gratitude #consciousness #words #follow4follow #like4like #goodvibes #classicphysique	Lifestyle	Vida y espíritu saludable	Amor	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Amor
5/09/2017	Instagram	☐O..SUNNY DAYS ☐Dit is voor ons een heel fijn plekje om te zitten met deze ☐dagen, maar ...waar we nu zitten op Menorca is natuurlijk nog lekkerder (check mijn instastorie ☐) fijne avond allemaal☐☐☐ ☐ ☐ #interiör #interior125 #interiorforyou #inspo4all #instahome #instastyling #homedeco #homedeconl #homedecoration #plantslover #eclecticstyle #eclectichome #bohochic #bohohstyle #bohemianstyle #bohoinspired #myhome2inspire #myinterior #plantstagram #scandinavianinterior #urbanplants #myhomestyle #JungalowStyle #urbanjungle #urbanjunglebloggers #lifestyleguide #lifestylebloggers #lifestyles #greenfingers #urbanjungleblog	Lifestyle	Viaje / Experiencias	Armonía, Placer	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Felicidad
12/09/2017	Instagram	Little Snack ☺ #lowcarbfoods #lowcarbdiet #lowcarb#lowcarbs#lowcarbblif estyle #lowcarbife #food #foods#foodlife #foodlove #foodlover #foodporn #gymmotivation #gymfood#health #healthylife	Lifestyle	Comida saludable	Alegría	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Autodominio

		#healthyfood #healthy#healthybody #body#musclemeals #lifestyles #lifestyle#cheese#sportfood						
15/10/2017	Instagram	Forever is not a company, it's a LIFESTYLE ✓☐♥ . Join us now and live healthy ;) . #lifestyles#weight_management#FITNESS#F.I.T#diet#gym#losingweight #followforfollow#follow_us	Lifestyle	Vida saludable	Alegría	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Alegría
27/03/2017	Instagram	Myself ! ☐ . . #girl #portrait #nature #naturelovers #colors #color #forest #trees #tree #mountain #landscapestyles #landscape #travelpic #travellife #instagood #instamoment #instalove #instanature #bestpic #picture #photography #photo #picoftheday #green #greens #enjoy #life #lifestyles	Lifestyle	Viaje / Experiencias	Serenidad	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Sabiduría
30/11/2016	Instagram	Look at that View, who can't wait to visit places like this? I'm going to start posting book suggestions and articles, to help motivate even more! #hotel #hotels #suites #loftstyle #loft #penthouse #views	Lifestyle	Viaje / Experiencias	Serenidad	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Felicidad
27/12/2016	Instagram	Brunch with bae ☐ Thanks @manlykitchen for the feed!	Lifestyle	Comida saludable	Armonía	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Autodominio
30/06/2017	Instagram	Brilliance ☐ #reflexosdelmon #reflect #reflexion #waterreflection #lakeside #lakeday #naturewalk #beautifulearth #beautifuldestination	Lifestyle	Viaje / Experiencias	Serenidad	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Felicidad

Trust-Faith Psalm 56:3

		#hdr_lovers #natureshot #naturaleza #paisajes #denimjacket #ootdmen #fashionman #wiw #fashionist #naturepic #naturezaperfeita #natures_hub #natureseekers #nature_brilliance #brilliance #reflejo #mountainview #beautifulviews #nature_uc #natureart #outfitshare						
12/04/ 2017	Instagram	Time is precious, waste it wisely. #canon5d #vsco #instalike #travelpic #amazing #travelgrams #picoftheday #sun #love #cute #instagood #fun #outdoorfun #friends #girl #happy #stayandwander #letsgosomewherenow #roadtripping #adventurebound #adventureisoutthere #lifestyles #lake #mirror #park #california #stroll #casual #landscape	Lifestyle	Viaje / Experiencias	Armonía, Serenidad	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Felicidad
26/12/ 2016	Instagram	Walking off into another exciting weekend ☐ @jakobpuff ☐ ▪ What are you up to for this one? Just wanted to take a moment and thank you all. So happy to already have more than 41k friends on here. Never really said this but i'm super grateful. There are people who like every single pic and thats just awesome. Can't really interact with every single one but i know you and i love you lol ☐☐☐☐ and feel free to say hi the DM's ☐ #ragazzo #streetstyles #guyswithbeards #igersaustria #igersvienna #lifestyles #menswear #mensfashions #swagboy #swagy #pictureofme #menwith #beardedguy #uomo #streetstyles #streetwear #italianguy #mensweardaily #streetfashion #streetlook #japanes #ginzasix #tourandtravel #grouptour #stylesp #maleblogger #menswears	Lifestyle	Viaje / Experiencias	Serenidad	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Felicidad

