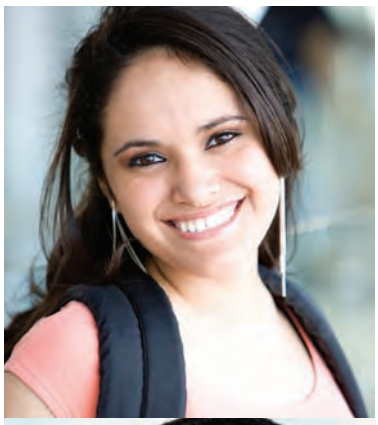
VISIÓN ESTRATÉGICA DE LA IGLESIA EPISCOPAL PARA ALCANZAR A LOS LATINOS/HISPANOS



JULIO 2009

Contenido

Introducción 1

Estudio situacional: aprendiendo de previos planes 3

Análisis de Fortalezas/Oportunidades/Debilidades/Amenazas (FODA):
Entrevistas con Congregaciones Episcopales Latinas/Hispanas 5

Estudiando a la población latina/hispana 7

Religión e investigación sobre los latinos/hispanos 11

Mapa Mental: ¿A quién debemos estar alcanzando? 15

Fundamentación teológica 20

Metas: Objetivos, estrategias y tácticas 21

Apéndice 25

Personas que participaron en la Visión Estratégica 26

Introducción

En medio de los diversos desafíos causantes del decaimiento de la membresía en la Iglesia Episcopal, nuestra iglesia también enfrenta la oportunidad sin precedentes de abrazar los tiempos cambiantes con entusiasmo, fervor y esperanza. El aumento dramático en el número de comunidades latinas/hispanas a lo largo y ancho del país debería ser visto como una oportunidad evangelizadora y de esperanza para la iglesia.

Los Estados Unidos es el Segundo País Latino más grande del Mundo

Fuente: August 2008 US Census Bureo
"Oficina del Censo de Los Estados Unidos, Agosto 2008"

Tal y como el informe del equipo de trabajo 20/20 lo señaló en 2001, "Tales cambios demográficos radicales deben animar a la iglesia a ser valiente, ingeniosa, apasionada y entusiasta en su respuesta a estas nuevas circunstancias." Este documento estratégico es un llamado a la Iglesia para afrontar su presente y futuro en un espíritu de discernimiento y misión, ya que este responde al crecimiento de las comunidades Latinas/Hispanas en todas las regiones de nuestro país.

COMITÉ DE LA VISIÓN ESTRATÉGICA

Reconociendo la promesa de una posible transformación ante el encuentro entre la Iglesia Episcopal y los latinos/hispanos, una coalición de líderes latinos/hispanos ha diseñado esta estrategia para ministerios evangelizadores y pastorales efectivos en tiempos de cambios. Bajo el liderazgo de la Oficina de Ministerios Latinos/Hispanos, nuestro comité fue conformado por plantadores de iglesias, expertos de mercadotecnia en latinos y tanto clero como laicado de varias áreas de los Estados Unidos. Este proceso de dos años lo comenzamos haciendo uso de las destrezas y los conceptos de los profesionales en mercadeo, y bajo su orientación, empleamos una metodología de planificación mercadotécnica tradicional para desarrollar una estrategia para el crecimiento de la Iglesia dentro de las comunidades latinas/hispanas.

LO QUE HEMOS APRENDIDO

Basados en estos dos años de evaluación respecto a los más de cuarenta años de ministerio de la Iglesia Episcopal con comunidades latinas/hispanas, hemos aprendido los siguientes puntos claves:

1. Los ministerios latinos/hispanos han tendido a ser comparados con el ministerio para inmigrantes. A causa de la gran migración de personas provenientes de América Latina y el Caribe, que ha llegado a cambiar el paisaje demográfico de todo el país, el énfasis de los ministerios latinos/hispanos, tanto del pasado como del presente, se ha concentrado en el ministerio entre inmigrantes. La consecuencia inintencionada de este enfoque ha sido el abandono a largo plazo de los latinos/hispanos.
2. Los más de cuarenta años de historia ministerial con comunidades latinas/hispanas nos has dotado de una percepción sobre lo que funciona y lo que no. Esta experiencia ministerial, a menudo, resultado del ensayo y error, nos ha llevado a una apreciación sobre cuáles son los ingredientes necesarios para un ministerio eficaz entre las comunidades latinas. Entre estos ingredientes está la necesidad de un alcance más expansivo para esta área del ministerio.
3. La comunidad latina/hispana es compleja y de varios niveles. Con más de cuarenta años de experiencia en el terreno, reconocemos que no hay "una comunidad latina/hispana," sino muchas comunidades diferentes y particulares, cada una con su propia identidad histórica, regional, y cultural. Con tal apreciación sobre la naturaleza multifacética y multidimensional de las realidades latinas/hispanas en nuestra sociedad, reconocemos la necesidad de acercamientos diferentes en los ministerios de evangelización, pastoral, liturgia y social a fin de alcanzar estas disímiles poblaciones que constan de diversas características demográficas, socioeconómicas y culturales. En resumen, el ministerio latino/hispano ha llegado hoy a su mayoría de edad, reconociendo que no todos encajan en "un molde".

CAMBIANDO HACIA NUEVOS CONCEPTOS SOBRE LOS MINISTERIOS LATINOS/HISPANOS

Basados en lo que hemos aprendido y en nuestra evaluación de los esfuerzos pasados del Ministerio Latino/Hispano, hemos determinado que hay una necesidad de cambiar el concepto dominante de esta forma de ministerio, de un ministerio enfocado en el inmigrante a uno que tenga en cuenta el sesenta por ciento de las poblaciones latinas/hispanas pertenecientes a las segundas, terceras y posteriores generaciones. Este es un cambio necesario de enfoque, ya que las comunidades de inmigrantes y las parroquias mismas

deberán encarar los cambios culturales que ocurran en las generaciones subsecuentes.

EL OBJETIVO DE NUESTRO DOCUMENTO

Aspiramos repetir el éxito que hemos aprendido de los expertos en mercadotecnia para latinos, quienes han demostrado su éxito en alcanzar la demografía latina/hispana. Tal y como nuestros expertos en mercadotecnia nos aconsejaron que hiciéramos, hemos puesto rostros humanos a los grupos que esperamos alcanzar. Es nuestra esperanza que este documento ayude a servir al bienestar común al permanecer estratégicamente enfocado en el alcance.

Si bien entendemos explícitamente que existe la necesidad de un documento exhaustivo que presente un manual plenamente desarrollado del tipo "¿Cómo hacer...?" dirigido a esta variada población, este plan de marketing no es de ese tipo de documento. Este plan de mercadeo toma un segmento específico de la población latina/hispana y desarrolla un acercamiento evangelizador y pastoral adaptado que se basa en estudios y datos demográficos relevantes realizado por instituciones de investigación prestigiosas tales como el Centro de Investigación Pew.

Existen muchos enfoques diferentes que la iglesia puede tomar cuando ministra las necesidades de las diversas comunidades latinas/hispanas. Lo que ofrecemos aquí es un camino; este, en modo alguno, es el único. Después de una serie de consultas e investigación cuidadosa, estamos seguros que el siguiente plan de mercadeo representa un testimonio fiel y eficaz de la Iglesia Episcopal en medio de comunidades latinas/hispanas.

Estudio situacional: aprendiendo de previos planes

El comité comenzó su labor echando un vistazo de lo que la Iglesia Episcopal ha realizado en el pasado. Repasamos proyectos anteriores e iniciativas relacionadas con el ministerio latino/hispano y diversos informes de gremios, tales como el Doubling realizado por 2020 (Grupo de Trabajo 20/20, 2001).

Uno de los problemas en el pasado fue que las iniciativas desarrolladas para el ministerio latino/hispano en la Iglesia Episcopal se enfocaban en datos demográficos muy amplios y en objetivos, que por ser carentes de claridad, inmediatez, procesabilidad y mensurabilidad impedían tanto la evaluación del progreso como los ajustes en marcha. Desafortunadamente, casi 40 años de documentos, resoluciones, buena voluntad y esfuerzo inmensurable de individuos talentosos aún no ha producido resultados. Nada de lo que la Iglesia ha producido hasta el momento ha logrado reflejar el crecimiento de la comunidad latina/hispana, el rostro cambiante de los Estados Unidos, y la dispersión de esta comunidad en la significativa cantidad de más de 7,000 comunidades de la Iglesia Episcopal.

Al examinar los 40 años de historia de iniciativas latinas/hispanas en la Iglesia Episcopal, nuestra comisión reconoció los siguientes obstáculos:

- No hay mecanismos en el terreno para compartir las mejores prácticas entre las congregaciones.

- No hay un manual de procedimientos del tipo "¿Cómo hacer...?" para aquellas parroquias que reconocen la necesidad de servir a esta Comunidad.
- Se carece de instrumentos y recursos para el Ministerio Latino/Hispano susceptibles de ser compartidos e implementados de una manera culturalmente sensible y atractiva.
- A pesar de los muchos documentos y estudios sobre la necesidad de tener seminarios que proporcionen formación para el clero latino/hispano, la situación actual en los seminarios episcopales estadounidenses es menos que adecuada. Estos no poseen plan estratégico alguno para atender el déficit.
- No hay un programa para la creación y consolidación del liderazgo, uno que reconozca cómo es creado actualmente nuestro liderazgo, y que sepa dónde es necesario levantar los "techos de cristal" para darle alas a un verdadero cambio.

