

EL ANUNCIO DEL KERIGMA EN UNA IGLESIA MISIONERA

La naturaleza misionera de la Iglesia

LA MISIÓN SALVÍFICA DE DIOS. *Fuente, destino, contenido y protagonista de la misión es Dios mismo en la diversidad de las Personas divinas*¹. «En muchas ocasiones y de muchas maneras habló Dios antiguamente a los padres por los profetas. En esta etapa final, nos ha hablado por el Hijo» (*Hb* 1,1), invitando al ser humano a participar y a renovar su alianza de amor. Después, Él habló de nuevo a través de la encarnación y entrega pascual de su Hijo Jesús (cfr. *Hb* 1,2), para redimirlo del pecado y sellar con él una alianza definitiva y eterna. Él continúa hoy «hablando» a través de las mociones misteriosas de su Espíritu que mueven a las personas a dar una respuesta de fe y de amor siempre más plena. El designio final de la misión divina es uno: «... que todos los hombres se salven y lleguen al conocimiento de la verdad» (*1Tim* 2,4; cfr. *Jn* 17,3).

En esta *hora* de la historia de la salvación entra en juego la Iglesia. En efecto, «la misión de Cristo y del Espíritu se convierte en la misión de la Iglesia: “Como el Padre me ha enviado, así también os envío yo” (*Jn* 20,21; cfr. 17,18; *Mt* 28,19-20; *Mc* 16,15; *Lc* 24,4-7; *Hcb* 1,3)»². De este modo, «la misión de la Iglesia no se añade a la de Cristo y del Espíritu Santo» (*CIC* n° 738) sino que de ella se hace «sacramento»³. Es decir, es *signo*, en cuanto sus miembros dan testimonio de la vida nueva que el Señor les donó lavándolos y renovándolos por medio del Espíritu Santo (cfr. *Tito* 3,5). Y es *instrumento*, en cuanto ofrece a todos el anuncio y los medios de la salvación (cfr. *LG* n° 11, 14, 42).

LA MISIÓN EVANGELIZADORA DE LA IGLESIA. Como Cristo fue enviado por el Padre «para anunciar el evangelio», así también la Iglesia fue —y es— enviada por Él para realizar con palabras y obras la «*traditio Evangelii*», es decir, el anuncio y 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 el mismo Cristo (cfr. *1Cor* 1,24)». La Iglesia quiere «ayudar a todos a encontrar a Cristo en la fe»⁴. Esta tarea «constituye la misión esencial [...], la dicha y vocación propia de la Iglesia, su identidad más profunda». Y hoy «los cambios amplios y profundos de la sociedad actual hacen cada vez más urgentes» la tarea y la misión de evangelizar⁵.

El papa actual nos recuerda que evangelizar es «hacer presente en el mundo el reino de Dios»⁶ y «anunciar el evangelio a todos, en todos los lugares, en todas las ocasiones, sin demoras, sin asco y sin miedo» (*EG* n° 23), «de manera que la fe en Él [en Cristo] se difunda en cada rincón de la tierra» (*EG* n° 19) y todas

¹ Cfr. CONCILIO VATICANO II, *Ad gentes*. Decreto sobre la actividad misionera de la iglesia (7/12/1965 = *AG*), n° 2.

² *Catecismo de la Iglesia Católica* (15/8/1997 = *CIC*), n° 730; cfr. n° 737.

³ Cfr. CONCILIO VATICANO II, *Lumen gentium*. Constitución dogmática sobre la Iglesia (21/11/1964 = *LG*), n° 48.

⁴ CONGREGACIÓN PARA LA DOCTRINA DE LA FE, *Missus a Patre ad Evangelium nuntiandum*. Nota doctrinal acerca de algunos aspectos de la evangelización (3/12/2007), n° 1-2.

⁵ PAOLO VI, *Evangelii nuntiandi*. Exhortación apostólica acerca de la evangelización en el mundo contemporáneo (8/12/1975 = *EN*), n° 14.

⁶ FRANCISCO, *Evangelii gaudium*. Exhortación apostólica sobre el anuncio del evangelio en el mundo actual (24/11/2013 = *EG*), n° 176.

las naciones se conviertan en sus discípulos (cfr. *Mt* 28,19). Y confirma que la Iglesia experimenta hoy «la urgencia, más imperiosa que nunca, de hacer resonar la buena noticia de Jesús» (*EG* n° 288).

LA IMPORTANCIA PRIMORDIAL DEL TESTIMONIO. *El testimonio de vida cristiana es la primera e insustituible forma de la misión*⁷. En la Iglesia, esforzándose por imitar al Maestro, todos pueden y deben dar este testimonio, sea en modo escondido y cotidiano, sea en modo profético y valiente. Incluso en un ambiente hostil o indiferente donde los bautizados «no pueden anunciar a Cristo plenamente» (*AG* n° 12), el testimonio evangélico es el único modo ordinario de llevar adelante la misión. Otras iniciativas más explícitas pueden conducir a la persecución y a ese «testimonio por excelencia» que es el martirio (cfr. *RMi* n° 45; *EG* n° 24).

