

# Enmarcando la Juventud

Por Jeremy Myers, Augsburg College

## **INFORMACION PRELIMINAR**

### **DESCRIPCION DE LA SESION:**

Las percepciones y los estereotipos de la sociedad hacia los jóvenes están basados principalmente en mitos. Desafortunadamente, muchas de nuestras practicas de ministerios son influenciadas por estos mitos. Esta sesión revelará algunos de estos mitos que ocasionan que nosotros enmarquemos negativamente a los jóvenes y ofrecerá maneras más prácticas para ayudarle a usted y a su congregación a enmarcar a los jóvenes cómo hijos e hijas de Dios, con dones para compartir y llamados para vivir.

### **RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:**

1. Los participantes harán consciencia de las fuentes de nuestros estereotipos de la gente joven y cómo estos marcos limitan nuestro ministerio.
2. Se le presentará a los participantes un marco teológico para comprender a la gente joven y nuestro ministerio con ellos.
3. Los participantes ayudarán a otros en su congregación a pensar sobre la gente joven mediante este marco.

### **MATERIALES:**

1. Video de History of Adolescence (Historia de la adolescencia)
2. Folleto: Descripciones de "Called Agents" ("Agentes Llamados")
3. Folleto: Bibliografía
4. Texto del video History of Adolescence (Historia de la adolescencia)

### **INFORMACION GENERAL:**

Esta lección ayudará a los participantes a examinar críticamente cómo nuestras conjeturas sobre los niños y la juventud influyen nuestro ministerio con ellos.

1. **Estereotipos - 5 minutos**

- a. Haga que los participantes identifiquen en 1 minuto todos los estereotipos que puedan.
- b. En grupo grande, haga una lista en la pizarra de todos los estereotipos.
- c. Discusión
  - i. ¿Son verdaderos?
  - ii. ¿Son verdaderos para todos los jóvenes todo el tiempo?
  - iii. ¿Por qué nos aferramos a estos si no son verdaderos?
  - iv. ¿Cuál es el origen u orígenes de estos estereotipos?

2. **Enmarcando a la gente joven como Consumidores sin Desarrollar - 15 minutos**

- a. Un video de 5-minutos introducirá a los participantes al desarrollo histórico de la adolescencia como una fase de la vida. Usted puede reproducir el video o utilizar el video texto anexo "History of Adolescence" (Historia de la adolescencia). Presente el video diciendo: "En este video, escucharemos una sinopsis breve del desarrollo histórico de esta fase de la vida que llamamos 'adolescencia'. Al aprender este desarrollo histórico, veremos los diversos estereotipos que han surgido y por qué son peligrosos."
- b. Discusión después del video (10 minutos)
  - i. En un papel periódico, pizarra o pizarra blanca, dibuje un cuadro lo suficientemente grande para escribir dentro de él. En el exterior del cuadro, en cada lado, escriba las siguientes palabras: *Sin desarrollo, Sin identidad, Egocéntrico y Consumidor*. Explique que éste es el marco del Consumidor sin Desarrollo.
  - ii. Haga que los participantes busquen un compañero y que discutan en dónde es que ven el "residuo" de este marco *del Consumidor sin Desarrollo* en el ministerio de su congregación con jóvenes. Otórgueles unos minutos para que discutan esto con su compañero y luego pregúnteles que compartan lo que discutieron.
  - iii. En el grupo grande, discutan: ¿Cómo nos limita este marco en nuestro ministerio con los jóvenes? Resuma sus ideas dentro del cuadro que dibujó.

3. **Enmarcando a los jóvenes como Agentes Llamados - 25 minutos**

- a. Divídanse en 4 grupos pequeños (10 minutos)
  - i. Déle a cada grupo una descripción del *Llamado, hijo/a de Dios, Relacional o Agente*. Esta descripción será acompañada de escrituras o textos teológicos que apoyan esta afirmación. Incluirá 1-párrafo de descripciones de esas características e incluirá un caso de estudio o ejemplo que nos ayude a visualizarlo.
  - ii. Haga que cada grupo pequeño discuta las próximas dos preguntas que conciernen a su característica asignada. ¿Por qué es importante que veamos a los jóvenes como