También echamos una mirada al trabajo realizado por otras de las principales iglesias cristianas en la planificación del Ministerio Latino/Hispano. Revisamos el documento *Encuentro y Misión: Un Renovado Marco Pastoral para el Ministerio Hispano* (Conferencia Estadounidense de Obispos Católicos, 2002); el *Plan Nacional para el Ministerio Latino/Hispano* (Iglesia de Metodista Unida, 2004); la *Estrategia para el Ministerio con Comunidades Hispanas-Latinas en la Iglesia Presbiteriana* (Iglesia Presbiteriana Estadounidense, 2002); y la *Estrategia de Ministerio Latino de ELCA* (Iglesia Luterana Evangélica en América, 1997).

Aun cuando otras denominaciones poseen diversos grados de éxito con sus programas, también se quedan cortas en términos de la medición de éxito y de la evaluación del impacto. También parece que todas las denominaciones están luchando con la cuestión del liderazgo y su consolidación. La mayor parte de sus proyectos se concentran en este déficit, pero carecen de procedimientos del tipo "¿Cómo hacer...?" o de un examen de subgrupos dentro de poblaciones latinas/hispanas claves.

Análisis de Fortalezas/Oportunidades/Debilidades/Amenazas (FODA): Entrevistas con Congregaciones Episcopales Latinas/Hispanas

Nuestra metodología requirió inicialmente la entrevista con cien iglesias episcopales ubicadas en comunidades latinas/hispanas que exhibieran las siguientes características:

Comunidades emergentes (iglesias con un influjo reciente de inmigrantes)

Comunidades estancadas (iglesias viejas que no están creciendo, pero que tienen poblaciones hispanas en la comunidad).

Comunidades "Estamos aquí" (iglesias con densidades de población hispana altas en la comunidad circundante y que representan dos o más generaciones).

No es de extrañar que, en los dos primeros tipos de comunidades (es decir, las emergentes y las estancadas) haya congregaciones que tengan una adoración latina/hispana viable entre otros tipos de programas y actividades de evangelización en la comunidad. Irónicamente, las iglesias episcopales en el categoría "Estamos aquí" no poseen programas perceptibles para alcanzar a la comunidad latina/hispana. Treinta de las iglesias localizadas en estas áreas de densidad latina/hispana altas se negaron a ser entrevistadas para el presente estudio. Su renuencia a participar en la encuesta, además de carecer totalmente de programas, parece indicar que no perciben a la población latina/hispana de su área como un segmento congregacional potencial.

Debido a la negativa de las iglesias de la categoría "Estamos Aquí" a ser entrevistadas, la mayor parte de nuestras conclusiones se basan en las 70 respuestas recibidas de las iglesias ubicadas en los ámbitos emergentes y de estancamiento.

Para las setenta (70) encuestas telefónicas conducidas, se utilizó un instrumento de entrevista clásico, a saber, el análisis Fuerza/Debilidad/Oportunidades/Amenazas (FODA). El análisis FODA tiene por objeto: (1) descubrir las fuerzas internas y las debilidades inherentes en las congregaciones ubicadas en estos dos tipos de comunidades; y (2) articular las percepciones de los sacerdotes y líderes de adoración con respecto a las oportunidades externas y las amenazas percibidas que les desafían en el trabajo con estas comunidades latinas/hispanas.

La buena voluntad de estos líderes de congregaciones eclesiásticas para pasar tiempo hablando con nosotros fue inestimable ya que hemos procuramos encontrar aquello que conduce o frustra su éxito.

Cabe señalar que, aunque las iglesias encuestadas variaban de tamaño en términos del número congregacional y de la concurrencia a los servicios de adoración (desde 40 miembros latinos/hispanos hasta 800), las percepciones y respuestas fueron muy similares entre sí. Sus impresiones sobre Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y

Amenazas (FODA) fueron prácticamente las mismas, aparte de las cuestiones del apoyo financiero y diocesano.

Algunos hallazgos claves dentro de los grupos emergentes y estancados son muy alentadores.

Aquí están algunas de sus respuestas:

FORTALEZAS

- Sermones significativos
- Liturgia familiar
- Música atractiva con integración fuerte, participación, y coral voluntaria
- Oportunidades para el ministerio laico
- Énfasis en la formación espiritual
- Educación cristiana para niños y niñas
- Programas de servicios sociales
- Hospitalidad
- Celebraciones especiales: Virgen de Guadalupe, Quinceañeras, y Día de los Muertos

DEBILIDADES

- Sensación de desconexión entre las iglesias y su diócesis
- Carencia de recursos episcopales para congregaciones en español
- Carencia de formación teológica para el laicado
- Dificultades y obstáculos en el proceso de ordenación
- Ministerio clericalista
- Expectativa poco realista de que las congregaciones sean económicamente autónomas
- Carencia de formación administrativa
- Obstaculización del crecimiento por pequeños grupos de familias que no dan la bienvenida
- Exclusión basada en la nacionalidad

OPORTUNIDADES

- Programas para niños, niñas y jóvenes
- Propagación de una conciencia sobre su trabajo con latinos/hispanos
- La renuencia de otras denominaciones a ministrar latinos/hispanos

AMENAZAS

- Conflictos congregacionales debido al clasismo y estatus inmigratorio
- Ausencia de sacerdotes de habla hispana
- Posiciones teológicas recientes de la Iglesia Episcopal difíciles para latinos/hispanos conservadores
- Transitoriedad crónica debido a los empleos y a la ley de inmigración actual

HALLAZGOS CLAVES

Basado en los datos recolectados del análisis FODA, los clérigos de iglesias latinas/hispanas más exitosos, son aquellos que ofrecen servicios en español, aquellos que poseen su propio edificio o instalación, y aquellos que tienen una congregación de población latina/hispana predominante - incluso si operan como una misión o en paralelo a la congregación anglo predominante. Esta hallazgo se ve corroborado en el estudio de Pew sobre Religión.

Estudiando a la población latina/hispana

A menudo la población latina/hispana es vista como un grupo homogéneo, cuando, de hecho, los latinos/hispanos no son en realidad un solo grupo racial, sino una mezcla de muchas razas, pertenencias étnicas y diversos niveles de aculturación a la cultura estadounidense.

La primera pregunta que debería venir a la mente es "¿Qué es un latino/hispano? ¿Qué queremos significar con esto?" Nuestra intención es presentar una comprensión bien respaldada de dónde estamos, hacia dónde nos dirigimos, y a dónde nos gustaría estar con relación al ministerio latino/hispano en nuestra iglesia. Nuestro punto de partida será este: Los latinos/hispanos no son en realidad un grupo étnico, sino una mezcla de nacionalidades, pertenencias étnicas y diversos niveles de integraciones (aculturación) a la cultura dominante estadounidense.

DIFERENCIAS

- Hay varios subgrupos latinos/hispanos, dependiendo del país de procedencia uno puede identificar, por ejemplo: mexicano-americanos o cubano-americanos.
- Los latinos/hispanos tienen varios grados de aculturación. Esto va en función de donde nació alguien (en suelo norteamericano o en al extranjero), la duración del tiempo que tienen viviendo en los Estados Unidos o qué generación son, los lazos con su "país natal," y la densidad poblacional latina/hispana en su comunidad.

Los latinos/hispanos no pueden "avanzar" por una vía lineal desde el

(1) Aislamiento, siendo un recién llegado para pasar a la

(2 Adaptación, sobreviviendo en una nueva cultura mientras se conservan viejas tradiciones y llegar a la

(3) Biculturalidad, sintiéndose cómodo en ambos mundos y lenguas alcanzando la

(4) Aculturación, en donde se toma la nueva cultura y se atenúa la vieja.

La densidad poblacional, la proximidad a la familia y amigos, y la educación, todo, juega un rol importante en la determinación de la identidad cultural latina/hispana.

- No todos los latinos/hispanos hablan, leen, y escriben el español. Muchos de los mismos factores que determinan el nivel de aculturación afectan la lengua: el país de nacimiento, el tiempo en los Estados Unidos, la densidad poblacional dentro de la comunidad, y la lengua hablada en casa y el trabajo.
- El estado de documentación difiere. Aunque en la actualidad existe en los Estados Unidos la percepción de que la mayor parte de latinos/hispanos son inmigrantes indocumentados, esto es muy falso. La mayoría son residentes legales, ciudadanos o estadounidenses de nacimiento.

SEMEJANZAS

- Por lo general, existe un énfasis en lo religioso y la espiritualidad entre los grupos latinos/hispanos.
- Existe una lengua compartida entre los grupos latinos/hispanos, pero existen variaciones.
- Hay un concepto compartido del tiempo (el denominado "loose schedule") y un espacio personal (que no teme la proximidad).
- Hay una dinámica socio/política compartida en cuanto a la estructura de grupo y la organización interna (p. ej., el papel del líder, tipo de mando, organización interna, y roles de grupo).
- Hay una confianza general en la familia extensa y en los grupos sociales inmediatos antes de intentar afiliarse con instituciones.
- Hay un énfasis en el valor de las relaciones de familia interdependientes más bien que en la independencia.
- La mayoría de los latinos/hispanos siente respeto hacia los mayores, los profesionales y los títulos.
- Otros marcadores culturales, tales como ciertos alimentos, música, baile, y deportes son generalmente similares entre los grupos latinos/hispanos.

