

Primer anuncio

importancia y prioridad pastoral en este contexto de secularización

Madrid, 22 de octubre de 2022

¿Un “primer” anuncio?

¿Por qué se siente la urgencia de hablar y definir el “primer” anuncio? La pregunta no es de ninguna manera obvia. En los últimos años se ha logrado un amplio consenso al respecto, que encuentra su síntesis más autorizada en la enseñanza del Papa Francisco cuando, al concluir el Sínodo sobre la nueva evangelización, escribió: “Hemos redescubierto que también en la catequesis tiene un rol fundamental el primer anuncio o «*kerygma*», que debe ocupar el centro de la actividad evangelizadora y de todo intento de renovación eclesial...” (EG 164-165).

Una mirada a nuestra historia, sin embargo, muestra claramente que los primeros cristianos no pensaron en la necesidad de calificar su anuncio como “primero”, a pesar de que al menos temporalmente fue realmente el primero que se hizo. Lo que calificaba la evangelización era simplemente el anuncio, el *kerygma*. El término ya estaba lleno de significado y no tenía necesidad de alguna calificación. Los evangelios sinópticos y las cartas de Pablo tienen un uso rico del verbo, pero unido con muchos otros que expresan facetas muy importantes para alcanzar a describir la entera predicación de Jesucristo.

El anuncio, de hecho, es la proclamación de un acontecimiento. No tiene nada que ver con una buena predicación, o una catequesis; lo que los textos sagrados pretenden subrayar, sin embargo, es que incluso antes del contenido existe la acción misma del anuncio que proclama el reino de Dios. No es casualidad que en el Evangelio y en las cartas de Juan no se encuentre el término ni el verbo, porque el evangelista prefiere usar “testimonio” y “testimoniar”. Para él, el anuncio no es otra cosa que participación y puesta en común del acontecimiento: “Lo que existía desde el principio, lo que hemos oído, lo que hemos visto con nuestros ojos, lo que

contemplamos y tocaron nuestras manos acerca de la Palabra de vida, pues la Vida se manifestó, y nosotros la hemos visto y damos testimonio” (1 Jn 1,1-2)¹.

En los escritos del Nuevo Testamento, por lo tanto, lo que tiene mayor relevancia, no es ante todo el contenido del anuncio, sino el hecho mismo que se anuncia. Esto no equivale a concluir que el contenido del mensaje sea secundario; más bien, que la acción con la que se proclama permite verlo realizado. También nosotros deberíamos volver a lo esencial y no teorizar demasiado la obra de evangelización con demasiadas distinciones, con el riesgo de perdernos en las distinciones y así eclipsar lo esencial. En cambio, si estuviéramos más arraigados en la Palabra de Dios, inmediatamente nos daríamos cuenta de que el “primer” anuncio no es ante todo un problema que atañe al tiempo, sino a la calidad de quien anuncia el *kerygma*. Es “primero” porque debemos proclamar que hemos llegado a la fe por haber encontrado al Señor: “Jesús de Nazaret, el Hijo de Dios, que se hizo hombre, murió y resucitó. Los que creen en él resucitan a una vida nueva”.

Estas consideraciones no deben parecer obvias. Es cierto que nosotros hoy estamos mucho más preocupados por formular el contenido del anuncio; sin embargo, no podemos olvidar que antes de nosotros se debe colocar la normativa de la comunidad primitiva de la cual no se puede prescindir. La fuerza del Evangelio no puede poner en segundo plano el primado de Jesucristo que con su persona da cumplimiento a la promesa y da sentido nuevo y definitivo de la vida. El Evangelio es su persona, su presencia histórica y su resurrección gloriosa con la cual permanece eternamente entre nosotros. El “primer” anuncio, por tanto, exige ante todo que haya anunciadores, evangelizadores, hombres y mujeres de fe que vivan con la responsabilidad de dar testimonio y compartir la alegría del encuentro con Cristo.

Por supuesto, la fuerza de la acción evangelizadora trae consigo el contenido a anunciar que requiere ser mediado, explicado, reflexionado, reafirmado y, a veces, incluso defendido. Es nuestra historia. Es lo que nos ha permitido llegar a la fe. Es lo que permite a la Iglesia ser Cuerpo de Cristo y pueblo de Dios. En fin, nunca podríamos alejarnos de este centro unitario que es la persona de Jesucristo. El anuncio, obra de evangelización, parte de este centro y desde aquí se desarrolla, expandiéndose, pero luego regresando al centro como si nunca se hubiera alejado.