*(Llamados por Dios, Hijo/a de Dios, Relacional, Agente)? ¿Cómo sería de diferente nuestro ministerio con la juventud si lo tomáramos seriamente?*

b. En grupo grande (15 minutos)

- i. Reúna a los grupos pequeños en el grupo grande y resuma sus respuestas a estas dos preguntas. Tenga 4 hojas grandes en frente de cada participante que resuman las características que su grupo hizo para compartirlo con todos.
- ii. Dibuje un cuadro nuevo y enmárquelo con las palabras *Llamados por Dios, Hijo/a de Dios, Relacional y Agente*. Pregúntele al grupo ¿cómo este marco moldearía o cambiaría su ministerio con jóvenes?

#### **4. Aplicando un nuevo Marco - 10 minutos**

- a. Coloque las siguientes preguntas en frente de los participantes. Déle unos minutos para que procesen en silencio y reflexionen sobre las preguntas por escrito. Luego, que compartan 1 de las preguntas con un compañero. Después, al grupo en general pida que compartan algunas reflexiones para cada una de las preguntas.
  - i. Éxito Actual: ¿Cómo está el ministerio de jóvenes de su congregación actualmente trabajando con el marco “Agente Llamado”?
  - ii. Área de Crecimiento: ¿Cuál es un cambio que necesita hacer su congregación para aproximarse al marco del “Agente Llamado”?
  - iii. Estrategia: ¿Cuál es una cosa que pueden hacer para empezar a hacer este cambio? ¿Dónde espera tener resistencia? ¿Aceptación?

#### **5. La oración - 5 minutos**

- a. Regrese a la lista de estereotipos que se creó al principio del taller. Abra un tiempo de oración e invite a cada participante a decir en voz alta palabras que desafían los estereotipos negativos en la lista. Pídale al Espíritu de Dios que continúe abriendo nuestros ojos a los llamados y dones de nuestra juventud y que podamos ayudarles a vivir este llamado.



*Este currículo fue desarrollado para la iniciativa de Practice Discipleship o “Practicando el Discipulado”. “Practicando el Discipulado” es un ministerio de la red del Ministerio Juvenil de la Iglesia Evangélica Luterana en América (IELA) en asociación con IELA y sus sínodos. Es financiado por la Unidad para la Misión Congregacional y Sinodal de la IELA como una extensión del ministerio de la Asamblea de Jóvenes. Se le otorga permiso para usar estos recursos en sus comunidades locales tan pronto que una organización o individuo no se beneficie económicamente. Para mayor información, visite [www.practicediscipleship.org](http://www.practicediscipleship.org).*

## Texto del Video History of Adolescence (Historia de la adolescencia)

En este video, quiero darles una breve descripción del surgimiento histórico de la fase de vida que llamamos la adolescencia.

Antes del siglo 20<sup>th</sup> usted era o un niño o un adulto. No había un intermedio. Si era lo suficientemente fuerte para proveer por su familia o parir hijos, usted era considerado un adulto. Si no podía hacer estas cosas, usted era un niño.

En 1904, G. Stanley Hall fue reconocido el primer psicólogo infantil y publicó un libro titulado *Adolescence: Its Psychology and its Relations to Physiology, Anthropology, Sociology, Sex, Crime, Religion, and Education*. Este libro fue el primero de su género que enmarco los años de la adolescencia como una fase de la vida que no es ni la infancia ni la edad adulta. Dio paso a la idea de la adolescencia como una fase de estrés y las “hormonas descontroladas”. La descripción de Hall se llamaba “moratorium”, lo que significa que los adolescentes no deberían ser sobrecargados con muchas responsabilidades. Más bien, se les debe dar espacio para que “siembren sus excesos juveniles” de lo contrario, no madurarían con el fervor que necesitarán para ser ciudadanos productivos. La mayoría de las teorías de Hall han sido desacreditadas pero sus residuos todavía perduran en las perspectivas de nuestra cultura hacia los jóvenes y las prácticas del trabajo juvenil.

Pero al mismo tiempo habían otras cosas que interactuaban.

