



**Comisión Episcopal
de Evangelización, Catequesis y Catecumenado
Área de Primer anuncio**

Documento Marco

Primer Anuncio

**CONFERENCIA EPISCOPAL ESPAÑOLA
COMISIÓN PARA LA EVANGELIZACIÓN,
CATECUMENADO Y CATEQUESIS
ÁREA DE PRIMER ANUNCIO**

DOCUMENTO MARCO

1 Primer Anuncio

1.1. Nueva Evangelización

La Iglesia existe para evangelizar. «Nosotros queremos confirmar, una vez más, que la tarea de la evangelización de todos los hombres constituye la misión esencial de la Iglesia... evangelizar constituye, en efecto, la dicha y la vocación propia de la Iglesia, su identidad más profunda»¹. El hecho de evangelizar no solo sustenta el sentido de la labor de la Iglesia, sino que genera identidad: la Iglesia existe para evangelizar. Esta afirmación tan contundente de Pablo VI en 1975 recuperó toda su novedad a partir de que Benedicto XVI la hiciera suya en la homilía de inauguración del Sínodo de Nueva Evangelización.

La evangelización es una cuestión de caridad: evangelizar es hacer una buena obra, porque la vida del que recibe el Evangelio cambia a mejor; porque el Evangelio da sentido profundo a la vida de las personas.

En el desarrollo de la tarea de la evangelización, la Iglesia responde al **mandato último de Jesús:** «Id al mundo entero y proclamad el Evangelio a toda la creación» (Mc 16,15).

Por ello, en cada tiempo se imponen nuevos retos para llevar a cabo esta misión: las persecuciones en los primeros siglos cristianos y la conversión del Imperio Romano; la llegada del Evangelio más allá de las fronteras de aquel, con la evangelización de los pueblos bárbaros; la evangelización del Nuevo Mundo; la respuesta a la Revolución Industrial... y en la actualidad, el mayor reto, que es anunciar el Evangelio a un occidente secularizado, motivo por el cual san Juan Pablo II nos invitaba a una **Nueva Evangelización**, fundamentada en nuevo ardor, nueva expresión y nuevos métodos².

¹ PABLO VI, *Evangelii Nuntiandi*, 14.

² Cfr. JUAN PABLO II, *Discurso a la asamblea del CELAM*, Haití, 9 marzo 1983.

En esta Evangelización nueva asume gran protagonismo la recuperación del **primer anuncio** como núcleo y eje de nuestra labor pastoral como Iglesia. El motivo de esta centralidad no radica en una razón sociológica (cada vez hay menos cristianos y tenemos que pensar cómo llenar nuestras iglesias), ni en un motivo de marketing (tenemos el mejor «producto», y hemos de aprender a «venderlo» mejor y a «ponerlo en valor»), ni siquiera radica en un hecho de supervivencia del catolicismo (la avanzada media de edad de nuestras asambleas y la falta de clero). Sino que la motivación profunda es **teológica**: Jesús nos manda evangelizar, se trata de cumplir un mandato expreso del Señor. Y para evangelizar debe proclamarse este primer anuncio o kerigma.

1.2. Primer anuncio y conversión pastoral

En su primera carta, programática, nos recordaba el Papa Francisco: «...el primer anuncio o kerigma debe ocupar el centro de la actividad evangelizadora y de todo intento de **renovación eclesial**», ya que «...nada hay más sólido, más profundo, más seguro, más denso y más sabio que ese anuncio. Toda formación cristiana es ante todo la profundización del kerigma»³.

La renovación eclesial pasa, pues, por la centralidad del kerigma. Esta expresión es una bomba que no debe pasar inadvertida, ya que recuperar su centralidad conllevará **replantear nuestras estructuras pastorales**⁴: ¿Están o no al servicio de este primer anuncio? ¿El primer anuncio se está realizando en nuestras acciones pastorales? El paso del mantenimiento a la misión no se puede dar sin una apuesta consciente por el primer anuncio, situándolo en el centro de nuestras prioridades pastorales. Por otra parte, el primer anuncio se convierte en generador de renovación pastoral, puesto que las comunidades cristianas son no solo la base del primer anuncio, sino también su consecuencia y fruto.

El paso de una Iglesia de conservación a una Iglesia en estado de misión **no es posible solamente con un cambio de lenguaje** que permita usar nuevos términos para re-

³ FRANCISCO, *Evangelii Gaudium*, 164-165.

