ENVIADO POR
Irmgard

ON
09/09/2015

★ ★ ★ ★ ★
Keine Stimmen

Anhelos de un mundo perdido



En busca de oportunidades para el trabajo evangelizador con niños y jóvenes. ¡Un análisis crítico con el objetivo de encontrar enfoques positivos para la evangelización!

Jesús y la mujer en el pozo de Jacob

A partir de la sed física de agua, se entabla una conversación entre Jesús y la mujer sobre la sed de vida: los anhelos que se esconden en lo más profundo de su ser. La conversación se desarrolla, por así decirlo, en dos niveles diferentes:

Jesús promete a la mujer agua viva. Así se llamaba en aquella época al agua de manantial, al agua fresca y corriente, en contraposición al agua estancada que se sacaba de las cisternas. «Qué bien estaría —piensa la mujer— si existiera un agua así que saciara la sed para que nunca volviera a aparecer. Qué bien estaría no tener que volver cada día hasta allí para ir a buscar agua».

La mujer reconoce su sed

La mujer reconoce sus anhelos: la samaritana pasa de centrarse en su sed física a considerar su sed espiritual a través de su encuentro con Jesús, de la petición «¡Dame de beber!» a la petición «¡Trae aquí a tu marido!». Jesús no se queda en lo superficial, sino que aborda los anhelos más profundos de esta mujer. No conocemos los anhelos de esta mujer. Quizá fuera un deseo de cercanía, o de independencia, o de reconocimiento y aceptación, o de independencia y dignidad.

Jesús comprendió y se tomó en serio a la mujer, con sus necesidades y sus deseos. Conocía sus deseos y anhelos más profundos. No está mal que observemos de cerca lo que preocupa a las personas hoy en día, cuáles son sus anhelos más profundos, para poder acompañarlas allí donde se encuentran. Jesús vio la profunda necesidad de las personas y se conmovió por ella, incluso derramó lágrimas. Los seres humanos estamos fundamentalmente diseñados para la relación. Hemos sido creados para adorar a Dios y estar en comunión con Él. ¡El hombre anhela la adoración y la comunión con Dios! Dios puso este anhelo en nosotros desde la creación del hombre.

El problema: el «mundo perdido»

El hombre perdido no cree en este Dios. Por eso, tampoco puede adorar a Dios. Esto abre un profundo vacío de falta de sentido en su interior, que está desesperado por llenar de nuevo.

Como no cree en Dios, necesita otras cosas a las que adorar. Y la sociedad moderna también tiene ya preparada una solución: la autorrealización.

Dado que, a sus ojos, ya no existe Dios, el ego humano asume esa función. «Si ya no puedo creer en nada externo, creeré simplemente en mí mismo». «La salvación está dentro de mí. Solo tengo que encontrarla». «Haz lo que quieras, siempre que sea lo correcto para ti». «¡Sé consciente de tus objetivos y haz todo lo posible por alcanzarlos!». Estos y otros similares son los lemas de la sociedad actual. En este proceso, todo lo que se interpone en el camino de este objetivo queda relegado a un segundo plano.

- **Movilidad**
  Como individuo, quiero ser libre en todo momento para decidir cuándo y dónde desplazarme sin la ayuda de los demás. Ser móvil significa ser independiente. «Mi coche y yo» es el lema. El hombre moderno es una persona solitaria que vive su existencia encerrada en una lata. El ciudadano medio pasa sesenta horas al año solo, parado ante un semáforo en rojo en medio de atascos.
- **Sin hijos**
  No quiero hijos porque podrían poner en peligro mi carrera y mis objetivos personales. La familia ya no es una comunidad de trabajo o de servicio, sino una comunidad emocional. A la primera sacudida emocional, el barco del matrimonio se inclina y la separación es inevitable. Cuando la felicidad personal tiene prioridad sobre la felicidad de la familia en su conjunto, es casi inevitable que surjan conflictos.
- **Válido para mí**
  Las verdades generales ya no existen. Lo que es verdad es lo que me conviene en este momento y me hace avanzar.
- **«Lo quiero todo...»**
  El fracaso y la paciencia han quedado descartados. Lo quiero todo y lo quiero exactamente cuando y como yo quiera.

Nuestra sociedad se ha adaptado desde hace tiempo al énfasis extremo en los intereses del individuo por encima de los de la comunidad. Los individuos tienen todos los derechos y se les permite forjar sus propias vidas, mientras que la sociedad solo tiene una función de servicio. La sociedad de servicios está en pleno auge.

