



LA NUEVA EVANGELIZACIÓN Y EL ANUNCIO KERIGMÁTICO. P. XAVIER MORLANS I MOLINA



La nueva evangelización y el anuncio kerigmático

P. XAVIER MORLANS I MOLINA

Facultad de Teología de Catalunya-Barcelona

Abstract

El anuncio kerigmático o primer anuncio del amor de Dios manifestado en Jesucristo crucificado y resucitado, dador del Espíritu Santo en cada situación existencial y en cada época concreta de la humanidad, aparece en *Evangelii Gaudium* no sólo como la normal *puerta* de entrada a la experiencia cristiana y como el *fundamento permanente la fe cristiana vivida en clave de encuentro con Jesucristo resucitado*, sino también como el *criterio* interpretativo del dogma y de la moral. Su conocimiento y su práctica devienen absolutamente necesarios para impulsar la nueva evangelización.

Relación

Introducción

Creo que una manera de entrar en el tema con perspectiva histórica y de resaltar una de las grandes aportaciones del papa Francisco en *Evangelii Gaudium*, es plantear abiertamente la pregunta: ¿Por qué cuesta tanto en el mundo católico entender y practicar el primer anuncio como una acción pastoral específica, distinta de - aunque relacionada con - la catequesis?

Personalmente he llegado a la conclusión de que la cosa viene de lejos, por lo menos desde la recepción de la contrareforma tridentina en la pastoral ordinaria católica. En efecto, desde aquella época, por lo menos, se haya fuertemente arraigado en el ADN del catolicismo, junto con un reflejo antiprotestante, el paradigma pastoral según el cual la vida del cristiano se basa en tres ejes: el conocimiento doctrinal (saber el catecismo), la práctica sacramental (ir a misa, más las devociones privadas) y la vida moral (ser bueno). Según este paradigma ser católico es sobretodo “pensar bien” y “actuar correctamente”. El seguimiento de Cristo se convierte en una simple imitación exterior de Cristo, y no en un co-vivir y co-actuar con Él. [1]

En este paradigma la fe cristiana dejaba de ser un encuentro en el presente con el Señor resucitado en el poder del Espíritu Santo. Con la aplicación de dicho esquema tripartito, la experiencia cristiana dejaba de ser entendida como una participación real en la historia de la salvación que se prolonga a través de hechos y palabras, en el ámbito de la Iglesia y del mundo.

A grandes rasgos y con el inevitable riesgo de simplificar, se podría decir que en dicho paradigma contrareformista los “hechos” de la salvación, por una parte, pasaban a concentrarse en los sacramentos – con tendencia a ser entendidos de forma cosista y mecanicista -, y por otra, se referían al esfuerzo moral por ser bueno. Las “palabras” de salvación, a su vez, – la Palabra de Dios viva y penetrante – se encapsulaba y se “atemporalizaba” en la palabra “doctrinal” y especialmente en su versión más popular: el catecismo de preguntas y respuestas.

Viviendo todavía con este paradigma la Iglesia católica se encontró en los años cincuenta del siglo pasado, con los efectos de dos guerras mundiales horribles y con una profunda transformación social y cultural que habían convertido los países de antigua tradición cristiana en verdadera “tierra de misión”.

Desde entonces, desde hace setenta años, la Iglesia católica está empeñada en un proceso de *nueva evangelización* que pivota entorno a dos ejes: 1) recuperar el sentido original de la fe cristiana como encuentro personal y comunitario con Jesucristo verdadera novedad que responde a las expectativas de los humanos en cada nueva época, y 2) encontrar los lenguajes adecuados para hacer llegar el amor y la amistad de Dios a un mundo sin esperanza, a un mundo que ha perdido incluso la conciencia de la nostalgia de Dios. [2]

Varias etapas han jalonado durante estos setenta años el intento de nueva evangelización. En primer lugar el Concilio Vaticano II con su reinterpretación del concepto de revelación cristiana como autocomunicación de Dios en la historia a través de hechos y palabras (cfr. *Dei Verbum*). Luego hubo un primer postconcilio muy focalizado en el diálogo con el mundo que supuso una auténtica kénosis eclesial con efectos de autosecularización, y que motivó, en parte, el movimiento pendular hacia un segundo postconcilio más autoafirmativo.

Pero en ambas etapas, con distintas modulaciones, se advierte de fondo aquel ADN católico basado en la tripleta: catecismo, sacramento, moral. En el primer postconcilio hubo una preocupación por traducir el viejo catecismo a categorías más antropológicas, se descubrió la dimensión horizontal de los sacramentos y la moral se polarizó entorno a lo social. En el segundo postconcilio se enfatizó de nuevo lo doctrinal catequético y la dimensión vertical de la liturgia y se acentuó la moral relativa a la familia y a la vida; pero en ambas fases sigue de fondo el paradigma contrareformista.

Con el pontificado de Benedicto XVI y con el documento de Aparecida (2007) parece que algo nuevo se mueve en búsqueda de la necesaria síntesis que finalmente ha llegado con el papa Francisco y su *Evangelii Gaudium*: una recuperación fresca y decisiva de la condición existencial e histórica de la vida cristiana mediada por la Palabra viva y por el amor *de y hacia* Jesucristo revelador de la misericordia del Padre en el poder del Espíritu

Santo, y todo ello vivido en función de la comunicación de dicho amor de Dios a toda la humanidad empezando por los más pobres y descartados.

El *anuncio kerigmático* o *primer anuncio* como acción pastoral específica, distinta y anterior a la catequesis, es la punta de lanza y la forma embrionaria de esta concepción y praxis del cristianismo como participación en una actualización permanente de la historia de la salvación que, si bien encuentran en los sacramentos su cima y su fuente, tienen un recorrido anterior, el que posibilita el acceso a dichos sacramentos.

Pero las resistencias del viejo paradigma siguen siendo fuertes. En concreto y referido al primer anuncio cuesta mucho aceptar:

1) Que haya un elemento *previo* a lo doctrinal, a lo litúrgico y a lo moral que tenga una *importancia decisiva y condicionante* en la vida cristiana.

2) Que este elemento, acompañado del mejor testimonio de vida, sea una *palabra*, una invitación verbal *dirigida al corazón de la persona*.

3) Que este elemento basado en una palabra y en una invitación *puntual*, contenga *en potencia* toda la grandeza de la vida cristiana así como el pequeño *piñón* contiene germinalmente el inmenso *pino* de amplias ramas y copiosos frutos.

4) Que la potencia germinal de este elemento previo pueda estar condicionando todo el edificio cristiano hasta el punto de constituir no sólo su normal *puerta* de entrada, sino también su *fundamento permanente* y, aun más, el *criterio hermenéutico* de la correcta interpretación de lo doctrinal, de lo litúrgico y de lo moral.

Y es aquí donde resalta, entre otras aportaciones, la importancia, la clarividencia y el carácter innovador de *Evangelii Gaudium*, por que este elemento previo, decisivo y fundamental para toda la vida cristiana está clara y detalladamente descrito, exaltado, y practicado a lo largo de todo el documento. De él dirá Francisco: “Nada hay más sólido, más profundo, más seguro, más denso y más sabio que ese anuncio” (n. 165).

Intentaré en una primera parte de esta intervención una sistematización de las enseñanzas de *Evangelii Gaudium* sobre el primer anuncio, para pasar luego a indicar, tal como se nos ha pedido, caminos para la introducción y potenciación del primer anuncio en la pastoral ordinaria católica.

PRIMERA PARTE

EL ANUNCIO KERIGMÁTICO EN *EVANGELII GAUDIUM*

1. LA INICIATIVA DE DIOS COMO CONTEXTO PREVIO DE LA ACCIÓN EVANGELIZADORA DE LA IGLESIA

El papa Francisco afirma que el anuncio cristiano llega como un momento segundo respecto de la iniciativa de Dios que es lo primero de todo:

“La Iglesia es enviada por Jesucristo como sacramento de la salvación ofrecida por Dios. [3] Ella, a través de sus acciones evangelizadoras, colabora como instrumento de la gracia divina que actúa incesantemente más allá de toda posible supervisión.” (n. 112)

“Esta salvación, que realiza Dios y anuncia gozosamente la Iglesia, es para todos, y Dios ha gestado un camino para unirse a cada uno de los seres humanos de todos los tiempos.” (n. 113)

En esta última cita *EG* se refiere en nota a GS 22, con lo cual se sitúa en el marco de la cristología inclusiva del Vaticano II: “Hemos de creer que el Espíritu Santo ofrece a todos los hombres la posibilidad de asociarse, de una forma que Dios conoce, al misterio pascual” (G 22, e).[4]

En este mismo sentido aparece en *EG* esta doble convicción de fe: la Resurrección de Jesucristo “entraña una fuerza de vida que ha penetrado el mundo” (n. 276); y “todo ser humano es objeto de la ternura infinita del Señor, y El mismo habita en su vida” (n. 274). Que Dios habita y vive en la ciudad será afirmado así mismo en el n. 71.[5]

2. El primer anuncio en relación al proceso integral de la evangelización

Antes de entrar en el tema específico del primer anuncio conviene tener la visión global de la evangelización según el famoso número 24 de *Evangelii Nuntiandi*:

“La evangelización, hemos dicho, es un paso complejo, con elementos variados: renovación de la humanidad, testimonio, anuncio explícito (kerigma y catequesis), adhesión de corazón, entrada en la comunidad, acogida de los signos (sacramentos), iniciativas de apostolado. Estos elementos pueden parecer contrastantes, incluso exclusivos. En realidad son complementarios y mutuamente enriquecedores. Hay que ver siempre cada uno de ellos integrado con los otros” (EN 24)

En relación a este conjunto de elementos el anuncio kerigmático o primer anuncio tienen según *EG* una doble función: por una parte una función propia y específica, la de *engendrar la primera fe*, la primera adhesión del corazón a Jesucristo; y por otra parte tiene una función permanente y transversal, la de asegurar que todos los otros elementos de la evangelización sean vividos siempre en el adecuado registro de *encuentro o colaboración personal con Jesucristo resucitado*.

3. Aproximación descriptiva al primer anuncio

Evangelii Gaudium se refiere reiteradamente al anuncio kerigmático o primer anuncio con diversas formulaciones. Si bien, como dice el mismo texto, “no hay que pensar que el anuncio evangélico deba transmitirse siempre con determinadas fórmulas aprendidas, o con palabras precisas que expresen un contenido absolutamente invariable” (n. 129), es útil intentar una descripción sintética de todas las expresadas en *EG*.

El anuncio kerigmático de una manera o de otra consiste en *una invitación al encuentro personal con Jesucristo, el Hijo de Dios, que habiéndonos salvado por su muerte en cruz y por su resurrección, nos ofrece, por el Espíritu Santo, el amor y la misericordia del Padre en cada situación existencial y en cada contexto histórico concreto* (nn 11, 110, 128, 164 y 165). Este anuncio conlleva inseparablemente la buena noticia de que “todo ser humano es objeto de la ternura infinita del Señor, y El mismo habita en su vida. Jesucristo dio su preciosa sangre en la cruz por esa persona. Más allá de toda apariencia, cada uno es *inmensamente sagrado y merece nuestro cariño y nuestra entrega*.” (n. 274).

El primer anuncio cristiano es inseparablemente cristológico y antropológico, es antropológico porque es cristológico: ofrece una fundamentación radical de la dignidad de cada ser humano. Tenemos por tanto una concepción del anuncio kerigmático que aúna de manera sintética las diversas dimensiones cristológica, pneumatológica, soteriológica, antropológica y eclesial.