⁴ La Instrucción *La conversión pastoral de la comunidad parroquial al servicio de la misión evangelizadora de la Iglesia* de la Congregación para el Clero, del 20 de junio de 2020, alude abundantemente al tema de las estructuras, y la mayor parte de las veces para referirse a la necesaria renovación de las mismas en orden a ponerlas al servicio de la evangelización. Copiamos aquí dos citas.

«Las situaciones descritas por esta Instrucción representan una preciosa ocasión para la conversión pastoral en sentido misionero. Es, ciertamente, una invitación a las comunidades parroquiales a salir de sí mismas, ofreciendo instrumentos para una reforma, incluso estructural, orientada a un estilo de comunión y de colaboración, de encuentro y de cercanía, de misericordia y de solicitud por el anuncio del Evangelio (*La conversión... 2*)».

«Esta conversión misionera, que conduce naturalmente también a una reforma de las estructuras, implica en modo particular a la parroquia, comunidad convocada en torno a la Mesa de la Palabra y de la Eucaristía» (*ibidem* 6).

Cfr. también especialmente los números 20 y 34-41.

bautizar nuestra acción (catequesis evangelizadora, liturgia evangelizadora, caridad evangelizadora...) mientras seguimos haciendo lo que siempre hemos hecho.

La conversión pastoral exige una conversión personal y estructural, un verdadero **cambio de mentalidad**. En todo proceso de conversión es imprescindible el arrepentimiento, que nos lleva a reconocer que algo estamos haciendo mal y que por ello necesitamos cambiar. Pero, aun teniendo verdadero deseo de cambiar, quizá no tengamos claro el cómo realizarlo; el **primer anuncio** es el soporte sobre el que edificar esta nueva construcción.

1.3. Definiendo primer anuncio

«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»⁵. Esta simple frase encierra el primer anuncio en toda su integridad, pero necesitamos **comprenderlo en todas sus dimensiones**, ya que no se trata de proclamarlo sin más, si no sería algo inútil. Necesitamos ahondar más en su comprensión.

Estas son sus **características**:

- a) En cuanto al **contenido**, es anuncio de lo nuclear de nuestra fe: el misterio de Cristo que te ama y se ha entregado en la cruz por ti, y no la explicación de todos los contenidos de la fe. Por ello no se debe confundir con la acción catequética, aunque está íntimamente vinculado a ella.
- b) En cuanto a su **objetivo**, busca el encuentro de la persona con Jesús hoy, que está vivo y la ama, y la conduce a responderle sí al Señor, a confiar en él; busca la conversión personal y la adhesión a la persona de Jesús. Por eso, el primer anuncio busca provocar la respuesta personal del sujeto al Señor, sin la cual el primer anuncio no provocará un «primer encuentro».
- c) En cuanto al **estilo**, es directo y explícito, ya que expresa lo que Dios ha hecho y hace por la persona que lo recibe y no se centra en la idoneidad del oyente. Acentúa la primacía de la acción de Dios por encima del estado actual del que recibe dicho anuncio. Por eso, cuando hacemos primer anuncio no prejuzgamos a quien lo recibe, porque la semilla del Evangelio puede y quiere anidar en cualquier corazón humano.
- d) En cuanto a su **eficacia**, el mismo hecho de realizar este primer anuncio viene acompañado de la acción del Espíritu Santo; es una acción performativa, cuya fuerza impacta en el corazón del oyente, ya que «la propuesta valiente del kerigma es mensaje suficiente para provocar la primera fe, si se hace con

⁵ FRANCISCO, *Evangelii Gaudium*, 164.

convicción y concisión porque lleva la fuerza de convencimiento en sí mismo, no depende de la capacidad de argumentación del mensajero»⁶. Aunque también es cierto que el testimonio de vida del mensajero hace creíble el mensaje⁷.