Pluralismo

Sin embargo, si cada uno es su propio dios y determina su propia verdad, ya no existe una única verdad. Entonces nos encontramos ante muchas verdades diferentes que coexisten de forma independiente. La convicción fundamental de que los diferentes puntos de vista y formas de vida deben aceptarse por igual como verdaderos se denomina pluralismo.

El pluralismo de la vida se denomina pluralismo

Los deseos individuales de los clientes determinan el marketing. El colectivo ha pasado a la historia, ¡viva el individuo! En Levi's, puedo elegir entre 8448 combinaciones diferentes de estilos, cortes y tallas de vaqueros, y mi ordenador está personalizado a mi gusto. Donde antes había un solo dentífrico en la estantería, ahora hay una estantería repleta de docenas de productos de marca: se supone que cada uno debe tener su propio dentífrico. Los grandes almacenes se han convertido en un templo de la modernidad. Hace tiempo que nos hemos acostumbrado a la diversidad de la oferta de los grandes almacenes.

La desventaja de esta diversidad de oferta es la obligación de elegir. Elegir ya no es solo una forma de comportamiento impuesta, sino que hace tiempo que se ha convertido en una forma de pensar y de vivir. Hoy en día tomamos más decisiones en una semana que las que tomaban nuestros antepasados

en toda su vida. Nada más levantarme, tengo que decidir qué ropa me voy a poner (antes solo había la ropa de entre semana y la falda de los domingos). Después surge la pregunta de qué «mezcla de muesli» voy a tomar para desayunar y qué voy a beber con ella. ¿Qué fruta me llevo para la merienda?

La agonía de la elección

Cuando voy de compras, tengo que dedicar cada vez más tiempo a examinar los productos para tomar la decisión correcta. Todo esto lleva tiempo. Esto hace que los productos sean más importantes de lo que solían ser. Pasan a ocupar un lugar central en nuestras vidas.

Pero el problema no es necesariamente la variedad de productos que se ofrecen en nuestros grandes almacenes, sino la variedad de visiones del mundo que se nos presentan y la desorientación que ello conlleva. ¿Y si elijo mal? Al estar constantemente eligiendo, perdemos seguridad —¡podría elegir mal!—. Por eso buscamos seguridad.

Los investigadores de tendencias hablan de «cocooning», del repliegue del ego en su capullo, en un aislamiento autoimpuesto. Las cuatro paredes de nuestra casa se consideran una fortaleza de la individualidad. Y si tengo que salir, tengo mi Discman. Así que estoy solo conmigo mismo y con mi mundo en todas partes, aislado por los auriculares. El trasfondo de esta existencia en capullo es el creciente miedo a lo inesperado y al mundo multicultural, así como la sensación de estar constantemente abrumado. Queremos volver a sentir seguridad en este mundo.

El auge de la seguridad se observa en todas partes:

- Los servicios de vigilancia privada están en auge
- Los coches tienen airbags, ABS, protección contra impactos laterales...
- Los ordenadores tienen cortafuegos y programas antivirus
- Se libran guerras en nombre de la seguridad
- Vigilancia personal mediante cámaras
- Condones durante las relaciones sexuales
- Casi ninguna puerta principal se deja sin cerrar por la noche

Buscamos un punto de apoyo en este mundo individualista y pluralista. Una de las enfermedades de moda de las últimas décadas y consecuencia de la individualización es la pérdida del «yo», los llamados «casos límite». Las personas con esta enfermedad mental han perdido su personalidad y viven únicamente en determinados roles. Estas personas ya no saben quiénes son en realidad. La persona está inquieta porque se encuentra en una búsqueda constante de su identidad. El sentido y la seguridad vuelven a ser una necesidad. El ser humano busca calidez, cercanía, seguridad, amor, paz, un hogar. Vuelve a encender velas, se acurruca bajo el edredón.

Muchos se han dado cuenta de que los anhelos de autorrealización, en última instancia, no pueden satisfacerse. Se han dado cuenta de que la plenitud de su ser debe buscarse fuera de sí mismos. Pero como siguen sin querer creer en un Dios, la respuesta debe estar en el amor en la relación con los demás.

En busca de seguridad.