¹ El texto continúa: “y os anunciamos la Vida eterna, que estaba vuelta hacia el Padre y que se nos manifestó - lo que hemos visto y oído, os lo anunciamos, para que también vosotros estéis en comunión con nosotros”. Sin embargo, se debe considerar que el verbo utilizado para “anunciar” no es aquél “técnico” de *kerussein*, sino *apaggello* y *anaggello* que tienen el significado primario de “referir”.

Es en este proceso que el anuncio se inserta en el vasto mundo de las culturas. Este fue el caso de los primeros creyentes que se encontraron por primera vez con el ferviente judaísmo de los observantes de la ley mosaica, como bien se expresa en la carta a los Gálatas y a los Romanos; luego con Grecia y seguidamente con Roma. No fue diferente para los monjes que el Papa Gregorio Magno envió al Norte de Europa en el siglo VII. Lo mismo para Cirilo y Metodio que evangelizaron Europa del Este en el siglo IX, trayendo con el Evangelio la escritura y la cultura cristiana. Dígase lo mismo de las grandes obras misioneras del siglo XVI en América, posteriormente en Asia y más recientemente en África. El *kerygma* siempre se ha insertado en las culturas para poder hablar a los hombres en modo de ser comprendido y en esta obra de mediación se ha creado una nueva expresión cultural con los rasgos de la fe impresos en ella. Nunca ha habido una mera inserción en las culturas sin hacer explícita la verdad que trajo consigo el anuncio del Evangelio. Hoy este anuncio debe insertarse en la nueva cultura que se muestra prepotente, hija de la ciencia y la tecnología con extensión global: la cultura digital.

El gran desafío al que se enfrenta la Iglesia hoy es la cultura digital. Ella encuentra su espacio a nivel global y se impone cada vez más modificando nuestros lenguajes y comportamientos. Este fenómeno también impone una forma de inculturación del Evangelio, como lo fue en el pasado con las diferentes culturas con las que nos encontramos. Es inútil pensar encontrar justificaciones para permanecer encerrados en nuestras comunidades. Es un evento tan incisivo en la vida de las personas y con características globales que no puede pasarse por alto. Lo que trae consigo la cultura digital es una nueva concepción del hombre, de su libertad y de la relación con la verdad. Todos estos aspectos están tan conectados que constituyen un verdadero desafío no solo en la comprensión del hombre, sino sobre todo en su desarrollo en las próximas décadas.

Existen ya experiencias donde se ha instalado un *microchip* en la muñeca de algunas personas que es capaz de permitir todas las funciones que hoy se operan con el *beg*, la tarjeta de crédito y las diversas tarjetas de identificación. No es una novedad saber que se está estudiando cómo instalar un *microchip* en el cerebro humano capaz de sintetizar las funciones de la memoria. Con toda probabilidad, en el futuro, la misma fisiología del cerebro podría modificarse debido al uso que se hace del teléfono móvil. En definitiva, todo lo que hoy frecuentemente aparece como una fantasía es, en cambio, la realidad que tocará a la humanidad en las próximas décadas. Por otro lado, las categorías de espacio y tiempo con las

que nosotros todavía razonamos se han modificado a favor del “aquí” y “ahora” (*hic et nunc*) que imponen una velocidad de comunicación impresionante. *Internet* representa una oportunidad de diálogo, encuentro e intercambio entre las personas, así como de acceso a la información y al conocimiento. Para la Iglesia se abre una nueva etapa de evangelización, y es un desafío que no se debe perder. La verdadera pregunta que debemos hacernos frente a esta nueva cultura no es *cómo* usar las nuevas tecnologías para evangelizar, sino *cómo* convertirse en una presencia evangelizadora en el continente digital. Cómo, por ejemplo, podemos ser capaces de ayudar a decodificar los millones de datos que se reciben todos los días, y cómo apoyar la búsqueda de la verdad en vista de una respuesta coherente a la pregunta sobre el sentido de la vida. Es urgente conocer el poder del medio y utilizar todo su potencial y positivismo, pero no puede disminuir la conciencia de que la evangelización no se hace solo usando los instrumentos digitales. La evangelización está llamada a ofrecer espacios de experiencias de fe, donde el encuentro interpersonal sea la carta ganadora. Por el contrario, estaremos ante una virtualización de la evangelización que viene a acercarse a otros mundos virtuales experimentados, con el riesgo real, sin embargo, de una evangelización débil e ineficaz.