Trust-Faith Psalm 56:3

21/08/2017	Instagram	<p>Memories ☐☐</p> <hr/> <p>There will always be something else. Another obstacle to overcome. More danger on the horizon. That is life. But there's more to living than conquering mountains and coming out victorious in every fight. Enjoy the view. Relax once in a while. Your success is meaningless without joy. ☐</p> <hr/> <p>Learn to enjoy every minute of your life! #positivemindset</p> <hr/> <p>#followmeto #throwbackfriday #grandcanyonnationalpark #hikingtrip #hikinggirl #mountainviews #backpackerslife #travelers #mountainside #hikingadventure #mountainscape #phototravel #ig_travel #naturewalks #naturegirl #hikingtrail #natureisbeautiful #mountainphotography #sportlover #viewfromthetop #nikegirl #lifestyles #enjoythelittlethings #enjoyeverymoment #viewfromabove #munichmodels #letic #hikingculture</p>	Lifestyle	Viaje / Experiencias	Serenidad	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Felicidad
10/07/2017	Instagram	<p>Today I had a super good breakfast @sarabeths.uae with my sweet friend @patissiere_asami ☺☐☐ Both of us were super excited since it was our first time here and it didn't deceive us ☐ Pancakes and French toast were very soft and fluffy, and not overly sweet ☐ Therefore very easy to eat ☺☐ The only black point is the place is bit hard to access by taxi ☐ But anyway, I'll be glad to come again and try their salted dishes ☐.</p>	Lifestyle	Comida saludable	Alivio, Amor	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener fisico, comida y vida saludable	Felicidad

		<p> #dubaifood #interiordesign #dubaifoodie#instadecor #breakfastlover #positivevibes#lifestyleblogger #lifestylephotography#lifestyle s #デザイナー#デザイン #ドバイ #インテリア #アレンジ #デコ #かわいい #mydubai#burjkhalifadubai #ブログ #ブロガー #dubaifoodies #花 #sarabeths #sarabethsbakery #ライフスタイル#dubaiblogge r #pancakeslover#dubai #dubairestaurant #dubaitag </p>						
2/02/2017	Instagram	<p> Every accomplishment starts with the decision to try ☐☐ Start this Friday off with the decision to try. Try something new, try something hard, try something fun. JUST TRY, ITS FRIYAY ☐ #friyay #motivation #try #fitness #boston #bostonfitness #startnow #lifestyles #fitnessjourney </p>	Lifestyle	Vida saludable	Armonía	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener fisico, comida y vida saludable	Sabiduría
19/07/2017	Instagram	<p> #goodvibes #lifestyles #summervibes #sun #happy #blessed #photography #bomdia #feriadinho #pegandoumbronze #verão #natureza #energiapositiva </p>	Lifestyle	Viaje / Experiencias	Serenidad	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Sabiduría
17/09/2017	Instagram	<p> More I read about its story of sacrifices, pride and glory, more this city drives me crazy. Use #udaipurshutterlove or tag us to get featured. @UdaipurShutterlove ☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐ Pc : @flyandseek ☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐ #udaipurshutterlove udaipurshutterlove#udaipur #photographyart #photolab </p>	Lifestyle	Identidad en Dios	Calma	Estilo de vida	Encontrar quien es	Sabiduría

Trust-Faith Psalm 56:3

		#photographyoftheday #photographylove #photooftoday #destinationearth #destinationphotographer #travelindia #like4like #travelinstyle #sky_collection #skyphotography #rajasthan #rajasthanhandiaries #cityphotography #cityscapes #cityoflove #sunset_captures #peoplephotography #lifestyles #touristlife #touristspot #beautifulpic #beautifulplanet #beautifulphoto						
11/05/2017	Instagram	En familia ☐☐☐#family#beer#dancer#music#lifestyles#photography#photooftoday@eduen____@quantum_behavior @bboy_binomio	Lifestyle	Experiencia con amigos	Alegría	Estilo de vida	Experiencias de amor	Alegría
10/03/2017	Instagram	Estos son los árboles más altos del mundo. Google me lo confirmó. These are the world's tallest trees. #sequoia #yosemite #yosemitenationalpark #california #yosemitepark #californiaadventure #californiaroadtrip	Espiritualidad	Vida ecofriendly	Serenidad, Armonía	Valores y Principios Cristianos	Cuidado y conciencia del medio ambiente	Sabiduría
16/05/2017	Instagram	Que bonito tener amistades que inspiran para bien. #Friends #God	Espiritualidad	Experiencia con amigos	Alegría	Valores y Principios Cristianos	Experiencias de amor	Alegría
20/02/2017	Instagram	#Promesas de #Dios #Domingo	Espiritualidad	Fe y esperanza en Dios	Confianza	Valores y Principios Cristianos	Esperanza en toda situación	Amor
1/01/2017	Instagram	Me esconderé bajo la sombra de tus alas Clamo al Dios Altísimo, a Dios, quien cumplirá su propósito para mí. Él mandará ayuda del cielo para rescatarme, y avergonzará a los que me persiguen. Mi Dios enviará su amor inagotable y su fidelidad.	Espiritualidad	Cita bíblica	Confianza	Valores y Principios Cristianos	Palabra que levanta la fe y la esperanza	Compromiso