Buscamos calidez y seguridad. Queremos volver a soñar, acurrucarnos en el mullido mundo de la fantasía. Las bandas de chicos cantan en sus baladas románticas sobre el anhelo de autenticidad, amor, seguridad y una experiencia profunda del ser. La mayoría de los adolescentes son sensibles y lo dicen con sinceridad. Tienen un profundo anhelo de calidez y de amigos. Buscan relaciones auténticas.

El individualismo en el grupo

Sin embargo, el individualismo también ha prevalecido aquí. Ya no existen normas universales sobre cómo debería ser una relación de este tipo. La sociedad reconoce los estilos de vida sin pareja, prematrimoniales, conyugales o posmatrimoniales. Y aquí también se aplica lo siguiente: «¡Tengo que sacarle partido a lo que pago! ¡Lo bueno es lo que me satisface!». Las relaciones profundas se confunden con el sexo superficial. La tendencia apunta claramente hacia el sexo sin amor, el sexo sin consecuencias y sin responsabilidad. La prostitución está socialmente integrada.

Sin embargo, la gente anhela algo más que la gratificación a corto plazo. La fidelidad y la honestidad vuelven a ocupar un lugar destacado en la agenda de la mayoría de los jóvenes. Últimamente, incluso se ha hablado de una nueva castidad entre los jóvenes. La gente vuelve a esperar al hombre —o a la mujer— de su vida. El matrimonio también está recuperando su protagonismo, junto con la familia. El 65 % de los jóvenes considera que el matrimonio es la forma de vida ideal. La gente anhela la felicidad y la seguridad y está cansada de vivir sin relaciones. Al mismo tiempo, uno se da cuenta de que siempre le decepcionan las personas y de que, al final, sus anhelos nunca se satisfacen.

Así que intentamos llenar el vacío de sentido en nuestras vidas con otras cosas.

Materialismo

La creencia en el poder del dinero y las posesiones define nuestra cultura occidental. Nos definimos por lo que poseemos. La publicidad quiere hacernos creer que solo podemos experimentar la libertad y la felicidad con determinados productos. Nos hemos convertido en entendidos. Hemos olvidado cómo prescindir de las cosas. Ya no somos capaces de ponernos límites. Ya no queremos hacerlo. ¿Por qué deberíamos hacerlo? Si no tienes suficiente dinero, ¡puedes alquilarlo o vivir a crédito!

Tenemos que comprarnos la felicidad paradisíaca en la tierra

Tenemos que comprar juntos la felicidad paradisíaca en la tierra, porque ya no creemos en un paraíso en el cielo. Lo mismo ocurre con nuestra adicción a las experiencias. El hombre moderno se ve sometido a una enorme presión de tiempo para no perderse nada. Al fin y al cabo, podría ser que precisamente la experiencia que nos hayamos perdido nos hubiera aportado la verdadera plenitud.

Así que corremos de un parque de aventuras a otro. Del puenting al barranquismo, siempre buscando satisfacer nuestras ansias. Tenemos cada vez más tiempo libre, pero cada vez menos tiempo para vivir. Nuestros deseos han crecido enormemente. Lo queremos todo, y lo queremos ya. Nos apremia el tiempo porque ya no tenemos una eternidad. Todo debe lograrse en esta única y breve vida, porque ya no hay vida después de la muerte. El sentido de la vida ya no reside en la adopción de tradiciones o creencias, sino en la experiencia personal de la realidad. La vida se convierte en «experimentar». Solo lo que veo, siento y experimento es verdad. Nuestra sociedad se ha convertido en una sociedad de la experiencia.

Hoy en día, muchos de los que buscan placeres a través de las experiencias se dan cuenta de que el riesgo de decepción acompaña a cada experiencia. Las experiencias solo proporcionan una satisfacción selectiva.

Seguimos buscando sentido, una comunidad estable y normas morales. La religión satisface estas necesidades y, por ello, está en auge. Su forma, sin embargo, es inusualmente nueva. Una vez más, muchos se inventan su propia religión como si estuvieran en un supermercado. Como seguimos sin querer creer en Dios, buscamos en otros lugares la experiencia de la salvación. Desde todas partes se nos prometen fuentes de sentido, tanto nuevas como antiguas. Las sectas y los fundamentalistas

radicales ofrecen fortalezas sólidas con respuestas fáciles y vuelven a tener demanda. El culto al cuerpo, el esoterismo, el canto gregoriano, las brujas, las prácticas corporales (aeróbic, entrenamiento autógeno, tai chi, yoga...), las religiones orientales (la filosofía de las religiones orientales se acerca al posmodernismo; en el hinduismo y el budismo también se niegan las verdades objetivas), son cada vez más populares. Incluso la religión cristiana vuelve a ser válida para el individuo. Pero no debe pretender ser una verdad universal para todos. Es el hombre quien determina quién es Dios.