En teoría se espera que la calidad del testimonio de vida cristiana hable por sí mismo. Pero, de hecho, *muchas personas que entran en contacto con los cristianos no son capaces de penetrar en la novedad que los habita*. A lo sumo ven personas «buenas». Con un poco de humildad hay que reconocer que muchas personas de otras religiones, no creyentes, alejadas e indiferentes, que comparten la vida con los cristianos, o de algún modo se acercan a la Iglesia, no terminan de comprender la «razón» que anima a los bautizados (cfr. *1Pe* 3,15). O ni siquiera se lo preguntan.

También es cierto que, en otros casos, a través del testimonio los cristianos pueden ayudar a «plantearse, a quienes contemplan su vida, interrogantes irresistibles: ¿por qué son así? ¿por qué viven de esa manera? ¿qué es o quién es el que los inspira? ¿por qué están con nosotros?» (*EN* n° 21). Si todo va bien, estas preguntas pueden hacer que estos sujetos se «abran» religiosamente y se hagan receptivos al anuncio de Jesucristo. Pero el proceso no termina aquí.

LA NECESIDAD DE UN ANUNCIO EXPLÍCITO. El testimonio es, sin duda, *proclamación silenciosa* del Señor y de su Buena Nueva. Dicha proclamación es basilar. Pero en sí misma no es suficiente. A la larga, si no es esclarecida, explicitada, justificada, «se revelará impotente» (*EN* n° 22). Sin el anuncio, la novedad evangélica no queda desvelada y la comunidad cristiana no termina de cumplir la misión para la que ha sido llamada. Las preguntas tienen que ser respondidas, lo que se vislumbra tiene que ser esclarecido, lo que se perfila tiene que ser definido. Por eso, *la Iglesia también anuncia explícitamente el evangelio que es Jesucristo* (cfr. *AG* n° 6; *EN* n° 15; *RMi* n° 3.11; *EG* n° 15).

El anuncio del kerigma es justamente la luz que desentraña el misterio que habita el testimonio cristiano. «La Buena Nueva proclamada por el testimonio de vida deberá ser, tarde o temprano, proclamada por la palabra de vida» (*EN* n° 22). Una clara proclamación de Cristo crucificado, muerto y resucitado «tiene una función central e insustituible» en la evangelización y todas las otras expresiones de la misión «están orientadas hacia esta proclamación» (*RMi* n° 44; cfr. *EG* n° 110). «La fe nace del mensaje que se escucha, y la escucha

⁷ Cfr. CONCILIO VATICANO II, *Ad gentes*. Decreto sobre la actividad misionera de la iglesia (7/12/1965 = *AG*), n° 11. Ver también *EN* n° 21; JUAN PABLO II, *Redemptoris missio*. Carta encíclica sobre la permanente validez del mandato misionero (7/12/1990 = *RMi*), n° 42; FRANCISCO, *La primera forma de evangelización: dar testimonio*. 8ª catequesis sobre la evangelización durante la Audiencia general (22/3/2023).

viene a través de la palabra de Cristo» (Rom 10,17). La Iglesia tiene conciencia de que en su misión no puede prescindir de declarar el Nombre que le ha sido dado (cfr. Hcb 4,12; Flp 2,9-11).

LOS DOS PULMONES DE UN ÚNICO PROCESO. Por una parte, una Iglesia que *confiesa*, pero no anuncia, seguramente hará el bien, pero posiblemente no crecerá más allá de su «núcleo duro». El Nuevo Testamento confirma que, en los inicios de la Iglesia, la *fecundidad* de las comunidades se evidenciaba por el hecho de que «crecían en número de día en día» (Hcb 16,5). El «disparador» de tal crecimiento no era, sin embargo, la convivencia, sino el anuncio. Gracias a su testimonio los cristianos «eran bien vistos de todo el pueblo» (Hcb 2,47), pero solo quienes aceptaban la palabra de la predicación eran bautizados y se agregaban a la comunidad de los creyentes (cfr. Hcb 2,41). Por otra parte, una Iglesia que *anuncia*, pero no testimonia, no es más que «un metal que resuena o un címbalo que aturde» (1Cor 13,1) y, por eso, no atrae ni convoca ni genera conversión. Sin separar ni mucho menos oponer, tenemos que aceptar entonces que, más allá de nuestras buenas intenciones, *si el testimonio tiene una relevancia fundamental, la proclamación es también basililar*.