El anuncio bíblico

Por tanto, es necesario que volvamos a la Palabra de Dios para descubrir el sentido y el valor del “primer” anuncio. Es útil redescubrir algunos ejemplos particulares que nos permitan encontrar las coordenadas sobre las que reflexionar para formular nuestro “primer” anuncio.

El “primer” anuncio a María

El “primer” anuncio con el cual confrontarse es el que se hizo a María. Las características que este posee son interesantes porque evidencian inmediatamente que no es principalmente obra nuestra, sino iniciativa de Dios. Es la irrupción de Dios en la vida de una joven que nos permite comprender la belleza del misterio de la vida personal. El evangelista sitúa el anuncio en un lugar y tiempo concretos, refiriéndose a una persona específica: “Al sexto mes... en una ciudad de Galilea llamada Nazaret, a una virgen desposada con un varón de la casa de David llamado José; el nombre de la virgen era María” (Lc 1,26-27). No puede haber dudas al respecto: el anuncio tiene propio valor histórico, está dirigido a una persona que tiene una

historia y una vida de relaciones. El anuncio no puede ser anónimo y genérico; está dirigido a una persona concreta inserta en su mundo cultural e interrelacional.

Otra peculiaridad de este “primer” anuncio es que se desarrolla como un verdadero encuentro con la característica del diálogo. Gabriel no “aparece”, sino que “entra” en la casa de María; de alguna manera, de hecho, el verbo utilizado también podría traducirse como “llamó a la puerta”. No está en presencia de una visión, sino de un acontecimiento personal; lo que sucede no es un monólogo del ángel; al contrario, escucha a María y responde a sus perplejidades. El ángel es portador de un anuncio inesperado. Lo que se percibe en primera instancia, sin embargo, es que el anuncio viene de Dios. Es Dios quien va al encuentro de María, no al revés. Nosotros acostumbrados a pensar en el primer anuncio como realidad nuestra, necesitamos dar un paso atrás, para permitir a Dios dar el primer paso. Además, la escena de la Anunciación es fuertemente pneumática. Lo que se revela es la acción del Espíritu Santo que actúa en María transformando su vida. Cómo olvidar lo que repetidamente afirmaba Juan Pablo II: en la evangelización sucede que el Espíritu Santo se anticipa al evangelizador; luego se queda con él mientras anuncia; y cuando parte, el Espíritu permanece para hacer fecundo el anuncio realizado. Finalmente, el saludo inicial va inmediatamente acompañado de la revelación de la condición personal de María: está llena de “gracia”; esto significa que Dios entra en relación con esta joven para una misión única que la involucra sólo si ella toma la decisión de abandonarse a Él. La vida cambia cuando Dios entra con su proyecto de salvación. El anuncio de la alegría y de la cercanía del Señor se convierten en la característica peculiar que acompaña al anuncio.

Estas pocas indicaciones podrían ser suficientes para verificar la naturaleza y la calidad del “primer” anuncio. La narración bíblica enseña cómo actuar y ofrece la metodología coherente. El anuncio no es teórico, sino que revela el misterio de la persona y el rol que puede desempeñar. Es necesario entrar en la vida de las personas y captar la exigencia más profunda que se esconde: la pregunta por el sentido de la existencia. Permitir que el interlocutor descubra su propia vida en lo esencial, sacándolo de la indiferencia.

El “primer” anuncio de Jesús

Otro ejemplo es el “primer” anuncio de Jesús: “Convertíos y creed” (Mc 1,15). Es interesante que el evangelista Marcos sitúa el inicio de la predicación de Jesús al final de la de Juan Bautista, pero con una particularidad: utiliza el verbo “παράδομαι” para indicar que Juan “fue entregado” a la muerte como también Jesús será entregado; ahora comienza

algo extraordinariamente grande: la irrupción de la novedad en la vida de las personas que pide la respuesta de fe. Jesús vuelve a Galilea, el territorio privilegiado de su actividad, y comienza a proclamar el Evangelio (“κηρυσσων τον ευαγγελιον”). La expresión que utiliza el evangelista es la peculiar que se usaba en los inicios del cristianismo para expresar la actividad misionera; en este caso, sin embargo, se completa con el contenido específico. No se debe olvidar, sin embargo, que estamos en presencia no de dos contenidos, como frecuentemente se limita a indicar: “Convertíos” y “creed en el Evangelio”, sino de tres: “El tiempo se ha cumplido”, “el Reino de Dios está cerca” (Mc 1,15). Olvidar esta dimensión implicaría el riesgo de malinterpretar el anuncio realizado por Jesús.