Como se ha indicado anteriormente, la identidad cultural y el uso del lenguaje son influidos considerablemente por la posición generacional que una persona representa: nacido en el extranjero (primera generación), nacido en EE.UU. (segunda generación), o de tercera generación o más.

INVESTIGACIÓN PUBLICADA

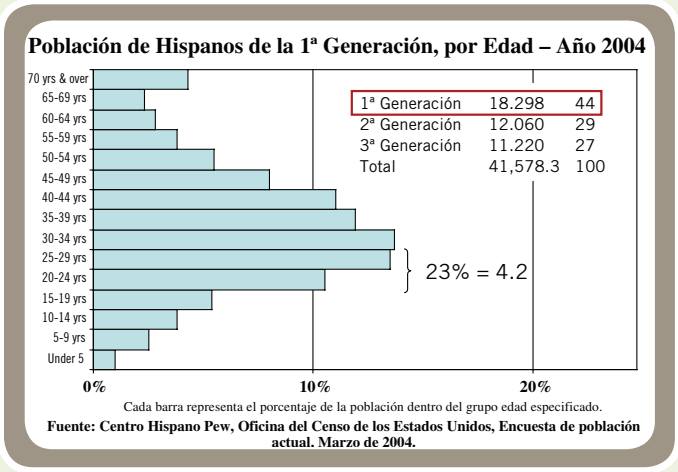
Como parte de los antecedentes indagatorios de nuestro comité, realizamos una revisión demográfica tanto de las tendencias poblacionales latinas/hispanas como de la dispersión de latinos/hispanos en los Estados Unidos, a través de la consulta de aquellas industrias estratégicas dedicadas a la investigación de los latinos/hispanos y la adoración, tales como: *Cambiado Confesiones: Los Latinos y la Transformación de la Religión Norteamericana 2007* (Foro Pew sobre la Religión y la Vida Pública, y el Centro Hispano Pew, 2007); *Reconocimiento del Paisaje Religioso Estadounidense* (Foro Pew sobre la Religión y la

Vida Pública, 2008); y "Las Iglesias Hispanas en la Vida Pública Norteamericana: Resumen de Hallazgos" por Gastón Espinosa, Virgilio Elizondo, y Jesse Miranda en *Informes Interinos* (Instituto para los Estudios Latinos, Universidad de Notre Dame, marzo de 2003).

A la hora de definir sobre cuáles grupos debíamos concentrarnos, examinamos las siguientes tablas con énfasis en adultos jóvenes y aquellos en sus veintes, quienes estarían en posición para tomar sus propias decisiones sobre adoración y vida. Un aplastante 74 % de latinos/hispanos nacidos en el extranjero es Católico Romano; nosotros estamos buscando aquellos que son lo suficientemente jóvenes como para ser influenciados por el estilo de vida que ahora les rodea en los Estados Unidos, así como aquellos quienes podrían estar considerando romper con las tradiciones religiosas de sus países natales.

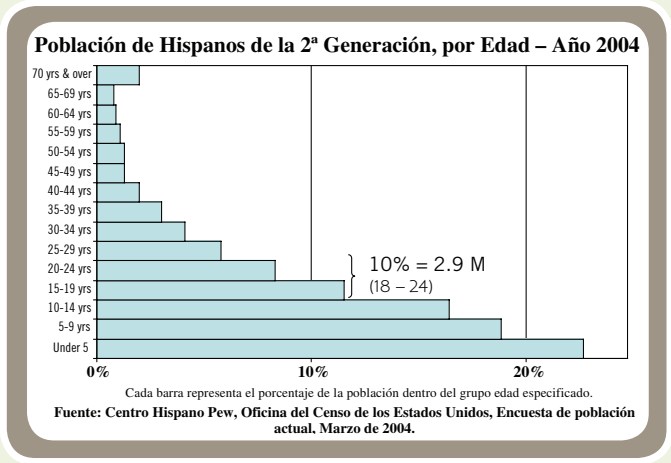
LA PRIMERA GENERACIÓN DE LATINOS/HISPANOS

Esta tabla ilustra que, al contrario de la creencia popular, la población latina/hispana que es nacida en el extranjero es mucho mayor en edad que la población anglo, y en general, los "nacidos en el extranjero" ya no representan la mayoría de los latinos/hispanos. Sin embargo, creemos que el importante grupo de los "20 y tantos", que representa a 4.2 millones de individuos, es unpúblico-objetivo muy viable.



LA SEGUNDA GENERACIÓN DE LATINOS/HISPANOS

Otro grupo sobre el cual enfocarse son los latinos/hispanos nacidos en los Estados Unidos o segunda generación, quienes conforman el significativo grupo etario de 18-24 años, aproximadamente 2.9 millones de individuos. Este es un grupo muy importante, y refleja la tendencia demográfica para la nación como un todo: una impresionante diversidad étnica con un alto porcentaje de latinos/hispanos.



DISPERSIÓN DE LATINOS/HISPANOS EN LOS ESTADOS UNIDOS.

DONDE VIVEN LOS LATINOS/HISPANOS

Al determinar donde encontraríamos a estos adultos jóvenes, el comité observó la tendencia de la dispersión latina/hispana. Estos informes lanzan un nuevo paradigma de cuáles ciudades/comunidades-de-fe deberían ser clasificadas como "parroquias latinas/hispanas potenciales" para la Iglesia Episcopal. De hecho, la información siguiente ilustra un cambio demográfico entre los latinos/hispanos lejos de áreas tradicionales. A partir de este milenio, los latinos/hispanos viven ahora en áreas donde ellos ya no son la mayoría, y las tendencias sugieren que esto continuará.

El 57 % vive en áreas en donde ellos son una minoría.

El 43 % vive en áreas en donde ellos son una mayoría.

(Datos tomados del Centro Hispano Pew, Dispersión y Concentración: Modelos de asentamiento residencial latino, por Roberto Suro, diciembre de 2004. Ver Apéndice, Tabla 1.)

¿QUÉ LENGUA HABLAN LOS LATINOS/ HISPANOS?

También es crítico tener en cuenta que muchos de estos nuevos vecinos pueden preferir el español o ser bilingües.

Inglés únicamente:

El 75 % vive en donde ellos son una minoría

El 25 % vive en donde ellos son una mayoría

Bilingüe:

El 55 % vive en donde ellos son una minoría

El 45 % vive en donde ellos son una mayoría

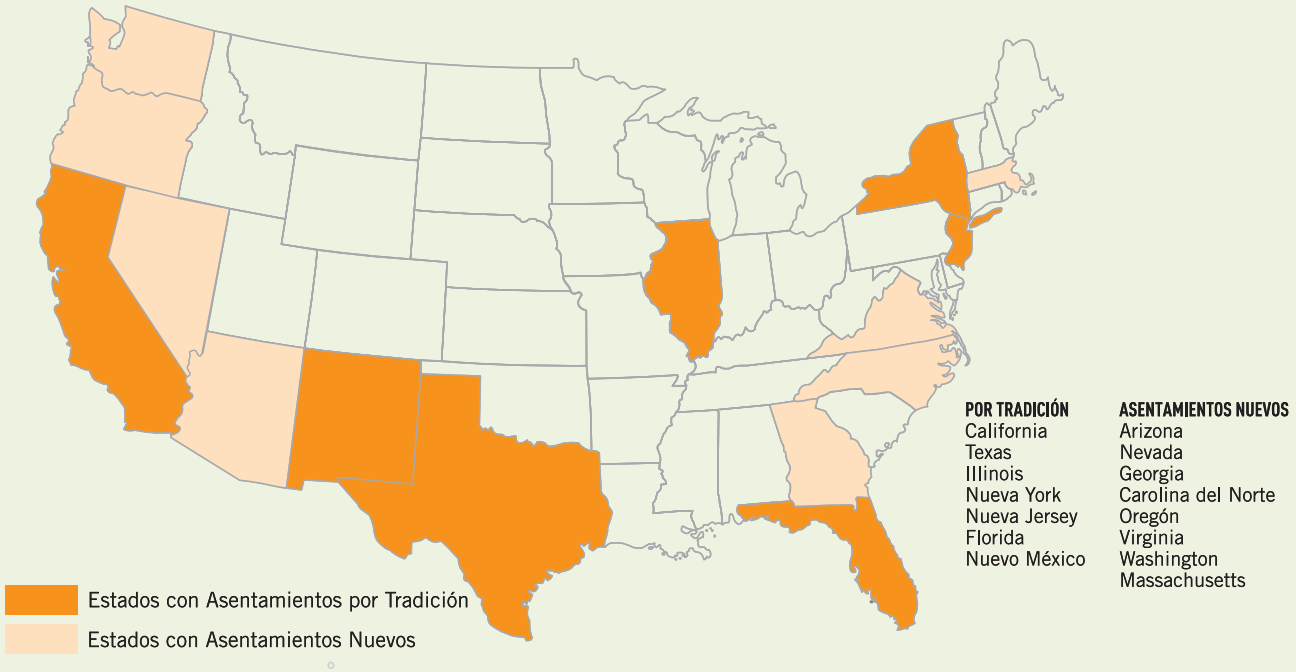
Español únicamente:

El 47 % vive en donde ellos son una minoría

El 53 % vive en donde ellos son una mayoría

(Datos tomados del Centro Hispano Pew, Dispersión y Concentración: Modelos de asentamiento residencial latino, por Roberto Suro, diciembre de 2004. Ver Apéndice, Tabla 3.)