«No hay evangelización *verdadera* mientras no se anuncie el nombre, la doctrina, la vida, las promesas, el reino, el misterio de Jesús de Nazaret Hijo de Dios. La historia de la Iglesia, a partir del discurso de Pedro en la mañana de Pentecostés, se entremezcla y se confunde con la historia de este anuncio: “... al mismo Jesús, a quien vosotros crucificasteis, Dios lo ha constituido Señor y Mesías” (Hcb 2,36). En cada nueva etapa de la historia humana, la Iglesia, impulsada continuamente por el deseo de evangelizar, no tiene más que una preocupación: ¿a quién enviar para anunciar este misterio? ¿Cómo lograr que resuene y llegue a todos aquellos que lo deben escuchar? Este anuncio adquiere un puesto tan importante en la evangelización que con frecuencia es en realidad sinónimo» (EN n° 22).

En este sentido, *resulta insólito que hoy en día muchos creyentes y comunidades cristianas hayan mutilado el dinamismo misionero evangelizador* (cfr. EN n° 17; RMi n° 2; EG n° 176); se hayan autolimitado; hayan desarrollado la dimensión filantrópica de la misión y se hayan volcado, incluso con generosidad, al servicio, pero hayan igualmente cercenado el anuncio del Señor y de su evangelio⁸. En verdad, en un tiempo en que el cristianismo es la religión más perseguida y martirizada, y en que el laicismo extremo ejerce una presión social y mediática descomunal sobre los discípulos de Cristo, confesar y proponer públicamente el nombre de Jesús no es fácil. Pero pareciera como si los cristianos —justificados además por una falsa tolerancia— viviéramos en una tácita autocensura (cfr. RMi n° 8). Es el triste caso de una Iglesia reducida, más o menos conscientemente, a una «organización humanitaria» (EG n° 279).

En virtud del mandato misionero y confiada en la acción preveniente del Espíritu, la Iglesia —y en su interior, todos los bautizados— está llamada a hacer camino junto a los hombres para, de este modo, *testimoniar a Cristo y proponerlo con el anuncio de la fe*, en una experiencia humana compartida. El testimonio tiene la fecundidad que le viene de la acción del Espíritu y de la participación de los discípulos en la vida del Señor (cfr. Jn 15,26-27). Así, en la mayoría de los casos, el testimonio crea las condiciones para el

⁸ Cfr. FRANCISCO, *Transformar cada circunstancia en una buena ocasión para el anuncio*. Carta al pueblo de Dios que peregrina en Alemania (29/6/2019), n° 7.

anuncio⁹. Pero si *la convivencia diaria de los bautizados con los que no tienen fe o viven otra fe es una condición para la evangelización*¹⁰, en sí misma no es una estrategia evangelizadora. Siendo una oportunidad para que los discípulos puedan irradiar la vida nueva que han recibido de su Señor, no tiene en sí misma la potencia para germinar en los otros el mismo don que se irradia. Para ello es necesario que el «simpatizante» se abra al anuncio y reconozca y acoja la novedad de vida que lo atrae y en el fondo anhela.

Lo sabemos, *el anuncio no pasa de ser un aspecto*. No lo es todo. Al testimonio de vida y al anuncio explícito se suman ya las muchas iniciativas catequísticas y sacramentales, ya las actividades de promoción humana y social que necesariamente debe expresarse y desarrollarse en toda acción evangelizadora (EN n° 24, 31, 40-48; EG n° 176-258). Además, «el anuncio no adquiere toda su dimensión más que cuando es escuchado, aceptado, asimilado y cuando hace nacer en quien lo ha recibido una adhesión de corazón» (EN n° 23). Aquí inicia el tiempo del acompañamiento, del catecumenado, de la iniciación.

La dimensión kerigmática de la vida y de la misión

LOS LLAMAMIENTOS DE LOS ÚLTIMOS PAPAS. Después del último concilio, los diversos pontífices, cada uno con su acento particular, han tratado de dar impulso a la misión evangelizadora de la Iglesia: Pablo VI mediante la exhortación apostólica postsonidal *Evangelii nuntiandi*; Juan Pablo II insistiendo en la «nueva evangelización» y publicando *Redemptoris missio*¹¹; Benedicto XVI con la institución del Consejo pontificio para la promoción de la nueva evangelización¹² y la convocación el décimo tercer Sínodo ordinario de los obispos sobre «La nueva evangelización para la transmisión de la fe cristiana» del 2012; Francisco redactando *Evangelii gaudium*. Detengámonos en esta última.