El anuncio de la conversión que pide Jesús no se debe en primera instancia a la maldad de los hombres o a su mal comportamiento, sino a la inminencia del reino de Dios. El sentido profundo del imperativo de Jesús es que, puesto que Dios está cerca, Dios llega y el tiempo se ha cumplido, cada uno debe madurar, crecer, no quedarse en la situación en que se encuentra, sino tomar parte en el reino de Dios. La penitencia a la que se llama con la conversión no es que acelere la venida del reino de Dios; más bien, permite que quienes la realizan participen de ella de manera digna y coherente. La urgencia que Jesús pone en tomar en serio este momento se expresa en su “grito” con el que provoca a tomar conciencia a quienes lo escuchan. Es necesario comprender que Dios está cerca, la espera ha terminado; es necesario acoger el *καιρος* no hay más tiempo para procrastinar. La provocación es la de saber captar el momento presente, porque la salvación está puesta en mis manos para que pueda acogerla y vivirla intensamente.

El mensaje que viene entregado, como es notorio, es el que necesita ser mediado en nuestro “primer” anuncio: Dios irrumpe improvisamente en mi vida y nosotros tenemos la responsabilidad de tomar conciencia y decidir. La conversión, el cambio de vida, no se sitúa a la luz del juicio que se da; más bien, en la incomprensible misericordia de Dios. El anuncio de la salvación que Dios obra por medio de Cristo es una “bella noticia” que no puede dejarse caer en el vacío, porque va aunado el sentido de mi vida. El Evangelio que se anuncia, por tanto, es la cercanía de Dios a la vida de cada persona; una presencia que obra la salvación porque cada vez que Dios se hace presente es para salvar con su amor. En fin, en una palabra, el “*χρνος*” se transforma en “*καιρος*”; el tiempo del hombre se convierte en un tiempo lleno de gracia. El signo evidente de que Dios salva se hace explícito inmediatamente en los versículos siguientes, cuando Jesús en la sinagoga libera a un endemoniado que lo acusaba de su verdadera naturaleza: “tú eres el santo de Dios y has venido a arruinarnos” (Mc 1,25).

El “primer” anuncio a los creyentes

Podemos recoger otro ejemplo de “primer” anuncio en el famoso texto de los Hechos en el que se relata el primer discurso de Pedro el día de Pentecostés (cf. Hch 2,14-36). Lo que emerge es la capacidad de sintetizar el misterio de la fe. El “primer” anuncio debe ser capaz de expresar en pocas palabras lo esencial del Evangelio. Por otro lado, nos llega un claro testimonio si miramos cómo se formó la profesión de fe. La primera “fórmula” de fe es breve: “Jesús es el Señor”. A ésta le siguieron progresivamente otras que expresaban los rasgos de la existencia de Jesús: su nacimiento de la virgen María, su muerte y resurrección, su regreso a la gloria... en fin, no se debe tener la preocupación de decirlo todo inmediatamente, sino lo esencial que luego tendrá profundización en el camino de la fe.

El primer discurso de Pedro tiene un fuerte valor misionero. La intención principal del apóstol es insertar el acontecimiento de Jesucristo en la larga historia de la salvación para poner de manifiesto la novedad radical que comporta. El anuncio de la pasión, muerte y resurrección de Jesús son el corazón de su discurso a través del cual muestra el cumplimiento de las antiguas promesas y el comienzo de la historia de la Iglesia, llamada a proclamar a lo largo de los siglos la cumbre de la revelación que ofrece la salvación. “Todo el que invoque el nombre del Señor, se salvará” (2,21) subraya con gran fuerza el anuncio misionero de Pedro del que emerge el horizonte universal de la salvación no ya limitada a un grupo sino destinada a la humanidad entera². Los rasgos de este “primer” anuncio son igualmente muy evidentes: Pedro propone la muerte y resurrección de Jesús como culmen que testimonia la presencia de Dios en la historia y su voluntad de salvación. Pentecostés no hace sino expresar el don del Espíritu Santo como fruto del acontecimiento salvífico, para que permanezca entre los hombres como signo tangible del amor de Dios. Quienes acogen este anuncio piden recibir el bautismo como signo de una vida nueva que insertada “en Cristo” obtiene la salvación deseada y esperada.

