

LA MISIÓN EVANGELIZADORA DE LA IGLESIA

JUAN CARLOS CARVAJAL
BLANCO (COORD.)

Presentación
de Anastasio Gil García



LA INTERCONEXIÓN ENTRE DIÁLOGO Y ANUNCIO

XAVIER MORLANS MOLINA
Facultad de Teología de Cataluña
Barcelona

1. Introducción

La exhortación apostólica *Evangelii gaudium*, del papa Francisco (2013), ha puesto abiertamente sobre la mesa, entre otros impulsos pastorales, el *primer anuncio* como acción evangelizadora propia y específica. Con ello ha venido a rescatar de un auténtico olvido, en la praxis pastoral católica, la fuerza propia del anuncio de Cristo resucitado.

El primer anuncio o kerigma tenía, y sigue teniendo, ciertas dificultades para reintroducirse en la pastoral ordinaria católica como un elemento específico del proceso integral de la evangelización con perfil propio¹. Por una parte, a los presbíteros y agentes pastorales que han llevado el peso de la renovación conciliar en los últimos cuarenta años, lo del primer anuncio les suena a vuelta atrás, hacia las misiones populares de los tiempos preconciliares. Se trata sin duda de un cierto prejuicio y de algunos malentendidos que conviene disipar. Por otra parte, los teólogos echan en falta en ciertas prácticas de primer anuncio un tanto voluntaristas una mayor

¹ Cf. *Evangelii nuntiandi* 24, donde Pablo VI ofrece el elenco claro y bien articulado de los siete elementos constitutivos del proceso integral de la evangelización, entre ellos el anuncio explícito, subdividido en kerigma o primer anuncio y catequesis.

atención al diálogo previo al anuncio, es decir, a la búsqueda del punto de contacto antropológico para el ofrecimiento creíble de la buena noticia del Evangelio.

La celebración del cincuentenario del decreto conciliar sobre la actividad misionera de la Iglesia, *Ad gentes* (1965), ofrece una ocasión excelente para revisar este gran tema del primer anuncio, prestando una especial atención a la interconexión entre el diálogo previo y el anuncio en sí mismo.

Esta aportación se estructura en dos partes. En la primera se lleva a cabo un repaso a los principales documentos magisteriales de la etapa posconciliar que de alguna manera han abordado esta temática. En una segunda parte se retoma el asunto desde un tratamiento más teológico y se afrontan los nuevos retos que entretanto han ido apareciendo, así como posibles caminos de respuesta.

Una precisión más. El presente artículo presupone la aportación anterior sobre la presencia y el testimonio de vida del cristiano como requisito previo al diálogo y al anuncio cristiano².

2. El magisterio eclesial sobre la interconexión entre diálogo y anuncio

a) El marco epocal del Concilio Vaticano II

Antes de entrar en el tratamiento pormenorizado del tema de la interconexión entre diálogo y anuncio en *Ad gentes* es oportuno recordar el marco mental y el horizonte en el que se situó dicho decreto conciliar; y para ello nada mejor que un breve recuerdo de la que fue la primera encíclica de Pablo VI, *Ecclesiam suam* (1964), y del gran documento conciliar que plantea el diálogo de la Iglesia con el mundo, *Gaudium et spes* (1965), de cuya aparición celebramos también el cincuentenario.

² Cf., en el presente volumen, J. C. CARVAJAL BLANCO, «El testimonio, corazón de la misión», pp. 71-119.

– *Ecclesiam suam* (1964)

La Iglesia, en el horizonte de la misión que le ha sido encomendada, «tiene que establecer diálogo con el mundo en el que le ha tocado vivir», afirmaba Pablo VI en la *Ecclesiam suam*, la primera encíclica que trataba el tema del diálogo. Y añadía: «La Iglesia se hace palabra. La Iglesia se hace mensaje. La Iglesia se hace coloquio»³. El papa Montini trazaba tres líneas de actuación por parte de una Iglesia en diálogo: 1) la comunidad eclesial debe tomar conciencia de sí misma 2) para poder realizar una adecuada renovación o *aggiornamento*, y, de esta manera, 3) poder establecer un fructífero diálogo con el mundo. Se trata de tres círculos concéntricos que se implican el uno al otro y que pretenden –por encima de todo– un diálogo en el horizonte de la misión.

– *Gaudium et spes* (1965)

Esos tres círculos, en definitiva, podrían resumir la aportación del mismo Concilio Vaticano II. No en vano, después de haberse centrado en la pregunta sobre «qué es la Iglesia» en sí misma mediante la constitución *Lumen gentium*, el Concilio, especialmente en la constitución pastoral *Gaudium et spes*, respondía a la pregunta sobre «su misión» y su relación con el mundo, constituyendo el tema del diálogo con este una de las principales directrices de esta constitución pastoral (nn. 40-45) y, en definitiva, de todo el acontecimiento del Vaticano II.

Por eso, el mismo Pablo VI, en el discurso de clausura de la última sesión conciliar, decía: «La Iglesia –por así decirlo– ha descendido a dialogar con el hombre de hoy; y, conservando siempre la autoridad y la fuerza que le son propias, ha adoptado la voz fácil y amiga de la caridad pastoral, ha deseado hacerse escuchar y comprender por

³ *Ecclesiam suam* 60. La numeración de esta encíclica es la que encontramos en J. IRIBARREN / J. L. GUTIÉRREZ (eds.), *Ocho grandes mensajes*. Madrid, 1971, pp. 259-315. Cabe indicar que la palabra «diálogo» aparece sesenta veces en esta encíclica.

todos»⁴. Con toda razón se señaló al Vaticano II un objetivo pastoral, es decir, el conjunto del Concilio se empeñó en un esfuerzo de diálogo para inyectar el mensaje evangélico en el pensamiento moderno, en el lenguaje, la cultura, en las costumbres y tendencias de la humanidad, tal como vive y se desarrolla en el mundo de hoy⁵.

b) *Ad gentes* (1965)

La concreción pastoral de cómo debe articularse el diálogo con el anuncio cristiano en una situación de primera evangelización la describió el Concilio Vaticano II en el decreto sobre la actividad misionera de la Iglesia, *Ad gentes* (1965), cuya conmemoración de aniversario es el motivo principal de esta publicación. En dicho decreto conciliar se desarrollan los pasos del proceso que debe desembocar en la implantación de la Iglesia en «tierras de misión». La velocidad galopante del proceso de secularización y de descristianización en Occidente precisamente en estos cincuenta años ha propiciado que aquellas indicaciones para situaciones de «misión» sean, con las debidas matizaciones, completamente válidas como pautas generales para la nueva evangelización en el Occidente poscristiano. De ahí la importancia de *Ad gentes* para todo planteamiento evangelizador también en la actualidad.