LA ALEGRÍA DEL EVANGELIO. El texto, aun teniendo «un sentido programático y consecuencias importantes» (EG n° 25), no pretende ser un tratado de la teología de la evangelización. Su intención es «perfiar un determinado estilo evangelizador que invito —dice su autor— a asumir en cualquier actividad que se realice» (EG n° 18). Este *estilo* está caracterizado por algunos rasgos. Tal vez el más conocido sea su *dinamismo centrífugo*, para dejar la autorreferencialidad, atreverse a salir de sí y llegar tanto a los que están próximos como a los que están lejos, habitando esas periferias que necesitan la luz del evangelio (cfr. EG n° 20, 24, 27, 30, 46, 129, 179, 261). Otro es su *tono jubiloso*, fruto de una alegría virtuosa experimentada, renovada y comunicada (cfr. EG n° 11-13, 21, 30, 83-84, 109). Otro aspecto es su *cariz espiritual*: la

⁹ Ordinariamente, *el anuncio no puede contemplarse como una actividad aislada*. Para que el anuncio sea significativo necesita insertarse en el itinerario espiritual de conversión que sigue una persona y se ha de apoyar en un proceso pedagógico-pastoral que los cristianos han de saber desplegar en la convivencia que mantienen con sus congéneres. A través de su presencia encarnada, su testimonio evangélico, su diálogo acogedor y su anuncio significativo, los cristianos acompañan el proceso espiritual que el Espíritu va alentando en los no creyentes o en los creyentes débiles, y van ajustando su intervención evangelizadora hasta, confiados en la gracia, proponer la buena noticia de Jesucristo.

¹⁰ Antiguamente se llamaba «pre-evangelización». Cfr. EN n° 51; PONTIFICIO CONSEJO PARA LA PROMOCIÓN DE LA NUEVA EVANGELIZACIÓN, *Directorio para la catequesis* (23/3/2020 = DC), n° 67.

¹¹ El papa polaco quiso invitar a la Iglesia a un renovado compromiso misionero «a los veinticinco años de la clausura del Concilio y de la publicación del Decreto sobre la actividad misionera *Ad gentes* y a los quince de la Exhortación apostólica *Evangelii nuntiandi* del papa Pablo VI» (n. 2).

¹² Cfr. BENEDICTO XVI, *Ubicumque et semper*. Carta apostólica en forma de «motu proprio» con la cual se instituye el Pontificio consejo para la promoción de la nueva evangelización (21/9/2010).

evangelización está enraizada en la gracia divina y en una vida espiritual auténtica, fuerte, mística, profunda (cfr. *EG* n° 78-80, 93-97, 124, 259-283). Si así no fuese, la evangelización se mundanizaría, perdería el dinamismo de la fe, se llevaría adelante sin fervor, se traduciría en un exceso de actividad aparentemente normal, pero en realidad desmotivada, desgastada, decaída (cfr. *EG* n° 83). Podrían enumerarse otros. Quisiera detenerme ahora en otro aspecto: su *dimensión kerigmática*.

UNA EVANGELIZACIÓN TODA ELLA KERIGMÁTICA. Ya hemos afirmado que la Iglesia es una comunidad de discípulos enviada a generar discípulos. Ahora bien, si el discipulado nace a partir del encuentro con Cristo, Él es el centro al cual es preciso volver una y otra vez para sanar, reverdecer, dinamizar nuestra vida creyente a nivel personal y comunitario. Es precisamente por la necesidad de *renovar el encuentro con Cristo* que el papa Francisco recuerda la necesidad de «volver a escuchar [el kerygma] de diversas maneras» y, por tanto, el deber de «volver a anunciar[lo] de una forma o de otra» (*EG* n° 164); así, gracias al Espíritu, se podrá recordar¹³, revivir, experimentar en modo renovado el amor salvífico del Padre manifestado en su Hijo muerto y resucitado.

Esto es fundamental para entender que *la dimensión kerigmática de la evangelización no se puede circunscribir al llamado «primer anuncio»*. Nuestras vidas, nuestras obras, nuestros procesos tienen que ser siempre kerigmáticos, es decir, anunciadores, proclamadores, pregoneros. El kerigma debe latir en todas las actividades que la Iglesia lleva adelante. El anuncio del kerigma, de un modo u otro, debe estar presente en toda actividad eclesial, pues tiene la virtualidad de proponer el acontecimiento cristiano a la fe o de actualizarlo. Esto por dos motivos. 1) *La fe no puede darse por supuesta*, puede estar ausente, ser débil, perderse. 2) *La conversión al evangelio no puede darse por supuesta*. Intención del anuncio es que el creyente se mantenga en un estado permanente de conversión. La inserción del anuncio al interior de las múltiples acciones evangelizadoras otorga a estas la capacidad de facilitar la acogida —inicial o permanente— de la gracia del evangelio, para que conquiste los espacios de incredulidad y realice su obra salvadora, o reavive el amor por Jesucristo y le permita al creyente llegar «a la medida de Cristo en su plenitud» (*Ef* 4, 3).