Veamos a continuación una muestra de las constantes alusiones al acto y al contenido del primer anuncio en EG:

“Invito a cada cristiano, en cualquier lugar y situación en que se encuentre, a renovar ahora mismo su encuentro personal con Jesucristo” (n. 3)

“Su centro y esencia es siempre el mismo: el Dios que manifestó su amor inmenso en Cristo muerto y resucitado.” (n. 11)

“Cristo es el « Evangelio eterno » (Ap 14,6), y es « el mismo ayer y hoy y para siempre » (Hb13,8) , pero su riqueza y su hermosura son inagotables.” (n. 11)

“ (...) Que la pastoral ordinaria en todas sus instancias sea más expansiva y abierta, que coloque a los agentes pastorales en constante actitud de salida y favorezca así la respuesta positiva de todos aquellos a quienes Jesús convoca a su amistad.” (n. 27)

“Si algo debe inquietarnos santamente y preocupar nuestra conciencia, es que tantos hermanos nuestros vivan sin la fuerza, la luz y el consuelo de la amistad con Jesucristo, sin una comunidad de fe que los contenga, sin un horizonte de sentido y de vida.” (n. 49)

“La evangelización, como predicación alegre, paciente y progresiva de la muerte y resurrección salvífica de Jesucristo” (n. 110)

Me gustaría decir a aquellos que se sienten lejos de Dios y de la Iglesia, a los que son temerosos o a los indiferentes: ¡El Señor también te llama a ser parte de su pueblo y lo hace con gran respeto y amor! (n. 113)

“Siempre recordando el anuncio fundamental: el amor personal de Dios que se hizo hombre, se entregó por nosotros y está vivo ofreciendo su salvación y su amistad.” (n. 128)

“«*El kerygma*» es trinitario. Es el fuego del Espíritu que se dona en forma de lenguas y nos hace creer en Jesucristo, que con su muerte y resurrección nos revela y nos comunica la misericordia infinita del Padre.” (n. 164)

“En la boca del catequista vuelve a resonar siempre el primer anuncio: « Jesucristo te ama, dio su vida para salvarte, y ahora está vivo a tu lado cada día, para iluminarte, para fortalecerte, para liberarte »” (n. 164)

“Que exprese el amor salvífico de Dios previo a la obligación moral y religiosa” (n. 165)

El primer anuncio es el *corazón* del Evangelio (n. 34 y 36) su núcleo esencial “que le otorga sentido, hermosura y atractivo” (n. 34), y es al mismo tiempo “lo más necesario” (n. 35). El primer anuncio supone en cierta manera una simplificación, pero sin perder profundidad y verdad, y volviéndose “más contundente y radiante” (n. 35). [6] Podría decirse con una frase al estilo de las que suele elaborar Francisco que el primer anuncio consiste en *proponer el corazón del Evangelio al corazón de cada persona*.

Por otra parte en ningún momento se hace referencia a la base bíblica del kerigma. Creo que Francisco ha estado acertado dando un tratamiento pastoral al tema y dejando la fundamentación bíblica para los especialistas. En efecto, los biblistas nos advierten de las dificultades que supone cualquier intento de individuar fórmulas precisas del kerigma en el Nuevo Testamento. Los textos neotestamentarios son ya fruto de una teologización de los relatos fundacionales del cristianismo y no se puede extraer de modo mimético de ellos las fórmulas del kerigma para hoy.[7] Se requiere una tarea hermenéutica. Además el kerigma debe sonar siempre encarnado en la situación vital de los actuales destinatarios. [8]

4. La tres funciones pastorales del primer anuncio

Tal como ya se ha adelantado, el primer anuncio tiene una primera función pastoral específica, la de engendrar la primera fe, luego tiene una segunda función pastoral transversal, la de reactivar y avivar en todos los elementos de la evangelización (EN 24) el debido registro de real encuentro personal y comunitario con Jesucristo resucitado, y tienen todavía una tercera función la de ejercer de clave interpretativa de la doctrina y de la moral.

4.1.El primer anuncio como primer deber de la Iglesia para engendrar la primera fe

Francisco reafirma *el primado de la proclamación explícita de Jesucristo como el Señor* (n. 110) y crea el neologismo “*primerear*” que basándose en la iniciativa primera del amor de Dios en Jesucristo (1 Jn 4,10 y n. 162) exhorta a toda la Iglesia a “salir”, a “primerear”, a involucrarse (n. 24). En este contexto es obvio que la primera tarea, siempre junto al mejor testimonio de vida, es la oferta alegre, paciente y persistente del primer anuncio.

El primer anuncio es, en este contexto, la *puerta* de entrada en la experiencia cristiana y la causa más normal para propiciar el engendramiento o nacimiento de *la primera fe*. Es primero porque “esta al comienzo”, aunque no sólo al comienzo (n. 164).

Notemos que una recepción europea de *Evangelii Gaudium*, atendiendo al hecho de que cada vez hay más ciudadanos de Europa que no conocen a Jesucristo o tienen de Él una noción muy sesgada, pide que se explicita claramente este principio: *el primer anuncio, precedido y acompañado del mejor testimonio de vida, es el camino normal para propiciar la primera fe* en quien nunca ha creído en Jesucristo o en quien ha creído de forma superficial y rutinaria.

4.2.El primer anuncio como anuncio principal o fundamento permanente de la fe cristiana vivida siempre como encuentro con Jesucristo resucitado

El papa Francisco aclara una cierta confusión que apareció en torno a la preparación del Sínodo de 2012 sobre si el primer anuncio era exclusivo para los que todavía no han oído hablar de Cristo. Dice Francisco en el número 164:

“Hemos *redescubierto* que también en la catequesis tiene un rol fundamental el primer anuncio o « *kerygma* », que debe ocupar el centro de la actividad evangelizadora y de todo intento de renovación eclesial. (...) Cuando a este primer anuncio se le llama

« primero », eso no significa que está al comienzo y después se olvida o se reemplaza por otros contenidos que lo superan. Es el primero en un sentido cualitativo, porque es el anuncio *principal*, ese que siempre hay que volver a escuchar de diversas maneras y ese

que siempre hay que volver a anunciar de una forma o de otra a lo largo de la catequesis, en todas sus etapas y momentos. ” (n. 164)

E insiste dos números más:

“No hay que pensar que en la catequesis el *kerygma* es abandonado en pos de una formación supuestamente más « sólida ». Nada hay más sólido, más profundo, más seguro, más denso y más sabio que ese anuncio. Toda formación cristiana es ante todo la profundización del *kerigma* que se va haciendo carne cada vez más y mejor, que nunca deja de iluminar la tarea catequística, y que permite comprender adecuadamente el sentido de cualquier tema que se desarrolle en la catequesis.” (n. 165)

“El envío misionero del Señor incluye el llamado al crecimiento de la fe cuando indica: « enseñándoles a observar todo lo que os he mandado » (Mt 28,20). Así queda claro que el primer anuncio debe provocar también un camino de formación y de maduración. La evangelización también busca el crecimiento, que implica tomarse muy en serio a cada persona y el proyecto que Dios tiene sobre ella.” (n. 160)

Francisco da a entender que no sólo en la catequesis sino en “el centro de la actividad evangelizadora” y en “todo intento de renovación eclesial” (n. 164) el primer anuncio tiene un rol fundamental. Diríase que el anuncio kerigmático es la llamada que tiene la capacidad de poner al Pueblo de Dios en situación de vigilancia y en marcha. Este anuncio, en su renovado resonar, activa el *pathos* cristiano más auténtico: salir al encuentro del Señor y dejarse atraer por Él.

En este mismo sentido se podría hablar también de la dimensión kerigmática de la liturgia, pero no como algo que la liturgia tiene de por sí automáticamente, sino como un acontecimiento que es nuevo cada vez y depende en parte de la actitud del celebrante y de la comunidad. [9]

Y hay que notar que Francisco goza de muy buena compañía por parte de los principales biblistas y teólogos del siglo XX sobre esta cuestión. Citemos a algunos. Según Schlier el kerigma demuestra ser en razón de su esencia “la *paradosis* (tradición) apostólica normativa”. [10] Von Balthasar llama al kerigma “la estructura central de la predicación de la Iglesia primitiva”. [11] Rahner y Lehmann en su clásica aportación *Kerigma y Dogma* en *Mysterium Salutis* afirman: “Una interpretación que reduzca el kerigma a una “presentación misional” a los “no cristianos” le priva de su rasgo esencial más importante y de su más profundo criterio de obligatoriedad, ya que en cuanto presencia, causada por el Espíritu, del Señor glorificado en medio de su Iglesia llama siempre a conversión y obediencia, mediante la actualización del “Evangelio de Dios”. [12] Y añade todavía Latourelle: “El kerigma sigue siendo el punto de partida y la referencia constante de la catequesis. Así, la explicación de los sacramentos, las normas de la vida moral, no tienen sentido más que a la luz del acontecimiento pascual.” [13]

4.3.El primer anuncio como clave interpretativa de la doctrina y de la moral

Creo que estamos ante uno de los puntos más novedosos y geniales de *Evangelii Gaudium*. Frente al recelo de quienes temen que el kerigma sea algo simplemente puntual, verbal, repetitivo y automático, Francisco redescubre la relación interna, dinámica y orgánica entre el primer anuncio y crecimiento en la fe, primer anuncio y dogma, primer anuncio y catequesis, primer anuncio y vida cristiana. Por ello llega a proponerlo no sólo como fundamento dinámico permanente de la experiencia cristiana, sino también como *clave hermenéutica de la doctrina y de la moral* (nn. 34, 36, 41 y 165).

“Todas las verdades reveladas proceden de la misma fuente divina y son creídas con la misma fe, pero algunas de ellas son más importantes por expresar más directamente el corazón del Evangelio. En este núcleo fundamental lo que resplandece es *la belleza del amor salvífico de Dios manifestado en Jesucristo muerto y resucitado*. En este sentido, el Concilio Vaticano II explicó que « hay un orden o “jerarquía” en las verdades en la doctrina católica, por ser diversa su conexión con el fundamento de la fe cristiana ». [14] Esto vale tanto para los dogmas de fe como para el conjunto de las enseñanzas de la Iglesia, e incluso para la enseñanza moral.” (n. 36)

En el número siguiente el papa aporta un sólido apoyo teológico al principio conciliar de la jerarquía de verdades con varias citas muy adecuadas de santo Tomás de Aquino (n. 37). Y todavía en los nn. 38 y 39 explicita claramente las consecuencias pastorales de este criterio de la jerarquía de verdades. [15]

5. Los dos momentos constitutivos del primer anuncio

El primer anuncio, integralmente considerado, está constituido por dos momentos diferentes pero íntimamente conectados que no hay que separar en ningún caso: en primer lugar el *diálogo* sobre las razones para creer y en segundo lugar la *invitación* a creer en Jesucristo como salvador.