El “primer” anuncio a quienes están en búsqueda

El anuncio del Evangelio no está reservado a un círculo de personas, sino que está destinado a todos. Mientras que el discurso de Pedro puede interpretarse en muchos aspectos como un “primer” anuncio dirigido a los que ya creen, el ejemplo que encontramos en Hechos (cf. Hch 8, 26-40), abre a la conciencia que el “primer” anuncio posee también otros destinatarios. Es

² Es interesante notar que Lucas omite el último versículo de Joel: “En el monte Sión y en Jerusalén habrá salvación” (Joe 3,5) precisamente por su intención universal de salvación.

un anuncio universal que no conoce límites territoriales ni culturales. La narración habla de sólo dos personajes, el etíope y Felipe. En realidad, el corazón de todo el pasaje es la acción de Dios que abre el corazón de los dos para convertirlos en anunciadores convencidos del Evangelio de Jesucristo. Además de los dos personajes, por tanto, se insertan fuertemente el primado de Dios y la persona de Jesucristo. Se dice del etíope que era: “eunuco”, “alto funcionario de la corte de la reina Candace” y “superintendente de todos sus tesoros”. Por tanto, un personaje importante en la vida política y administrativa de Etiopía, que realizó un viaje a Jerusalén; se puso en camino para descubrir algo que le fascinaba; era una persona interesada en la religión. No es creyente, pero tampoco es pagano. Está leyendo la Sagrada Escritura. Como él, hay muchos hombres y mujeres de nuestro tiempo. Muchos son bautizados, pero no creyentes. Muchos se sienten atraídos por la lectura del texto sagrado, pero no entienden su significado porque se detienen sólo en el texto. Muchos están en búsqueda, pero no encuentran a alguien que les pueda explicar las Escrituras en profundidad. En definitiva, la figura del etíope no es lejana a la de muchos de nuestros contemporáneos.

El segundo personaje es Felipe. Ya es un discípulo, pero la historia pretende resaltar el llamado y la obediencia: “El Ángel del Señor habló a Felipe diciendo: «Levántate y marcha hacia el mediodía por el camino que baja de Jerusalén a Gaza. Es desierto»”. Felipe es llamado a no quedarse quieto, sentado; debe ponerse en camino. Debe ir donde el Señor ha establecido el lugar para que exprese su poder y gloria. El evangelizador no es un hombre sentado a una mesa. Se fortalece por la llamada a la evangelización. Para ello debe “levantarse” y ponerse en camino. Debe salir a la calle, no quedarse en la seguridad de su hogar. Sólo allí podrá encontrar a alguien a quien anunciar el Evangelio. Felipe obedece. Se pone en camino. No es suficiente. Lucas es radical cuando se trata de anunciar el Evangelio. Mientras el Espíritu le dice al apóstol que “se acerque y acompañe” al etíope, Felipe en cambio “corre” hacia él. El ansia por anunciar el evangelio es una “carrera”. Así como la Palabra de Dios que “corre” como dice Pablo en 2 Tes 3: “¡Orad para que la palabra de Dios corra (τρέχη)! Felipe se manifiesta inmediatamente como un verdadero apologeta. El primer paso es darse a conocer al interlocutor. Este lo invita a sentarse a su lado. La simpatía por el destinatario es un rasgo fundamental en la evangelización. Cuando alguien se acerca, debemos hacerlo con “dulzura” y “respeto” (1 P 3,15) sabiendo que estamos poniendo en juego su libertad. Felipe, por lo tanto, da un segundo paso: provoca al interlocutor. Este está leyendo al profeta, pero es incapaz de entrar en la profundidad del texto y en el sentido. Se da cuenta de ello, porque su pregunta es precisamente esta: ¿quién está hablando y a quién se refiere? Felipe responde a la pregunta del etíope con toda su convicción. Es bueno revisar un detalle del texto: ἀνοίξας τό

στόμα; literalmente significa: abriendo la boca. La expresión plástica recuerda las palabras del Salmo: “Yo no mantengo cerrados mis labios, Señor, y tú lo sabes”, como también el texto que encontramos a menudo en estos capítulos de los Hechos sobre la prohibición hecha a los apóstoles de predicar y su respuesta de no poder permanecer en silencio. El mismo tema está presente en este abrir la boca de Felipe. De la boca abierta sale la palabra, el espíritu que crea y que permite la comunicación.