Trust-Faith Psalm 56:3

		Salmo 57						
16/04/2017	Instagram	No hay mejor lugar para celebrar la resurrección de Jesús, que su Iglesia. Muerto por nuestros pecados, resucitado por el Espíritu Santo y coronado por el Padre. "Asustadas, se postraron sobre su rostro, pero ellos les dijeron: —¿Por qué buscan ustedes entre los muertos al que vive?" Lucas 24:5	Espiritualidad	Cita bíblica	Alegría	Valores y Principios Cristianos	Palabra que levanta la fe y la esperanza	Felicidad
5/02/2017	Instagram	Mi madre espiritual y una mentora excepcional. La Psa. @Ignadesuarez en @supresencia. "Me acuerdo de tu fe sincera, pues tú tienes la misma fe de la que primero estuvieron llenas tu abuela Loida y tu madre, Eunice, y sé que esa fe sigue firme en ti." 2 Timoteo 1:5 NTV	Espiritualidad	Cita bíblica	Confianza	Valores y Principios Cristianos	Palabra que levanta la fe y la esperanza	Esfuerzo
17/12/2016	Instagram	El conflicto es real. Mueren niños en Aleppo, mueren niños en la Guajira y muchos de nosotros seguimos embebidos en nuestras vidas de 3x4, likes y dramas de papel. Oremos por Colombia, oremos por Siria, oremos por el mundo. La oración es la fuerza más poderosa del universo.	Espiritualidad	Política / cultura	Solidaridad	Valores y Principios Cristianos	Ser escuchados y esperar un cambio	Empatía
20/11/2016	Instagram	"Oh SEÑOR, honraré y alabaré tu nombre, porque tú eres mi Dios. ¡Tú haces cosas maravillosas! Las planeaste hace mucho tiempo, y ahora las has realizado." Isaías 25:1 NTV	Espiritualidad	Cita bíblica	Confianza	Valores y Principios Cristianos	Palabra que levanta la fe y la esperanza	Confianza
25/08/2016	Instagram	HØT CAKE Too good not to be posted @highergroundmelbourne	Espiritualidad	Comida saludable	Placer	Valores y Principios Cristianos	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Felicidad
3/06/2016	Instagram	Get ready for the Aussie-Coffee spam! This city is mind-blowing and my tongue is happier than me.	Espiritualidad	Viaje / Experiencias	Alegría, Placer	Valores y Principios Cristianos	Viajes y paz interior	Alegría

Trust-Faith Psalm 56:3

						anos		
17/01/2016	Instagram	“¡La humanidad entera contemplará la gloria del SEÑOR! EI SEÑOR lo ha dicho y se cumplirá.” Isaías 40:5 NBD	Espiritualidad	Cita bíblica	Confianza	Valores y Principios Cristianos	Palabra que levanta fe y la esperanza	Fidelidad
23/08/2017	Instagram	Lo sencillo y puro de vivir ☐☐☐ Majestuosa naturaleza ☐ #Rivieramaya	Estilo de vida	Viaje / Experiencias	Armonía	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Sabiduría
10/07/2017	Instagram	En la vida hay cosas que no tienen explicación... Solo se sienten y se viven. Hoy estamos aquí, mañana no lo sé pero mientras podamos aprovechemos el presente que es lo que cuenta ☐ Emprender y soñar...Gracias por escribir esta historia junto a mi ☐	Estilo de vida	Relaciones amorosas	Amor, Armonía	Estilo de vida	Amar a otro de forma transparente	Amor
20/06/2017	Instagram	Hora de un cafecito? ☐☐ Amo este clima de Los Ángeles! ☐ Hoy camino a Anaheim ☐ #vidcon2017	Estilo de vida	Viaje / Experiencias	Placer	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Empatía
9/05/2017	Instagram	PIZZA FRIDAY ☐☐ Se vienen cosas geniales! Can't wait ☐ @luisafernandaw @brosnacion	Lifestyle	Experiencia con amigos	Alegría	Estilo de vida	Experiencias de amor	Alegría
31-04-17	Instagram	Rodéate de gente con buena energía! Que te empodere ☐☐☐ Te quiero mi @chmestra ! LINDO DIAAAA GENTE!!! ☐☐☐ #NTCBOG	LifeStyles	Experiencia con amigos	Amor	Estilo de vida	Experiencias de amor	Amor
16/03/2017	Instagram	We're here #RevolveFestival ☐☐ @Revolve	LifeStyles	Estilo fashion	Entusiasmo	Estilo de vida	Cuidado personal	Felicidad
10/03/2017	Instagram	Modo yoga con @chmestra ☐ Linda forma de comenzar el día! #NTC #Niketraining	LifeStyles	Vida y espíritu saludable	Armonía	Estilo de vida	Realizar ejercicio	Sabiduría
6/03/2017	Instagram	Los envidiosos dirán que la verdad es que estoy en el salón de clase haciendo un taller en excel ☐☐ TAKE ME BACKKKK! ☐ Amé este desayuno en NYC, lo recuerdan?!	LifeStyles	Viaje / Experiencias	Alegría	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Alegría
1/02/2017	Instagram	Este es mi combo favorito! ☐ De vuelta a Los Ángeles! Algo me llama de esa ciudad ☐☐	LifeStyles	Viaje / Experiencias	Alegría	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Alegría