5.1. El diálogo sobre las razones para creer, o la búsqueda del punto de contacto antropológico del primer anuncio

Ciertas prácticas voluntaristas e inediatistas del primer anuncio suscitan por parte de los teólogos una crítica a la falta de diálogo previo y de la búsqueda del punto de contacto antropológico. Francisco está muy atento a este aspecto y lo trata con solvencia insistiendo en la necesidad del *diálogo* y de la conexión con *las experiencias humanas fundamentales*. [16]

“En esta predicación, [17] siempre respetuosa y amable, el primer momento es un *diálogo personal*, donde la otra persona se expresa y comparte sus alegrías, sus esperanzas, las inquietudes por sus seres queridos y tantas cosas que llenan el corazón. Sólo después de esta conversación es posible presentarle la Palabra,” (n.128)

a) En la mejor tradición de la antropología teológica católica, EG se refiere al “anuncio que responde al *anhelo de infinito* que hay en todo corazón humano.” (n.165) y al Evangelio que “*responde a las necesidades más profundas* de las personas, porque todos hemos sido creados para lo que el Evangelio nos propone: la amistad con Jesús y el amor fraterno.” (n. 265)

Con todo, conviene notar que una recepción europea de EG debe contar con el *handicap* que supone el hecho de que la cultura dominante europea, fruto de la evolución del principio de inmanencia en el pensamiento occidental, haya llevado al sujeto europeo a una exaltación del yo y a una apoteosis del inmanentismo (señalado ya por EG nn. 90, 91, 94, 97 y 170) que exigen por parte del evangelizador una tarea previa: la de despertar en el interlocutor ese anhelo de infinito que yace bajo una capa de asfalto. Aunque también es verdad que la dificultad se convierte en *oportunidad*, porque en este momento de gran desorientación, el cristianismo tiene la ocasión de hacer una aportación a la cultura humanista en crisis, ayudando a descifrar la condición humana. En cualquier caso esta es una tarea imprescindible y forma parte ya en sí misma del camino del primer anuncio. [18]

b) EG de todas maneras va más allá de una consideración puramente subjetiva del punto de contacto para el primer anuncio cuando apunta a la cultura propia de cada pueblo:

“Ya que no basta la preocupación del evangelizador por llegar a cada persona, y el Evangelio también se anuncia a las culturas en su conjunto.” (n. 133)

“Este Pueblo de Dios se encarna en los pueblos de la tierra, cada uno de los cuales tiene su cultura propia. La noción de cultura es una valiosa herramienta para entender las diversas expresiones de la vida cristiana que se dan en el Pueblo de Dios. Se trata del estilo de vida que tiene una sociedad determinada, del modo propio que tienen sus miembros de relacionarse entre sí, con las demás criaturas y con Dios. Así entendida, la cultura abarca la totalidad de la vida de un pueblo. [19] Cada pueblo, en su devenir histórico, desarrolla su propia cultura con legítima autonomía.[20] Esto se debe a que la persona humana « por su misma naturaleza, tiene absoluta necesidad de la vida social », [21] y está siempre referida a la sociedad, donde vive un modo concreto de relacionarse con la realidad. El ser humano está siempre culturalmente situado: « naturaleza y cultura se hallan unidas estrechísimamente ».[22] La gracia supone la cultura, y el don de Dios se encarna en la cultura de quien lo recibe.” (n. 115)

“Por consiguiente, si el Evangelio se ha encarnado en una cultura, ya no se comunica sólo a través del anuncio persona a persona. Esto debe hacernos pensar que, en aquellos países donde el cristianismo es minoría, además de alentar a cada bautizado a anunciar el Evangelio, las Iglesias particulares deben fomentar activamente formas, al menos incipientes, de inculturación. Lo que debe procurarse, en definitiva, es que la predicación del Evangelio, expresada con categorías propias de la cultura donde es anunciado, provoque una nueva síntesis con esa cultura.” (n. 129)

Y dado que la mayoría de habitantes del planeta tienden a vivir en grandes ciudades y en regiones metropolitanas, la atención de Francisco se dirige hacia la cultura o culturas urbanas (nn. 71-75). [23]

“Se impone una evangelización que ilumine los nuevos modos de relación con Dios, con los otros y con el espacio, y que suscite los valores fundamentales. Es necesario llegar allí donde se gestan los nuevos relatos y paradigmas, alcanzar con la Palabra de Jesús los núcleos más profundos del alma de las ciudades. No hay que olvidar

que la ciudad es un ámbito multicultural. En las grandes urbes puede observarse un entramado en el que grupos de personas comparten las mismas formas de soñar la vida y similares imaginarios y se constituyen en nuevos sectores humanos, en territorios culturales, en ciudades invisibles.” (n. 74)

La proclamación del Evangelio será una base para restaurar la dignidad de la vida humana en esos contextos, porque Jesús quiere derramar en las ciudades vida en abundancia (cf. *Jn* 10,10). El sentido unitario y completo de la vida humana que propone el Evangelio es el mejor remedio para los males urbanos, aunque debemos advertir que

un programa y un estilo uniforme e inflexible de evangelización no son aptos para esta realidad. Pero vivir a fondo lo humano e introducirse en el corazón de los desafíos como fermento testimonial, en cualquier cultura, en cualquier ciudad, mejora al cristiano y fecunda la ciudad.” (n. 75)

La nueva cultura urbana no es una simple evolución por vía lineal de la cultura humana, sino el advenimiento de un nuevo paradigma que exige también del cristianismo un replanteamiento radical de las formas culturales a través de las cuales expresa su identidad y su misión en la historia. La cultura urbana supone de entrada un empobrecimiento de la cultura moderna (renacentista y burguesa) pero está llena de nuevas posibilidades si se sabe interpretar. Por ejemplo, en contraste con la masificación se hace todavía más evidente la necesaria defensa del valor de la persona y de lo humano. [24]

c) No se olvida tampoco la Exhortación del diálogo y de la encarnación del anuncio cristiano en las culturas profesionales, científicas y académicas.

“El anuncio a la cultura implica también un anuncio a las culturas profesionales, científicas y académicas. Se trata del encuentro entre la fe, la razón y las ciencias, que procura desarrollar un nuevo discurso de la credibilidad, una original apologética (cfr *Propositio* 17) que ayude a crear las disposiciones para que el Evangelio sea escuchado por todos. Cuando algunas categorías de la razón y de las ciencias son acogidas en el anuncio del mensaje, esas mismas categorías se convierten en instrumentos de evangelización; es el agua convertida en vino. Es aquello que, asumido, no sólo es redimido sino que se vuelve instrumento del Espíritu para iluminar y renovar el mundo.” (n. 132)

d) Todo ello comporta una llamada especial a los teólogos. En efecto, el papa anima a los teólogos para que ofrezcan su propia aportación en este campo

“Ya que no basta la preocupación del evangelizador por llegar a cada persona, y el Evangelio también se anuncia a las culturas en su conjunto, la *teología* —no sólo la teología pastoral— en diálogo con otras ciencias y experiencias humanas, tiene gran importancia para pensar cómo hacer llegar la propuesta del Evangelio a la diversidad de contextos culturales y de destinatarios (cfr. *Propositio* 30). La Iglesia, empeñada en la evangelización, aprecia y alienta el carisma de los teólogos y su esfuerzo por la investigación teológica, que promueve el diálogo con el mundo de las culturas y de las ciencias. Convoco a los teólogos a cumplir este servicio como parte de la misión salvífica de la Iglesia. Pero es necesario que, para tal propósito, lleven en el corazón la finalidad evangelizadora de la Iglesia y también de la teología, y no se contenten con una teología de escritorio.” (n. 133)

“Las Universidades son un ámbito privilegiado para pensar y desarrollar este empeño evangelizador de un modo interdisciplinario e integrador. Las escuelas católicas, que intentan siempre conjugar la tarea educativa con el anuncio explícito del Evangelio, constituyen un aporte muy valioso a la evangelización de la cultura, aun en los países y ciudades donde una situación adversa nos estimule a usar nuestra creatividad para encontrar los caminos adecuados (cfr. *Propositio* 27).” (n. 134)

5.2.El anuncio de la intervención de Dios en Jesucristo y la invitación al encuentro personal con Él

Si en un primer momento la búsqueda de las razones para creer se dirige preferentemente a la *inteligencia*, el segundo momento constitutivo del primer anuncio va dirigido preferentemente a la *voluntad*. Se trata de aquel momento de la conversación en que el evangelizador, le anuncia al interlocutor que en Jesucristo la posibilidad de creer en Dios se ha hecho real y firme, y le invita a acercarse existencialmente a Él. Si la receptividad del interlocutor es positiva se puede generar una secuencia de actitudes *in crescendo*, respecto de la persona de Jesucristo, que pasan por la curiosidad, el interés, la atracción, el “enamoramiento”, la decisión, hasta llegar finalmente a la primera adhesión de fe.

El mismo Francisco practica este momento propositivo del primer anuncio en su documento:

“Invito a cada cristiano, en cualquier lugar y situación en que se encuentre, a renovar ahora mismo su encuentro personal con Jesucristo” (n. 3)

“Me gustaría decir a aquellos que se sienten lejos de Dios y de la Iglesia, a los que son temerosos o a los indiferentes: ¡El Señor también te llama a ser parte de su pueblo y lo hace con gran respeto y amor! (n. 113)

En el núm. 128 tenemos una preciosa descripción de este segundo momento propositivo del primer anuncio, en el que el papa llega a indicar pasos posibles a realizar:

“Sólo después de esta conversación es posible presentarle la Palabra, sea con la lectura de algún versículo o de un modo narrativo, pero siempre recordando el anuncio fundamental: el amor personal de Dios que se hizo hombre, se entregó por nosotros y está vivo ofreciendo su salvación y su amistad. (...) A veces se expresa de manera más directa, otras veces a través de un testimonio personal, de un relato, de un gesto o de la forma que el mismo Espíritu Santo pueda suscitar en una circunstancia concreta. Si parece prudente y se dan las condiciones, es bueno que este encuentro fraterno y misionero termine con *una breve oración* que se conecte con las inquietudes que la persona ha manifestado. Así, percibirá mejor que ha sido escuchada e interpretada, que su situación queda en la presencia de Dios, y reconocerá que la Palabra de Dios realmente le habla a su propia existencia.” (n. 128).

Sin caer en escolasticismos, y al servicio de su realización concreta, es bueno explicitar las sugerencias para el segundo momento del primer anuncio que contiene este núm 128 y que podrán ser seguidas de distinta manera según cada caso concreto:

- a) Hacer presente el Anuncio del amor personal de Dios que se hizo hombre, se entregó por nosotros y está vivo ofreciendo su salvación y su amistad, ya sea recordando un *relato bíblico* (¿el hijo prodigo? ¿la curación del paralítico?) o con una *lectura breve* del mismo Evangelio.
- b) Reforzarlo con un breve *testimonio* de la propia experiencia de haber sido salvado por Jesucristo (cfr. n. 264)
- c) No descartar algún *gesto* que el mismo Espíritu Santo pueda suscitar (una referencia a una cruz o a una imagen que el interlocutor conoce y aprecia)
- d) “Si parece prudente y se dan las condiciones” terminar con una breve *oración* “que se conecte con las inquietudes que la persona ha manifestado” y que la ayude a establecer ese tú a tú con Jesús.

5.3. La articulación entre estos dos momentos internos del primer anuncio

Recordemos una página clásica de la teología fundamental: la concepción sintética del acto de fe (contenida en DV 5). Según ésta, convergen en el acto de fe, por una parte los llamados “motivos de credibilidad”, que son las razones para creer, y por otra “el motivo” de la fe que es la atracción interior del Padre a través del Espíritu Santo (Juan 6,44-45). [25]

También en la teología del acto de fe “la realidad (el acto de fe) es superior a la idea (la teología)” (n. 231) y “la idea está en función de la captación, la comprensión y la conducción de la realidad” (n. 232). Conscientes de esta inadecuación entre realidad e idea, no obstante creo que ayuda a iluminar la articulación real de los dos momentos del primer anuncio la siguiente formulación: el *primer momento* del anuncio se centra en *los motivos de credibilidad*, según la situación del interlocutor discernida a través de un diálogo cercano y cordial. Y el segundo momento del anuncio intenta colaborar a que se haga efectivo en el interlocutor *el motivo de la fe*, es decir la atracción interior del Padre, cosa que, siendo sobre todo acción gratuita e impredecible de Dios, normalmente viene mediada por la unción del testigo (“una vida que se ha transfigurado en la presencia de Dios” n. 259) y por la unción de la misma invitación a acercarse a Jesucristo aceptado como Hijo de Dios y Salvador.

Los teólogos y los pensadores cristianos deben aportar *las razones para creer* en dialogo con las distintas culturas y operando con grandes claves filosóficas y culturales. Deben aportar una *palabra de cualidad* capaz de suscitar de nuevo la pregunta por Dios en el corazón de las preguntas humanas. Deben hacerlo con las publicaciones y los medios propios de un dialogo de altura intelectual. Por su parte los pastoralistas deben trasladar dichas aportaciones de los teólogos a un nivel más popular con *guiones* y *fórmulas dialogales*, que ayuden a los pastores y a todos los cristianos a realizar el primer anuncio en su vida cotidiana.