Estados con Asentamientos por Tradición y Nuevos, 2000



De acuerdo a los autores de este estudio:
"En estados tradicionales la población hispana se dividió casi por igual en el año 2000 entre las comunidades en las que los latinos constituían la mayoría de la población y aquellos en los que eran una minoría. En los estados con nuevos asentamientos, sin embargo, el número de hispanos en barrios de minoría latina fue más de tres veces el tamaño que en comunidades densamente latinas."

En otro de sus estudios se encuentra:
"La asistencia a las casas de culto con una orientación hispana es más prevalente entre los latinos que viven en vecindarios donde la mayoría de los residentes son latinos. **Pero un gran número de latinos que viven en vecindarios no hispanos también asisten a las iglesias étnicas, por lo que el fenómeno no es simplemente un producto de patrones de asentamiento residencial.** Esto es particularmente importante en vista de las recientes tendencias demográficas que tienen cada vez más dispersa a la población latina, de modo que poco menos de la mitad de los adultos hispanos ahora viven en vecindarios donde la mayoría de los otros residentes son latinos." [Énfasis añadido].

Lo relevante para los episcopales es la aparición repentina de estas comunidades latinas/hispanas en medio nuestro y en áreas sin la infraestructura tradicional–en un momento en que los latinos/hispanos están buscando una relación más cercana con Dios, esto, según otro estudio de Pew sobre tendencias entre latinos/hispanos y religión. Algunos aspectos claves de estos hallazgos incluyen la exploración lejos de la denominación Católica (que hemos confirmado en nuestro propio análisis FODA) y el replanteamiento de la correlación entre la liturgia como "un acontecimiento formal externo" (el viejo entendimiento de la obligación religiosa) y el deseo de tener una relación más cercana con Dios en la adoración latino/hispano-centrada. Hasta ahora, eran los evangélicos quiénes aparecían haciendo las incursiones más grandes con este segmento.

Parte de esta dispersión está trayendo a la población latina/hispana a estados que no eran "estados latinos/hispanos tradicionales", sino que más bien representan "nuevos estados de asentamiento." Sólo en la década pasada, más de 2 millones de latinos/hispanos se han mudado a estos "nuevos estados de asentamiento." Vale la pena hacer notar que algunos estados a los cuales se dispersan los latinos/hispanos están en el Sudeste, Noroeste, y Oeste.

Religión e investigación sobre los latinos/hispanos

Los datos siguientes vienen de *Cambiado Confesiones: Los Latinos y la Transformación de la Religión Norteamericana 2007* (Foro Pew sobre la Religión y la Vida Pública, y el Centro Hispano Pew, 2007):

La mayoría de los latinos/hispanos son Católicos como es de esperarse.

Tradición Religiosa entre Hispanos y No-Hispanos

	% Quiénes son...					
Entre...	Católico	Evangélico	Principalmente Protestante	Otros Cristianos	Secular	NS/NC*
Todos los hispanos	68%	15%	5%	3%	8%	1%
Nativos	58	18	8	3	10	1
Nacidos en el extranjero	74	13	3	2	6	1
No-hispanos†	20	35	24	3	11	2

†Fuente: Sondeo de Religión en EEUU por Pew en 2006. *NC/NC: No sabe/No contesta

Hay, sin embargo, cierto grado de búsqueda por alternativas confesionales. Con un increíble margen, los conversos dicen que ellos buscaron una nueva experiencia religiosa porque querían estar más cercanos a Dios.

"La mayoría de los hispanos están afiliados a la misma fe religiosa que siempre han practicado, pero una minoría importante, casi uno de cada cinco latinos, dice o haber cambiado su afiliación de una religión a otra o haber dejado de identificarse con cualquier religión en absoluto" (Cambiado Confesiones, p. 41 TK).

Este grupo de conversos está compuesto significativamente, tanto de individuos semi-aculturados como de individuos aculturados.

Conversión entre Latinos según Habilidad Idiomática y Estrato Generacional

	Entre hispanos cuyo principal idioma es…			Entre hispanos que son…		
% quiénes son…	Español	Bilingüe	Inglés	1ra generación	2a generación	3a generación
Conversos	14%	20%	26%	15%	23%	22%
Anteriormente Católico	10	14	17	11	16	15
No-conversos	86	80	75	85	78	78

"El estudio también muestra que muchos de los que se afilian a iglesias evangélicas son católicos convertidos. El deseo de una experiencia más directa y personal de Dios surge en gran medida como el motivo más potente para estas conversiones. A pesar de que éstos conversos expresan cierta insatisfacción por la carencia de entusiasmo en una típica misa católica, las opiniones negativas sobre el catolicismo no parecen ser la razón principal de su conversión. La práctica religiosa, no es sólo a menudo renovadora en carácter, sino que para la mayoría de los latinos de las principales tradiciones religiosas esto es algo distintivamente étnico.

Dos terceras partes de los fieles latinos asisten a iglesias con clero latino, con servicios en español y densas en asistencia latina. Si bien, son más predominantes los nacidos en el extranjero y los hablantes en español, la adoración hispano-orientada es también frecuente entre latinos nativos y de habla inglesa. Esto sugiere fuertemente que el fenómeno no es producto de la inmigración o de la lengua, sino que involucra una forma más vasta y duradera de identificación étnica" (Cambiado Confesiones, p. 4 TK).

Este último punto es crítico para la selección de los grupos correctos en los cuales se deberá enfocar la Iglesia Episcopal, así como qué tipo de iglesia, estilo de adoración y clero deberán tener. Esto es algo ya evidente al examinar la formación de nuestras propias iglesias episcopales latinas/hispanas identificadas.

Tal y como ha señalado el estudio Pew:

"Las centros de adoración más frecuentadas por latinos poseen características étnicas distintivas. Una gran mayoría de estos son hispanas en sus congregaciones; algunos latinos sirven como clérigos; y las liturgias están disponibles en español. El crecimiento de la población hispana está resultando en el surgimiento de iglesias latino-orientadas en todas las tradiciones religiosas principales a través del país.

"Los latinos nacidos en el extranjero tienen mayor probabilidad de asistir a iglesias hispano-orientadas y de unirse a los grandes grupos latinos que van a misa en tales iglesias. **Sin embargo, gran parte de los latinos nativos, así como los que hablan poco o nada de español informan asistir a iglesias con características étnicas. Del mismo modo, mientras los latinos que viven en áreas densamente pobladas por latinos tienden más a informar de asistencias a iglesias hispano-orientadas; pequeñas grupos de latinos, no obstante aun sustanciales, que viven en áreas donde los hispanos son una presencia escasa, dicen también asistir a iglesias étnicas. Las iglesias latino-orientadas, entonces, no son un producto exclusivo de la inmigración o de los patrones de asentamiento residenciales. ...** [Énfasis añadido.]

Características de una Iglesia Étnica de Latinos según las Principales Tradiciones Religiosas

	Entre hispanos practicantes que son…			
% cuya iglesia tiene…	Católicos	Evangélicos	Protestantes	Otros Otros Cristianos
Clero hispano	82%	82%	72%	77%
Servicios en lengua española	91	81	67	86
Congregación de mayoría hispana	79	66	53	69
Las tres características anteriores	70	62	48	61

"Este estudio define a una iglesia étnica como aquella que posee tres características: al menos alguien del clero es latino, los servicios están disponibles en español y la mayor parte de los asistentes son hispanos. Entre los latinos que asisten a la iglesia, dos tercios van a una iglesia con estas características. La iglesia étnica es la más fuerte entre los católico-romanos, pero también es un rasgo prominente entre los evangélicos hispanos y aquellos en otras tradiciones cristianas.

Al igual que con las creencias renovadoras y las conductas descritas en el Capítulo 3, la intensidad con la cual adoran los latinos en las iglesias hispano-orientadas es una clara indicación de que la población hispana está creando sus propias formas distintivas de práctica religiosa así como sus propias instituciones religiosas. Al agruparse en iglesias étnicas, la creciente población latina está concentrando su impacto en el paisaje religioso nacional" **(Cambiado Confesiones, p. 49 TK).**

Los hallazgos arriba mencionados son especialmente relevantes dadas las comunidades atendidas por la Iglesia Episcopal y las consecuencias sobre nuestro futuro crecimiento.

Características de una Iglesia Étnica de Latinos según Densidad

	Entre hispanos que viven en áreas que…				
% cuya iglesia tiene…	0-14% Latino	15-29% Latino	30-49% Latino	50-74% Latino	75-100% Latino
Clero hispano	62%	76%	81%	83%	88%
Servicios en lengua española	77	79	90	89	92
Congregación de mayoría hispana	57	65	76	76	85
Las tres características anteriores	43	56	68	68	80

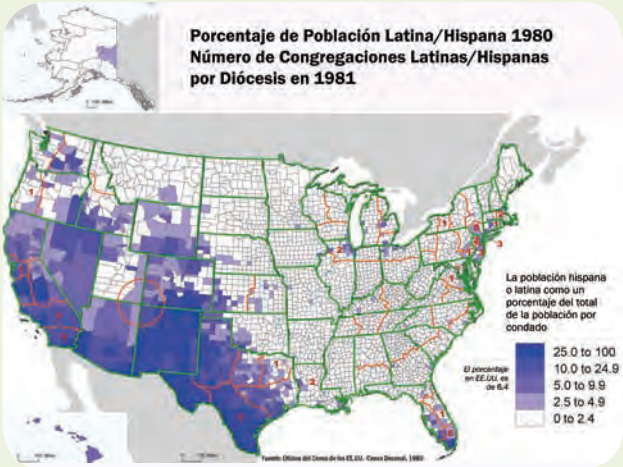
Nota: El área residencial de los porcentajes Latinos se deriva del código de área telefónico y el intercambio.