– *Diálogo*

La referencia explícita al diálogo en relación con la evangelización aparece en *Ad gentes* en el capítulo II, artículo primero, en los números 11 y 12, dedicados al testimonio cristiano como primer paso de la actividad evangelizadora:

⁴ «Alocución pronunciada el 7 de diciembre de 1965, en la sesión pública de clausura del Concilio Vaticano II», en CONCILIO VATICANO II, *Constituciones, decretos, declaraciones. Documentos pontificios complementarios*. Madrid, 1965, p. 817.

⁵ R. TORRELLA, «El diálogo eclesial», en *DocEsgl* 497 (1989), p. 195.

Como el mismo Cristo escudriñó el corazón de los hombres y los ha conducido con un *diálogo* verdaderamente humano a la luz divina, así sus discípulos, inundados profundamente por el espíritu de Cristo, deben conocer a los hombres entre los que viven, y tratar con ellos, para advertir, en *diálogo* sincero y paciente, las riquezas que Dios generosamente ha distribuido a las gentes; y, al mismo tiempo, esfuércense en examinar sus riquezas con la luz evangélica, liberarlas y reducirlas al dominio de Dios Salvador (AG 11b)⁶.

Pues como Cristo recorría las ciudades y las aldeas curando todos los males y enfermedades, en prueba de la llegada del Reino de Dios, así la Iglesia se une, por medio de sus hijos, a los hombres de cualquier condición, pero especialmente con los pobres y los afligidos, y a ellos se consagra gozosa. Participa en sus gozos y en sus dolores, conoce los anhelos y los enigmas de la vida y sufre con ellos en las angustias de la muerte. A los que buscan la paz desea responderles en *diálogo* fraterno, ofreciéndoles la paz y la luz que brotan del Evangelio (AG 12a)⁷.

El diálogo es constitutivo de la actividad misionera de la Iglesia porque esta viene a responder a las aspiraciones más profundas de la naturaleza humana:

La actividad misional tiene también una conexión íntima con la misma naturaleza humana y sus aspiraciones. Porque, manifestando a Cristo, la Iglesia descubre a los hombres la verdad genuina de su condición y de su vocación total, porque Cristo es el principio y el modelo de esta humanidad renovada, llena de amor fraterno, de sinceridad y de espíritu pacífico, a la que todos aspiran (AG 8)⁸.

Queda así meridianamente claro en AG cuáles son las características fundamentales del diálogo como paso previo al anuncio del Evangelio:

⁶ El subrayado es nuestro.

⁷ El subrayado es nuestro.

⁸ El subrayado es nuestro. Cf. AG 13a: «[Jesucristo] quien, por ser "camino, verdad y vida", satisface todas sus exigencias espirituales, más aún, las colma hasta el infinito».

1) Diálogo por exigencia *cristológica*: para imitar el modo de proceder de Cristo, que escudriñó el corazón humano y le planteó la evangelización en clave dialogal.

2) Diálogo basado en la convicción de que el Evangelio de Jesucristo responde sobreabundantemente a las *aspiraciones* de la condición humana y le revela al ser humano su vocación más radical: ser hermano de Cristo e hijo de Dios Padre.

3) Diálogo como consecuencia del *conocimiento previo* que el evangelizador debe poseer por el hecho de compartir la vida, los anhelos y sufrimientos de las gentes a las que desea evangelizar.

4. Diálogo como constatación, primero, de las *riquezas que Dios ya ha distribuido* a los evangelizados previamente a la aparición del evangelizador.

5) Diálogo, en segundo lugar, como ejercicio de *liberación* de los límites o aspectos deficientes de dichas riquezas y de *conducción* de las mismas ante el ámbito salvador de Dios.

6) Diálogo inspirado en todo momento por el *Espíritu de Cristo* y realizado a la luz del *Evangelio*.

7) Diálogo *fraterno, sincero y paciente*.

- Anuncio

Una vez bien sentada la necesidad del testimonio cristiano, que incluye el diálogo, pasa a establecer en el artículo segundo la necesidad del anuncio de Cristo:

Dondequiera que Dios abre la puerta de la palabra para anunciar el misterio de Cristo a todos los hombres, confiada y constantemente hay que anunciar al Dios vivo y a Jesucristo enviado por él para salvar a todos, a fin de que los no cristianos, abriéndoles el corazón el Espíritu Santo, creyendo se conviertan libremente al Señor y se unan a él con sinceridad, quien, por ser «camino, verdad y vida», satisface todas sus exigencias espirituales, más aún, las colma hasta el infinito (AG 13a)⁹.

⁹ Este pequeño pero denso párrafo va acompañado de veintidós citas del Nuevo Testamento.

Reconoce el decreto conciliar la fuerza característica del anuncio como *suficiente* para provocar la primera conversión, un acercamiento real al ámbito del amor de Dios y una participación –inicial, pero real– del misterio de la muerte y resurrección de Jesucristo.

Esta conversión hay que considerarla ciertamente inicial, pero *suficiente* para que el hombre perciba que, *arrancado del pecado*, entra en el misterio del amor de Dios, que lo llama a iniciar una *comunicación personal consigo mismo en Cristo* (AG 13b).

Aunque, obviamente, todo esto no es más que el inicio de un camino que idealmente debe recorrerse, por lo menos en un primer tramo, como un itinerario catecumenal con su debido acompañamiento eclesial, que ayudará a verificar el cambio de costumbres y la vivencia de la dimensión social de la fe.