Ya sabemos que en la práctica las cosas a veces se entremezclan y que el Espíritu se puede servir de un gesto o de una palabra torpe, pero en cuanto depende de nosotros “discípulos misioneros” (n. 120) tenemos que ser fieles servidores de la Palabra. En síntesis: sin *diálogo* no puede haber anuncio, pero el diálogo por sí sólo no es todavía el anuncio, le falta el elemento de presentación viva de Jesucristo y de *invitación* a relacionarse con Él.

6. Los dos efectos inseparables del primer anuncio

Si el primer anuncio es bien recibido de forma inicial pero sincera debe propiciar en el interlocutor progresivamente dos efectos inseparables: la conversión a Dios y la conversión al prójimo.

6.1. La conversión a Dios

El primer anuncio busca como efecto “la respuesta positiva de todos aquellos a quienes Jesús convoca a su amistad” (n. 27), o propiciar a todos “la fuerza, la luz y el consuelo de la amistad con Jesucristo” y “una comunidad de fe” que de “un horizonte de sentido y de vida” (n. 49).

Aunque EG se refiere de forma más habitual al efecto del primer anuncio para avivar la fe adormecida de los creyentes rutinarios o medio alejados, queda claro también por todo el contexto que el primer anuncio aceptado por los que nunca han creído debe provocar en ellos precisamente la primera fe o lo que es lo mismo la primera conversión al amor y al perdón de Dios mediado en Jesucristo.

6.2. La dimensión comunitaria y social del primer anuncio

Un recelo respecto del primer anuncio, por parte de aquellos sectores del mundo católico con más sensibilidad social, es la percepción del primer anuncio como algo relativo a la subjetividad y la emocionalidad y desconectado como tal de la dimensión operativa y transformadora de la fe cristiana. Como ya hemos indicado más arriba Francisco disipa claramente este recelo al insistir en la íntima relación entre el primer anuncio y la dimensión comunitaria y social de toda evangelización integral. El primer anuncio es constitutivamente comunitario y comporta repercusiones sociales (nn. 113, 114, 177- 181, y 274).

“El *kerygma* tiene un contenido ineludiblemente social: en el corazón mismo del Evangelio está la vida comunitaria y el compromiso con los otros. El contenido del primer anuncio tiene una inmediata repercusión moral cuyo centro es la caridad.” (n. 177)

“El misterio mismo de la Trinidad nos recuerda que fuimos hechos a imagen de esa comunión divina, por lo cual no podemos realizarnos ni salvarnos solos. Desde el corazón del Evangelio reconocemos la íntima conexión que existe entre evangelización y promoción humana, que necesariamente debe expresarse y desarrollarse en toda acción

evangelizadora. La aceptación del primer anuncio, que invita a dejarse amar por Dios y a amarlo con el amor que Él mismo nos comunica, provoca en la vida de la persona y en sus acciones una primera y fundamental reacción: desear, buscar y cuidar el bien de los demás.” (n. 178)

6.2.1. El primer anuncio es un acto comunitario y que tiende a crear comunidad.

Se trata del anuncio de toda la Iglesia como pueblo de Dios que al ofrecer la salvación personal vincula al que la recibe a toda la comunidad.

“Esta salvación, que realiza Dios y anuncia gozosamente la Iglesia, es para todos,[26] y Dios ha gestado un camino para unirse a cada uno de los seres humanos de todos los tiempos. Ha elegido convocarlos como pueblo y no como seres aislados (cfr. LG 9). [27]

Nadie se salva solo, esto es, ni como individuo aislado ni por sus propias fuerzas. Dios nos atrae teniendo en cuenta la compleja trama de relaciones interpersonales que supone la vida en una comunidad humana. Este pueblo que Dios se ha elegido y convocado es la Iglesia. Jesús no dice a los Apóstoles que formen un grupo exclusivo, un grupo de élite. Jesús dice: « Id y haced que todos los pueblos sean mis discípulos » (Mt 28,19).” (n. 113)

“Ser Iglesia es ser *Pueblo de Dios*, de acuerdo con el gran proyecto de amor del Padre. Esto implica ser el fermento de Dios *en medio de la humanidad*. Quiere decir anunciar y llevar la salvación de Dios en este mundo nuestro, que a menudo se pierde, necesitado de tener respuestas que alienten, que den esperanza, que den nuevo vigor en el camino. La Iglesia tiene que ser el lugar de la misericordia gratuita, donde todo el mundo pueda sentirse acogido, amado, perdonado y alentado a vivir según la vida buena del Evangelio.” (n. 114)

6.2.2. El primer anuncio tiene una inmediata repercusión moral

“Su redención tiene un sentido social porque « Dios, en Cristo, no redime solamente la persona individual, sino también las relaciones sociales entre los hombres »[28].” (n. 178)

“Esta inseparable conexión entre la recepción del anuncio salvífico y un efectivo amor fraterno está expresada en algunos textos de las Escrituras que conviene considerar y meditar detenidamente para extraer de ellos todas sus consecuencias. (...) Lo que expresan estos textos es la absoluta prioridad de la « salida de sí hacia el hermano » como uno de los dos mandamientos principales que fundan toda norma moral y como el signo más claro para discernir acerca del camino de crecimiento espiritual en respuesta a la donación absolutamente gratuita de Dios. Por eso mismo « el servicio de la caridad es también una dimensión constitutiva de la misión de la Iglesia y expresión irrenunciable de su propia esencia »[29] Así como la Iglesia es misionera por naturaleza, también brota ineludiblemente de esa naturaleza la caridad efectiva con el prójimo, la compasión que comprende, asiste y promueve.” (n. 179)

“La propuesta *es el Reino de Dios* (cf. Lc 4,43); se trata de amar a Dios que reina en el mundo. En la medida en que Él logre reinar entre nosotros, la vida social será ámbito de fraternidad, de justicia, de paz, de dignidad para todos. Entonces, tanto el anuncio como la experiencia cristiana tienden a provocar consecuencias sociales.” (n. 180)

“(…) De manera que « la misión del anuncio de la Buena Nueva de Jesucristo tiene una destinación universal. Su mandato de caridad abraza todas las dimensiones de la existencia, todas las personas, todos los ambientes de la convivencia y todos los pueblos. Nada de lo humano le puede resultar extraño »[30]. La verdadera esperanza cristiana, que busca el Reino escatológico, siempre genera historia.”(n. 181)

Del primer anuncio integralmente asumido se desprende *la opción preferencial por los pobres*, ampliamente tratada en los nn. 186-216; y la preocupación por *el bien común y por la paz social*, en los nn. 217-237. No disponemos aquí de más espacio para tratar esta importante cuestión. Pero dejemos constancia por lo menos de la firmeza con que el papa reclama la inseparabilidad de primer anuncio y opción por los pobres:

“Sin la opción preferencial por los más pobres, « el anuncio del Evangelio, aun siendo la primera caridad, corre el riesgo de ser incomprendido o de ahogarse en el mar de palabras al que la actual sociedad de la comunicación nos somete cada día.” [31] (n. 199)

6.3. La prolongación de los efectos del primer anuncio en la cultura

A propósito del sustrato cristiano de algunos pueblos, sobre todo occidentales, el papa engarza una reflexiones muy oportunas sobre lo que podríamos llamar *la prolongación de los efectos del primer anuncio* cuando este ha impregnado una cultura y se ha sintetizado de alguna manera con ella.

“No conviene ignorar la tremenda importancia que tiene una cultura marcada por la fe, porque esa cultura evangelizada, más allá de sus límites, tiene muchos más recursos que una mera suma de creyentes frente a los embates del secularismo actual. Una cultura popular evangelizada contiene valores de fe y de solidaridad que pueden provocar el desarrollo de una sociedad más justa y creyente, y posee una sabiduría peculiar que hay que saber reconocer con una mirada agradecida.” (n. 68)

En cierta manera ya se habló de esto en el anterior punto 5.1. a propósito de la necesidad de inculturar el primer anuncio, especialmente en la cultura urbana, pero lo que el papa quiere remarcar en estos otros pasajes de su exhortación es la perspectiva de trabajo evangelizador a largo término.

“Es imperiosa la necesidad de evangelizar las culturas para inculturar el Evangelio. En los países de tradición católica se tratará de acompañar, cuidar y fortalecer la riqueza que ya existe, y en los países de otras tradiciones religiosas o profundamente secularizados se tratará de procurar nuevos procesos de evangelización de la cultura, aunque supongan proyectos a muy largo plazo.” (n. 69)

7. La explicación teológica de la necesidad y de la eficacia del primer anuncio

La explicación teológica de la necesidad y de la eficacia del primer anuncio se encuentra en el mismo dinamismo de la revelación bíblica adaptada a la condición humana y en el tema de la sacramentalidad de la Palabra.

7.1. El dinamismo de la revelación cristiana en clave de “encuentro”

La identidad de este elemento previo a lo doctrinal, lo litúrgico y lo moral que es el primer anuncio responde sencillamente a la génesis y al dinamismo propio de la revelación bíblica o judeocristiana. Como ya dejó bien sentado *Dei Verbum* y como recogió años después el *Directorio General para la Catequesis*, la forma de transmisión de la fe cristiana no puede hacer otra cosa que reproducir, adaptándolo a cada época, el dinamismo de la revelación de Dios al Pueblo de Israel que culmina en Jesucristo y en la etapa eclesial fundacional.

Se trata de la revelación como autocomunicación de Dios en la historia a través de hechos y palabras que persigue, con una progresiva pedagogía divina, establecer una alianza de amor y de amistad con toda la humanidad a partir de una inicial realización de dicha alianza con un pueblo llamado todo él a ser misionero universal: primero el Israel bíblico y después la Iglesia manifestada en Pentecostés.

¿Por qué una acción verbal como el primer anuncio puede desencadenar y realimentar algo tan importante como la salvación de las personas? Porque la salvación que ofrece el Dios cristiano tiene que ver con una relación de amistad y de amor, que empieza por la iniciativa de Dios que hace llegar su Palabra a la persona escogida, la cual estará en la disyuntiva de responder afirmativamente o de rechazar la invitación.

No deja de ser sorprendente y admirable que en la pequeña conversación informal “en la calle, en la plaza, en el trabajo, en un camino” (EG 127) dónde un cristiano le habla a otro con amor y humildad de Jesucristo muerto y resucitado por él, se actualiza, aunque a una escala reducida, el dinamismo revelador que tiene obviamente su más eficaz actualización en la liturgia de la Palabra y en la misma celebración de la Eucaristía.

Esto va muy bien para precisar que el primer anuncio como tal no es una nueva metodología, ni una nueva moda pastoral. El primer anuncio es la fase inicial de la pedagogía reveladora de Dios. Otra cosa es que, como toda acción pastoral, en cada nueva etapa de la historia de la Iglesia, el primer anuncio necesite metodologías concretas en las que encarnarse. [32]

Notemos además la gran coherencia encarnatoria de esta pedagogía de Dios que en la manera de comunicarse a la humanidad responde a la condición humana que tiene en la categoría de *encuentro* su estructura fundamental.[33]

7.2. El primer anuncio como caso germinal de la sacramentalidad de la Palabra

Esta misma consideración nos lleva a relacionar el primer anuncio con la eficacia sacramental de la Palabra de Dios. *Evangelii Gaudium* señala esta relación cuando, citando la Exhortación postsinodal de Benedicto XVI *Verbum Domini* (n. 1), afirma con gran sensatez:

“Es indispensable que la Palabra de Dios « sea cada vez más el corazón de toda actividad eclesial»[34]. La Palabra de Dios escuchada y celebrada, sobre todo en la Eucaristía, alimenta y refuerza interiormente a los cristianos y los vuelve capaces de un auténtico testimonio evangélico en la vida cotidiana. Ya hemos superado aquella vieja contraposición entre Palabra y Sacramento. La Palabra proclamada, viva y eficaz, prepara la recepción del Sacramento, y en el Sacramento esa Palabra alcanza su máxima eficacia.” (n. 174)

Creo que ayudaría a los obispos, sacerdotes y laicos a apreciar más y mejor la determinante fuerza evangelizadora del primer anuncio, si se reconociese de modo claro el carácter germinalmente sacramental del primer anuncio. El mismo Benedicto XVI después de establecer en *Verbum Domini* n. 56 una analogía entre la presencia real de Jesucristo en las especies del pan y del vino, y su presencia análoga en la Palabra de Dios proclamada en la liturgia, exhorta a profundizar en el sentido de la sacramentalidad de la Palabra de Dios. Pues bien, hay motivos bíblicos y teológicos bien fundados para prolongar la analogía de Benedicto XVI reconociendo explícitamente también *una presencia de Jesucristo de menor intensidad, pero a su manera efectiva, en el primer anuncio*. Se podría formular así: El primer anuncio contiene *la eficacia mínima necesaria para suscitar la primera fe*. [35]

De hecho esta idea aparecía claramente formulada tanto en los *Lineamenta* como en el *Instrumentum Laboris* del Sínodo de los Obispos sobre la Nueva Evangelización (2012):

“El Evangelio es Evangelio de Jesucristo: no solamente tiene como contenido Jesucristo. Mucho más, este último es, a través del Espíritu santo, también el promotor y el sujeto primario de su anuncio, de su trasmisión. El objetivo de la transmisión de la fe es la realización de este encuentro con Jesucristo, en el Espíritu, para llegar a vivir la experiencia del Padre suyo y nuestro” (Sínodo de los Obispos 2012, *Lineamenta* 2011, n. 11).