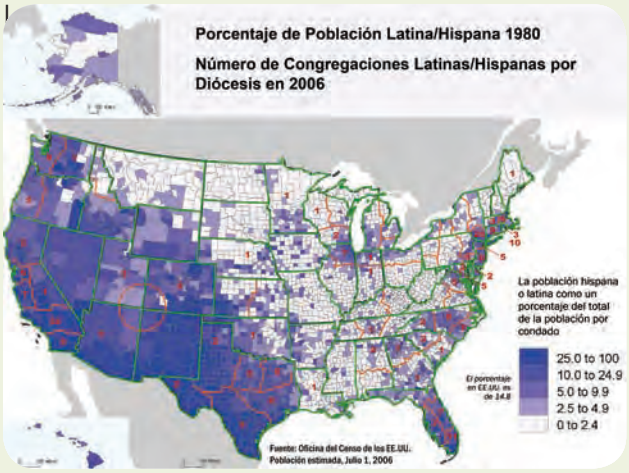
DESCUBRIMIENTO CLAVE

Esto significa que el crecimiento está realmente disponible para nosotros orgánicamente hablando; eso, si podemos reunir las piezas del rompecabezas tal y como lo señala la gráfica arriba.

El estudio de Pew resume bien este punto:

"Mientras el tamaño del fenómeno denominado Iglesia Étnica puede ser, en alto grado, influido por la inmigración, su vitalidad a lo largo y ancho de toda la población hispana es todavía irresistible. Por ejemplo, el 61 % de los católico-romanos latinos que dicen poder mantener una conversación en inglés "bastante buena" y el 23 % de aquellos que evalúan su capacidad como "muy bien" prefieren asistir a la misa en español. Estos latinos demuestran una conexión con la adoración étnicamente orientada que revela ir más allá de la pura necesidad lingüística. **En otras palabras, con el 70 % de los latinos que dominan el inglés y asisten a iglesias donde están disponibles los servicios religiosos en español, se comprueba claramente que el fenómeno de la Iglesia Étnica no se limita a los hispanohablantes. Además, el hecho de que más de la mitad de los latinos nativos diga que asiste a servicios donde la mayor parte de los miembros son también latinos, demuestra que este fenómeno no puede ser totalmente explicado a través de la experiencia inmigrante.** En efecto, un gran número de latinos que sólo hablan el inglés, nacidos en suelo norteamericano y que remontan su ascendencia en los Estados Unidos por varias generaciones asisten a iglesias que se caracterizan por tener una orientación hispana" **(Cambiado Confesiones, p. 55 TK).** [Énfasis añadido]





el proceso de evaluación indican claramente que hay oportunidades de crecimiento para la Iglesia Episcopal:

- La población latina/hispana es ahora más de 38 millones, con más de 7 millones entre adultos jóvenes y de "20 y tantos" quiénes prefieren el español o son bilingües.
- Debido a la dispersión de la población latina/hispana, hay ahora 447 iglesias episcopales cuyas áreas tienen una población latina/hispana de hasta 40 %, lo cual equivale a más del 15 % de nuestras iglesias.
- Los conversos latinos/hispanos buscan una relación más cercana y espiritual con Dios. Hemos identificado tres principales fortalezas episcopales que afirman nuestra capacidad para alcanzar conversos en ese nivel: (1) nuestra liturgia; (2) nuestra apertura; y (3) alcance social. Hablaremos más detalladamente sobre estas fortalezas en la parte de este documento sobre planificación.
- Ya hemos apoyado o transformado 298 iglesias que encajan en el modelo deseado para la adoración culturalmente relevante, incluyendo clero latino/hispano, servicios en español, y congregaciones latinas/hispanas.

Mapa Mental: ¿A quién debemos estar alcanzando?

En la Conferencia "Nuevo Amanecer" en Peach Tree City, Georgia, el 1 de julio de 2008, nuestro comité planeó lo que en términos de mercadotecnia es denominado como nuestro "público objetivo" o "grupo clave" (que en inglés se conoce por la expresión "target audience"). Para lograr esto, usamos un asesor de un grupo profesional que nos dirigiera en el proceso para desarrollar perfiles psicográficos, también llamados Mapas Mentales.

El Mapa Mental implica un procedimiento de exploración de lo que los individuos realmente piensan, cómo viven, y lo que es importante para ellos. Este tipo de sesiones creativas o "lluvias de ideas" (conocidas también en inglés como "brainstorming") se funda en la idea que todo el comportamiento se basa en la creencia. A fin de cambiar el comportamiento, tenemos que entender las creencias que conducen el comportamiento.

Esencialmente, el Mapa Mental es una herramienta de mercadeo usada para cambiar nuestro modo de pensar de "¿Qué estamos vendiendo?" a "¿Qué están comprando los consumidores?" Para nuestros objetivos, el Mapa Mental nos permite ver las cosas desde la perspectiva de nuestros miembros potenciales, y en consecuencia, adaptar lo que ofrecemos de modo que encaje en nuestros miembros.

La estrategia del Mapa Mental nos ofrece un procedimiento para la identificación de posibles grupos de desafiliados e "intermitentes" eclesiásticamente entre la población latina/hispana. Durante nuestra sesión se exploraron en detalle cinco grupos claves u objetivos potenciales. Así mismo, seleccionamos grupos primarios y secundarios para enfocarnos en ellos, y luego desarrollamos objetivos, estrategias y tácticas para ambos casos.

Enfocando el objetivo

La gráfica anterior sobre el Mapa Mental nos ayuda a definir nuestro "universo" y a saber a quién estamos llegando. La gente que queremos alcanzar es aquella que se siente "intermitente"; nuestro universo no incluye a las personas que actualmente están asistiendo a una iglesia de otra denominación y están satisfechas.

En el corazón de nuestro universo están las primeras y segundas generaciones de latinos/hispanos que son episcopales activos. A medida que avanzamos a la segunda esfera, identificamos cinco personalidades o arquetipos que representan grupos que nos gustaría alcanzar. Incluida en esta segunda esfera está un grupo llamado "los flotantes", pero ellos no son un grupo clave u objetivo. Esta gente viene

a la iglesia sólo por los sacramentos, no buscan comunidad o compañerismo, y no participarán en la vida de la iglesia.

Los grupos potenciales de adultos jóvenes a quienes identificamos durante nuestro levantamiento de mapas mentales fueron asignados a representantes individuales ficticios para ayudarnos a identificar cada grupo. Por favor, tome en cuenta que mediante la creación de estos cinco personajes ficticios - Ashley, Alberto, José, Sonia, y Mr. Macho - estamos tratando de identificar los arquetipos, y no de crear estereotipos. Somos conscientes de que no hay dos personas iguales y de que nadie coincidirá perfectamente en alguno de estos cinco grupos. Con excepción de la determinación por hacer mercadeo y mantener nuestros esfuerzos agudamente enfocados, es importante advertir cómo el grupo al que estamos buscando alcanzar – latinos/hispanos contemporáneos en sus "20 y tantos" – se deteriora demográficamente. Tenemos que saber a quién le estamos hablando, incluso en un sentido general, antes de que sepamos cómo comunicarnos mejor.

PRIMERA GENERACIÓN

SONIA LA SOÑADORA: Sonia es una mujer latina/hispana, a finales de sus veinte y principios de sus treinta años con niños en casa. Ella es nacida en el extranjero y es probable que haya venido a los Estados Unidos ilegalmente. Ahora tiene su residencia y trabaja mucho para lograr una vida mejor para ella y su familia. Ella habla sobre todo el español, pero quiere aprender el inglés para ayudarse a salir adelante. Sonia trabaja probablemente como ama de casa o en una industria de servicios; ella está viviendo por debajo de su potencial nivel de empleo dada a su dificultad para hablar el inglés.

Sonia es una trabajadora concienzuda, es resistente e inventiva. Hay muchas personas (sus niños, familia y amigos) que dependen de ella y exigen mucho de ella. Ella trabaja duro para hacer feliz a cada uno de ellos. Ella tiene una fe muy fuerte, pero no parece encontrar una iglesia que entienda sus experiencias de vida. También, es madre soltera y vive con su novio, de modo que a menudo se siente "indigna" o avergonzada en la iglesia. Su fe está, en esencia, frenada por sentimientos de indignidad y por su demandante (y a menudo inflexible) agenda de trabajo.

Resumen: Ella está buscando un refugio y ayuda para su abrumador mundo. Su fe es fuerte, pero no así su creencia en las instituciones.

JOSÉ FIEL: José es un inmigrante latino/hispano, probablemente a finales de sus veinte y principios de sus treinta años. Él está en los Estados Unidos ilegalmente y puede que viva con un grupo de otros hombres o con una familia extensa mientras trata de establecerse. Él habla sólo el español y probablemente sea un jornalero, ganando muy poco dinero. Trabaja mucho y trata de salir adelante porque es responsable de sostenerse a sí mismo y a su familia en América Latina. José a menudo se siente solo y aislado en los EE.UU. Él no posee una red social fuerte y vive con miedo constante de la migra.