- e) En cuanto a sus **agentes**, es misión de todos los bautizados y no solo de un grupo de expertos o especializados; toda la Iglesia está llamada a evangelizar. Pero no es suficiente que se considere algo espontáneo que debe realizar cada creyente de forma particular, sino que, como Iglesia, se deben generar equipos que realicen actividades de primer anuncio, similares a los que existen en nuestras diócesis o parroquias responsables o equipos de catequistas, de caridad o de liturgia. Este anuncio es personal, porque se basa en el encuentro entre una persona creyente y una que no conoce (o conoce poco) al Señor; pero, al mismo tiempo, es comunitario, porque se hace en y desde la comunidad: el creyente no anuncia su convicción personal, sino la fe de la comunidad.
- f) En cuanto a su **pedagogía**, es propositivo: una propuesta que implica al que realiza la invitación y viene avalada por su testimonio: «esto que te anuncio yo lo he vivido y lo vivo». No es una imposición, sino una propuesta de sentido. Pero en esta propuesta que se hace, el que anuncia el Evangelio se sitúa al mismo tiempo en una actitud proactiva y provocativa ante la sociedad en la que vive y ante el que escucha su anuncio.
- g) Los **destinatarios** del primer anuncio son muy diversos: en primer lugar, aquellos que no conocen a Jesucristo o abiertamente lo han rechazado; pero también a los bautizados que no viven las exigencias de su bautismo ni tienen una relación personal con el Señor; finalmente, también los fieles que conservan una fe intensa y sincera, que expresan de formas diversas, pero que no participan del culto y de la vida de la Iglesia. Especialmente importante, en el mundo que nos ha tocado vivir, ha de ser para nosotros la inquietud por suscitar el deseo de Jesús, el hambre de Dios, que está oculto, pero que en todo momento late en el fondo del corazón de cada persona.
- h) El primer anuncio consta de **cuatro momentos** o núcleos que se precisan los unos a los otros: presencia (compartir la vida humana con todos, también con los no creyentes), testimonio (vivir en la propia existencia la vida de Cristo bajo la luz y la gracia del Evangelio), diálogo (que busca suscitar en el

⁶ MORLANS, X., *El primer anuncio, el eslabón perdido*, Madrid 2009, 84.

⁷ «El testimonio de vida es necesario para la credibilidad de la misión» (*Directorio para la catequesis*, 113). «(La Iglesia) es consciente de que la credibilidad de su mensaje depende, en gran medida, del testimonio de sus obras» (*Ibidem* 279).

otro la pregunta por la fe y por Jesús) y anuncio (la propuesta de la novedad de Jesucristo).

1.4. Primer anuncio en el centro de nuestra pastoral

Hemos de hacer resonar con fuerza en la Iglesia este primer anuncio, pero sobre todo hemos de generar estructuras que permitan desempeñar esta tarea, ya que «la preocupación de anunciar el Evangelio no debería ser un estado excepcional pasajero de la Iglesia para salir al paso de dificultades particulares»⁸.

Junto a las iniciativas puntuales llevadas a cabo por distintos grupos, parroquias o delegaciones diocesanas, deberían germinar verdaderas estructuras pastorales que despierten, sostengan y equipen a todo el pueblo de Dios para realizar este primer anuncio insertándolo en nuestra pastoral ordinaria, más allá de la espontaneidad personal.

Esta función no es un carisma propio de una persona o un grupo, es la **misión de la Iglesia**, que existe para evangelizar.

2 Misión, visión, valores y estrategia del Área de Primer Anuncio de la Comisión para la Evangelización de la CEE

La **misión**, la **visión** y los **valores** de un colectivo o institución constituyen parte de su **identidad** y de su **cultura** y son la base para su **estrategia**. Aunque estos conceptos se usan en diversos grupos humanos u organizaciones extraeclesiales, también sirven para la Iglesia; hay diócesis y parroquias que ya usan esta formulación (misión, visión y valores) para organizarse. Aclaremos estos conceptos a continuación para que todos tengamos una idea clara y común sobre aquello a lo que nos estamos refiriendo.

- a) La **misión** es la razón de ser última de una organización o un proyecto; en nuestro caso, de esta Área de Primer Anuncio; o sea, hace referencia al propósito y contesta a la pregunta: **¿Para qué existimos?**
- b) La **visión** es la concreción en el futuro de esa misión, hacia dónde se dirige y en qué pretende convertirse en un plazo determinado de tiempo nuestra Área. La definición de la visión contesta a la pregunta: **¿Cómo seremos en un futuro si cumplimos con nuestra misión?**

⁸ GEVAERT, J., *El primer anuncio*, Santander 2004, 17.