Trust-Faith Psalm 56:3

		(mis zapatos @lemontreestore) #felizmenteúnica						
29/01/2017	Instagram	Perdiciones ☐. #Panecito #Pancito	LifeStyles	Viaje / Experiencias	Culpa	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Alegría
16/09/2016	Instagram	La razón de mi existir. ☐	LifeStyles	Vida saludable	Amor	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Amor
30/06/2017	Instagram	Si tus sueños no te asustan, sueña más grande. If your dreams don't scare you, dream bigger. #fridayvibes #fridayfeeling #hustle #God	Espiritualidad	Dirección de vida	Confianza	Valores y Principios Cristianos	Guía y propósito	Fidelidad
15/10/2017	Facebook	Para terminar el finde... ideal con una buena pesca ☐☐☐☐. Feliz domingo ☐☐☐☐ #instafamous #influencer #lifestyle #weekend #fishing #nature	LifeStyles	Viaje / Experiencias	Armonía	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Alegría
14/10/2017	Facebook	#DIOS ☐ sin tiiii sigue siendo #DIOS ☐pero tú sin #DIOS.☐ No eres nada ☐☐☐☐☐	Dios	Identidad en Dios	Amor	Valores y Principios Cristianos	Encontrar quien es	Amor
8/10/2017	Facebook	No hay como la comodidad de la hamaca. #myfavoriteplace #hamacaparaguaya #paraguay #sanber #lifestyle	LifeStyles	Viaje / Experiencias	Armonía, Placer	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Felicidad
23/08/2017	Facebook	Para el avaro no existe la razón, ni la lógica. Para la muestra un gobierno hermano embebido en dictaduras, abusos y muertes sin sentido.	Henry González	Política / cultura	Desánimo, Dolor	Valores y Principios Cristianos	Ser escuchados y esperar un cambio	Empatía
23-09.17	Facebook	Such a nice day!!#sunny☐ #nantes #happiness #chilling #lifestyle	Lifestyle	Viaje / Experiencias	Alegría	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Felicidad
16/08/2017	Facebook	Podemos estar viendo el río desde la barrera, sin experimentar su presencia. Henry González	Alexandra Bayona	Ejemplo de fe	Decepción	Valores y Principios Cristianos	Querer ser mejor y seguir el ejemplo	Sabiduría
3/08/2017	Facebook	"The secret of life is enjoying the passage of time"	LifeStyles	Estilo fashion	Alegría	Estilo de vida	Cuidado personal	Felicidad

Trust-Faith Psalm 56:3

		#fashion #stylish #happiness #catlovers #enjoylife #lifestyle		n		vida		
24/05/2016	Facebook	Y así empezamos nuestro reto #fitness	LifeStyle	Vida saludable	Entusiasmo	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Alegría
14/10/2016	Facebook	Summer may be over, but that doesn't mean you shouldn't work on sculpting that summer booty. #Fitness	LifeStyle	Vida saludable	Alegría, Entusiasmo	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Alegría
11/11/2016	Facebook	Fitness is powerful. #Power #Fit	LifeStyle	Vida saludable	Entusiasmo	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Alegría
16/08/2017	Facebook	Mi mamá también me compra cosas para la lonchera! □□□□□ #vegan #nosugaradded #natural	LifeStyle	Comida saludable	Alegría, Amor	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Autodominio
3/04/2016	Facebook	La vista desde mi ventana... :) #Paipa #Colombia #Natural	LifeStyle	Vida ecofriendly	Plenitud, Armonía	Estilo de vida	Cuidado y conciencia del medio ambiente	Sabiduría
11/01/2016	Facebook	Basta de cremas caras! Exfoliación natural, y sonreír con cara de dormida! □ GOOD NIGHT □... #travel #natural #actitud #smile #nomakeup	LifeStyle	Estilo fashion	Alegría, Plenitud	Estilo de vida	Cuidado personal	Felicidad
8/07/2017	Facebook	#eco #ambiental #educacionambiental #naturaleza #ecovidanatura #pachamama #ecotips #salvarplaneta #ecologia #Colombia #Organic #Nature #NaturalezaEsVida	LifeStyle	Vida ecofriendly	Plenitud	Estilo de vida	Cuidado y conciencia del medio ambiente	Sabiduría
22/07/2016	Facebook	#Organic AND #Vegan !! No puede ser mejor que esto	LifeStyle	Comida saludable	Armonía	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Autodominio

Trust-Faith Psalm 56:3

23/11/2016	Facebook	I will definitely miss this place! #healthy #organic #vegan	LifeStyles	Comida saludable	Desánimo	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Autodominio
20/05/2017	Facebook	A quick little brekkie before heading out at my fav #crussh must try the bulletproof coffee here ☐☐☐ #organic #yum #healthyaf	LifeStyles	Comida saludable	Armonía	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Sabiduría
30/09/2017	Facebook	Wish You Were Here! ☐☐☐ @smoothiebeauty @thestephaniep @rileyrose @sabinaberner #skincare #love #chemicalfree #organic #facemask	LifeStyles	Comida saludable	Amor	Estilo de vida	Realizar ejercicio, obtener físico, comida y vida saludable	Amor
26/05/2016	Facebook	Te amo #God #Love #Infinity	God	Agradecer a Dios	Amor	Valores y Principios Cristianos	Dar gracias	Amor
21/10/2016	Facebook	Es realmente un orgullo ver al hombre de mi vida sirviendo en la casa de Dios #Love #God #Servicio #Privilegio	God	Ejemplo de fe	Amor, Esperanza	Valores y Principios Cristianos	Querer ser mejor y seguir el ejemplo	Amor
1/10/2017	Facebook	Este soy yo cuando hablan del amor De Dios ☐☐☐☐☐☐ #Dios #Amor #God #Love	God	Identidad en Dios	Amor	Valores y Principios Cristianos	Encontrar quien es	Amor
22/07/2016	Facebook	#Dios siempre nos ayuda./ #God always helps us	God	Protección / Compañía	Esperanza	Valores y Principios Cristianos	Cuidado y protegido	Fidelidad
12/10/2017	Facebook	Estoy orando por ti... tu corazón será feliz y tu vida satisfecha! #Amor #relación #creer #esperanza #Dios #2 arebetterthan1 #alegría	God	Relaciones amorosas	Esperanza	Valores y Principios Cristianos	Amar a otro de forma transparente	Sabiduría
10/04/2016	Facebook	Disfrutando una tarde juntos de un delicioso combo	Dios fiel	Experiencia	Amor, Placer	Valores y	Experiencias de amor	Amor