Puesto que, por la gracia de Dios, el nuevo convertido emprende un *camino espiritual* por el que, participando ya por la fe del misterio de la muerte y de la resurrección, pasa del hombre viejo al nuevo hombre perfecto según Cristo. Trayendo consigo este tránsito un *cambio progresivo de sentimientos y de costumbres*, debe manifestarse con sus *consecuencias sociales* y desarrollarse poco a poco durante el *catecumenado* (*ibid.*).

c) *Evangelii nuntiandi* (1975)

Diez años exactos después de la publicación de *Ad gentes*, y como fruto del Sínodo de los obispos de 1974, Pablo VI ofreció el que algunos consideran el mejor documento magisterial de toda la historia de la Iglesia. Efectivamente, *Evangelii nuntiandi* es una pieza única que, a lo largo de los cuarenta años transcurridos desde su publicación, ha conseguido una recepción unánime en todos los ámbitos y niveles de la Iglesia. Sus definiciones, propuestas y síntesis han pasado a ser textos de enseñanza obligada en todo curso y en todo manual de evangelización.

– *Diálogo*

El genio, a la par analítico y sintético, del papa Montini se luce, entre otros pasajes de su exhortación apostólica, precisamente en los apartados en que muestra la articulación entre testimonio, que incluye el diálogo, y el anuncio explícito de Jesucristo. No hay nada mejor que la reproducción textual de dichos números:

La Buena Nueva debe ser proclamada en primer lugar mediante el testimonio. Supongamos un cristiano o un grupo de cristianos que, dentro de la comunidad humana donde viven, manifiestan su capacidad de comprensión y de aceptación, su comunión de vida y de destino con los demás, su solidaridad en los esfuerzos de todos en cuanto existe de noble y bueno. Supongamos además que irradian de manera sencilla y espontánea su fe en los valores que van más allá de los valores corrientes, y su esperanza en algo que no se ve ni osarían soñar. A través de este testimonio sin palabras, estos cristianos hacen 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? Pues bien, este testimonio constituye ya de por sí una proclamación silenciosa, pero también muy clara y eficaz, de la Buena Nueva. Hay en ello un gesto inicial de evangelización. Son posiblemente *las primeras preguntas* que se plantearán muchos no cristianos, bien se trate de personas a las que Cristo no había sido nunca anunciado, de bautizados no practicantes, de gentes que viven en una sociedad cristiana, pero según principios no cristianos, bien se trate de gentes que buscan, no sin sufrimiento, algo o a Alguien que ellos adivinan, pero sin poder darle un nombre. Surgirán *otros interrogantes, más profundos y más comprometedores*, provocados por este testimonio que comporta presencia, participación, solidaridad y que es un elemento esencial, en general el primero absolutamente en la evangelización (EN 21)¹⁰.

Es hasta cierto punto sorprendente que Pablo VI, que había dedicado diez años antes toda su primera encíclica programática al

¹⁰ El subrayado es nuestro.

diálogo –*Ecclesiam suam*–, cuando se detiene a describir el testimonio como momento constitutivo de la evangelización anterior al anuncio explícito de Jesucristo no remarca de forma expresa el papel del diálogo previo al anuncio. Pero creo que en esta descripción del testimonio como primer momento evangelizador se respira claramente el papel del diálogo. Efectivamente, en *Evangelii nuntiandi* 21 se describe muy bien cómo el testimonio de vida del cristiano debe despertar *interrogantes irresistibles* en sus conciudadanos no cristianos. Tenemos aquí el primer momento del diálogo, la pregunta que debe provocar en otros la vida del cristiano.

Sigue en la secuencia del documento el famosísimo n. 22, relativo a la necesidad de un anuncio explícito, que se sobreentiende que llegará, entre otras formas, como desenlace del diálogo suscitado por aquellas preguntas irresistibles a las que dio pie el testimonio vital del cristiano. Reproducimos algunos fragmentos.

Y, sin embargo, esto sigue siendo insuficiente, pues el más hermoso testimonio se revelará a la larga impotente si no es esclarecido, justificado –lo que Pedro llamaba dar «razón de vuestra esperanza»–, explicitado por un anuncio claro e inequívoco del Señor Jesús. La Buena Nueva proclamada por el testimonio de vida deberá ser, pues, tarde o temprano, proclamada por la palabra de vida. 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. [...] Este anuncio –*kerigma*, predicación o catequesis– adquiere un puesto tan importante en la evangelización que con frecuencia es en realidad sinónimo. Sin embargo no pasa de ser un aspecto.

Una referencia más clara al diálogo pastoral llega, por lógica, en el capítulo cuarto del documento, cuando, al tratar analíticamente de los medios de la evangelización, se refiere en el n. 46 al contacto personal indispensable. Aquí aparece el diálogo con una resonancia de los textos de *Ad gentes*:

Por estos motivos, además de la proclamación que podríamos llamar colectiva del Evangelio, conserva toda su validez e importancia esa otra *transmisión de persona a persona*. El Señor la ha practicado frecuentemente –como lo prueban, por ejemplo, las conversaciones con Nicodemo, Zaqueo, la samaritana, Simón el fariseo– y lo mismo han hecho los apóstoles. En el fondo, ¿hay otra forma de comunicar el Evangelio que no sea la de transmitir a otro la propia experiencia de fe? La urgencia de comunicar la Buena Nueva a las masas de hombres no debería hacer olvidar esa forma de anunciar mediante la cual se llega a la conciencia personal del hombre y se deja en ella el influjo de una palabra verdaderamente extraordinaria que recibe de otro hombre. Nunca alabaremos suficientemente a los sacerdotes que, a través del sacramento de la penitencia o a través del *diálogo pastoral*, se muestran dispuestos a guiar a las personas por el camino del Evangelio, a alentarlas en sus esfuerzos, a levantarlas si han caído, a asistirles siempre con discreción y disponibilidad¹¹.