José está enfocado en trabajar mucho y entender "el sistema" en los EE.UU. Su fe a menudo desempeña un papel secundario ante el trabajo y otras responsabilidades. Cuando se trata de la iglesia, tiene mucha fe (y algunas opiniones fatalistas), pero a menudo no participa activamente en la iglesia. Él busca primordialmente ayuda y servicios de la iglesia, tales como información sobre empleos, inmigración, y cupones de comida.

Resumen: Él está siendo movido por necesidades inmediatas y tangibles de información. La fe es secundaria.

SEGUNDA GENERACIÓN Y MÁS

ASHLEY LOPEZ: Ashley es una mujer joven latina/hispana, de 18 a poco más de 20 años. Ella nació en los Estados Unidos y es completamente bilingüe y bicultural. Ella está dedicada ya sea a concluir su educación o a su primer empleo "verdadero". De cualquier manera, Ashley se centra en el éxito. Ella está orientada hacia los objetivos y deseos de construir una carrera y una buena vida para sí misma. También está tratando de averiguar quién es exactamente, ya que abarca dos culturas y dos mundos, la mayoría del tiempo. Ella busca a sus padres y a menudo los visita para recibir asesoramiento; pero en este momento, sus amigos (y lo que ellos piensan) son extremadamente importantes para ella.

A Ashley, sus padres le dicen que la iglesia es importante, pero ¿dónde puede ella hacerla encajar en su apretada agenda? Además, ella no se siente en realidad comprendida por las personas de la iglesia y eso no es divertido. Ella cree en Dios y es dedicada, pero no le gusta cuando la iglesia le dice lo que tiene que hacer o cuando la juzga. Ella realmente busca una iglesia en donde pueda tomar sus propias opciones y decisiones - y sentir pertenencia

Resumen: Ella está buscándose a sí misma, no es por una religión. Si la Iglesia fuera "cool" y la reconociera, tal vez ella lo intentaría.

ALBERTO "AL" ROJAS: Al es un hombre latino/hispano de segunda generación (o más) en sus treinta o cuarenta años. Él está casado y con niños en casa. Habla algo de español, pero definitivamente habla el inglés en el trabajo y con amigos. Él es un exitoso hombre de negocios resultado de sus propios esfuerzos. Recientemente, se mudó con su familia a los suburbios residenciales, pero aun visitan a su madre y padre en la ciudad cada fin de semana. Últimamente, Al ha estado comprando equipos electrónicos para su nueva casa y está muy orgulloso de ser capaz de asegurar a su familia.

Al va a la iglesia con su familia durante los fines de semana, pero en realidad no siente que encaje en ella. Él cree en Dios y le agradece por todo lo que él ha sido capaz de llevar a cabo, pero simplemente no está seguro de su rol dentro de la iglesia. ¿Después de todo, cómo podría entender el sacerdote su realidad? Cuando él va a la iglesia, tiene la sensación de que está perdiéndose de algo, pero no está seguro qué es exactamente.

Resumen: Él va "como "llevado de paseo" a la iglesia con su esposa. Él siente que se pierde algo, pero no está seguro de qué se trata.

MR. MACHO : Él es un latino/hispano de segunda generación (o más) ya en sus veinte o treinta años. Creció en el barrio y aun permanece en el barrio. Mr. Macho es bilingüe y ha tenido acceso a educación y empleos en los EE.UU, pero estos simplemente no son "para él." A él le costó mucho poder concluir la escuela secundaria y desde entonces ha estado en trabajos manuales sólo para pasar el tiempo. Él nunca ve a sus niños porque su novia lo dejó por alguien más. Anda con amigos durante los fines de semana y a veces hace carreras de sacos, sólo para mantener las cosas "interesantes." En general, él se siente como un fracasado y se encuentra "atascado" en un lugar del cual no parece encontrar la salida.

Mr. Macho cree en Dios, pero la fe es más una tradición, no un elemento activo en su vida. A menudo se siente avergonzado e indigno en la iglesia, de modo que en realidad sólo va por los sacramentos: como asistir al bautismo de su niño, por ejemplo. Cuando él está en la iglesia, siente que todos le juzgan, de modo que se mantiene de bajo perfil y trata de quedarse tan "invisible" como le sea posible.

Resumen: Él busca ayuda, y la iglesia es parte "del sistema" que utiliza. Tiene poca creencia en Dios y otro tanto de fe: estos le han "defraudado."

ENTONCES, ¿QUÉ OFRECE LA IGLESIA EPISCOPAL A ESTAS PERSONAS?

La Iglesia Episcopal fomenta tanto la individualidad como la inclusividad. La primera apela a aquellos latinos/hispanos que desean mantener el control y la libre elección; mientras que la segunda invita a aquellos latinos/hispanos deseosos de experimentar un sentido de pertenencia y el involucramiento activo en "algo más grande." La Iglesia Episcopal ofrece alternativas para vincularse a la acción social y/o a los servicios de evangelización dentro de la comunidad en general. Por otra parte, la liturgia es familiar para aquellos con trasfondos católico-romanos, mientras que nuestra teología, abierta y bíblicamente centrada, es atractiva a los evangélicos. Debido a su teología amplia, la Iglesia Episcopal le da la bienvenida al debate en cuestiones de moralidad e intereses sociales/políticos contemporáneos. Esto garantiza libertad de condenaciones, una invitación a estar en contacto, y adoptar un sentido de espiritualidad profundo. La Iglesia Episcopal puede ser un lugar para crecer de muchos modos diferentes hacia la fe mientras se permite la participación en una comunidad donde su voz e ideas realmente importan.

Continuum de Aculturación

El estudio de Pew sugiere que los cambios de afiliación religioso puedan ser asociado al proceso complejo de migración y asimilación. "Conversiones son mas alta entre los nacidos nativos que los nacidos foráneos, por ejemplo es mas alto también entre los Latinos que hablan Ingles que los que hablan español."

TRES GRUPOS CLAVES PARA ENFOCARSE

Como comité, reconocemos la necesidad de apoyar los ministerios existentes con congregaciones latinas/hispanas así como procurar el levantamiento de nuevas congregaciones a través de niveles de aculturación. Por lo tanto, la sección de estrategia se enfocará en los siguientes agrupamientos:

- Nuevos Ministerios Inmigrantes (Sonia)
- Nuevos Ministerios con segundas generaciones + (Ashley)
- Fortalecimiento de Ministerios latinos/hispanos existentes (de extensión amplia)

Si bien reconocemos la necesidad de ministrar a todos los cinco arquetipos de congregaciones que exploramos, sentimos que tanto Sonia la Soñadora, la representación de la primera generación, como Ashley López, la representación más aculturada, son los casos donde debemos enfocar nuestros mayores esfuerzos y recursos. Esto no significa que la Iglesia Episcopal no debe reconocer y procurar ministrar a todos los latinos/hispanos, pero para los propósitos de un uso estratégico de esfuerzos, estos dos grupos es donde debemos concentrarnos inicialmente.

Un principio fundamental de mercadotecnia es la asignación de prioridades, dineros, y esfuerzos. Al enfocar estos recursos en el grupo de Sonia (la primera generación) y el grupo de Ashley (el más aculturado), nuestra razón fundamental es que las mujeres en la comunidad latina/hispana son las guardianas de muchas cosas. Tradicionalmente, las mujeres son responsables de sus familias, sobre todo en términos de religión y en salud/bienestar. También reconocemos la estabilización e influencia fundamental que estas mujeres imprimen en sus familias, sitios de trabajo y comunidades. Ellas constituyen grupos de presión, y por lo tanto deberían ser nuestra máxima prioridad. Es nuestra percepción de que más allá de todos los arquetipos examinados, son estas dos representaciones las que están más dispuestas a establecer una comunidad y a ser una parte activa de la iglesia.

Aunque estas dos potenciales feligreses varían en grados de aculturación y preferencias idiomáticas, también encontramos algunas concordancias en el modo de pensar. Ambas trabajan duro para lograr una vida mejor para sí mismas y sus familias. Ambas son ingeniosas y están orgullosas de todo lo que han sido capaces de lograr. Ambas son fieles; llevan en sus almas una tradición de fe y creencia que ha sido transmitida por generaciones. Sin embargo, de una u otra manera - debido al trabajo, estilo de vida, discriminación o experiencias pasadas – nuestras potenciales feligreses también se sienten “desconectadas” o como “fuera de lugar” en la iglesia. Ellas están buscando un espacio para tomar sus propias decisiones y construir su propia identidad eclesial y religiosa.

Finalmente, es importante recordar que mientras nos extendemos a nuevos segmentos de la población latina/hispana, debemos seguir reforzando y apoyando los ministerios existentes de la Iglesia entre los otros grupos de esta demografía. Esta estrategia de crecimiento no debe menoscabar el trabajo que ya viene siendo realizado.

Fundamentación Teológica

El Catecismo del Libro del Oración Común declara que la misión de la Iglesia Episcopal es "restaurar a todos los pueblos a la unión con Dios y unos con otros en Cristo." También, la iglesia es apostólica "porque continúa en la enseñanza y comunión de los apóstoles, y es enviada a llevar la misión de Cristo a todos los pueblos." Ambas declaraciones son fundacionales para la Iglesia Episcopal.