Trust-Faith Psalm 56:3

		acompañado de muchas risas y felicidad, Gracias a papá Dios!! #Diosfiel□□□□		con amigos		Principios Cristianos		
25/12/2016	Facebook	Orgullosa de ser tu princesa!! □□♥□ #Diosfiel #TeamoDios #Tuprincesaporsiempre	Diosfiel	Identidad en Dios	Amor	Espiritualidad	Encontrar quien es	Amor
26/04/2016	Facebook	Best breakfast ever. #Applepie #Icecoffee #DiosFiel	Diosfiel	Vida saludable	Placer	Valores y Principios Cristianos	Realizar ejercicio, obtener fisico, comida y vida saludable	Gratitud
27/11/2017	Facebook	¡Gloria a Dios por esta importante victoria!□□ #DiosFiel #GoazenGlorioso #VamosGlorioso	Diosfiel	Agradecer a Dios	Amor	Valores y Principios Cristianos	Dar gracias	Amor
10/06/2017	Facebook	Testimonio real y hermoso!!! #Diosesamor Gracias por compartir este testimonio tan hermoso que nos permite amar mas a Dios		Ejemplo de fe	Amor, Esperanza	Valores y Principios Cristianos	Querer ser mejor y seguir el ejemplo	Amor
1/01/2017	Facebook	Mas fuerte que ayer #DIOSesAMOR		Fe y esperanza en Dios	Entusiasmo	Valores y Principios Cristianos	Esperanza en toda situación	Felicidad
10/12/2016	Facebook	Cuando los demás te defrauden. Cuando muchos te abandonen. Cuando pienses que estás solo. Mira hacia arriba... Dios siempre te será FIEL. #agustinghus #granhermano #granhermanous #vivesinimportarelquedirán #diosesamor #tv #otoño2017 #lossueñosonunarealidad #pedrasnegrasguerrero #rockford #sarasota #sarasotaflorida #teamgranhermanous #teamgranhermano #Sabado #felizsabado #teamagustin #teamagustinghus #25agustinghus		Protección / Compaña	Esperanza, Amor	Valores y Principios Cristianos	Cuidado y protegido	Amor
5/09/2017	Facebook	En medio de cualquier circunstancia está el Amor del		Protección /	Amor	Valores y	Cuidado y protegido	Amor

Trust-Faith Psalm 56:3

		Señor cubriéndonos con su gracia. Lo ve, lo siente y lo vive quien lo cree, porque... "Sin Fe es imposible agradar a Dios." Hebreos 11:6 #ExaltandoAlAdmirable #DiosTeAma #DiosEsAmor		Compañía		Principios Cristianos		
5/04/2017	Facebook	"La vida es solo una, disfrútala al máximo" Buenos Días Mundo ☐ #diosesbueno #diosesamor		Viaje / Experiencias	Amor, Entusiasmo	Valores y Principios Cristianos	Viajes y paz interior	Amor
4/07/2017	Facebook	La razón por la que El te ama tanto es por Dios es amor. #UnaFrase #Diosesamor #SoyHijo		Protección / Compañía	Amor	Valores y Principios Cristianos	Cuidado y protegido	Amor
27/12/2016	Facebook	Dj Kah 🎧☐ #music #djKah	Lifestyle	Experiencia con amigos	Placer	Estilo de vida	Experiencias de amor	Confianza
17/07/2016	Facebook	MJ #tbt #manhattan #nyc #michaeljackson #music #popular #kingofpop #madametussauds	Lifestyle	Experiencia con amigos	Alegría	Estilo de vida	Experiencias de amor	Alegría
7/01/2017	Facebook	La música no se canta, se respira... #music #phraseoftheday	Lifestyle	Experiencia con amigos	Entusiasmo	Estilo de vida	Experiencias de amor	Felicidad
7/10/2017	Facebook	Make #Music Not #War!	Lifestyle	Experiencia con amigos	Placer	Estilo de vida	Experiencias de amor	Confianza
30/12/2016	Facebook	Putting the pen to paper #music	Lifestyle	Experiencia con amigos	Placer	Estilo de vida	Experiencias de amor	Empatía
9/02/2017	Facebook	Wiiiiiiii☐☐☐ #metas #sueños #amoviajar #happy ☐☐☐	Lifestyle	Viaje / experiencias	Placer, Alegría	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Alegría
20/09/2016	Facebook	Que tus #SUEÑOS sean más grandes que tus #MIEDOS	Lifestyle	Sueños	Entusiasmo	Estilo de vida	Crecer como persona en un futuro	Empatía
21/03/	Facebook	#sueños #metascumplidas	Lifestyle	Sueño	Entusiasmo	Estil	Crecer	Alegría