En su libro *Act Your Age!*, la Dr. Nancy Lesko identifica tres ansiedades culturales masivas que prevalecían en la sociedad americana al mismo tiempo que Hall estaba desarrollando sus teorías de la adolescencia. Estas incluían ansiedades sobre las relaciones raciales, de los roles de género y la edificación de la nación. La afirmación de Lesko’s era que nuestras ansiedades sociales sobre estos tres asuntos se fundían con las teorías de Hall y esto causó un enfoque total de nuestras ansiedades y esperanzas sobre aquellos que estaban en esa fase de la vida que se llama “adolescencia”. Entonces, inmediatamente empezamos a mandar señales mixtas al mismo tiempo que se opinaba que no deberían ser sobrecargados con responsabilidades adultas SIN EMBARGO, se esperaba que ellos resolvieran los asuntos controversiales de nuestra nación.

Al mismo tiempo, el gobierno de los EEUU estaba lidiando con las leyes sobre el trabajo infantil. El National Child Labor Committee (El Comité Directivo Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil) fue fundado el mismo año que se publicó el libro de Hall. Su meta era erradicar

a los niños de la fuerza laboral. No fue hasta el 1938 cuando se pasó el Fair Labor Standards Act (La Ley de Normas Razonables de Trabajo) y casi toda forma de trabajo infantil se volvió ilegal. Hasta este punto, los niños trabajaban lado a lado con adultos y ahora, el mundo del trabajo estaba fuera de su alcance.

La Ley de Normas Razonables de Trabajo de 1938 no hubieran sido pasadas si no fuera por el Great Depression (La Gran Depresión) de 1930. El Comité Directivo Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil quería sacar a los niños del lugar de trabajo por su seguridad pero la Gran Depresión lo hizo necesario.

Asistencia en las preparatorias no era la norma y por eso, mucha gente joven no tenía trabajo pero no iban a la escuela necesariamente. Esto cambio en los 1930's. En 1930, menos de ½ de los adolescentes americanos iban a la preparatoria. Para 1940 aproximadamente 2/3 atendían a la escuela. El porcentaje de los adolescente de la preparatoria continuó incrementando durante los 1940's conforme la preparatoria se convirtió en la experiencia normal para el adolescente americano.

Esta combinación de las teorías mal informadas de Hall, las ansiedades sociales, las leyes de trabajo, la depresión y la enseñanza obligatoria crearon la tormenta perfecta que parió lo que ahora llamamos "youth culture" (la cultura juvenil). La primera cultura juvenil se puede ver en la película Grease (Vaselina). Por primera vez en la historia, los adolescentes estaban escuchando música distinta a la de los adultos, se vestían diferente a los adultos y pasaban su tiempo distintamente. Upstart companies (compañías que están iniciando) durante el boom de la economía de la América-posguerra, vio a esta cultura juvenil como objetivos principales y empezó la actitud de casería de las corporaciones hacia los jóvenes . De 1950 en adelante, no se puede separar la cultura juvenil de la cultura de los medios de comunicación y la mercadotecnia.

En este breve repaso de la historia de la adolescencia, se puede ver que no es una categoría de necesidad biológica sino que es algo culturalmente construido. Este surgimiento histórico de la adolescencia como una fase única de la vida, nos deja con un marco sumamente sesgado que deforma nuestras perspectivas de la gente joven. Por el beneficio de esta lección, quisiera llamar esta perspectiva el Marco del Consumidor sin Desarrollo. Surge de esta historia que hace que veamos a los jóvenes como sin desarrollo, sin identidad, egocéntricos, consumidores.

Los percibimos sin desarrollo porque no les creemos capaces de contribuir a la sociedad positivamente.

Los percibimos como sin identidad, y así asumimos que ellos no se reconocen como hijos/as de Dios.

Los percibimos como egocéntricos e incapaces de preocuparse de los deseos y aspiraciones de otros.

Y los percibimos como consumidores a los cuales debemos servir y crear productos y programas para mantenerlos satisfechos y leales.

Si toma un momento para pensar críticamente sobre el ministerio de su congregación hacia los niños y la juventud, empezará a ver estas huellas del Marco del Consumidor sin Desarrollo presentes en todo lo que hacen. Es mi esperanza que esta lección nos ayude a ser honestos y críticos sobre como enmarcamos nuestra juventud y como éste marco limita nuestro ministerio con ellos.