- c) Los **valores** son las guías o principios que nos permitirán escoger la mejor manera de llegar a ese futuro, nos permitirán tomar las mejores decisiones; la definición de los valores contesta a la pregunta: **¿Qué nos guía durante el trayecto entre la realidad actual y el futuro deseado?**
- d) La **estrategia** es la manera en la que vamos a llevar a cabo ese futuro deseado, nuestra programación concreta de actividades, responsabilidades y recursos que vamos a poner en juego para llegar hasta él. Para definir la estrategia, tenemos que contestar a la pregunta: **¿Qué vamos a hacer para llegar a ese futuro deseado?**

2.1. Misión

Si la misión es la razón de ser de esta Área y responde a la pregunta ¿para qué existimos?, lo lógico es que comencemos remitiéndonos a la misión de la Iglesia y, de allí, ir deducir nuestro cometido concreto como Área.

Misión de la Iglesia

«Nosotros queremos confirmar una vez más que la tarea de la evangelización de todos los hombres constituye la misión esencial de la Iglesia, una tarea y misión que los cambios amplios y profundos de la sociedad actual hacen cada vez más urgentes. Evangelizar constituye, en efecto, la dicha y vocación propia de la Iglesia, su identidad más profunda»⁹.

«...Como pastores que queremos seguir impulsando la acción evangelizadora de la Iglesia, llamada a hacer de todos sus miembros discípulos y misioneros de Cristo, Camino, Verdad y Vida para que nuestros pueblos tengan vida en él»¹⁰.

Misión y discipulado

«El discipulado y la misión no son, pues, dos dimensiones añadidas sino constitutivas de la identidad cristiana. Discipulado y misión son como las dos caras de una misma medalla»¹¹.

Primer eslabón del proceso de discipulado

«No me cansaré de repetir aquellas palabras de Benedicto XVI que nos llevan al centro del Evangelio: “No se comienza a ser cristiano por una decisión ética o una gran idea, sino por el encuentro con un acontecimiento, con una Persona, que da un nuevo horizonte a la vida y, con ello, una orientación decisiva”»¹².

⁹ PABLO VI, *Evangelii nuntiandi*, 14.

¹⁰ V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe. *Aparecida*, 1.

¹¹ BENEDICTO XVI, *Discurso inaugural de la V Conferencia*, *Aparecida*, 3.

¹² FRANCISCO, *Evangelii gaudium*, 7.

Misión del área de primer anuncio

¿Hay alguna cosa más hermosa que trabajar para hacer realidad el sueño de Dios para su Iglesia? ¿Es que hay algo más relevante que seguir el mandato que nos dio antes de su ascensión?: «Id, pues, y haced discípulos a todos los pueblos» (Mt 28,19). Así pues, esta Área de Primer Anuncio tiene su razón de ser en el cumplimiento de esta misión, pues el primer eslabón del «haced discípulos» es el primer anuncio.

Si nuestra misión es nuestra razón de existir, y esta misión responde a la identidad de la Iglesia, las preguntas que nos hicimos para definirla fueron estas:

- a) ¿Cuál es nuestro encargo?
- b) ¿Cuál es nuestro público objetivo?
- c) ¿Cómo beneficia o contribuye este encargo y tarea a nuestro entorno?
- d) ¿En que nos diferenciamos de las otras Áreas de la Comisión de Evangelización?

Al comienzo de la andadura de esta Área de Primer Anuncio, Mons. Amadeo Rodríguez, presidente de la Comisión de Evangelización, Catecumenado y Catequesis nos dijo estas palabras:

«Los tiempos han cambiado y la vida pastoral tiene otras exigencias y también existía por parte del episcopado español y por parte de Roma la conciencia de que era necesario que existiera una Comisión que incluyera toda la evangelización, toda la vida pastoral de la Iglesia, en tono evangelizador. Desde el primer momento en que fue erigida la Comisión, se dispusieron en su interior Áreas de trabajo. En ellas, la primera y fundamental es la del Primer Anuncio, del kerigma. Porque en el *Directorio para la Catequesis*, del Consejo Pontificio para la nueva Evangelización, desde el primer momento se recoge el magisterio del Papa Francisco que nos dice que toda la vida pastoral de la Iglesia tiene que tener la presencia del primer anuncio, que a su vez ha de estar acompañando permanentemente todas nuestras acciones en la Iglesia y todo lo que hagamos»¹³.

Por su parte, en aquel mismo momento, Mons. Antoni Vadell, responsable del Área de Primer Anuncio, se dirigió a nosotros en estos términos:

«Cómo servir desde la CEE a todas las Iglesias particulares en España, para fomentar y animar el primer anuncio. (...) Ayudar a tomar conciencia de que la vocación de todo cristiano es el primer anuncio (...) Es algo que tiene que estar en el corazón de todo cristiano»¹⁴.