Entra en juego también la interconexión entre diálogo y anuncio cuando Pablo VI toca el delicado tema de *la adaptación del lenguaje cristiano a la cultura de cada grupo humano al que se dirige*. Corresponde al diálogo tomar en cuenta las formas de ver la realidad y de expresarla por parte de la comunidad a la que se dirige el evangelizador, así como el hecho de tomar en cuenta sus aspiraciones. Veamos cómo lo recoge *Evangelii nuntiandi*:

Las Iglesias particulares profundamente amalgamadas, no solo con las personas, sino también con *las aspiraciones, las riquezas y límites, las maneras de orar, de amar, de considerar la vida y el mundo* que distinguen a tal o cual conjunto humano, tienen la función de asimilar lo esencial del mensaje evangélico, de trasvasarlo, sin la menor traición a su verdad esencial, *al lenguaje que esos hombres comprenden*, y, después, de anunciarlo en ese mismo lenguaje. Dicho trasvase hay que hacerlo con el discernimiento, la seriedad, el respeto y la competencia

¹¹ El subrayado es nuestro.

que exige la materia, en el campo de las expresiones litúrgicas, de las catequesis, de la formulación teológica, de las estructuras eclesiales secundarias, de los ministerios. El *lenguaje* debe entenderse aquí no tanto a nivel semántico o literario cuanto al que podría llamarse *antropológico y cultural*. El problema es sin duda delicado. La evangelización pierde mucho de su fuerza y de su eficacia si no toma en consideración al pueblo concreto al que se dirige, *si no utiliza su «lengua», sus signos y símbolos, si no responde a las cuestiones que plantea, si no llega a su vida concreta* (EN 63)¹².

Como indica el mismo Pablo VI, el punto es delicado, porque la relación entre diálogo y anuncio no es una relación de pura simetría o de simple correspondencia. El anuncio cristiano responde a las aspiraciones de los individuos y de los conjuntos humanos sobrepasando sus demandas y abriendo un horizonte trascendente y universal. Lo explicita a continuación en el mismo n. 63:

Pero, por otra parte, la evangelización corre el riesgo de perder su alma y desvanecerse si se vacía o desvirtúa su contenido, bajo pretexto de traducirlo; si, queriendo adaptar una realidad universal a un espacio local, se sacrifica esta realidad y se destruye la unidad sin la cual no hay universalidad. Ahora bien, solamente una Iglesia que mantenga la conciencia de su universalidad y demuestre que es de hecho universal puede tener un mensaje capaz de ser entendido por encima de los límites regionales, en el mundo entero.

- Anuncio

Una vez que Pablo VI ha dejado bien sentada la necesidad de una aproximación testimonial y dialogal a los destinatarios del anuncio, y una consideración de aquellos elementos circunstanciales y cambiantes en el proceso evangelizador, la afirmación del *contenido esencial de la evangelización como anuncio de Jesucristo* es clara y contundente:

¹² El subrayado es nuestro

Evangelizar es, ante todo, dar testimonio, de una manera sencilla y directa, de Dios revelado por Jesucristo mediante el Espíritu Santo. Testimoniar que ha amado al mundo en su Verbo encarnado, ha dado a todas las cosas el ser y ha llamado a los hombres a la vida eterna. Para muchos es posible que este testimonio de Dios evoque al Dios desconocido, a quien adoran sin darle un nombre concreto o al que buscan por sentir una llamada secreta en el corazón al experimentar la vacuidad de todos los ídolos. Pero este testimonio resulta plenamente evangelizador cuando pone de manifiesto que, para el hombre, el Creador no es un poder anónimo y lejano: es Padre. «Nosotros somos llamados hijos de Dios, y en verdad lo somos» (1 Jn 3,1; cf. Rom 8,14-17) y, por tanto, somos hermanos los unos de los otros en Dios (EN 26).

En esta misma línea cabe remarcar que el carácter cristológico, soteriológico y escatológico del anuncio cristiano queda diáfana y expresado en *Evangelii nuntiandi*:

La evangelización también debe contener siempre –como base, centro y a la vez culmen de su dinamismo– una clara proclamación de que en Jesucristo, Hijo de Dios hecho hombre, muerto y resucitado, se ofrece la salvación a todos los hombres, como don de la gracia y de la misericordia de Dios. No una salvación puramente inmanente, a medida de las necesidades materiales o incluso espirituales, que se agotan en el cuadro de la existencia temporal y se identifican totalmente con los deseos, las esperanzas, los asuntos y las luchas temporales, sino una salvación que desborda todos estos límites para realizarse en una comunión con el único Absoluto, Dios, salvación trascendente, escatológica, que comienza ciertamente en esta vida, pero que tiene su cumplimiento en la eternidad (EN 27).

Asimismo, la dimensión horizontal y social del anuncio cristiano fue claramente articulada por Pablo VI:

La evangelización comprende además la predicación de la esperanza en las promesas hechas por Dios mediante la nueva alianza en Jesucristo; la predicación del amor de Dios para con nosotros y de

nuestro amor hacia Dios; la predicación del amor fraterno para con todos los hombres –capacidad de donación y de perdón, de renuncia, de ayuda al hermano– que, por descender del amor de Dios, es el núcleo del Evangelio; la predicación del misterio del mal y de la búsqueda activa del bien (EN 28).

Es muy pastoral y pedagógico Pablo VI al explicitar la necesidad de la respuesta personal del que ha recibido el anuncio, es decir, la adhesión de corazón a Jesucristo:

Efectivamente, 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. Adhesión a las verdades que en su misericordia el Señor ha revelado, es cierto. Pero, más aún, adhesión al programa de vida –vida en realidad ya transformada– que él propone. En una palabra, adhesión al reino, es decir, al «mundo nuevo», al nuevo estado de cosas, a la nueva manera de ser, de vivir juntos, que inaugura el Evangelio (EN 23).