Trust-Faith Psalm 56:3

2017	ok	#atletismo #barrancabermeja □□□□	le	s	mo	o de vida	como persona en un futuro	
4/04/2017	Facebook	M I E R C O L E S!! Un día para dar gracias, ir tras nuestros sueños , poner la mirada en el cielo con los pies en la tierra, para Dios no hay nada imposible y todo se hará conforme has creído en el tiempo correcto!! #serfelizydarsecuenta □ #graciasportanto #metas #mujerempoderada #sueños #vamospormas □ #vamosportodo #elcieloesellimite #jesus #felicidad	Lifestyle	Sueños	Entusiasmo, Alegría	Estilo de vida	Crecer como persona en un futuro	Alegría
27/05/2017	Facebook	Deja que tus #sueños sean más grandes que tus miedos y tus acciones sean más fuertes que tus palabras		Sueños	Entusiasmo, Esperanza	Estilo de vida	Crecer como persona en un futuro	Alegría
13/09/2017	Facebook	Hoy decide salir almorzar sola y ver 2 películas en el cine Sola !!!! Es mi primera vez y estoy felizzzzzzz □□□□ #DiosesBueno #Solayfeliz	Dios Es Bueno	Identidad en Dios	Alegría	Valores y Principios Cristianos	Encontrar quien es	Alegría
11/10/2017	Facebook	Dicen que si podemos soñarlo, podemos lograrlo. Adelante #FeenDios #Diosesbueno #DanielaObandoEstrella #Nicaragua Closet de ane y Tienda Bahía Calçados gracias por ser tan lindos conmigo! Besos y Abrazos	Dios Es Bueno	Sueños	Esperanza	Valores y Principios Cristianos	Crecer como persona en un futuro	Altruismo
15/10/2017	Facebook	Dios es bueno lástima que no pueda decir lo mismo de sus seguidores	Dios Es Bueno	Ejemplo de fe	Decepción	Valores y Principios Cristianos	Querer ser mejor y seguir el ejemplo	Injusticia
16/09/2017	Facebook	creemos merecer cosas y hasta la vida!! como si nos debiera algo Dios!! y desperdiciamos horas, días que se convierten en años perdidos en cosas que no valen la pena... □	Señor	Dirección de vida	Decepción	Valores y Principios Cristianos	Guía y propósito	Injusticia
6/10/2018	Facebook	DIOS □DE MI CORAZON♥EN TI ENCONTRE □MI..	Salvación	Identidad en	Amor	Valores y	Encontrar quien es	Amor

Trust-Faith Psalm 56:3

		#SALVACIONDIOS IMCOMPARABLE ERES #ERES. #TU...❤️		Dios		Principios Cristianos		
10/10/2016	Facebook	En la herida de tus manos encontre mi salvacion □□□□□□	Salvación	Identidad en Dios	Amor	Valores y Principios Cristianos	Encontrar quien es	Amor
28/09/2017	Facebook	Un hombre debe hablar menos y demostrar más!! Carácter, actitud y valentía... #noterindas #gentelman #lifestyle #man	LifeStyle	Relaciones amorosas	Esperanza	Estilo de vida	Amar a otro de forma transparente	Sabiduría
6/10/2017	Facebook	Si aún crees que las band t-shirts y los jeans rotos son sólo para rockeros, es hora de actualizar tu guardarropa. □□. #BKnight #Lifestyle #Luxury #Blogger	LifeStyle	Estilo fashion	Empatía	Estilo de vida	Cuidado personal	Empatía
12/09/2017	Facebook	Ser feliz nunca está fuera de moda....#lifestyle	LifeStyle	Estilo fashion	Alegría	Estilo de vida	Cuidado personal	Alegría
14/10/2017	Facebook	Sonríe para la vida, no solo para la foto □ #shooting #lifestyle #model #happy #positivevibes	LifeStyle	Estilo fashion	Alegría	Estilo de vida	Cuidado personal	Alegría
11/07/2017	Facebook	No importa donde te encuentres... no dejes que tus excusas te alcancen □□□□□ #LifeStyle #Trx	LifeStyle	Sueños	Entusiasmo	Estilo de vida	Crecer como persona en un futuro	Alegría
13/08/2017	Facebook	La vida es demasiado CORTA para intentar ahorrar todo lo que tenemos y demasiado EXTENSA como para derrocharlo todo en nuestra juventud.	Henry González	Dirección de vida	Armonía	Valores y Principios Cristianos	Guía y propósito	Franqueza
3/10/2017	Facebook	Herencias que te dan tu propio ser... #caballos #amor #yo #graciasalavida #animallove #fashion #cowgirl #lifestyle	LifeStyle	Estilo fashion	Amor	Estilo de vida	Cuidado personal	Amor
28/09/2017	Facebook	La vida es para disfrutarla no para sufrirla □Allá vamos Puerto Vallarta !□Dispuestos a dar el □□□#Couple #LifeStyle #networker #Travel #juntos	LifeStyle	Viaje / experiencias	Alegría	Estilo de vida	Viajes y paz interior	Alegría

Anexo 3. Comunidad Online.