Felipe, sin embargo, muestra el sentido completo de toda la Escritura. El ejemplo más cercano a este pasaje es ciertamente el de los discípulos que van a Emaús y se encuentran con Jesús: “Y empezando por Moisés y continuando por todos los profetas, les explicó lo que se refería a Él en todas las Escrituras” (Lc 24,7). Nunca como en este caso la expresión “cristocentrismo” se vuelve más apropiada. Felipe expresa al etíope el corazón y el centro de toda la historia antigua y de la que se abre ante sus ojos para el futuro. Cristo es el salvador, el cumplimiento de la antigua promesa, el que lleva los pecados del pueblo y que, cordero sin mancha, es inmolado por nosotros. Es fácil imaginar la pasión de Felipe al hablar de Jesús; Felipe es convincente. Habla con pleno conocimiento de causa de todo lo que ha visto y oído, pero lo hace con el corazón ardiendo porque sabe que está hablando del Hijo de Dios en quien ha puesto toda su vida. Felipe es convincente y también creíble. Así lo demuestra el hecho que el etíope pide inmediatamente ser bautizado.

El desafío del “primer” anuncio es predicar con la vida para ser capaz de tocar el corazón y la mente de su interlocutor. Este debe llegar al bautismo y profesar su fe en Cristo muerto y resucitado, salvación de toda la humanidad. El bautismo atestigua que el etíope tiene fe y cree en la palabra que le ha sido dirigida. Y, en todo caso, él también se convierte inmediatamente en evangelizador. El verdadero evangelizador, por tanto, es fecundo. Su obra es verdadera y real cuando quien lo encuentra se convierte a su vez en evangelizador. La buena noticia que le anunció Felipe creó una nueva condición. La gracia siempre tiene su primacía. Es el Espíritu quien le pide a Felipe que vaya hacia el eunuco. Es el Espíritu quien abre su corazón para comprender la palabra del apóstol y creer. Es el Espíritu quien abre la boca de Felipe y lo convierte en un evangelizador creíble. Todo muestra un hecho en el que muchas veces no pensamos. Antes de llegar a Europa, el Evangelio llegó a África. Una de las Iglesias más antiguas es precisamente la que se encuentra en África y que ha dado a la Iglesia naciente testimonios memorables de fe y martirio.

Para concluir

El Evangelio es una propuesta de libertad para todos. Es salvación para quienes desean dar pleno sentido a su vida y están dispuestos a abrir su corazón para dejarse transformar por la fuerza de la gracia. La figura de Felipe y del etíope suscita una gran reflexión sobre el sentido de nuestro ser evangelizadores. Aprendamos de ellos a ser obedientes a la voz del Espíritu que nos permite transformar el anuncio en un acontecimiento de salvación. La fuerza del *kerygma*, por su parte, se concentra precisamente en esta perspectiva: el anuncio que se realiza no se detiene en la narración de hechos que quedan relegados a la historia pasada, sino que provoca para asumir una decisión en el hoy de la existencia personal. El anuncio de la muerte y resurrección de Jesús quedaría vacío si no fuera acompañado por la respuesta de fe que introduce en un nuevo horizonte de sentido. Las palabras del apóstol deben expresar todo su valor y significado en este contexto: “Mi palabra y mi predicación no tuvieron nada de los persuasivos discursos de la sabiduría, sino que fueron una demostración del Espíritu y del poder para que vuestra fe se fundase, no en sabiduría de hombres, sino en el poder de Dios” (1 Cor 2, 4-5).

Quien escucha el “primer” anuncio debe ponerse en condiciones de acoger en primera instancia no una doctrina destinada a la inteligencia, sino un mensaje que suscita la fe que nace del amor. Situar-se ante el “primer” anuncio equivale primariamente a escuchar, de manera que se viva la exigencia del silencio que hace efectiva la escucha y conduce a la obediencia de la fe. Por ello, la credibilidad de quien anuncia tiene un valor determinante. El anuncio que se realiza es consecuencia de la fe vivida que hace fecunda la predicación. En síntesis, si se quiere delinear las características del “primer” anuncio, es necesario ante todo volver a la Sagrada Escritura. De aquí es fácil comprender la atención que debe darse a la historia como lugar imprescindible que permite contextualizar la predicación. Además, la exigencia de saber que el *kerygma* está siempre dirigido a personas concretas encontradas en su vida cotidiana. Lo que se comunica es, sobre todo, la cercanía de Dios que viene al encuentro no para juzgar sino para compartir. Es una provocación a acoger la esencia de la vida y no dejarse encantar por lo efímero. Por eso es una invitación a creer y a ponerse en el seguimiento con la exigencia de vivir la vida nueva “en” Cristo.

✠ Rino Fisichella