## EL LLAMADO

*Y vino a mí la palabra del Señor: “Antes que yo te formara en el seno materno, te conocí, Y antes que nacieras, te consagré; te puse por profeta de las naciones.” Entonces dije: “¡Ah, Señor Dios[a]! No sé hablar, porque soy joven.” Pero el Señor me dijo: “No digas: ‘Soy joven,’ porque adondequiera que te envíe, irás, y todo lo que te mande, dirás. No tengas temor ante ellos, porque contigo estoy para librarte,” declara el Señor. Entonces el Señor extendió Su mano y tocó mi boca. Y el Señor me dijo: “Yo he puesto Mis palabras en tu boca. Mira, hoy te he dado autoridad sobre las naciones y sobre los reinos, para arrancar y para derribar, para destruir y para derrocar, para edificar y para plantar.”” (Jeremías 1:4-10)*

### **¿ Qué significa ser Llamado?**

Hacemos la afirmación audaz de que todos tenemos un llamado de Dios para servir a nuestros vecinos en su vida diaria. Hacemos esto mediante nuestras relaciones – vecino, compañero de clase, compañero de equipo, hijo, hija, pareja, cónyuge, colega etc. Ser llamado significa que somos libres para asociarnos con Dios en la sanación del mundo por el bien del mundo y no como una forma de ganar el favor de Dios. Nuestra gente joven tiene este llamado AHORA, no tienen que esperar a ser adultos.

### **¿Cómo es distinto al Consumidor sin Desarrollo?**

Al Consumidor sin Desarrollo no se le dice que tiene un llamado para vivir la misión de Dios. Le hacen creer que no está desarrollado completamente y por ende, no puede contribuir positivamente hasta que es un adulto y desarrolla la madurez y experiencia que se necesita para contribuir a la sociedad. ¿Cómo puede tener un llamado si no es un humano completamente desarrollado?

### **¿Cómo se ve esto?**

Miriam tiene 16 años y se preocupa por la creación de Dios y cree que tiene una responsabilidad especial para protegerla y ayudar (desafiar) a otros a protegerla también. Todos los domingos por la noche en su iglesia, una comunidad intergeneracional de niños, jóvenes y adultos se reúnen para cenar y alabar. Una semana Miriam señaló su descontento por el uso de platos, vasos y cubiertos desechables para las cenas. Cada semana, la iglesia agrega de 1-2 bolsas grandes al tiradero. Miriam pidió si pudieran cambiar y usar los platos, vasos y cubiertos de la cocina de la iglesia y turnar los grupos para lavar los trastes. Todos acordaron que era una buena idea y muchos individuos comentaron que les gustaba lavar los trastes con sus grupos. El llamado de Miriam para proteger el medio ambiente cambió la cultura de su congregación.

### **Preguntas para discusión**

1. ¿Por qué es importante que consideremos a los jóvenes como Llamados por Dios?
2. ¿Cómo fuera de diferente nuestro ministerio con la juventud si lo tomáramos seriamente?



# HIJO/A DE DIOS

*“Somos hijos de una humanidad caída; a través del agua y el Espíritu Santo renacemos como hijos de Dios y somos hechos miembros de la iglesia, el Cuerpo de Cristo.”* (Liturgy of Holy Baptism, ELW)

## **¿Qué significa ser hijo/hija de Dios?**

La Gracia de Dios nos libera de la esclavitud de la humanidad caída y nos deja libres para vivir como Hijos/as de Dios. Ser un Hijo/a de Dios significa que somos adoptados a la comunidad de la iglesia e injertados al cuerpo de Cristo. No estamos en busca de una identidad. No somos sin identidad. Nuestra identidad es otorgada por Dios conforme nos acerca hacia él y nos reclama como suyos. Olvidamos esta realidad y es el llamado de la iglesia recordarnos de esta verdad. Somos llamados a ser lo que verdaderamente somos, Hijos/as de Dios.

## **¿Cómo es distinto al Consumidor sin Desarrollo?**

El Consumidor sin Desarrollo es un consumidor irracional en busca de una identidad que piensa que debe lograr mediante el consumo de productos o logrando éxitos. Para él, la identidad es un logro, no un regalo. Desafortunadamente, para muchos jóvenes, esta identidad se entiende como un logro inalcanzable. Un concepto predominante que tenemos de la adolescencia es que la gente joven tiene el trabajo principal de “encontrar” o “lograr” su identidad. Y aún así, creemos que nuestra identidad es un regalo de Dios.