“Por lo tanto la tarea de la Iglesia consiste en realizar la *traditio evangelii*, el anuncio y la transmisión del evangelio que es fuerza de Dios para la salvación de todo el que cree” (Rm 1,16) y que en última instancia, se identifica con Jesucristo (cf. 1Co 1,24)” (Sínodo de los Obispos 2012, *Instrumentum Laboris*, 2012, n. 26).

A favor de este reconocimiento del carácter germinalmente sacramental del primer anuncio estaría también la afirmación de Rahner: “Justamente porque la palabra (de Dios) solo logra su grado más alto de actualización en el sacramento, pero tendiendo siempre a tal grado, tiene siempre *incoativamente ese carácter de palabra eficaz*”. [36]

Si atendemos, pues, a esta auténtica y profunda Cristología de la Palabra que emerge desde *Verbum Domini* hasta *Evangelii Gaudium*, el primer anuncio aparece no como una cuestión de marketing o un eslogan pastoral, sino como un auténtico redescubrimiento de la fuerza – *dyinamis* – de la que habla san Pablo en textos tan clásicos y estudiados académicamente como desatendidos en su aplicación pastoral:

“Pues no me avergüenzo del *Evangelio*, que es *fuerza de Dios* para que se salve todo el que cree, tanto si es judío como si no lo es. Porque *en él se manifiesta la fuerza salvadora de Dios* a través de una fe en continuo crecimiento, como dice la Escritura: *Quien alcance la salvación por la fe, ese vivirá*” (Rom 1,16).

Por cierto, cuando Pablo escribía a los romanos, seguramente desde la ciudad de Éfeso alrededor del año 55, el Evangelio como *libro* todavía no existía. El Evangelio del que habla Pablo es el anuncio kerigmático, lo que hoy llamamos el primer anuncio

7.3. El primer anuncio y la esencia del cristianismo

En definitiva lo que entra en juego con el primer anuncio es la misma esencia del cristianismo. El cristianismo es la respuesta personal y comunitaria a la presencia vivificadora del Señor resucitado, que nos atrae con la acción de su Espíritu Santo. El cristianismo es vivir en Cristo y co-actuar con Él en la transformación del mundo en el sentido del Reino de Dios. [37]

“El verdadero misionero, que nunca deja de ser discípulo, sabe que Jesús camina con él, habla con él, respira con él, trabaja con él. Percibe a Jesús vivo con él en medio de la tarea misionera.” (n. 266)

Entra en juego la condición escatológica del cristianismo. Es decir que la fe cristiana se vive siempre en presente y hacia el futuro, nunca en pasado. Y lo que de manera más elemental y cotidiana asegura este carácter escatológico de la fe es el renovado y persistente anuncio de que Jesucristo, por el poder del Espíritu Santo, está vivo y actuante en su Iglesia y en la historia. Francisco repite de nuevo al final del documento este primer anuncio:

“Si pensamos que las cosas no van a cambiar, recordemos que Jesucristo ha triunfado sobre el pecado y la muerte y está lleno de poder. Jesucristo verdaderamente vive. (...) Cristo resucitado y glorioso es la fuente profunda de nuestra esperanza, y no nos faltará su ayuda para cumplir la misión que nos encomienda.” (n. 275)

“Su resurrección no es algo del pasado; entraña una fuerza de vida que ha penetrado el mundo.” (n. 276)

“La fe es también creerle a Él, creer que es verdad que nos ama, que vive, que es capaz de intervenir misteriosamente, que no nos abandona, que saca bien del mal con su poder y con su infinita creatividad. Es creer que Él marcha victorioso en la historia « en unión con los suyos, los llamados, los elegidos y los fieles » (Ap 17,14).” (n. 278)

El cristiano es alguien que vive permanentemente en la presencia amorosa de Jesucristo resucitado, y la primera forma de esta presencia está vehiculada por el anuncio que hacen sus seguidores por la palabra – el kerigma - que introduce la resurrección de Cristo en la historia concreta de quien recibe el anuncio.[38]

Está también la presencia escondida de Jesucristo en el pobre y el descartado, y luego la presencia en la proclamación de la Palabra de Dios en la primera parte de la liturgia y luego, todavía más, la presencia substancial en las especies del pan y del vino en la Eucaristía. Pero que la liturgia sea la máxima presencia substancial y la más eficaz no puede hacernos olvidar aquella primera presencia humilde en el testimonio y el primer anuncio de cada cristiano en sus lugares de vida y acción.

8.Los destinatarios del primer anuncio

Ha devenido ya clásica la triple enunciación con que se alude a los tres tipos de destinatarios a los cuales debe ir dirigida la nueva evangelización, o la nueva etapa evangelizadora de la Iglesia, que comporta el anuncio del kerigma con las consiguientes adaptaciones según las características de cada uno de estos tres ámbitos:

8.1. Los fieles atendidos en la llamada pastoral ordinaria de la Iglesia

“(…) Los fieles que regularmente frecuentan la comunidad y que se reúnen en el día del Señor para nutrirse de su Palabra y del Pan de vida eterna.[39]” (n. 14)

“También se incluyen en este ámbito los fieles que conservan una fe católica intensa y sincera, expresándola de diversas maneras, aunque no participen frecuentemente del culto. Esta pastoral se orienta al crecimiento de los creyentes, de manera que respondan cada vez mejor y con toda su vida al amor de Dios.” (n. 14)

8.2.Las personas bautizadas que no viven las exigencias del Bautismo

“En segundo lugar, recordemos el ámbito de « *las personas bautizadas que no viven las exigencias del Bautismo* »[40], no tienen una pertenencia cordial a la Iglesia y ya no experimentan el consuelo de la fe. La Iglesia, como madre siempre atenta, se empeña para que vivan una *conversión* que les devuelva la alegría de la fe y el deseo de comprometerse con el Evangelio. (n. 14)

8.3. Las personas que no conocen a Jesucristo o siempre lo han rechazado

“Finalmente, remarquemos que la evangelización está esencialmente conectada con la proclamación del Evangelio a *quienes no conocen a Jesucristo o siempre lo han rechazado*. Muchos de ellos buscan a Dios secretamente, movidos por la nostalgia de su

rostro, aun en países de antigua tradición cristiana. Todos tienen el derecho de recibir el Evangelio.” (n. 14)

“Juan Pablo II nos invitó a reconocer que « es necesario mantener viva la solicitud por el anuncio » a los que están alejados de Cristo, « porque ésta es *la tarea primordial* de la Iglesia ».[41] La actividad misionera « representa aún hoy día *el mayor desafío* para la Iglesia »[42] y « la causa misionera *debe ser la primera* » [43]¿Qué sucedería si nos tomáramos realmente en serio esas palabras? Simplemente reconoceríamos que la salida misionera es *el paradigma de toda obra de la Iglesia*. En esta línea, los Obispos latinoamericanos afirmaron que ya « no podemos quedarnos tranquilos en espera pasiva en nuestros templos » [44]y que hace falta pasar « de una pastoral de mera conservación a una pastoral decididamente misionera » [45] (n. 14)

9.Los protagonistas del primer anuncio

9.1. El primado de Dios Trinidad en el primer anuncio

“La obra es ante todo de Él, más allá de lo que podamos descubrir y entender. Jesús es «el primero y el más grande evangelizador ». En cualquier forma de evangelización el primado es siempre de Dios, que quiso llamarnos a colaborar con Él e impulsarnos con la fuerza de su Espíritu. La verdadera novedad es la que Dios mismo misteriosamente quiere producir, la que Él inspira, la que Él provoca, la que Él orienta y acompaña de mil maneras. En toda la vida de la Iglesia debe manifestarse siempre que la iniciativa es de Dios, que « Él nos amó primero » (1 Jn 4,19) y que « es Dios quien hace crecer » (1 Co 3,7). “ (n. 12)

“Bien lo expresaba Benedicto XVI al abrir las reflexiones del Sínodo: « Es importante saber que la primera palabra, la iniciativa verdadera, la actividad verdadera viene de Dios y sólo si entramos en esta iniciativa divina, sólo si imploramos esta iniciativa divina, podremos también ser —con Él y en Él— evangelizadores ».El principio de la *primacía de la gracia* debe ser un faro que alumbre permanentemente nuestras reflexiones sobre la evangelización.” (n. 112)

9.2. Cada Iglesia particular como sujeto primario colectivo del primer anuncio

“Ella (cada Iglesia particular) es el sujeto primario de la evangelización,[46] ya que es la manifestación concreta de la única Iglesia en un lugar del mundo, y en ella «verdaderamente está y obra la Iglesia de Cristo, que es Una, Santa, Católica y Apostólica ».” (n. 30)

Título del primer apartado del Capítulo Tercero, dedicado todo él a “El anuncio del Evangelio”: “*Todo el Pueblo de Dios anuncia el Evangelio.*”

“La evangelización es tarea de la Iglesia. Pero este sujeto de la evangelización es más que una institución orgánica y jerárquica, porque es ante todo un pueblo que peregrina hacia Dios. Es ciertamente un *misterio* que hunde sus raíces en la Trinidad, pero tiene su concreción histórica en un pueblo peregrino y evangelizador, lo cual siempre trasciende toda necesaria expresión institucional.” (n. 111)

“Se transmite (el anuncio evangélico) de formas tan diversas que sería imposible describirlas o catalogarlas, donde el Pueblo de Dios, con sus innumerables gestos y signos, es sujeto colectivo.” (n. 129)

9.3. Cada cristiano en su lugar de vida habitual

“Cada cristiano y cada comunidad discernirá cuál es el camino que el Señor le pide, pero todos somos invitados a aceptar este llamado: salir de la propia comodidad y atreverse a llegar a todas las periferias que necesitan la luz del Evangelio.” (n. 20)

“En todos los bautizados, desde el primero hasta el último, actúa la fuerza santificadora del Espíritu que impulsa a evangelizar.” (n. 119)

Se puede decir, en cierta manera, que *el centro de gravedad* de la nueva evangelización debe trasladarse de las parroquias y comunidades a los lugares de vida de cada cristiano.