Como en *Ad gentes*, Pablo VI apunta la función insustituible del catecumenado y de la inserción eclesial del recién convertido:

Tal adhesión, que no puede quedarse en algo abstracto y desencarnado, se revela concretamente por medio de una entrada visible en una comunidad de fieles. Así pues, aquellos cuya vida se ha transformado entran en una comunidad que es en sí misma signo de la transformación, signo de la novedad de vida: la Iglesia, sacramento visible de la salvación. Pero, a su vez, la entrada en la comunidad eclesial se expresará a través de muchos otros signos que prolongan y despliegan el signo de la Iglesia. En el dinamismo de la evangelización, aquel que acoge el Evangelio como Palabra que salva (cf. Rom 1,16; 1 Cor 1,18) lo traduce normalmente en estos gestos sacramentales: adhesión a la Iglesia, acogida de los sacramentos, que manifiestan y sostienen esta adhesión por la gracia que confieren (*ibid.*).

d) *Redemptoris missio* (1990)

Quince años después de *Evangelii nuntiandi*, el nuevo papa, en aquel momento Juan Pablo II, sintió la necesidad de remarcar la validez permanente del mandato misionero y propuso en su carta encíclica *Redemptoris missio* los grandes temas de la *Evangelii nuntiandi* ampliados con respuestas a preocupaciones nacidas en los nuevos contextos de la cultura y de la evolución de la humanidad.

– *Diálogo*

Por lo que afecta al encaje entre diálogo y anuncio, encontramos planteamientos muy parecidos a los de *Evangelii nuntiandi*. Así, el tema se insinúa a propósito del testimonio como primera forma de evangelización, que debe suscitar «preguntas precisas que orienten hacia Dios y el Evangelio» (RM 42c, con citas de AG 13-14).

Por lo que respecta al diálogo como ejercicio de adaptación del Evangelio a la cultura de los pueblos evangelizados –que en el ínterin había pasado a designarse con una palabra de nuevo cuño, «inculturación»– aparece en los nn. 52-54 con un planteamiento muy parecido al de *Evangelii nuntiandi*, incluso con una larga cita del n. 63.

Una extensión más amplia es la dedicada al diálogo interreligioso, que en *Evangelii nuntiandi* había aparecido de forma breve a propósito de la inclusión de los miembros de religiones no cristianas como destinatarios de la evangelización (cf. EN 53):

El diálogo interreligioso forma parte de la misión evangelizadora de la Iglesia. Entendido como método y medio para un conocimiento y enriquecimiento recíproco, no está en contraposición con la misión *ad gentes*; es más, tiene vínculos especiales con ella y es una de sus expresiones. [...] El diálogo no dispensa de la evangelización (RM 55a).

A propósito del diálogo interreligioso, *Redemptoris missio* despliega una argumentación que es válida para el diálogo previo al anuncio en toda ocasión:

El diálogo no nace de una táctica o de un interés, sino que es una actividad con motivaciones, exigencias y dignidad propias: es exigido por el profundo respeto hacia todo lo que en el hombre ha obrado el Espíritu, que «sopla donde quiere» (Jn 3,8). Con ello, la Iglesia trata de descubrir las «semillas de la Palabra», el «destello de aquella Verdad que ilumina a todos los hombres», semillas y destellos que se encuentran en las personas y en las tradiciones religiosas de la humanidad. El diálogo se funda en la esperanza y la caridad, y dará frutos en el Espíritu [...] De aquí deriva el espíritu que debe animar este diálogo en el ámbito de la misión [...] 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 (RM 56).

Cuanto se afirma en este texto sobre el encaje entre el diálogo con miembros de otras religiones y el anuncio explícito de Jesucristo es perfectamente aplicable, salvando las diferencias, con el diálogo con un interlocutor no religioso.

- Anuncio

Llegado el momento de describir el anuncio como complemento que sobrepasa el diálogo, Juan Pablo II reivindica el derecho y el deber de la Iglesia a realizar el anuncio de Jesucristo. Cabe notar que, durante la década de los ochenta, había empezado a hacer mella en el imaginario colectivo católico una cierta relativización de la necesidad de la evangelización explícita. No es de extrañar, pues, el tono reivindicativo en algunos pasajes.

El anuncio tiene la prioridad permanente en la misión: la Iglesia no puede sustraerse al mandato explícito de Cristo; no puede privar a los hombres de la «Buena Nueva» de que son amados y salvados por Dios (RM 44).

Y a renglón seguido Juan Pablo II reproduce en su mismo texto EN 27:

La evangelización también debe contener siempre –como base, centro y a la vez culmen de su dinamismo– una clara proclamación de que en Jesucristo, Hijo de Dios hecho hombre, muerto y resucitado, se ofrece la salvación a todos los hombres, como don de la gracia y de la misericordia de Dios.

Para añadir a continuación una cita textual de AG 13 y otras referencias tanto a *Evangelii nuntiandi* como a *Ad gentes*:

En la compleja realidad de la misión, el primer anuncio tiene una función central e insustituible, porque introduce «en el misterio del amor de Dios, quien lo llama a iniciar una comunicación personal con él en Cristo» (AG 13b) y abre la vía para la conversión. La fe nace del anuncio, y toda comunidad eclesial tiene su origen y vida en la respuesta de cada fiel a este anuncio (cf. EN 15; AG 13-14).

e) Diálogo y anuncio (1996)

Aunque no se trata de un documento papal, merece mención especial por el tema tratado este documento conjunto del Pontificio Consejo para el Diálogo Interreligioso y de la Congregación para la Evangelización de los Pueblos, que fue publicado en 1991 con el título *Diálogo y anuncio. Reflexiones y orientaciones sobre el diálogo interreligioso y el anuncio del Evangelio de Jesucristo*.

Tal como reza su título, este documento presta atención y analiza de manera monográfica la interconexión entre diálogo interreligioso y anuncio del Evangelio; pero contiene observaciones muy válidas para nuestro tema más genérico.

Así, por ejemplo, en el n. 42 se detiene a distinguir diversas formas de diálogo previo al anuncio:

1) El diálogo de *la vida*, en el que las personas se esfuerzan por vivir en un espíritu de apertura compartiendo sus alegrías y sus penas.

2) El diálogo de *las obras*, en el que los cristianos y los demás colaboran en vistas al desarrollo integral y a la liberación de la gente.

3) El diálogo del intercambio *teológico*, en el que los expertos buscan profundizar la comprensión de sus respectivas herencias religiosas y apreciar los valores espirituales de unos y otros.

4) El diálogo de la experiencia religiosa, en el que personas arraigadas en su propia tradición religiosa comparten sus riquezas espirituales, por ejemplo en lo que se refiere a la oración, la fe y los caminos de búsqueda de Dios y del Absoluto.