La Estrategia de Ministerio Latino/Hispano es simplemente una manifestación orgánica y natural de estas declaraciones. Este busca cumplir la mismísima creencia doctrinal acerca de la iglesia, que es que el evangelio debe ser proclamado y compartido con todas las personas. Considerando la creciente población latina/hispana, este plan facilita el esfuerzo de la iglesia para ser fiel a su misión.

Algo fundamental para la identidad de la Iglesia Episcopal es su ambiente acogedor y hospitalario. Dentro de la Iglesia Episcopal hay espacio para personas de diferentes posiciones teológicas y doctrinales, al igual que hay cabida para personas de diferente clase.

Tal hospitalidad tiene que extenderse a personas diferentes de la mayor parte de miembros de la Iglesia Episcopal. Esta hospitalidad va en contra de la xenofobia creciente en los EE.UU. Esta hospitalidad proclama el evangelio de un modo contracultural, demostrándole al resto de sociedad que Dios cuida de todas las personas, sin importar su estado legal, sus pecados, su color, etc.

¿Cuál es el origen y la naturaleza de esta hospitalidad en la Iglesia Episcopal?

El libro *Y me diste la bienvenida: un manual sobre la hospitalidad en el cristianismo primitivo*, (Abingdon, 2001) corregido por Amy Oden, lo describe en estos términos:

"Por lo menos, la hospitalidad puede incluir actos de acogida a familiares y amigos. Su sentido dentro de las tradiciones bíblicas e históricas cristianas se ha concentrado en la recepción del extranjero y el compartir de los propios recursos. La hospitalidad responde a las necesidades físicas, sociales, y espirituales del forastero" (pps 13-14).

"Tomado como un rasgo de la vida cristiana, la hospitalidad no es tanto un acto singular de bienvenida, ya que es una forma, una orientación que tiende a la alteridad, escuchando y aprendiendo, valorando y honrando" (pág. 14).

"La hospitalidad, entonces, es siempre una disciplina espiritual de apertura de la propia vida de alguien a la vida y revelación de Dios." (p. 15)

"La hospitalidad está caracterizada por un posicionamiento moral particular en el mundo que podría describirse mejor como presteza [para dar la bienvenida al forastero y al vulnerable"] (p. 15).

"La sorprendente variedad y profundidad de la evidencia nos dice que la hospitalidad como práctica y como virtud, ocupó un lugar central en los albores de la vida cristiana. De hecho, es difícil conseguir un lugar en donde no haya rastros de ella. Uno la encuentra a cada instante. Sin embargo, paradójicamente la hospitalidad es raramente abordada de forma, más comúnmente vemos que es mencionada en el contexto de la discusión de algo más.... El carácter penetrante de la hospitalidad en la escritura cristiana primitiva demuestra una ausencia total de timidez, algo que sugiere que esta simplemente era asumida como parte de la vida, y no el objetivo de tratados esotéricos" (p. 27).

Una frase que está relacionada con la hospitalidad y el dar la bienvenida, y que a su vez conecta estos dos aspectos a la Eucaristía, es "Bienvenidos a la Mesa." El uso que hace la Eucaristía de la hospitalidad, la naturaleza acogedora y reconciliadora de la Eucaristía, es también una identidad fundacional para la Iglesia Episcopal. La conexión bíblica para esto

es la partición del pan por Jesús, a menudo, con todo tipo de personas, con pecadores, fariseos, líderes religiosos, personas ordinarias, recaudadores de impuestos, la alimentación de los cinco mil, etc. La Estrategia de Ministerio Latino/Hispano es una manifestación de la partición del pan de Jesús hacia todas las personas, y nuestra tentativa es seguir su ejemplo.

Metas

Basados en los hallazgos presentados en las secciones anteriores de este documento, nuestro comité ha formulado algunos objetivos asequibles y mensurables. Pedimos a la Iglesia usar este documento como un recurso y esforzarse con nosotros a alcanzar los objetivos mencionados a continuación:

OBJETIVOS

1. Aumentar el número de nuevas congregaciones latinos/hispanos episcopales. Actualmente tenemos 110 congregaciones con miembros latinos/hispanos de al menos el 70 % y unas 188 congregaciones adicionales con miembros latinos/hispanos de menos del 70 % dando un total de 298. Nuestra intención es aumentar esto en un 15 % en el siguiente trienio (2010-2012). Nuestro trabajo se concentrará en diócesis dentro de los estados con mayor número de latinos/hispanos, y en los estados que tengan los más altos índices de crecimiento poblacional latina/hispana: Arizona, California, Colorado, Connecticut, Florida, Georgia, Illinois, Nueva Jersey, Nuevo México, Nueva York, Carolina del Norte, Dakota del Norte, Pensilvania, Carolina del Sur, Tennessee, Texas, y Washington. En sociedad con diócesis interesadas tenemos la intención de comenzar 44 nuevas congregaciones en estos 17 Estados. Crearemos un plan de estudios con las Oficinas de Plantación de Iglesias y Evangelización, reclutando líderes diocesanos clérigos y laicos, entrenándolos y asistiéndoles en la creación de estas nuevas iniciativas.
2. Generar un crecimiento del 15% de miembros latinos/hispanos en 100 congregaciones no-latinas existentes. Hay 4,000 congregaciones con menos de 75 personas en promedio cada domingo. La Oficina de Investigación y Estadística ayudará a identificar aquellas 100 congregaciones dentro de los 17 estados específicos con crecimientos poblacionales latinos y que no tienen en la actualidad ministerio latino. Crearemos un Plan de Estudio con las Oficinas de Vitalidad Congregacional y Evangelización para reclutar y entrenar al clero y los líderes laicos a fin de aumentar en número la participación latina/hispana entre sus fieles.
3. Incrementar el liderazgo latino/hispano en la Iglesia Episcopal. Crear folletos, foros educativos y recursos educativos en colaboración con la Oficina de Servicios Diocesanos para dar clases sobre la historia, políticas y otros aspectos importantes de la iglesia. Asistiremos a estas congregaciones apremiándoles a involucrarse en los varios aspectos latinos/hispanos de la vida de la iglesia.
4. Desarrollar instrumentos compartidos, entrenamiento y recursos para apoyar el

ministerio latino/hispano de iglesias en el crecimiento de áreas latinas/hispanas. El Comité de Supervisión de la Visión Estratégica Nacional trabajará con las oficinas del programa de Plantación de Iglesia, Evangelización, Vitalidad de la Congregación y Recursos Morehouse a fin de crear un Plan de Estudios que ofrezca asistencia paso a paso para 1) iniciar nuevas congregaciones latinas/hispanas, y 2) invitar a nuevos miembros a congregaciones que no poseen aun un Ministerio Latino/Hispano. Crearemos herramientas de mercadotecnia y recursos multimedios que ayudarán a las diócesis y a las congregaciones locales a iniciar nuevas congregaciones latinas/hispanas, al invitar e involucrar a latinos/hispanos a congregaciones existentes. Proporcionar sesiones de entrenamiento donde el clero diocesano y los líderes laicos puedan ser entrenados en la implementación de estas estrategias utilizando clases En-Líneas así como entrenamientos diocesanos o provinciales. Crear un programa educativo para enseñar cultura latina, espiritualidad y destrezas del lenguaje para aquellos clérigos, seminaristas y laicos que se sientan llamados a trabajar en este ministerio.

5. En la colaboración con la Oficina de Investigación y Estadística, establecer criterios unificados para evaluar el éxito en el número de congregaciones latinas/hispanas, incluso medir la composición de la congregación. Crearemos un instrumento para medir el crecimiento y evaluar el proceso. Este instrumento implicará la recolección de datos, así como una narrativa a fin de lograr una investigación cuantificable y cualificable. A cada diócesis y congregación involucradas se le pedirá participar en este proceso de evaluación con regularidad. La Oficina de Investigación y Estadística compilará las conclusiones y las compartirá con el Comité de Supervisión de la Visión Estratégica Nacional el cual apoyará con su capacidad consultiva promoviendo ajustes apropiados que aseguren el éxito.

ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS

Las siguientes estrategias le ofrecen a la Iglesia Episcopal una oportunidad para recompilar y compartir manuales de mejores prácticas, curricula de talleres, y materiales de publicidad/aviso-público. Algunas de estas estrategias ya han sido puestas en práctica en congregaciones que seguramente tendrán materiales de apoyo claves para compartir, así como entrenamiento para ofrecer.

Estrategia 1: Crear una atmósfera acogedora.

Desarrolle recursos e instrumentos para acercarse a latinos/hispanos desde una perspectiva culturalmente sensible. Use señalizaciones para anunciar el servicio religioso de su iglesia, seleccione música, coloque encargados para dar la bienvenida, dé clases para recién llegados, etc., hágalos entrar y que no quiera salir.

- Use encargados para dar la bienvenida que sean bilingües y capaces de desarrollar un proceso cómodo para los recién llegados.
- Cree una atmósfera latina/hispana amigable con celebraciones eucarísticas en español, y especialmente enfocada en la música, multimedia, danzas litúrgicas, y un énfasis en los santos y en la amplia y abierta teología de la Iglesia Episcopal.
- Ofrezca compañerismo culturalmente relevante, como servicios sabatinos y postres latinos/hispanos a la hora del café y celebre días festivos culturalmente culturalmente pertinentes como Quinceañeras y el Día de la Virgen.