“En virtud del Bautismo recibido, cada miembro del Pueblo de Dios se ha convertido en discípulo misionero (cf. *Mt 28,19*). Cada uno de los bautizados, cualquiera que sea su función en la Iglesia y el grado de ilustración de su fe, es un agente evangelizador, y sería inadecuado pensar en un esquema de evangelización llevado adelante por actores calificados donde el resto del pueblo fiel sea sólo receptivo de sus acciones. La nueva evangelización debe implicar un nuevo protagonismo de cada uno de los bautizados. Esta convicción se convierte en un llamado dirigido a cada cristiano, para que nadie postergue su compromiso con la evangelización, pues si uno de verdad ha hecho una experiencia del amor de Dios que lo salva, no necesita mucho tiempo de preparación para salir a anunciarlo, no puede esperar que le den muchos cursos o largas instrucciones. Todo cristiano es misionero en la medida en que se ha encontrado con el amor de Dios en Cristo Jesús; ya no decimos que somos « discípulos » y « misioneros », sino que somos siempre « discípulos misioneros ». (n. 120)

“Todos somos llamados a ofrecer a los demás el testimonio explícito del amor salvífico del Señor, que más allá de nuestras imperfecciones nos ofrece su cercanía, su Palabra, su fuerza, y le da un sentido a nuestra vida. Tu corazón sabe que no es lo mismo la vida sin Él; entonces eso que has descubierto, eso que te ayuda a vivir y que te da una esperanza, eso es lo que necesitas comunicar a los otros.” (n. 123)

“Hoy que la Iglesia quiere vivir una profunda renovación misionera, hay una forma de predicación que nos compete a todos como tarea cotidiana. Se trata de llevar el Evangelio a las personas que cada uno trata, tanto a los más cercanos como a los desconocidos. Es la predicación informal que se puede realizar en medio de una conversación y también es la que realiza un misionero cuando visita un hogar. Ser discípulo es tener la disposición permanente de llevar a otros el amor de Jesús y eso se produce espontáneamente en cualquier lugar: en la calle, en la plaza, en el trabajo, en un camino.” (n. 127)

10. Actitudes del evangelizador

Francisco enumera una serie de actitudes que debe tener el evangelizador:

a) *Cercanía y actitud dialogal*

“Cercanía, apertura al diálogo, paciencia, acogida cordial que no condena” (n. 165)

“En esta predicación, siempre respetuosa y amable, el primer momento es un *diálogo personal*, donde la otra persona se expresa y comparte sus alegrías, sus esperanzas, las inquietudes por sus seres queridos y tantas cosas que llenan el corazón. Sólo después de esta conversación es posible presentarle la Palabra,” (n.128)

b) *El respeto a la libertad del interlocutor*

“Que no imponga la verdad y que apele a la libertad” (n. 165)

c) Con humildad y deseo de aprender

“Es el anuncio que se comparte con una actitud humilde y testimonial de quien siempre sabe aprender, con la conciencia de que ese mensaje es tan rico y tan profundo que siempre nos supera.” (n. 128)

Por el contexto, se trata de aprender de la situación vital del interlocutor y aprender de la eficacia y grandeza del mismo mensaje del cual uno es humilde portador.

d) Comunicación alegre y vital

“Que posea unas notas de alegría, estímulo, vitalidad” (n. 165)

11. Modalidades del primer anuncio

11.1. Pluralismo de formas del primer anuncio

“A veces se expresa de manera más directa, otras veces a través de un testimonio personal, de un relato, de un gesto o de la forma que el mismo Espíritu Santo pueda suscitar en una circunstancia concreta. Si parece prudente y se dan las condiciones, es bueno que este encuentro fraterno y misionero termine con una breve oración que se conecte con las inquietudes que la persona ha manifestado. Así, percibirá mejor que ha sido escuchada e interpretada, que su situación queda en la presencia de Dios, y reconocerá que la Palabra de Dios realmente le habla a su propia existencia.” (n, 128)

“No hay que pensar que el anuncio evangélico deba transmitirse siempre con determinadas fórmulas aprendidas, o con palabras precisas que expresen un contenido absolutamente invariable. Se transmite de formas tan diversas que sería imposible describirlas o catalogarlas, donde el Pueblo de Dios, con sus innumerables gestos y signos, es sujeto colectivo.” (n. 129) [47]

11.2. Uso de mediaciones artísticas

“Es deseable que cada Iglesia particular aliente el uso de las artes en su tarea evangelizadora, en continuidad con la riqueza del pasado, pero también en la vastedad de sus múltiples expresiones actuales, en orden a transmitir la fe en un nuevo « lenguaje parabólico ». Hay que atreverse a encontrar los nuevos signos, los nuevos símbolos, una nueva carne para la transmisión de la Palabra, las formas diversas de belleza que se valoran en diferentes ámbitos culturales, e incluso aquellos modos no convencionales de belleza, que pueden ser poco significativos para los evangelizadores, pero que se han vuelto particularmente atractivos para otros.” (n. 167)

Tal como pedía con insistencia el famoso sociólogo barcelonés Manel Castells al final de su conferencia de obertura en el *Congreso Internacional de Pastoral de las Grandes Ciudades* (Barcelona mayo de 2014), hay que prestar mayor atención al poder de comunicación y de aglutinación de la música popular contemporánea y de las redes sociales.[48]

12. La urgencia del primer anuncio hoy: un nuevo comienzo.

La urgencia actual del primer anuncio

“Fiel al modelo del Maestro, es vital que hoy la Iglesia salga a anunciar el Evangelio a todos, en todos los lugares, en todas las ocasiones, sin demoras, sin asco y sin miedo. La alegría del Evangelio es para todo el pueblo, no puede excluir a nadie.” (n. 23)

La llamada programática del Papa

“Lo que trataré de expresar aquí tiene un sentido programático y consecuencias importantes. Espero que todas las comunidades procuren poner los medios necesarios para avanzar en el camino de una conversión pastoral y misionera, que no puede dejar las cosas como están. Ya no nos sirve una «simple administración». [49] Constituyámonos en todas las regiones de la tierra en un « estado permanente de misión ». (n. 25)

“Sueño con una opción misionera capaz de transformarlo todo, para que las costumbres, los estilos, los horarios, el lenguaje y toda estructura eclesial se convierta en un cauce adecuado para la evangelización del mundo actual más que para la autopreservación. La reforma de estructuras que exige la conversión pastoral sólo puede entenderse en este sentido: procurar que todas ellas se vuelvan más misioneras, que la pastoral ordinaria en todas sus instancias sea más expansiva y abierta, que coloque a los agentes pastorales en constante actitud de salida y favorezca así la respuesta positiva de todos aquellos a quienes Jesús convoca a su amistad. Como decía Juan Pablo II a los Obispos de Oceanía, « toda renovación en el seno de la Iglesia debe tender a la misión como objetivo para no caer presa de una especie de introversión eclesial ». (n. 27)

Audacia y creatividad

“La pastoral en clave de misión pretende abandonar el cómodo criterio pastoral del

«siempre se ha hecho así». Invito a todos a ser audaces y creativos en esta tarea de repensar los objetivos, las estructuras, el estilo y los métodos evangelizadores de las propias comunidades. Una postulación de los fines sin una adecuada búsqueda comunitaria de los medios para alcanzarlos está condenada a convertirse en mera fantasía. Exhorto a todos a aplicar con generosidad y valentía las orientaciones de este documento, sin prohibiciones ni miedos.” (n. 33)

El anuncio, la gran inquietud

“Si algo debe inquietarnos santamente y preocupar nuestra conciencia, es que tantos hermanos nuestros vivan sin la fuerza, la luz y el consuelo de la amistad con Jesucristo, sin una comunidad de fe que los contenga, sin un horizonte de sentido y de vida.” (n. 49)

Oración final a María

“Ayúdanos a decir nuestro « sí »

ante la urgencia, más imperiosa que nunca,

de hacer resonar la Buena Noticia de Jesús.”(n. 288)

13. La continuidad después del primer anuncio: los itinerarios de (re-)iniciación cristiana de adultos

A quien responde positivamente al primer anuncio es necesario ofrecerle el adecuado camino catequético, ya sea recorrido por primera vez o retomado después de los años,

que le permita integrarse con gozo en la comunidad parroquial y alimentar su fe con el sólido alimento de los sacramentos.

“El envío misionero del Señor incluye el llamado al crecimiento de la fe cuando indica: « enseñándoles a observar todo lo que os he mandado » (Mt 28,20). Así queda claro que el primer anuncio debe provocar también un camino de formación y de maduración. La evangelización también busca el crecimiento, que implica tomarse muy en serio a cada persona y el proyecto que Dios tiene sobre ella. Cada ser humano necesita más y más de Cristo, y la evangelización no debería consentir que alguien se conforme con poco, sino que pueda decir plenamente: « Ya no vivo yo, sino que Cristo vive en mí » (Ga 2,20).” (n. 160) [50]

SEGUNDA PARTE

CAMINOS CONCRETOS PARA LA INTRODUCCIÓN Y PROMOCIÓN DEL ANUNCIO KERIGMATICO EN LA ACCION PASTORAL DE LAS IGLESIAS LOCALES

1. INVESTIGACIÓN

Comisión internacional para la inculturación del anuncio kerigmático hoy

En correspondencia con las ya existentes comisiones internacionales de Teología y de Biblia, sería conveniente establecer– bajo el ámbito del Pontificio Consejo para la Promoción de la Nueva Evangelización – una comisión internacional formada por un aparte, por teólogos expertos en el diálogo con las diversas cultura y en el anuncio kerigmático inculturado en ellas, y, por otra, por pastoralistas y expertos en la psicología y las formas de vida postmodernas, para que juntos puedan ofrecer al mundo católico orientaciones básicas sobre dicho reto.

2. FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

2.1. Curso básico de primer anuncio para responsables eclesiales

Se trata de ofrecer con carácter de urgencia y como medida que permita una base común de referencia, un curso básico de primer anuncio, de una semana de duración (o su equivalente en siete jornadas) dirigido a los obispos, sacerdotes, diáconos, religiosos, religiosas y laicos con misión pastoral.

2.2. Escuelas Diocesanas de Evangelización para laicos

Cursos de un mínimo de treinta-y-seis horas que capaciten teórica y prácticamente a los laicos y laicas en metodologías de primer anuncio al servicio de la pastoral diocesana.

2.3. Formación en seminarios y facultades de teología

1. Incluir desde los primeros cursos de los estudios eclesiásticos, por parte de la formación complementaria ofrecida por los seminarios, cursos de expresión corporal y verbal que preparen a los futuros predicadores de la Palabra. Introducir prácticas

pastorales de “Iglesia en salida” para conocer las subculturas urbanas y sus lenguajes; y prácticas de diversas metodologías de primer anuncio en dichos lenguajes: testimonio, canción, juegos de rol, redes sociales, etc...

2. Ofrecer a los alumnos el anuncio kerigmático como hilo conductor que permita una visión más sintética y unitaria de la teología más allá del tratamiento analítico de los diversos tratados y disciplinas teológicas, bíblicas, litúrgicas y morales. Incorporar el proyecto pastoral de *Evangelii Gaudium* como eje de la asignatura de *Teología pastoral* adaptado a las características de cada continente o gran región.

3. Planificar la preparación de auténticos *expertos en comunicación del primer anuncio en diversas disciplinas* dando este cometido a seminaristas y laicos con talento.

2.4. Escuelas de líderes juveniles para la evangelización de los jóvenes

Debido al corte generacional y a la distancia cultural para llegar a los jóvenes de la calle (no a los jóvenes que ya son católicos) los responsables eclesiales deben convencerse de que no pueden escoger ellos directamente los medios, las estéticas, las músicas, las ambientaciones para llegar a los jóvenes. Tienen que dejarse asesorar por jóvenes de entre los mismos a los que se desea llegar o por expertos en detectar sus tendencias y sus formas de comunicarse.

1. La necesaria formación de líderes católicos juveniles.

Si los futuros sacerdotes necesitan una preparación adecuada que dura años en los seminarios, ¿por qué no impulsar *experiencias piloto de formación de laicos* con una capacitación integral espiritual, intelectual, pastoral y artística adecuada? Se podría tratar de cursos de seis meses en régimen de internado con prácticas pastorales el fin de semana

2. La necesaria colaboración entre presbíteros y líderes laicos juveniles.

La media de edad de los presbíteros de países como Italia, y España es de sesenta-y-ocho años aproximadamente. Se trata en su gran mayoría de sacerdotes expertos en alimentar y promocionar la fe de aquellos que ya creen, usando metodologías pastorales de tiempo largo y discursivo (catequesis de adultos, formación bíblica, revisión de vida, lectio divina).