Link: <https://kmiilohi.wixsite.com/trust-faith>

TRUST-Faith

HOME MÚSICA EVENTOS LIFESTYLE HEALTHY ICONOS DEBATE TECNOLOGÍA TEOLOGÍA TÚ

Una Nueva Canción... Alex Zurdo, Kike ... Fin de semana ...

VIDA!

¿Te parece que ser cristiano es aburrido?
November 04, 2017

Realmente ser cristiano es lo mejor que pasa en nuestra vida, te contamos como, cuando y porque...

Leer más

Crea tu s

¿Cual es la clave para liberar el proposito de Dios en tu vida?
November 04, 2017

Te tenemos la respuesta... Las llaves espirituales que liberan el propósito de Dios en tu vida! ¿Quieres saber cual es una de las llaves más poderosas?

Leer más

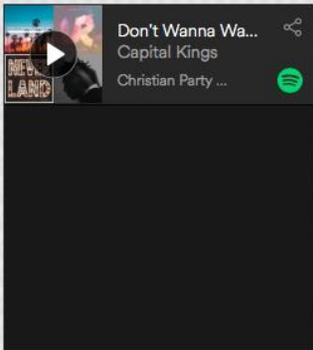
MI nombre es Ma. Camila López Hidalgo, soy una psicóloga cristiana apasionada por Dios y por los Jóvenes. Amo a Dios, ese es mi motor! en definitiva no cambiaría mi vida por nada, Dios me dio todo lo que tengo mi familia, mi novio el cual próximamente será mi esposo, mis amigos que son como hermanos y una Iglesia que pone en mí valores y enseñanzas para dar a otros... El Lugar de Su Presencia.

¿Quieres exito en tu vida? entonces disponte a crearle y obedecerle a Dios
November 04, 2017

Es posible tener éxito en tu vida, solo déjate guiar por Dios, el Pastor y cantante Marcos Witt, nos por medio de la historia de David y Goliat.

Leer más

† = ♥



Toda la Escritura es inspirada por Dios y útil para enseñar, para reprender, para corregir y para instruir en la justicia, a fin de que el siervo de Dios esté enteramente capacitado para toda buena obra.

2 Timoteo 3:16-17





Atrae a otros...

Fuimos llamados a enseñar a muchos la palabra de Dios, por eso es importante capacitarse, con el fin no solo de crecer sino de hacer crecer a otros... A continuación encontraras congresos a nivel mundial donde podrás aprender sobre liderazgo, fe, pasión y valores cristianos.

[Read more](#)



¡Viaja por el mundo!

Es el momento de disfrutar del mundo, no solo eso de asistir a eventos que sin lugar a dudas dejan una huella en tu vida, cambiaran tu firma de ver y pensar tu fe....

[Read more](#)



Dios da la semilla que se siembra y el pan que nos alimenta, así que también les dará a ustedes todo lo necesario, y hará que tengan cada vez más, para que puedan ayudar a otros.

2 Corintios 9:10 TLA



¿CREES QUE SER CRISTIANO ES ABURRIDO?

La mayoría de las personas tienen un concepto errado acerca de la vida y el estilo de vida de un cristiano, muchos jóvenes realmente sí creen que ser cristiano y seguir a Jesús es aburrido, pero en realidad es un privilegio ser escogidos por Dios

NO NOS CANSEMOS DE HACER EL BIEN, PORQUE A SU DEBIDO TIEMPO COSECHAREMOS, SI NO NOS DAMOS POR VENCIDOS
GALATAS 6:9 NVI

Entérate de como es el estilo de vida de muchos de estos jóvenes que no solo sirven a Dios sino que también tienen una vida fuera de la iglesia.





¿SOMOS TEMPLO DEL ESPIRITU SANTO? ¿COMO ASÍ?

La Biblia habla que somos templo del Espíritu Santo y por esto es que debemos cuidar nuestro cuerpo. Pero ¿que significa se templo del Espíritu Santo?... Bueno, eso lo que quiere decir es que nuestro cuerpo es la casa del Espíritu Santo, el habita

¿No saben que ustedes son templo de Dios y que el Espíritu de Dios habita en ustedes?

Crea tu s

1 Corintios 3:16 NBH

Salud Fisica



Cuida tu salud física con los tips, recetas y ejercicios que puedes encontrar aquí.

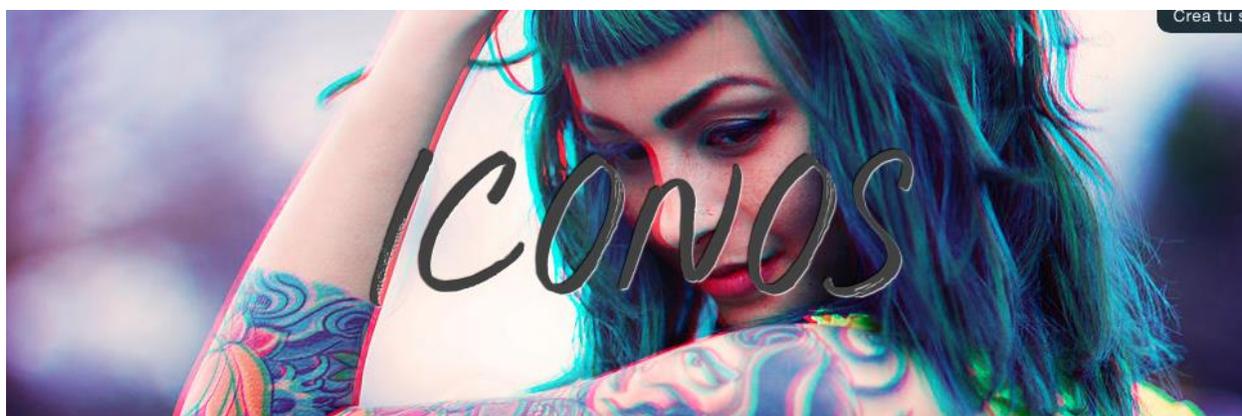
[Read more](#)