Es obvio que, *mutatis mutandis*, estos pasos del diálogo son aplicables a un campo más amplio de diálogo humano, existencial, cultural y filosófico.

Ya cerca de la conclusión del documento, en el n. 77, encontramos una formulación sintética muy valiosa:

El diálogo interreligioso y el anuncio, si bien no en el mismo nivel, son ambos elementos auténticos de la misión evangelizadora de la Iglesia. Son ambos legítimos y necesarios. Están íntimamente vinculados, pero no son intercambiables: el verdadero diálogo interreligioso supone por parte del cristiano el deseo de hacer conocer mejor, reconocer y amar a Jesucristo, y el anuncio debe ser realizado en el espíritu evangélico del diálogo. Las dos actividades permanecen distintas, pero, como demuestra la experiencia, la misma Iglesia local y la misma persona pueden estar diversamente integradas en ambas.

Se trata de nuevo, como ya hemos notado, de precisiones muy aquilatadas que establecen la vinculación y la diferencia entre el diálogo y el anuncio perfectamente aplicables a otros contextos dialógicos siempre en perspectiva evangelizadora.

f) *Evangelii gaudium* (2013)

La primera exhortación apostólica del papa Francisco consagra de modo oficial la reflexión pastoral sobre *el primer anuncio*¹³, que aparece en varios momentos del documento, y justifica un tratamiento sistemático y detallado de la cuestión. Entre otros aspectos, Francisco describe la interconexión entre diálogo y anuncio explícito cristiano. Según se desprende de *Evangelii gaudium*, 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.

– *El diálogo sobre las razones para creer o la búsqueda del punto de contacto antropológico del primer anuncio*

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*¹⁴:

En esta predicación¹⁵, 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. Solo después de esta conversación es posible presentarle la Palabra (EG 128).

En la mejor tradición de la antropología teológica católica, *Evangelii gaudium* se refiere al «anuncio que responde al *anhelo de infinito* que hay en todo corazón humano» (n. 165) y al Evangelio,

¹³ Es de justicia constatar que la expresión «primer anuncio» ya la usó Pablo VI en EN 45 y 51.

¹⁴ Cf. L. BRESSAN, «Quali esperienze di annuncio proporre?», en *Notiziario dell'Ufficio Catechistico Nazionale* 1 (2007), p. 64.

¹⁵ «Predicación», tanto aquí como en varios pasajes de EG, es sinónimo del primer anuncio realizado por los cristianos laicos en sus ambientes cotidianos.

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).

Sin embargo, *Evangelii gaudium* 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, la teología –no solo 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 (EG 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 pueblo¹⁶. Cada pueblo, en su devenir histórico, desarrolla su propia cultura con legítima autonomía (cf. GS 36). Esto se debe a que la persona humana, «por su misma naturaleza, tiene absoluta necesidad de la vida social» (GS 25) 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» (GS 53). La gracia supone la cultura, y el don de Dios se encarna en la cultura de quien lo recibe (EG 115).

Por consiguiente, si el Evangelio se ha encarnado en una cultura, ya no se comunica solo a través del anuncio persona a persona. Esto debe

¹⁶ Cf. III CONFERENCIA GENERAL DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE, *Documento de Puebla* (23 de marzo de 1979) 386-387.

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* (EG 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 (cf. EG 71-75)¹⁷:

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 (EG 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 (EG 75).

¹⁷ Cf. LI. MARTÍNEZ SISTACH (ed.), *La pastoral de las grandes ciudades*. Madrid, 2015.

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 humano¹⁸.

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 (cf. *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 solo es redimido, sino que se vuelve instrumento del Espíritu para iluminar y renovar el mundo (EG 132).

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 solo la teología pastoral–, en diálogo con

¹⁸ Cf. R. GUARDINI, *El ocaso de la Edad moderna*. Madrid, 1981, pp. 80-81.

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 (cf. *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 (EG 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 (cf. *Propositio* 27) (EG 134).

– *El anuncio de la intervención de Dios en Jesucristo y la invitación al encuentro personal con él*

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 *Evangelii gaudium*.

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 (cf. EG 11; 110; 128; 164 y 165). Este anuncio conlleva inseparable-

mente la buena noticia de que «todo ser humano es objeto de la ternura infinita del Señor, y él 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*» (EG 274).

El primer anuncio cristiano según *Evangelii gaudium* 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 *Evangelii gaudium*:

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» (Heb 13,8), 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 (nn. 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)¹⁹. Podría decirse con una frase, al estilo de las que

¹⁹ 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»

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 pueden extraer de modo mimético de ellos las fórmulas del kerigma para hoy²⁰. Se requiere una tarea hermenéutica. Además, el kerigma debe sonar siempre encarnado en la situación vital de los actuales destinatarios²¹.

Podemos decir que 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.

(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 española en D. MARTÍNEZ / P. GONZÁLEZ / J. L. SABORIDO [eds.], *Proponer hoy la fe. De lo heredado a lo propuesto*. Santander, 2005, pp. 91-92).

²⁰ Cf. S. GUIJARRO, *La primera evangelización*. Salamanca, 2013.

²¹ Para una información completa de la historia del tratamiento del kerigma en la teología del siglo XX, cf. J. GEVAERT, *El primer anuncio. Proponer el Evangelio a quien no conoce a Cristo. Finalidades, destinatarios, contenidos, modos de presencia*. Santander, 2004; M. TIBALDI, *Kerigma e atto di fede nella teologia di Hans Urs von Balthasar*. Roma, 2005, pp. 11-44. Más recientemente: X. MORLANS, *El primer anuncio. El eslabón perdido*. Madrid, 2009.

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

Solo 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 n. 128 y que podrán ser seguidas de distinta manera según cada caso concreto:

1) 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 pródigo, la curación del paralítico...) o con una *lectura breve* del mismo evangelio.

2) Reforzarlo con un breve *testimonio* de la propia experiencia de haber sido salvado por Jesucristo (cf. n. 264).

3) 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).

4) «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.