Tal vez por eso en *Evangelii gaudium* el papa habla muchísimo más *de evangelizadores que anuncian* que de evangelizadores que ofrecen el «primer anuncio». En verdad, el primer anuncio es sustancialmente anuncio del kerigma. Sin embargo, el anuncio del kerigma no puede reducirse al primer anuncio. Que sea el primero, el segundo o el tercer anuncio es una cuestión de colocación temporal; que sea el «anuncio principal» indica en cambio que es sustancial e irremplazable¹⁴. Como consecuencia, *la conversión misionera de la pastoral* no

¹³ «Recordar» en sentido etimológico, del lat. *re*, «de nuevo», y *cor, cordis*, «corazón»; un «traer de vuelta al corazón» que, si bien una vez fue considerado como sede de la memoria, bien podría considerarse sede de los afectos. En esta línea va lo que el papa llama la «memoria deuteronomica», o sea, la «memoria de las raíces», de lo que Dios ha hecho en mi vida, y sin la cual perdemos las raíces, pero también los brotes. FRANCISCO, *El futuro de la vida consagrada*. Discurso a los participantes en la plenaria de la Congregación para los Institutos de Vida Consagrada y las Sociedades de Vida Apostólica (11/12/2021).

¹⁴ En este sentido, la catequesis y toda formación cristiana son —deben ser— kerigmáticas porque son «ante todo la profundización del kerygma que se va haciendo carne cada vez más y mejor» (*EG* n° 165). En la liturgia, la homilía es —debe ser— kerigmática si el predicador tiene «la seguridad de que Dios lo ama, de que Jesucristo lo ha salvado, de que su amor tiene siempre la última palabra» (*EG* n° 151) y, por eso, lo puede narrar con sus palabras y con sus gestos. La promoción humana y social es —debe ser— kerigmática si queda en claro que el compromiso que se asume confiesa aquello que el propio anuncio declara (cf. *EG* n° 178).

puede ser más que una *conversión kerigmática*, es decir, capaz de anunciar y de favorecer el encuentro con Jesucristo, vinculándola «más estrechamente con el anuncio actual del evangelio» (DC n° 2).

El «primer» anuncio

En este momento es preciso, primero, saber qué se entiende por primer anuncio; segundo, conocer cuál es su contenido; por último, discernir los diversos usos que se le otorga en la pastoral de la Iglesia.

Qué es

LA DEFINICIÓN. Con la expresión «primer anuncio» se designa *una acción eclesial, espontánea u organizada, llevada a cabo por individuos o por equipos, que tiene como objetivo proponer el mensaje nuclear del evangelio*, sea a quienes no conocen a Jesucristo, con la intención de suscitar en ellos un interés que pueda llevarlos a una primera adhesión a Él; sea a quienes, habiendo conocido a Jesucristo, se alejaron de Él, con el fin de acercarlos de nuevo¹⁵; sea a quienes, aun creyendo en Él, viven una fe cristiana rutinaria, para revitalizar su fe en el Señor. A este último algunos autores prefieren llamarlo «segundo anuncio»¹⁶.

Cuál es su contenido

LA MATERIA. El anuncio señala y hace presente aquello que es *el núcleo fundamental del evangelio*. Sin embargo, tenemos que aclarar y hacer un esfuerzo por *no reducirlo a una mera fórmula*.

De hecho, para acceder al contenido esencial del kerigma, habría que hacer un estudio completo del conjunto de los libros del Nuevo Testamento. Pero, una vez más, descubriríamos que no existe ningún escrito en el que podamos encontrar el kerigma en estado puro. La formulación no es la misma según:

- los *destinatarios*, tanto que se dirija a los judíos (cfr. *Hcb* 2,14-39; 3,12-26; 4,9-12; 5,29-32; 13,16-41) como a los paganos (cfr. *Hcb* 10,34-43; 14,15-17; 17,22-31; *1Cor* 15, 1-45; *1Ts* 1, 10); o
- su *género*: hay fórmulas narrativas (cfr. *Hcb* 2,1-41; 10,34-43; 13,16-41); breves (cfr. *1Cor* 11,23-25; 15,3-8; *Rm* 1,1-7; 3,25; 4,25; *1Ts* 1,10; *1Pe* 2,22-24); de fe (cfr. *Hcb* 8,37; *1Ts* 4,14; *1Cor* 12,3; 8,4-6; 16,22; *Rm* 10,9; *1Jn* 2,22; 4,15; *Hb* 13,21; *2Pe* 3,18; *Ef* 4,4-5) e himnicas (cfr. *Flp* 2,6-11; *Col* 1,15-20; *Jn* 1,1-18; más breves: *1Tm* 3,16; *Hb* 1,3; *1Pe* 1,18; 3,18.22).

Ciertamente, *en el cristianismo de los orígenes se encuentra un núcleo esencial que llamamos kerigma*, fundamento del edificio de la fe y el motivo último por el cual ser creyentes. Pero ese cimiento no revela su potencia sin la *didaché* (enseñanza o catequesis), que desarrolla el kerigma explicando qué es ser y cómo ser cristiano¹⁷.

¹⁵ Cfr. X. MORLANS, *El primer anuncio. El eslabón perdido*, Boadilla del Monte, PPC, 2009, 183. Mi presentación se basa en este texto.

¹⁶ Cfr. E. BIEMMI, *Il secondo annuncio. La grazia di ricominciare*, Bologna, EDB, 2011.