Salud Espiritual



Cuida tu salud espiritual con los tips y ejercicios que puedes encontrar aquí.

[Read more](#)

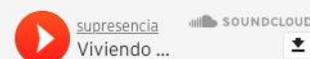


Chris Mendez



Pastor y predicador de la iglesia Hillsong Buenos Aires, apasionado por los jóvenes.

Es un icono cristiano debido al ejemplo que da atreves de su vida y como siempre enfoca sus mensajes a jóvenes.



Crea tu s

Carlos Erazo



El proyecto GTG es una serie de videos donde Carlos Erazo comparte temas sobre Dios, cultura popular, y otras cosas que a él le parecen interesantes. Actualmente no solo tiene todas sus redes sociales activas como Youtube sino que ahora también es cantante y compositor. Síguelo y escucha las opiniones que tiene de distintos temas y como incluye la palabra de Dios en los mismos.





¿Si soy hij@ de Dios porque me pasa...?

Estoy segura que alguna vez se ha hecho esta pregunta, si soy hijo@ de Dios porque me pasan cosas malas, porque no puedo pagar mi semestre, porque mi mama esta enferma etc... Pero recuerde que Dios no quiere que vengan a nosotros cosas malas, al contrario el nos quiere bendecir.



Redes Sociales

Aplicaciones

Encuentra contenidos, información y más dentro de las distintas redes sociales de artistas e iglesias reconocidas...

¡¡¡Solo haz clic en el icono de cada una!!!



Trust-Faith Psalm 56:3



We Are, red enfocada a jóvenes universitarios de la iglesia El Lugar de Su Presencia

Biblia, hacer devociones y más desde tu celular para descargarla solo haz clic en el icono que esta en la parte superior.

Save Our Souls, una pagina donde la publicación de imágenes e historias en Instagram es continua, siempre pensando en como los jóvenes pueden conocer a Dios



Souncloud es una aplicación que te permite escuchar radio, predicaciones y música de distintos artistas cristianos, solo debes colocar el nombre de la iglesia o de los artistas para encontrar los mejores contenidos, solo haz clic en el icono que esta en la parte superior.



Memes Cristiano, un perfil que sin duda te hará reír con los mejores memes dentro de la iglesia y fuera de ella.



¿CÚAL ES NUESTRA POSICIÓN EN CRISTO?

Cuando decidimos aceptar a Cristo en nuestro corazón, se activa de forma espiritual nuestra posición en Cristo y aun que la Biblia menciona muchos de los beneficios que tenemos por ser seguidores de Cristo, en este primer tema hablaremos de 6.

1. Soy hijo de Dios:

Juan 1:12 dice: "Mas a todos los que le recibieron, a los que creen en su nombre, les dio potestad de ser hechos hijos de Dios" RVR1960, esto nos habla de lo especiales que somos para Dios y como fuimos hechos no por nuestros padres sino por la voluntad de Dios, solo con creer en Dios y en lo que Jesús hizo en la Cruz es que podemos empezar a ser hijos de Dios.

**El Señor me llamó antes de nacer, en el vientre de mi madre, pronuncio mi nombre
Isaías 49:1 NVI**

2. Soy santo:

No se si tu ya recibiste a Cristo en tu corazón o no, pero de igual forma Dios quiere santificarte pero para eso debes recibirlo y también creerle. En muchas ocasiones, creer que somos santos no es tan fácil, tal vez porque pecamos y nos sentimos culpables y aun que en este tema no hablaremos de la culpa, saca eso de tu corazón y de tupidia y permite a Dios santificarte como lo dice en 1 Corintios 1:2

"...a los santificados en Cristo Jesús, llamados a ser santos con todos los que en cualquier lugar invocan el nombre de nuestro Señor Jesucristo..." RVR1960.

Somos santos que aveces pecamos pero sabemos que podemos ir a Dios y pedirle el perdón que necesitamos porque

**"¿No se dan cuenta de que su cuerpo es el templo del Espíritu Santo, quien vive en ustedes y les fue dado por Dios? Ustedes no se pertenecen a sí mismos, porque Dios los compró a un alto precio. Por lo tanto, honren a Dios con su cuerpo"
1 Corintios 6:19-20 NTV**

Tomado bibliográficamente del material de la Iglesia el Lugar de Su presencia



Extraído de la Iglesia El lugar de Su Presencia





En definitiva, cuéntanos de ti, como vives, que te gusta muéstranos como tu quieras quien eres tu y como te gusta vivir tu vida y experimentar a Dios!