3. Reflexión teológico-pastoral sobre la interconexión entre diálogo y anuncio

En esta segunda parte creemos necesario profundizar en la temática expuesta procediendo en tres pasos: en primer lugar, mostrando el trasfondo teológico-fundamental de la interconexión entre diálogo y anuncio; en segundo lugar, recogiendo los nuevos retos que han aparecido en los últimos años por lo que se refiere al punto de contacto antropológico del primer anuncio, y en tercer lugar, esbozando algunos caminos de respuesta a esos nuevos retos.

a) El correlato teológico-fundamental de la interconexión entre diálogo y anuncio

El tratamiento de la articulación entre los dos momentos internos del primer anuncio –el diálogo sobre las razones para creer y la presentación empática de Jesucristo como salvador– nos retrotrae a una página clásica de la teología fundamental: la concepción sintética del acto de fe, contenida, por cierto, en *Dei Verbum* 5. Según

esta, 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 (Jn 6,44-45)²².

Este recordatorio básico ayuda a los teólogos a centrar su tarea y a la vez ayuda a mostrar cómo sobre *los motivos para creer* siempre hay un margen de creatividad en la acción pastoral concreta, que es donde se juega la colaboración por parte del evangelizador con la *atracción interior* del Padre.

En efecto, parafraseando al papa Francisco, también en el acto de fe «la realidad [el acto de fe] es superior a la idea [la teología]» (EG 231), y «la idea [teología] está en función de la captación, la comprensión y la conducción de la realidad [el acto de fe]» (EG 232). El ser conscientes de esta inadecuación entre realidad e idea ayuda a iluminar la articulación real de los dos momentos del primer anuncio: 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» (EG 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 un diálogo lúcido con las distintas culturas

²² 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 este como motivo invisible, trascendente o, si se quiere, sobrenatural. Véase *la fe oculada* de santo Tomás de Aquino y *los ojos de la fe* de P. Rousselot, en S. PIE-NINOT, *La teología fundamental*. Salamanca, 2009, pp. 192-197.

y operando con grandes claves filosóficas y culturales. Deben aportar una *palabra de calidad* 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 diálogo 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 clave dialogal en la acción pastoral ordinaria y en la 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» (EG 120), tenemos que ser fieles servidores de la Palabra. En síntesis: sin *diálogo* no puede haber anuncio, pero el diálogo por sí solo no es todavía el anuncio, le falta el elemento de presentación viva de Jesucristo y de *invitación* a relacionarse con él.

b) *Dificultades y nuevos retos en la interconexión entre diálogo y anuncio*

En el decreto *Ad gentes*, el diálogo aparece como constitutivo de la actividad misionera de la Iglesia, porque esta viene a responder a las *aspiraciones más profundas* de la naturaleza humana (AG 12-13). Y una afirmación semejante hace *Evangelii gaudium* cuando, en la mejor tradición de la antropología teológica católica, se refiere al anuncio como aquel que «responde al *anhelo de infinito* que hay en todo corazón humano» (EG 165) y al Evangelio como el 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» (EG 265).

Pero un gran obstáculo ha surgido en el último tercio del siglo xx, una profunda mutación del proceso de secularización que venía gestándose desde la aparición del fenómeno de la Ilustración en el

famoso siglo de las Luces (siglo xviii). Se trata de una evolución del principio de inmanencia en el pensamiento occidental que ha llevado al sujeto europeo a una exaltación del yo y a una apoteosis del inmanentismo²³. Dicho fenómeno propicia en el sujeto posmoderno –especialmente en el ámbito del Occidente poscristiano (Europa, Canadá, Estados Unidos, Japón y Australia)– la percepción de que todo deseo de plenitud, de «salvación» e incluso de «trascendencia» puede ser realizado o satisfecho «dentro» de la realidad existente al alcance del ser humano, ya sea buceando en el propio yo, o ejercitando una supuesta expansión de la mente, o reconciliándose con la naturaleza en formas de ecologismo radical²⁴.

Hasta hace muy poco parecía que la tarea del evangelizador cristiano debía consistir en *despertar en el interlocutor ese anhelo de infinito* que yace bajo una capa de asfalto, para mostrar a continuación la realidad de Jesucristo como capaz de llenar dicho anhelo infinito. Pues bien, una percepción más aguda de las mutaciones inmanentistas en curso nos hace caer en la cuenta de la nueva complejidad que presenta el diálogo previo al anuncio: el evangelizador cristiano, además de despertar el anhelo de infinito, debe mostrar la fuerza atractiva propia de su propuesta de trascendencia que aparece a ojos de los ciudadanos como *una más entre otras*; y también, en la medida de lo posible y siempre desde el diálogo, debe dar a entender las insuficiencias de otras proposiciones de trascendencia, señalando su fondo finalmente «inmanente»²⁵.

²³ Inmanentismo notado por EG 90; 91; 94; 97 y 170.

²⁴ Para una explicación muy completa de esta mutación del sentido radicalmente inmanentista de la secularización en Occidente puede consultarse la gran obra del canadiense Charles Taylor, *La era secular* I y II. Barcelona, 2014-2015.

²⁵ «È necessario, per questo, che la nuova evangelizzazione trovi sostegno in una nuova riflessione antropologica in chiave apologetica, come presentazione dell'evento cristiano in grado di comunicare con il nostro contemporaneo» (R. FISICHELLA, *La nuova evangelizzazione. Una sfida per uscire dall'indifferenza*. Milán, 2011, p. 56). Cf. también G. SOVERNIGO, «Come dialogare con la sorgente della domanda religiosa, il primo anuncio», en *Notiziario dell'Ufficio Catechistico Nazionale* 1 (2007), pp. 73-80.

c) Sugerencias para el diálogo con el sujeto posmoderno

El poco espacio de que disponemos no da ya para más que unas breves indicaciones sobre por dónde pueden dirigirse los nuevos esfuerzos para un diálogo con el sujeto posmoderno previo al anuncio del Evangelio de Jesucristo; y lo hacemos de la mano del excelente trabajo de Rossano Sala, dirigido por Pierangelo Sequeri, *L'umano possibile*²⁶.