- Sea anfitrión de eventos culturales latinos para la comunidad.

La estrategia 2: Crear conciencia de la Iglesia y de su oferta.

Abra la iglesia hacia la comunidad siendo anfitrión de eventos e involucre a la comunidad y aumente la percepción de la Iglesia entre ellos. Construya sobre las ya existentes mejores prácticas, liturgias y programas de servicio público acertados.

- Sea anfitrión de funerales, dando la bienvenida a familias extensas.
- Ofrezca Campamentos Bíblicos Vacacionales en el verano.
- Apoye causas de la zona y programas locales.
- Use anuncios publicitarios aéreos para informar sobre programas especiales gratuitos para aumentar el grado de conciencia y reconocimiento público positivo.
- Desarrolle el liderazgo autónomo y el ministerio monocultural que representa una comunidad en particular (es decir, mexicano, guatemalteco, salvadoreño, etc.).
- Ofrezca servicios de alimentación, sopas, y ministerios de ropa.
- Ofrezca programas de alojamiento y empleo.
- Ofrezca clases ESL.
- Ofrezca programas para niños y niñas para después de la escuela.

La estrategia 3: Elaborar programas que produzcan crecimiento espiritual e incrementen la autoestima.

- Ofrezca programas que alimenten el peregrinaje de fe de los creyentes en su propia velocidad y estilo.
- Ofrezca grupos de oración, retiros, grupos de padres, "Encontrando tu yo interior", Estudios de Biblia, etc.
- Ofrezca conferencias de liderazgo y consolidación.
- Establezca una red con las organizaciones de la comunidad y agencias del gobierno para apoyar los derechos de inmigración y trabaje en ello.
- Ofrezca una cena pastoral con un tema culturalmente relevante.

La estrategia 4: Construir programas para crear oportunidades de empoderamiento.

Utilice una serie de aconsejamiento gratuito y apoye programas que ofrezcan la oportunidad de trazar un rumbo diferente de vida favoreciendo cambios positivos y avances.

- Ofrezca cursos y talleres de computación, manejo de Internet, cómo hacer declaraciones sobre la renta, solicitar becas, realizar solicitudes En-Línea en la universidad, realizar el currículum vitae, y haga aconsejamiento vocacional.
- Ofrezca entrenamiento GED.
- Desarrolle un programa de microempresa que ayude a aquellos con talentos especiales a desarrollar sus oportunidades comerciales.
- Ofrezca programas de referencia para áreas de salud, finanzas, ley y educación.

La estrategia 5: Crear un Comité de Supervisión de la Visión Estratégica Nacional.

Este comité consistirá de clero latino/hispano, laicado y entrenadores de supervisión:

- Instrumentos y Recursos
- Compartiendo las Mejores Prácticas
- Manuales Pastorales
- Entrenando a los Entrenadores

La estrategia 6: Adquirir y diseminar datos demográficos exactos/actuales.

- Use datos para identificar tendencias/cambios en poblaciones.
- Use datos para analizar composición de la congregación contra composición demográfica circundante.
- Use información sobre iglesias nuevas del sitio Web de ECUSA (http://www.episcopalchurch.org/growth_60791_ENG_HTM) cuando arranquen estos nuevos ministerios.
- Asegure un mapeo de la población de latinos/hispanos en su comunidad utilizando los recursos demográficos del sitio web del Church Center y decídase por un modelo de plantación.
- Antes de comenzar un nuevo servicio, asegure al menos a 50 latinos/hispanos de la comunidad.

Este es sólo el principio. Ahora bien, una vez que las diócesis participantes y las congregaciones locales comiencen a poner este plan en acción, pedimos su feedback. ¿Qué está trabajando bien? ¿Qué asunto en particular está encontrando una resistencia inesperada? ¿Qué nuevas ideas ha tenido usted?

Juntos podemos continuar desarrollando y refinando nuestras estrategias y tácticas. A medida que usted comience a compartir sus Mejores Prácticas, observaciones, e ideas, ofreceremos un manual suplementario - un material acompañante a este documento - que será actualizado periódicamente.

Apéndice

TABLA 1

Población Latina por Tipo de Vecindario, 2000

	N	(%)
Minoría Latina	20,207,127	57
Mayoría Latina	15,031,354	43
Total	35,238,481	100

FUENTE: Cálculos de los autores con base en el Censo 2000 SF3

Fuente: Centro Hispano Pew, Dispersión y Concentración: Patrones de Asentamiento Residencial Latino, por Roberto Suro, Dic. 2004.Settlement, by Roberto Suro, Dec. 2004.

TABLA 2

Número y Porcentaje de Latinos por Tipo de Vecindario y Nacimiento, 2000

	Todos latinos		Latinos nacidos en el extranjero		Latino nativos	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)
Minoría Latina	20,207,127	57	7,380,192	52	12,826,935	61
Mayoría Latina	15,031,354	43	6,777,625	48	8,253,729	39
Total	35,238,481	100	14,157,817	100	21,080,664	100

FUENTE: Cálculos de los autores con base en el Censo 2000 SF3

Todos latinos; Latinos nacidos en el extranjero; Latinos nativos

TABLA 3

Número y Porcentaje de Latinos por Tipo de Vecindario y Nacimiento, 2000

	Inglés monolingüe		Bilingüe		Español monolingüe		Total	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
Minoría Latina	5,044,211	75	9,426,453	55	3,490,820	47	17,961,484	47
Mayoría Latina	1,720,533	25	7,771,282	45	3,947,660	53	13,439,475	43
Total	6,764,744	100	17,197,735	100	7,438,480	100	31,400,959	100

FUENTE: Cálculos de los autores con base en el Censo 2000 SF3

NOTA: La muestra excluye aquellos bajo los cinco años de edad.

Personas que colaboraron en la Visión Estratégica

AFANADOR, HERNAN
Birmingham, AL

AGUILAR, RICHARD
Brownsville, TX

ARAICA, ALVARO
Chicago, IL

ARCINIEGA, ROBERTO
Portland, OR

BARTON, PAUL
Austin, TX

BASS-CHOATE, YAMILY
Yonkers, NY

BAUTISTA, SIMON
Washington, DC

BLANCO, LEONEL
Oklahoma City, OK

BONILLAS, LUISA
San Diego, CA

BRENNOM, KESHA
Alexandria, VA

CASTILLO, SANDRA
Chicago, IL

CLARKSON, FREDERICK
Alexandria, VA

DAVILA, WILLIE
Corpus Christi, TX

DIAZ MARTINEZ, JOSE A.
Bridgeport, CT

ESPINAL, MIGUELINA
Paterson, NJ

FRAUSTO, NANCY
Highland Park, CA

FREGOSO, THOMAS
San Pedro, CA

GOMES, NAUDAL
Curitiba, Brazil

GOODWIN, SARABETH
Washington, DC

GUILLEN, ANTHONY
Ventura, CA

JOHNSON-TAYLOR, ALLAN
Forestville, MD

JUAREZ, JOSE MARTIN
San Bruno, CA

LANGDELL, MELISSA
Berkeley, CA

LANGE-SOTO, ANA
Redwood City, CA

LINDALL, ROSA
Ft Lauderdale, FL

LOPEZ, EDDIE
Bronxville, NY

MILIAN, MARIO
Oxnard, CA

MILLARD, PATRICIA
Boring, OR

MONTES, ALEX
Austin, TX

MONTES, ALEJANDRO
Houston, TX

MORGAN, DWIGHT
Miami, FL

MUÑOZ, ANTONIO
Dallas, TX

MUÑOZ, LIZ
Los Ángeles, CA

OLAIZ, HUGO
Carrboro, NC

OLIVER, JUAN
New York, NY

ORTEZ, LEONEL
Miami, FL

PALMER, SARA
Concord, NC

REYES, JESUS
Salinas, CA

RODRIGUEZ, AL
Austin, TX

RODRIGUEZ, FRANCISCO
Brooklyn, NY

RODRIGUEZ, ISAIAS
Atlanta, GA

ROLAND GUZMAN, CARLA
New York, NY

ROSADO, ROSANNA
Bronxville, NY

ROSE, JOSIE
Midland, TX

ROSERO-NORDALM, EMA
Brighton, MA

SAUNDERS, LISA
Washington, DC

VASQUEZ, MARTIR
Hawthorne, CA

VELEZ-RIVERA, DANIEL
Salem, MA

WILLIAMS, ALFREDO
Dallas, TX

ASESORES:

KARLA FERNANDEZ PARKER
K. Fernandez & Associates, LLC

SARAH JOHNSON
The Episcopal Church Center

PATRICIA PEREA
PereaSearch Cross-Cultural Research & Consulting

JESSICA MASSAY
Strategist, Guia Brand Planning

MARTA VILLANUEVA
Villanueva Qualitative Research

La Iglesia Episcopal, Oficina del Ministerio Latino/Hispano
840 Echo Park Avenue, Los Angeles, CA 90026
PO Box 512164 | Los Angeles, CA 90051-0164
El Rvdo. Canónigo Anthony Guillén, Director
212 716-6073
aguillen@episcopalchurch.org
www.iglesiaepiscopal.org/latino

Designed by: Thelma Herrera, CA
Printed by: Color World Graphics, CA