¹⁷ Cfr. C. BISSOLI, «“Primer anuncio” en la comunidad cristiana de los orígenes», en EQUIPO EUROPEO DE CATEQUESIS (ed.), *La conversión misionera de la catequesis. Relación entre fe y primer anuncio en Europa*, Madrid, PPC, 2009, 65-82: 79.

Cuál es la manera de proponerlo

EL MODO. De cuanto hemos dicho se deduce que la preocupación no debe recaer tanto sobre el contenido del anuncio cuanto sobre el modo humano de presentarlo y proponerlo. En efecto, *el anuncio, más que con el contenido, está relacionado con las formas de comunicación*, que deberían —siempre y en todo caso a partir de una *apertura positiva* de los destinatarios— atraer la *atención* de quienes escuchan, suscitar un *interés* inicial por Jesús, disponerlos a un primer *asentimiento* de fe y llevarlos eventualmente a una *decisión* concreta. Solo en este caso se podrá invitar a participar en un itinerario de iniciación cristiana.

LOS INCONVENIENTES. Cuando hablamos de «primer anuncio» no hablamos de suministrar una información aséptica sobre Cristo o una explicación fundamentada o un razonamiento teológico o una serie de argumentos filosóficos. El anuncio nunca es mera noticia, no documenta algo que ocurrió, ni se desarrolla según una lógica argumental. Hay que evitar, pues, ciertos riesgos que se dan en la pastoral del primer anuncio.

- El anuncio del kerigma, hemos dicho, *no puede ser reducido a una mera repetición de una fórmula acrisolada y formal* con la idea de que su misma formulación tiene un poder casi mágico.
- *Tampoco puede confundirse con relatar, al modo de una novela, la vida de Jesús*, esperando suscitar la admiración y la consiguiente emulación moral.
- *Mucho menos puede pensarse que consiste en divulgar los datos* que procuran los métodos histórico-críticos, como si el conocimiento o la curiosidad satisfecha sobre Jesucristo moviera a alguien a convertirse a Él.
- *De ningún modo puede suponerse que el anuncio pueda ser un proceso argumental* por el que se dilucida la identidad de Jesucristo y se hace apología de la fe.

LAS CARACTERÍSTICAS. *Se trata más bien de una breve intervención oral*, que no presupone una convicción cristiana en el interlocutor y que normalmente, antes de presentar el núcleo de la fe cristiana, busca despertar el significado profundo de una experiencia humana para entrar en diálogo con ella, con *empatía*, pero sobre todo de manera *interpelante*, para provocar una *reacción*¹⁸.

El primer anuncio simplemente narra una historia de manera coloquial, comparte una experiencia, ofrece una interpretación personal de la fe compartida por una comunidad, hace una propuesta, invita a acercarse con confianza al Señor.

Entendamos este proceso. A medida que una persona toma conciencia de su propia existencia, se activa en ella la búsqueda de sentido. Pero, en esta búsqueda, se confronta con sus paradojas, es desafiada por las circunstancias, es movilizada por sus interrogantes y deseos, se siente condicionada por el contexto

¹⁸ Aunque no mencione el «primer anuncio», el Sínodo del 2018 habla de esas experiencias de diálogo con los jóvenes, en las que la hospitalidad y la escucha hecha con empatía crean las condiciones «para un anuncio del evangelio que llegue verdaderamente al corazón, de modo incisivo y fecundo»: SÍNODO DE LOS OBISPOS - XV ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA, *Los jóvenes, la fe y el discernimiento vocacional*. Documento final (28/10/2018), n° 8. Como aclara este número, esto va precisamente contra las «respuestas preconfeccionadas».

que la envuelve. En esta marea un poco caótica descubre entonces que es incapaz por sí misma de encontrar una respuesta satisfactoria y experimenta la crisis de tener que confrontarse con lo irresoluble. Como el misterio de la vida está entretejido con el Misterio, esta situación puede ser el primer paso hacia la apertura religiosa. En este punto, el sujeto toma conciencia —y en cierto modo, acepta— que su persona y su vida están en las manos de «Alguien». Es aquí donde se hace importante la mediación dialógica del cristiano. Narrando su experiencia, el creyente manifiesta que el sentido de su existencia no se funda en una decisión ética o en una gran idea, sino que brota del encuentro «con una Persona, que da un nuevo horizonte a la vida y, con ello, una orientación decisiva»¹⁹.

Llegados a este punto, es el momento de ofrecer al Señor a modo de propuesta, haciendo la invitación a entrar en relación con Él²⁰.

De aquí surgen dos consideraciones:

1) *El anuncio del kerigma no es algo estereotipado.* Hay tantos primeros anuncios como interlocutores. Si bien siempre se anuncia el acontecimiento salvador de Jesucristo, este ha de ser comprensible para aquellos a quienes se les propone. Para lograr este objetivo, el anuncio ha de ser puesto en relación con las experiencias de vida y ha de sacar a la luz las mociones espirituales que laten en lo más profundo de sus corazones. Aquí se da *un ejercicio de discernimiento* por el que el creyente sabe descubrir y descifrar en la vida de su amigo, compañero, familiar... tanto las experiencias que pueden ser significativas para el anuncio cuanto las mociones del Espíritu que facilitan su recepción.