Se trata de una interesante tesis doctoral en la que el autor analiza seis pensadores actuales, expertos en diversas disciplinas, rastreando en ellos las aperturas del ser humano a la trascendencia. Los autores son: Z. Bauman, A. Tourain, Ch. Taylor, S. Zizek, C. Castoriadis y P. Barcellona. Fruto del estudio detallado de cada uno de estos autores, e intentando cruzar transversalmente los resultados, Sala concluye que existen por lo menos *cuatro temas humanos mayores* que, de manera inductiva, propician un planteamiento de la apertura humana a la trascendencia. Dichos temas son, recogidos muy esquemáticamente: la *práctica de la generación*, la *excelencia de los afectos*, la *credibilidad de la fe* y la *sinfonía de los vínculos*.

En efecto, en primer lugar, el largo y elaborado proceso afectivo y práctico de la procreación humana, que propicia ser testigos del *surgimiento de un sujeto a través del cuidado amoroso* de los padres y tutores, es, sin duda, un camino abierto al diálogo que desemboca en una apertura coherente a la trascendencia religiosa. Multitud de pistas se desprenden de experiencias como la fecundidad, la gestación, la maternidad y la paternidad, el despertar de la conciencia del hijo, el reto de la educación... Efectivamente, la llegada de un hijo cambia, altera, sorprende la vida. Además revela una doble verdad: que el comienzo del otro está más allá de nosotros y que toda persona ha necesitado ser originariamente acogida²⁷. Un atento inter-

²⁶ R. SALA, *L'umano possibile. Esplorazioni in uscita della modernità*. Roma, 2012.

²⁷ Cf. C. CANULLO, *Ser madre. Reflexiones de una joven filósofa*. Salamanca, 2015.

locutor cristiano debe saber tirar de esos hilos que le permitirán, con paciencia y creatividad, tejer una interconexión con el anuncio cristiano de un Dios que es Creador, Padre-Madre, Acogedor originario, Dador de vida autónoma, Educador paciente en el respeto exquisito a la libertad humana...

Esta fenomenología de la generación, que apenas hemos esbozado, está transversalmente atravesada por *la presencia de los afectos*. Estos señalan la vida desde su primera aparición; tanto es así que podemos afirmar que su presencia es la que denota la condición humana. El ser humano, generativamente hablando, es afectivo antes que racional. El placer y el dolor son los primeros afectos fundamentales en torno a los cuales se irá desplegando un abanico de pasiones que caracterizan toda existencia humana desde el principio hasta el fin: gozo, alegría, desamparo, paz, angustia, tristeza, terror, ira, satisfacción, serenidad, envidia, orgullo... Junto a los vínculos humanos, que son su articulación más sólida, los afectos dan testimonio de la absoluta singularidad del sujeto, la cual se caracteriza por el exceso y la irreductibilidad. Los afectos, así considerados, son una puerta abierta a lo sagrado y a la trascendencia. Lo sagrado, en efecto, según Sala, es aquella interpelación permanente que empieza por ese exceso afectivo incontrolable que caracteriza a la vida humana y acaba con la cuestión de la religión y de Dios como posibilidad última de una existencia humana completa.

La irreductibilidad de los afectos, la dinámica de exceso que comportan y que apunta a la interrogación sobre lo sagrado y sobre la cuestión de Dios propician una recuperación del discurso filosófico sobre la dignidad, la legitimidad y *la credibilidad de la fe* como conducta íntima que pretende precisamente responder a la complejidad del ser humano como ser único, irreductible, «excesivo» y abierto a una plenitud gratuita y desbordante.

La generación, los afectos y la fe son *prácticas sociales* que se realizan gracias a *vínculos* humanos y nunca sin ellos. Familia, cultura y religión (Iglesia) son, según el pensador italiano, los vínculos

fundamentales que se retroalimentan entre sí. El diálogo que conduce al anuncio cristiano deberá tener en cuenta y dar razón de esta implicación y relación interna entre las experiencias de generación, los afectos, la fe y la vinculación que esta pide con un Dios personal y con una comunidad concreta²⁸.

²⁸ Concretar estas pistas genéricas en guiones pastorales es la tarea que corresponde a pastoralistas y agentes pastorales. Por mi parte, he intentado esbozos más prácticos en X. MORLANS, *El primer anuncio*, o. c., pp. 103-130; ID., «Impulsados a un renovado compromiso evangelizador», en J. C. CARVAJAL BLANCO (dir.), *Emplazados para una nueva evangelización*. Madrid, 2013, pp. 39-45; ID., «¿Se puede hacer el primer anuncio por espolvoreo? El primer anuncio, respuesta a algunas reticencias», en INSTITUTO SUPERIOR DE PASTORAL, *Invitar hoy a la fe*. XXIV Semana de Estudios de teología pastoral. Estella, 2013, pp. 135-139, 211; <http://www.novaevangelizatio.va/content/nvev/es/eventi/Incontro-evangelii-gaudium/relazioni-incontro-internazionale/p--xavier-morlans-i-molina-.html>.

¿NUEVA EVANGELIZACIÓN VERSUS MISIÓN AD GENTES?

JOSÉ RAMÓN VILLAR SALDAÑA
Universidad de Navarra
Pamplona

1. Introducción

Cuando en la Francia de los años cuarenta del siglo pasado H. Godin y V. Daniel constataron la necesidad de una acción misionera en los ambientes descristianizados del país¹, su apelación a la misión suscitó en no pocos un temor fundado: si «la misión está aquí», en Francia, entonces carecería de justificación marchar fuera, a las «misiones extranjeras». No es arriesgado pensar que la evidente necesidad actual de una nueva evangelización en las Iglesias de antigua tradición podría provocar una inquietud similar sobre el envío *ad gentes* a otras regiones.

Antes de abordar el tema en el plano teórico conviene recordar que la comunidad apostólica superó ese presunto dilema de modo práctico, cuando la Iglesia de Antioquía recibió la llamada del Espíritu Santo: «Separadme a Bernabé y a Saulo para la obra a la que los he llamado» (Hch 13,2-3). Los cristianos de Antioquía podían estimar con poderosas razones que ambos, Pablo y Bernabé, eran bien necesarios en la propia Antioquía, donde no faltaría tarea abundante. La reacción de la comunidad fue muy otra: «Des-

¹ Cf. H. DANIEL / Y. GODIN, *La France, pays de mission?* París, 1943.