## **¿Cómo se ve esto?**

Zak despertó una mañana y se dio cuenta que toda su ropa era de marca. Él gastó bastante dinero para comprarlas y se convirtió en una cartelera ambulante para estas marcas. Pensó que era extraño que él estaba pagando dinero para hacer el trabajo de ellos de promover el producto. También se estaba dando cuenta más y más del papel que jugaban las marcas en la preparatoria; determinaban la clase social de los estudiantes o viceversa. Él aprendió a coser y ahora cose parches sobre todas las marcas de su ropa o le quita las etiquetas. También, solo compra en tiendas de segunda. No quiere ser asociado por las marcas que usa o no usa. Quiere ser reconocido por quien realmente es.

## **Preguntas para discusión**

1. ¿Por qué es importante que consideremos a los jóvenes como Hijos/as de Dios?
2. ¿Qué tan diferente pareciera nuestro ministerio con la juventud si lo tomáramos seriamente?

## RELACIONAL

*“Y dijo Dios (Padre, Hijo y Espíritu Santo): “Hagamos al hombre a Nuestra imagen, conforme a Nuestra semejanza; y ejerza[o] dominio sobre los peces del mar, sobre las aves del cielo, sobre los ganados, sobre toda la tierra, y sobre todo reptil que se arrastra sobre la tierra.” Dios creó al hombre a imagen Suya, a imagen de Dios lo creó; varón y hembra los creó.” (Génesis 1:26-27)*

### **¿Qué significa ser Relacional?**

Fuimos creados a la imagen de un Dios relacional y trino. Entonces, hemos sido creados para relaciones. Múltiples disciplinas (lingüística, sociología, psicología, teología, filosofía, etc.) concuerdan que la identidad del sujeto y el sentido de propósito son definidos por las relaciones en las que se encuentra. Esto no quiere decir que todos debemos ser la vida de la fiesta o extrovertidos. Simplemente significa que nos entendemos cuando estamos conectados con otras personas.

### **¿Cómo es distinto al Consumidor sin Desarrollo?**

El Consumidor sin Desarrollo no necesita conectarse con otras personas. Solo tiene que cumplir las bajas expectativas que imponemos en los adolescentes. Esperamos que sean egocéntricos. Esperamos que solo se preocupen por ellos mismos. Asumimos que este comportamiento es normal y subestimamos a los adolescentes. Cuando cumplen esas expectativas bajas, ellos se encuentran perdidos y sin sentido. Cuando experimentan conexiones relacionales, ellos se encuentran vivos y animados. ¿Por qué creen que los campamentos de estudios bíblicos son una experiencia poderosa para los jóvenes? Es porque están tejidos en una tela intencionalmente relacional por una semana entera. ¡Y fuimos creados para eso mismo!

### **¿Cómo se ve esto?**

Jacque nunca se ha sentido como una ermitaña. Ella es un poco rara y sabe que esto no le permite hacer amistades. A menudo piensa que nadie la entiende. Una semana, se presto como voluntaria con su iglesia en un centro para indigentes sirviendo comida y jugando juegos. Estaba segura que lo odiaría y que los indigentes olerían mal y no podría mantener una conversación con ellos. Jacque se anima al recontar la historia. Estaba muy nerviosa y no podía comunicarse con los indigentes, entonces se sentó sola a comer hasta que 3 residentes se le acercaron y le preguntaron si se podían sentar junto a ella. Se presentaron y le hicieron preguntas, le contaron chistes y se rieron de sus chistes. Jacque la pasó bien y dice que no recuerda otra ocasión en la que se rió tanto. Ella experimentó una conexión con esas personas.

Ella se encontró con la humanidad de ellos y ellos con la suya. Ella dice, “¿Sabes cuál fue la mejor parte? Me entendieron. ¡me ENTENDIERON!”

**Preguntas para discusión**

1. ¿Por qué es importante que consideremos a los jóvenes como primariamente Relacional?
1. ¿Qué tan diferente pareciera nuestro ministerio con la juventud si lo tomáramos seriamente?