El gran reto de la nueva etapa de la evangelización para llegar a los jóvenes adultos de diez-y-ocho a treinta-y-cinco años requiere nuevos agentes de pastoral que deben engendrar la primera fe en personas que nunca han oído hablar de Jesús. Para ello se requiere la habilidad en el uso metodologías de tiempo breve e intenso (testimonio, primer anuncio) y de los nuevos lenguajes (música, comunicación audiovisual, redes sociales.)

Se hace necesaria para el relanzamiento de la Iglesia Católica en Europa y en América Latina una alianza entre la sabiduría de los ancianos (*Presbiteroi*) y el coraje y las habilidades de los jóvenes laicos. Además el hecho de que las actividades de primer anuncio no sean acciones litúrgicas da un gran campo al protagonismo de *la mujer* como comunicadora y animadora de campañas de primera evangelización.

3. Aprendamos de los hermanos evangélicos

Con humildad y un sano realismo tenemos que reconocer que el mundo de nuestros hermanos protestantes nos lleva la delantera en este tipo de escuelas y experiencias de las que tenemos mucho que aprender en lo técnico y en lo innovador. Ya va siendo hora de

que la Iglesia católica se decida a probar este camino complementario de la gran función que ejercen presbíteros y diáconos. Valdría la pena conocer los primeros resultados de algunas escuelas de este tipo patrocinadas por los obispos de algunas grandes diócesis.

Conclusión: Es conveniente y necesario que la Iglesia católica se decida a propiciar y patrocinar Escuelas de formación de líderes juveniles expertos en evangelización de las nuevas generaciones a través de los nuevos lenguajes de la música, las artes escénicas y el uso competente de las redes sociales.

2.5. Cursos intensivos al estilo master-class para músicos, cantantes, artistas y comunicadores católicos

La invitación es clara:

“Hay que atreverse a encontrar *los nuevos signos, los nuevos símbolos, una nueva carne* para la transmisión de la Palabra, *las formas diversas de belleza que se valoran en diferentes ámbitos culturales*, e incluso aquellos *modos no convencionales* de belleza, que pueden ser *poco significativos para los evangelizadores*, pero que se han vuelto particularmente atractivos para otros.” (n. 167)

Una forma, entre otras, de seguir esa invitación puede consistir en cursos intensivos al estilo *master-class*, con profesionales de la música, la composición, letristas, y productores que en régimen de tutoría personalizada eleven el nivel artístico y técnico de los jóvenes creativos que trabajan al servicio del primer anuncio inculturado en dichos lenguajes.

3. Marco institucional y público

Las apariciones públicas de los representantes de la Iglesia católica como “primer anuncio”

Las conferencias episcopales y los responsables de las iglesias locales deben disponer de pautas, de criterios, y de equipos asesores que aseguren que las apariciones en los medios de comunicación y los actos, gestos y palabras susceptibles de generar una repercusión mediática, reflejen en la medida de lo posible, en primer término el anuncio del amor misericordioso de Dios y con la debida proporción, el mensaje moral (cfr. n. 168)

4. Realizaciones concretas

4.1. El católico de a pié como auténtico comunicador del primer anuncio

1. Una situación totalmente nueva : la necesidad de invitar a la fe

Durante siglos, debido al régimen de cristiandad, los católicos no han necesitado invitar a sus vecinos a la fe y a los actos de la Iglesia. Sonaban las campanas y las iglesias se llenaban. Hoy, por primera vez en siglos, cada católico, especialmente en los países de antigua cristiandad, debe convertirse en un apóstol y en un comunicador del primer anuncio en su ambiente cotidiano con su testimonio de vida y con su palabra (cfr. EG 120 i 127).

Estamos ya en condiciones de afirmar por la experiencia en nuestras Iglesias locales que cualquier iniciativa programada de primer anuncio dirigida a los lejanos y a los alejados será un fracaso de participación si no va precedida y acompañada de una auténtica acción

capilar de cada cristiano en su lugar de vida, trabajo y ocio dando testimonio e invitando a sus familiares, vecinos y compañeros a asistir a dichos actos programados.

2.El punto generador de la nueva evangelización: la acción de cada laico en su ambiente cotidiano.

El centro de gravedad de la nueva evangelización debe trasladarse de las parroquias y comunidades a los lugares de vida de cada cristiano y cristiana (cfr. nn. 120 i 127). Para ello, es urgente que a través de la homilía dominical (punto siguiente de nuestro congreso) y a través de charlas *ad hoc* los católicos reciban una motivación y una instrucción concreta sobre los pasos de una autentica evangelización interpersonal que es la base de la acción evangelizadora de la Iglesia.

3.Pauta de evangelización interpersonal para cada cristiano de a pié

Por motivos de espacio nos limitamos a sugerir una pauta de evangelización interpersonal, que se inspira en el relato de Jesús y los discípulos de Emaús (Lc 24, 13-35) (cfr también n. 128):

1. Orar pidiendo al Espíritu Santo a quien debemos aproximarnos más.
2. Acercarse con ánimo y gestos concretos de amistad a esas personas
3. Dialogar con ellas a partir de las experiencias humanas cotidianas
4. Ofrecerles el propio testimonio de haber encontrado el sentido de la vida en Jesucristo
5. Invitarles al encuentro personal con Cristo desde su situación concreta
6. Invitarles a alguno de los encuentros programados de primer anuncio (véase punto siguiente)
7. Invitarles a la comunidad parroquial donde podrán ser admitidos a un itinerario o proceso de iniciación integral a la vida cristiana

4.2.Experiencias programadas de primer anuncio dirigido a adultos en la pastoral ordinaria

1. Tres condiciones previas para iniciar una experiencia programa de primer anuncio a nivel arziprestal:

- a) Una nueva visión compartida por todos los pastores y los miembros de los consejos pastorales de las parroquias, movimientos, comunidades y escuelas cristianas, sobre la urgencia de impulsar ofertas programadas de primer anuncio
- b) La acción capilar de testimonio y de primer anuncio de los cristianos y cristianas en sus ambientes de vida
- c) Contar con equipos laicales capacitados para el primer anuncio formados en las Escuelas diocesanas de Evangelización

2. Experiencias concretas de primer anuncio

Se trata de impulsar experiencias concretas de primer anuncio que permitirán discernir qué metodología se adapta mejor a cada Iglesia local. Se pueden sugerir tres líneas de experimentación según lo que en diversas iglesias locales ya se está probando:

- a) Convocatorias abiertas y atractivas *en los locales de la parroquia de referencia* a nivel de arciprestazgo o unidad pastoral básica.
- b) Encuentros en *domicilios privados* con una matrimonio cristiano o un equipo laical que acoge a sus vecinos, amigos y conocidos invitados personalmente al encuentro
- c) Propuesta de primer anuncio con motivo de un *evento extraordinario en la vida del arciprestazgo*: una peregrinación, una fiesta patronal, inicio o final de curso, confirmaciones, celebración comunitaria de las bodas de plata de varios matrimonios, etc...

Elementos comunes a los tres estilos de propuesta

- a) Cuidar el ambiente con la llamada *vía de la belleza* (cfr. n. 167) aunque sea una belleza popular y humilde (iluminación, iconografía, música, flores)
- b) Contar con la ayuda de *agentes extraordinarios de primer anuncio* como son los cantautores, artistas y comunicadores cristianos que hayan sido acreditados por los correspondientes responsables pastorales de la diócesis.

3. Análogamente hay que potenciar esta pastoral del primer anuncio en la Acción Católica, y en los movimientos, comunidades, asociaciones y escuelas cristianas.

4. Así mismo hay que incorporar el primer anuncio en los santuarios, peregrinaciones, en la pastoral del turismo, del deporte, y en los espacios abiertos.

5. Todo ello puede converger con momentos extraordinarios como la Misión en gran ciudad

4.3. El primer anuncio dirigido a niños, adolescentes y jóvenes

Se requiere una adecuada especialización en estos ámbitos. Es urgente introducir las catequesis kerigmáticas o de primer anuncio como base de la pastoral de niños, adolescentes y jóvenes. Y desarrollar métodos atractivos para llegar a los jóvenes adultos (de diez-y-ocho a treinta-y-cinco años).

4.4. El papel de los medios de comunicación social y de las redes sociales en la difusión del primer anuncio

La función de los MCS y de las redes sociales por lo que afecta al primer anuncio cristiano debe asegurar una doble faceta:

1. Ofrecer propuestas de primer anuncio dirigidas a un público amplio

Gracias a la capacidad de los MCS y de las redes sociales, ambos bien usados, se puede hacer llegar un primer mensaje al destinatario de forma muy próxima.

Cuando hablamos de primer anuncio en radio, televisión, cine, prensa y redes sociales nos referimos a *algo más* que las acostumbradas noticias de Iglesia, o discursos o testimonios sobre valores humanos y sobre espiritualidad difusa. Nos referimos a una invitación expresa “*sin demoras, sin asco y sin miedo*” (EG 23) a acercarse a Jesucristo y a dejarse tocar por Él en la inmediatez del mensaje que llega por las ondas y las redes, e invitando a aquellos encuentros presenciales del punto anterior.

2. Dar apoyo a las propuestas presenciales de primer anuncio.

a) Dar a conocer lugares y horas de los encuentros presenciales de primer anuncio e invitar de forma inteligente y moderna a participar en ellos

Las diversas iniciativas de primer anuncio en las bases parroquiales y arciprestales deben contar con el apoyo logístico combinado de la presencia de un primer anuncio atractivo en los medios de comunicación social de la Iglesia o los medios seculares a los que ésta tiene acceso, y en las redes sociales.

b) Realimentar la llamada a asistir a dichos encuentros ofreciendo testimonios positivos de las personas que ya han participado..

5. Instituciones y estructuras

Delegación o Servicio Diocesano del Primer anuncio

1. Considere cada Iglesia local la conveniencia de crear una delegación diocesana o un servicio para la pastoral del *primer anuncio* dirigido a las distintas *culturas* especialmente las que conviven en la *gran ciudad o región metropolitana*

2. Una atención pastoral especial merecen los creativos cristianos: artistas, cantantes, expertos en informática y comunicadores católicos, verdadera punta de lanza de la evangelización en la cultura urbana

El mundo católico necesita gestos claros de sus máximos representantes de cara a la potenciación de los lenguajes del nuevo catolicismo popular urbano (música pop, producciones audiovisuales, redes sociales).

6. Subsidios y materiales

Elaborar textos complementarios de los catecismos para niños, jóvenes y adultos, que ayuden a presentar la doctrina, la liturgia, la moral y la oración, a la luz y bajo el criterio interpretativo del Kerigma.

[1] Ver más adelante la cita de Guardini en la nota 30.

[2] Nos basamos en la reinterpretación del concepto de *Nueva Evangelización* que realizó el propio Benedicto XVI al final del Sínodo de Obispos, en la alocución del *Angelus* del 28 ottobre 2012, según fue recogida y comentada por Luca Bressan en su ponencia *Individuo, persona, comunità nella grande città*, en el *Congrés internacional de Pastoral de les grans ciutats*, Barcelona 20-22 maig 2014 (*Pro manuscripto*). Según Bressan: “Se trata de una operación hermenéutica cargada de consecuencias: intenta por un lado releer los últimos decenios de la historia eclesial imprimiéndoles una clave unitaria de lectura; por otro lado intenta elevar el concepto de nueva evangelización a categoría interpretativa de todo el proceso conciliar (preparación, celebración, recepción), rescatándola de su génesis histórica, que la vió nacer como “*un segundo paradigma*” de declinación de la reforma eclesial, opuesto por vía substitutiva al primer paradigma el de la “*secularización*”” (L. BRESSAN, loc. cit.). Véase también PONTIFICIO CONSIGLIO PER LA PROMOZIONE DELLA NUOVA EVANGELIZZAZIONE, *Enchiridion della Nuova Evangelizzazione*, Libreria Editrice Vaticana, Città del Vaticano 2012, que anticipa y documenta esta reinterpretación del término nueva evangelización, dejando entrever su origen en algunos discursos del mismo Papa Pio XII.