Poco importan la situación existencial o la condición moral o el grado de apertura religiosa o de fe que presenten los interlocutores; ninguna es impedimento para que el evangelio sea proclamado y propuesto. No obstante, *será necesario adaptar el anuncio a esas circunstancias y respetar algunas condiciones* (cfr. EG n° 128, 165)²¹.

2) *El anuncio, si se hace, no tiene que ser aguado.* La cultura de hoy está marcada por la indiferencia o incluso el rechazo a Dios. Este elemento no es indiferente para la propuesta del evangelio; al contrario, determina la comprensión y el verdadero valor de lo que el anuncio propone. No se puede ignorar esta dificultad y menos *tratar de evitarla poniendo el acento en algún punto secundario o «bonito» del anuncio cristiano.* Si alguien decide seguir al Señor, aunque sea en modo incipiente, es para ser su discípulo, no su fan. El discipulado va más allá de la admiración por el compromiso caritativo de Jesús con los pobres y necesitados, o la afinidad con los ideales de justicia, igualdad y fraternidad que Él representa. Seguir al Señor afecta al mismo corazón de la existencia. *Encuentro, conversión inicial y discipulado van de la mano.*

¹⁹ BENEDICTO XVI, *Deus caritas est*. Carta encíclica sobre el amor cristiano (25/12/2005), n° 1. Citado en EG n° 7.

²⁰ *El anuncio puede ser acogido o no.* Si no se acoge, el cristiano tendrá que esperar a otra ocasión para volverlo a proponer. Pero si el no creyente acepta la propuesta cristiana, entonces la apertura religiosa que ha ido madurando a lo largo del proceso la cumplirá en una fe primera o conversión inicial.

²¹ Personalmente no excluyo *a priori* las predicaciones hechas al estilo «evangélico». Sin embargo, normalmente el anuncio «adhiera» mejor en el contexto de un diálogo en el que la propuesta de Jesús como Salvador conecta con alguna experiencia antropológica fundamental.

Como se ve, *inherente al primer anuncio es la llamada al cambio de vida*: «convertíos y creed en el evangelio» (Mc 1,15) o, lo que es lo mismo, «cambiad vuestra manera de pensar y de vivir, aceptad la buena noticia». Evidentemente, aquí todo está despuntando. Pero, precisamente, solo porque está en germen podrá luego desarrollarse y llegar a la madurez con la conveniente atención de una catequesis iniciática. Es preciso reconocer que hoy en la conciencia eclesial la llamada a la conversión está, cuanto menos, debilitada. La difusión de la mentalidad relativista y una falsa concepción de tolerancia han llevado a muchos cristianos a concebir que la llamada a la conversión es una injerencia en la libertad de aquellos con los que conviven.

Cuáles son las modalidades

LOS TIPOS. Hay tres modos posibles para proponer el primer anuncio: *interpersonal, grupal o a través de los medios de comunicación*.

- a) El diálogo «cara a cara» está prefigurado en esos diálogos de Jesús con algunos individuos que nos permiten perfilar de forma espontánea los contornos de la propuesta (cfr. Lc 18,18-27; 10;25-37; Jn 3,1-21; 4,4-26).
- b) . *Es la forma más común y ordinaria, aunque no esté exenta de conflictos*, ya que se presta a acentuaciones o reduccionismos vinculados a perspectivas individuales.
- c) El anuncio dirigido a los grupos —tanto en reuniones específicas, como en ocasiones puntuales, e incluso en eventos regulares— parece favorecer una presentación un poco más organizada de los puntos fundamentales del anuncio. Sin embargo, *su desarrollo en un ambiente grupal no debe hacerle perder su tono dialógico y experiencial*.
- d) Los medios de comunicación también ofrecen diversas posibilidades para el primer anuncio, aunque —hay que aclarar— el anuncio es un «género propio» que no se puede confundir con lo devocional, lo institucional o lo meramente informativo.

Algunos subrayados

En el anuncio cristiano no puede faltar la referencia a la memoria del Jesús histórico que enmarca y revela el sentido del acontecimiento pascual. Esta referencia al camino terreno de Jesús, recorrido en su propia humanidad y en relación con la humanidad de los otros, es lo que facilitará ponerla en correspondencia con las experiencias vitales de los oyentes de la predicación. *Jesús no es una ficción*.