## AGENTE

*“Ahora bien, hay diversidad de dones, pero el Espíritu es el mismo. Hay diversidad de ministerios, pero el Señor es el mismo. Y hay diversidad de operaciones, pero es el mismo Dios el que hace todas las cosas en todos. Pero a cada uno se le da la manifestación del Espíritu para el bien común.” (1 Corintios 12:4-7)*

### ¿Qué significa ser un Agente?

Agencia significa poder. Nuestra juventud ha sido obsequiada por Espíritu de Dios para servir al bien común. Cada uno tiene dones y habilidades y poder para ayudar a la comunidad cristiana a servir al mundo. Les perjudicamos cuando asumimos que no tienen nada significativo que ofrecer hasta que “oficialmente” son adultos. Desafortunadamente, muchos jóvenes creen que no tienen poder o creen que los adultos no quieren compartir el poder con ellos. El llamado de Dios y el Espíritu de Dios vienen con gran poder y gran responsabilidad.

### ¿Cómo es distinto al Consumidor sin Desarrollo?

El Consumidor sin Desarrollo no tiene una agencia. Esencialmente, no queremos que piense por sí mismo o que ejercite su individualidad. Queremos “convencerle” que pasivamente consuma lo que sea que estamos tratando de venderle –sea esto lo que está de moda, una imagen corporal o una membresía en la iglesia. Una cultura impulsada por el consumo quiere consumidores que no piensan, que no tienen poder para que digan, sigan y piensen lo que quieren; que digan, sigan y piensen para mantener el status quo. El Consumidor sin Desarrollo no crea ruido. Si opta no consumir o no puede consumir, se le etiqueta “desechable” por la sociedad de acuerdo a Henry Giroux. Nuestra sociedad parece no querer que los jóvenes tengan poder o agencia.

### ¿Cómo se ve esto?

En Agosto de 2012, un gato fue quemado y clavado en un árbol en un parque al sur de Minneapolis junto a una foto del Presidente Obama. Las agencias de noticias cubrieron esta historia como la amenaza a la seguridad que era. Pero había otra parte de la historia. Un niño del vecindario que se llama Spencer organizó una vigilia en el parque para el gato y para el parque. Al día siguiente, él y sus



amigos se reunieron para decorar la acera que rodeaba el parque con dibujos de gatos y poemas sobre la razón por la que amaban a los gatos y por qué amaban el parque. Spencer era un agente con poder para guiar a su vecindario y reclamar y redimir un parque público de un acto grotesco.

**Preguntas para discusión**

2. ¿Por qué es importante que consideremos a los jóvenes como Agentes?
3. ¿Qué tan diferente pareciera nuestro ministerio con la juventud si lo tomáramos seriamente?

## **BIBLIOGRAFIA**

Los siguientes textos son lecturas que se recomiendan para expandir sus habilidades de pensar críticamente sobre los efectos de sus estrechos puntos de vista y bajas expectativas de la gente joven (el consumidor sin desarrollo) y la promesa de un ministerio moldeado por el marco “Agentes Llamados” de niños y jóvenes.

Epstein, Robert. 2007. *The Case Against Adolescence: Rediscovering the Adult in Every Teen*. Sanger, Calif: Quill Driver Books/Word Dancer Press.

Giroux, Henry A. 2009. *Youth in a Suspect Society: Democracy or Disposability?* New York: Palgrave Macmillan.

Hine, Thomas. 2000. *The Rise and Fall of the American Teenager*. New York: Perennial.

Lesko, Nancy. 2001. *Act Your Age! A Cultural Construction of Adolescence*. New York: Routledge Falmer.

Mahan, Brian, Michael Warren, and David F. White. 2008. *Awakening Youth Discipleship: Christian Resistance in a Consumer Culture*. Eugene, Or: Cascade Books.

Moore, Mary Elizabeth, and Almeda M. Wright. 2008. *Children, Youth, and Spirituality in a Troubling World*. St. Louis, Mo: Chalice Press.

Parker, Evelyn L. 2003. *Trouble Don't Last Always: Emancipatory Hope among African American Adolescents*. Cleveland, OH: Pilgrim Press.

White, David F. 2013. *Dreamcare: A Theology of Youth, Spirit, and Vocation*.