[3] Cf. Conc. Ecum. Vat. II, Const. dogm. *Lumen gentium*, sobre la Iglesia, 1

[4] Cfr. también: GS 10, 32 y 39.

[5] Cfr. C.M. GALLI, *Dios vive en la ciudad. Hacia una nueva pastoral urbana a la luz de Aparecida y del proyecto misionero de Francisco*, Buenos Aires: Agape 2014, 3ª ed. corregida y aumentada. Cfr. también C.M. GALLI, *La misericordia maternal de la Iglesia con los pobres, olvidados y sobrantes en la pastoral mega-urbana*, ponencia presentada en el *Congreso internacional de Pastoral de las grandes ciudades*, 1ª fase Barcelona 20-22 de mayo de 2014, de próxima publicación. La convicción de fe de que Dios precede los pasos del evangelizador podría fundamentarse también con el tema de la “atracción” que Cristo resucitado ejerce sobre toda la humanidad (cfr. Jn 12,32; Jn 1,1-18; Col 1, 15-20 y Ef 1, 3-14).

[6] Los obispos alemanes hablaban de una “elementarización” de la transmisión de la fe: “El término “elementarización” procedente de la pedagogía de la religión, indica la concentración en lo esencial o en el conjunto de la fe y, de este modo, permite el acceso a convicciones de fe fundamentales. No se trata, pues, ni de una simplificación de los contenidos de la fe ni de una elección de elementos específicos de la misma”. CONFERENCIA EPISCOPAL ALEMANA, *Katechese in veränderter Zeit (La catequesis en un tiempo de cambio)* (22 de junio de 2004), n. 3.1., nota 6. Versión en castellano en D. MARTINEZ- P. GONZALEZ- J.L. SABORIDO Edit., *Proponer hoy la fe. De lo heredado a lo propuesto*, Santander: SalTerra 2005, pp.91-92

[7] Cf. S. Guijarro, *La primera evangelización*, Salamanca: Sígueme 2013.

[8] Para una información completa de la historia del tratamiento del kerigma en la teología del siglo XX cfr. M. TIBALDI, *Kerigma e atto di fede nella teología di Hans Urs von*

Balthasar, Roma: Editrice Pontificia Università Gregoriana 2005, 11-44. Más recientes: J. GEVAERT, *La proposta del Vangelo a chi non conosce il Cristo. Finalità, destinatari, contenuti, modalità di presenza*, Leumann : Elledici 2001; i X. MORLANS, *El primer anuncio. El eslabón perdido*, Madrid: PPC 2009.

[9] Cfr. X. MORLANS, *La fuerza kerigmática de la liturgia. Observaciones prácticas*, Phase 308 (2012) 185-188.

[10] H. Schlier, *Kerigma und Sofia*, en *Zeit der Kirche*, Friburgo 2ª ed 1958, p. 216.

[11] H. U. von Balthasar, *Il messaggio di salvezza e il presente a Humanitas 11* (1961), p. 875

[12] K. Rahner – K. Lehmann, *Kerigma y dogma*, en *Mysterium Salutis. Manual de teología como historia de salvación*, vol.I, Cristiandad, Madrid 1974, pp. 691-692.

[13] R. LATOURELLE, *Kerigma, catequesis, parénesis*, a R. LATOURELLE – R. FISICHELLA – S. PIÉ-NINOT (Dr), *Diccionario de Teología Fundamental*, Madrid: Paulinas 1992, 817.

[14] Conc. Ecum. Vat. II, Decreto *Unitatis redintegratio*, sobre el ecumenismo, 11.

[15] En el n. 41 llega a decir: “A veces, escuchando un lenguaje completamente ortodoxo, lo que los fieles reciben, debido al lenguaje que ellos utilizan y comprenden, es algo que no responde al verdadero Evangelio de Jesucristo. Con la santa intención de comunicarles la verdad sobre Dios y sobre el ser humano, en algunas ocasiones les damos un falso dios o un ideal humano que no es verdaderamente cristiano. De ese modo, somos fieles a una formulación, pero no entregamos la substancia.”

[16] Cfr. L. BRESSAN, *Quali esperienze di annuncio proporre?*, en *Notiziario dell'Ufficio Catechistico Nazionali*, n. 1 (2007) 64.

[17] “Predicación “ aquí, como en varios pasajes de EG, es sinónimo del primer anuncio realizado por los cristianos laicos en sus ambientes cotidianos.

[18] “È necessario, per questo, che la nuova evangelizzazione trovi sostegno in una nuova riflessione antropologica in chiave apologetica, como presentazione dell’evento cristiano in grado di comunicare con il nostro contemporaneo.” (R. FISICHELLA, *La nuova evangelizzazione. Una sfida per uscire dall’indifferenza*, Milano 2011, p. 56). Cfr. Tambien G. SOVERNIGO, *Come dialogare con la sorgente della domanda religiosa, il primo annuncio*, en Noticiario dell’Ufficio Catechistico Nazionales, n. 1 (2007), 73-80.

[19] Cf. III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, *Documento de Puebla* (23 marzo 1979), 386-387.

[20] Conc. Ecum. Vat. II, Const. past. *Gaudium et spes*, sobre la Iglesia en el mundo actual, 36.

[21] *Ibid.*, 25.

[22] *Ibid.*, 53.

[23] Será interesante, a este respecto, conocer las ponencias y conclusiones del *Congreso Internacional de Pastoral de las Grandes Ciudades*, que habiendo celebrado en Barcelona su 1ª Fase (20-22 de mayo de 2014) espera celebrar su 2ª Fase con la asistencia de cardenales procedentes de las principales ciudades del mundo, y que finalmente presentaran al papa Francisco sus conclusiones el próximo 29 de noviembre de 2014.

[24] Cfr. R. GUARDINI, *El ocaso de la edad moderna*, Madrid:Cristiandad 1981, pp. 80-81.

[25] Es decir, se trata de la acción del Padre que a través del Espíritu Santo hace atractiva la persona de Jesucristo. Esta atracción divina da luz para percibir los testimonios externos como atractivos y fuerza para vencer la resistencia a creer y para asentir libremente a Jesucristo como salvador. Por eso se habla de éste como motivo invisible, trascendente o, si se quiere, sobrenatural. (Véase *la fe oculada* de santo Tomas de Aquino y *los ojos de la fe* de P. Rousselot en S. PIE-NINOT, *La teología fundamental*, Salamanca: Secretariado Trinitario 7ª ed. 2009, pp. 192-197).

[26] Cf. *Propositio* 6; Conc. Ecum. Vat. II, Const. past. *Gaudium et spes*, sobre la Iglesia en el mundo actual, 22.

[27] Cf. Conc. Ecum. Vat. II, Const. dogm. *Lumen gentium*, sobre la Iglesia, 9.

[28] *Compendio de la Doctrina social de la Iglesia*, n. 5

[29] Benedicto XVI, Motu proprio *Intima Ecclesiae natura* (11 noviembre 2012): AAS 104 (2012), 996.

[30] V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, *Documento de Aparecida* (29 junio 2007) 380.

[31] Juan Pablo II, Carta ap. *Novo Millennio ineunte* (6 enero 2001), 50: AAS 93 (2001), 303.

[32] Cfr. J.C. CARVAJAL BLANCO, *Pedagogía del primer anuncio. En Evangelio ante el reto de la increencia*, Madrid: PPC 2011.

[33] Aquí es obligada la referencia a Romano Guardini y su gran aportación filosófica y teológica sobre la categoría del *encuentro*. Véase la ponencia del profesor Francesco Butturi, *Cultura dell'incontro*, presentada en este mismo *Encuentro Internacional El proyecto pastoral de Evangelii Gaudium*, Roma 18-19-20 Setiembre 2014 (www.novaevangelizatio.va).

[34] Benedicto XVI, Exhort. ap. postsinodal *Verbum Domini* (30 septiembre 2010), 1: AAS 102 (2010), 682.

[35] Se puede establecer una relación entre esta eficacia y la afirmación de EG a propósito de que en el primer anuncio el Evangelio se vuelve “más contundente y radiante” (n. 35).

[36] K. Rahner, *Palabra y Eucaristía*, en *Escritos de Teología III*, Madrid 1961, p. 357. Citado en S. Pie-Ninot, *Teología de la Palabra de Dios e Iglesia*, en *Gregorianum* 89, 2 (2008) p. 362.

[37] “Mientras Jesús vivió sobre la tierra, esta actitud se concretizó en el ideal de seguirle. Entonces Fe significaba andar con Jesús, hacer con Él lo que Él hacía, y preparar así el camino del reino de Dios. Pero esta idea primitiva de seguir a Jesús se descartó cuando desapareció su presencia corporal, «*el seguirle*» pasó a ser «*imitación*» en el transcurso del tiempo. Jesús vino a ser el modelo de perfección al que debían intentar acomodarse.

Una vez más la noción de actividad histórica se traspasó al terreno de las ideas. Para los primeros cristianos, el «*seguimiento*» significaba la expectación de la venida del Señor, aceptando el destino que les confería su calidad de cristianos y *participando en la acción del Espíritu Santo*. Quizá volverá algún día este concepto de la Fe, Fe que recuerde que aprendimos de labios de Dios que Él está actuando y que nosotros hemos de tomar parte en su acción. (...) *Fe significa vivir inmerso en esta actividad divina* y comprender a su vez los acontecimientos de la historia y el destino particular de cada uno.” (R. GUARDINI, *La revelación como historia*, a A.R. CAPONIGRI (ed.), *Pensadores católicos contemporáneos II*, Barcelona-México: Grijalbo 1964, 261. Los subrayados son míos.)

[38] “Mientras un mensaje permanece mudo, puede ser arrinconado y arrasado por la corriente de la vida, pero tan pronto como este mensaje es expresado en palabras, se convierte en irrevocable, entra a formar parte de la historia.” (R. GUARDINI, *La revelación como historia*, a A.R. CAPONIGRI (ed.), *Pensadores católicos contemporáneos II*, Barcelona-México: Grijalbo 1964, 249).

[39] Benedicto XVI, *Homilía durante la Santa Misa conclusiva de la XIII Asamblea General Ordinaria del Sínodo de los Obispos* (28 octubre 2012): AAS 104 (2012), 890.

[40] *Ibíd.*

[41] Carta enc. *Redemptoris missio* (7 diciembre 1990), 34: AAS 83 (1991), 280.

[42] *Ibíd.*, 40: AAS 83 (1991), 287.

[43] *Ibíd.*, 86: AAS 83 (1991), 333.

[44] V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, *Documento de Aparecida* (29 junio 2007), 548.

[45] *Ibíd.* 370.

[46] *Propositio* 41.

[47] Sobre modalidades y diversas ocasiones de primer anuncio ver X. MORLANS, *El primer anuncio. El eslabón perdido*, Madrid: PPC 2009, 131-158.

[48] Sobre mediaciones técnicas y artísticas al servicio del primer anuncio ver *ibid.* 159-177.

[49] V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, *Documento de Aparecida* (29 junio 2007), 201.

[50] “Al mismo tiempo, debe haber continuidad entre el primer anuncio y la catequesis que nos instruye en el depósito de la fe. Consideramos que es necesario contar con un Plan Pastoral para el primer anuncio, que muestra un encuentro vivo con Jesucristo. Este documento pastoral proporcionaría los primeros elementos de un proceso catequético, permitiendo su integración en la vida de la comunidad parroquial.” (*Propositio* 9).