Sin embargo, no basta la simple información sobre este personaje del pasado, de sus ideales y de su alta vida moral. *Es preciso el encuentro personal con Él para convertirse y creer*. Si Jesús anduvo por los caminos de Galilea y murió en Jerusalén al inicio de nuestra era, Él también resucitó y está entre nosotros como nuestro contemporáneo. Por eso, la aportación específica y fundamental que la Iglesia puede hacer hoy a nuestras sociedades se centra en una realidad tan sencilla y decisiva como ésta: que Él está vivo y que es Él quien nos ha dado la vida. *Él es el Señor de la historia y de nuestras historias*.

«Invito a cada cristiano, en cualquier lugar y situación en que se encuentre, a renovar ahora mismo su encuentro personal con Jesucristo o, al menos, a tomar la decisión de dejarse encontrar por Él, de intentarlo cada día sin descanso. No hay razón para que alguien piense que esta invitación no es para él, porque “nadie queda excluido de la alegría reportada (*sic*) por el Señor”» (EG n° 3).

Anuncio y diálogo interreligioso: dos pinceladas

Hoy muchos se preguntan si el anuncio de Jesucristo, como parte de la misión evangelizadora de la Iglesia, es todavía urgente, o incluso legítimo. Esta bastante difundida la idea que basta vivir la propia fe y dejar que los otros vivan con la suya, sin necesidad de favorecer la conversión a Cristo y a la fe católica. En definitiva, si todas las religiones llevan a Dios, que cada uno sea fiel a su fe y que todos podamos trabajar juntos por la justicia, la libertad, la paz y la solidaridad²². La postura no es nueva. Años atrás, Juan Pablo II se preguntaba:

«¿Es válida aún la misión entre los no cristianos? ¿No ha sido sustituida quizás por el diálogo interreligioso? ¿No es un objetivo suficiente la promoción humana? El respeto de la conciencia y de la libertad ¿no excluye toda propuesta de conversión? ¿No puede uno salvarse en cualquier religión? ¿Para qué, entonces, la misión?» (RMI n° 4).

Una respuesta articulada, evidentemente, no es posible aquí²³. Ni siquiera lo intento. De forma sumamente concisa, solo expreso dos cosas.

1) *El diálogo interreligioso forma parte de la misión evangelizadora de la Iglesia.* Es un modo y un medio para el conocimiento y el enriquecimiento recíproco entre diversas confesiones o tradiciones religiosas. *Pero, en sí mismo, no excluye el anuncio* que, precisamente, está destinado a las personas que no conocen a Cristo y su evangelio y que, en su gran mayoría, pertenecen a otras religiones. La Iglesia no ve una contradicción entre el anuncio de Cristo y el diálogo interreligioso; sin embargo, siente la necesidad de compaginarlos en el ámbito de su misión. «Conviene que estos dos elementos mantengan su vinculación íntima y, al mismo tiempo, su distinción, por lo cual no deben ser confundidos, ni instrumentalizados, ni tampoco considerados equivalentes, como si fueran intercambiables» (RMI n° 55).

2) *El diálogo interreligioso supone que el interlocutor cristiano, aunque esté abierto para comprender las del otro, sea coherente con sus propias convicciones y tradiciones religiosas;* sin cerrarse, pero tampoco sin disimular.

«No debe darse ningún tipo de abdicación ni de irenismo, sino el testimonio recíproco para un progreso común en el camino de búsqueda y experiencia religiosa y, al mismo tiempo, para superar prejuicios, intolerancias y malentendidos. El diálogo tiende a la purificación y conversión interior que, si se alcanza con docilidad al Espíritu, será espiritualmente fructífero» (RMI n° 56).

²² CONGREGACIÓN PARA LA DOCTRINA DE LA FE, *Missus a Patre ad Evangelium nuntiandum*, n° 3.

²³ Aunque ya tenga sus años, se podría ver, por ejemplo: PONTIFICIO CONSEJO PARA EL DIÁLOGO INTERRELIGIOSO – CONGREGACIÓN PARA LA EVANGELIZACIÓN DE LOS PUEBLOS, *Diálogo y anuncio: Reflexiones y orientaciones sobre el diálogo interreligioso y el anuncio del evangelio* (19/5/1991).

Para profundizar:

BISSOLI Cesare, «Primer anuncio» en la comunidad cristiana de los orígenes», en EQUIPO EUROPEO DE CATEQUESIS (ed.), *La conversión misionera de la catequesis. Relación entre fe y primer anuncio en Europa*, Madrid, PPC, 2009, 65-82.

CARVAJAL BIANCO Juan Carlos, *Pastoral del primer anuncio*, Madrid, Ediciones Universidad San Damaso, 2022.

MORLANS Xavier, *El primer anuncio. El eslabón perdido*, Boadilla del Monte, PPC, 2009.

Ritual de la iniciación cristiana de adultos. Reformado según los decretos del Concilio Vaticano II y promulgado por mandato de Pablo VI. Traducción castellana aprobada por la Conferencia Episcopal Española y confirmada por la Sagrada Congregación para los Sacramentos y el Culto Divino, Madrid, Libros litúrgicos, 2023.