Pero esto, una vez más, nos deja sin normas ni valores universalmente válidos. En el fondo, simplemente hemos inventado una expresión religiosa del individualismo. El hombre, tarde o temprano, se da cuenta de que esto no sacia su sed interior.

Volvamos a Jesús...

¿Qué anhelos profundos tenía la mujer del pozo de Jacob? El número de hombres con los que se había relacionado lo dice todo, y, sin embargo, no lo sabemos con certeza. Debemos escuchar con atención lo que mueve a las personas, cuáles son sus deseos y anhelos más profundos. Estos anhelos son oportunidades: nos ofrecen puntos de conexión.

Jesús no se quedó solo en los anhelos

Se ofrece a sí mismo a la mujer sedienta. A ella, cuyo anhelo de vida no puede saciarse: «Pero quien beba del agua que yo le daré, nunca volverá a tener sed; sino que el agua que yo le daré se convertirá en él en una fuente de agua que brota para la vida eterna».

Él le da una nueva perspectiva y así ella aprende a alcanzar el agua viva, gracias a la cual ya no tendrá que sufrir sed una y otra vez. Quienes acuden a él también aprenden entonces que su sed puede saciarse, que ya no necesitan un sustituto de menor valor. El encuentro con Jesús nos lleva de lo que creemos que necesitamos a lo que realmente necesitamos.

Este es el objetivo último de cualquier programa de Ameisli, Jungschar o para adolescentes.

Esto es por lo que vivimos: todos los niños y jóvenes de Suiza deberían tener la oportunidad de escuchar el Evangelio de tal manera que puedan tomar una decisión por Jesús y crecer en el discipulado.

Podemos y debemos acercarnos a las personas allí donde se encuentran (véase también Hechos 17, donde Pablo utilizó un altar pagano en Atenas como oportunidad para predicar el Evangelio), ya sea que tengan un problema de culpa, estén agotados, engañados o decepcionados. Así podremos orientar sus deseos en la dirección correcta, como con la mujer del pozo de Jacob, y proclamarles la buena noticia de que alguien satisfará sus deseos si se arrepienten y se vuelven al Señor Jesús.

Convertir

¿Cómo lo hizo Jesús?

Se dirigió a la mujer. Rompió todas las barreras sociales y culturales (a un judío no se le permitía dirigirse a una mujer en público, y mucho menos a una mujer samaritana).

- Se tomó en serio los deseos de la mujer. La escuchó con atención e intentó comprenderla.

- Guió a la mujer desde sus anhelos superficiales hacia sus anhelos más profundos. Le hizo tomar conciencia de sus pecados y abordó el punto más delicado de su vida.
- Se ofrece a sí mismo. Le muestra el verdadero camino hacia el agua viva: ¡Él mismo!
- Nuestros niños y jóvenes tienen sed de esta agua: ¡qué enorme privilegio tenemos al poder ofrecérsela en Jesús! ¿Qué hacemos con esta oportunidad?

Recomendaciones de libros

Stephan Holthaus: *Tendencias 2000. El espíritu de la época y los cristianos*

Stephan Holthaus: *Operación Futuro. Ser cristiano en el nuevo milenio*

Josh McDowell y otros: *Fe sin valores.* (Un análisis de la juventud cristiana)

Juventud 2002. 14.º Estudio de Shell sobre la Juventud.

La Biblia (análisis social actualizado, con respuestas incluidas)

2_Anhelos de un mundo perdido_YW

Créditos de la fuente:

Autor: Adrian Jaggi

Contenido, portada, derechos de autor:

www.besj.ch

Weitere Informationen

Categorías
Dirección y pedagogía

Etiquetas
Evangelización
Trabajo con niños y jóvenes
Análisis
Metodología
Oportunidades

Número de participantes
No hay datos disponibles.

Biblia
Tema:

Duración
No hay datos disponibles.

Material
Mucho trabajo

Descarga de archivos
Descarga de archivos disponible

KI Generierter Inhalt
Contenido
Categorías
Etiquetas
Número de participantes
Biblia
Duración
Material

© YoungstarsWiki | https://youngstarswiki.org/es/wiki/art/anhelos-de-un-mundo-perdido