Partiendo de todos estos presupuestos, declaramos cuál es la misión de esta Área de Primer Anuncio, dentro de la Comisión de Evangelización, Catequesis y Catecumenado:

¹³ MONS. AMADEO RODRÍGUEZ, *Acta de la reunión preparatoria del Área de Primer Anuncio (3-10-20)*.

¹⁴ MONS. ANTONI VADELL, *Acta de la reunión preparatoria del Área de Primer Anuncio (3-10-20)*.

Servir a todas las Iglesias particulares en España, fomentando sinergias entre las diferentes Áreas de la Comisión y con otras Comisiones, para animar el primer anuncio, ayudando a que esté en el corazón de cada cristiano.

2.2. Visión

La visión se ha definido de múltiples maneras, pero nos quedamos con la que la define como «una imagen del futuro que produce pasión»¹⁵.

Una visión es una foto o imagen de cómo podría ser el futuro. Es una foto diferente de cómo son las cosas en este momento. Es una imagen que impulsa a hacer cambios. Es un sueño que nos pone en movimiento y es capaz de apasionar a otros. La visión es hacia dónde vamos. Nos marca una meta donde llegar. La visión apasiona a la gente y la moviliza para llegar a ella, para hacerla realidad.

Para identificar nuestra visión, hemos partido de:

- a) **La oración:** Dios nos habla a través de la oración, y en este entorno ilumina nuestra mente y enciende nuestra imaginación.
- b) **Los eventos de la vida:** Dios también ha encendido en nosotros chispas de visión a través de los eventos de la vida: encuentros con personas o conferencias, situaciones de necesidad, momentos de alegría, vivencia con otras realidades distintas de las que experimentamos cotidianamente en nuestro lugar común, diálogos establecidos entre los miembros del equipo de trabajo del Área durante un curso de trabajo, diálogos con otras personas relacionadas con el mundo del primer anuncio...
- c) **La santa insatisfacción:** La visión empezaba también con la puesta en común del sentimiento de insatisfacción, del descontento de cómo están las cosas en la actualidad. No se trataba ser críticos porque sí, ni de buscar los culpables de las cosas que no están bien; era más bien una cuestión de esperanza teológica, de deseo de que la realidad sea más como Dios quiere y como el mundo necesita, y de nostalgia porque queremos que esta realidad actual cambie según el sueño de Dios.

Nuestra declaración de visión es una foto del futuro deseado, que se dirige al cumplimiento de nuestra misión. Para formularla nos hemos preguntado cuestiones como:

- a) ¿Qué habremos logrado en primer anuncio en la Iglesia española dentro de cuatro o cinco años?

¹⁵ HYBELS B., *Liderazgo audaz*, Miami 2002, 32.

- b) ¿Qué sinergias habremos creado con las otras Comisiones Episcopales?
- c) ¿Qué metas conseguidas podremos celebrar en esta Área dentro de cuatro o cinco años?

Y aquí está de declaración de nuestra visión, que no describe quienes somos, sino hacia dónde estamos yendo, hacia dónde nos proponemos caminar. Es una declaración de futuro que produce pasión en el equipo que trabaja en el Área, y que queremos compartir y contagiar.

El Área de Primer Anuncio contagia la pasión por el primer anuncio como fuerza transformadora en todas las diócesis, para que seamos cada vez más una Iglesia de discípulos misioneros.

2.3. Valores

Los valores son las líneas de fuerza mayores que nos guían en el proceso de crear la estrategia y que están detrás de las acciones concretas que programamos en el Área.

a) Sinergia.

Trabajamos en sinergia con las demás Áreas de la Comisión de Evangelización, Catecumenado y Catequesis en dos sentidos: por un lado, promoviendo la dimensión kerigmática de algunas de ellas; por otro, cuidando la posibilidad de enlace entre el anuncio del kerigma y la inserción de quienes lo escuchan y aceptan en los procesos catequéticos y formativos. Trabajamos también en sinergia con otras Comisiones, especialmente la de Laicos, Familia y Vida.

b) Convicción.

Estamos convencidos de la primacía y centralidad del primer anuncio y queremos ayudar a tomar conciencia en las diócesis de ello.

c) Sinodalidad.

Jesús envió a los discípulos «de dos en dos». Sabemos que la tarea del Evangelio no puede desarrollarse sino de modo sinodal. Por eso nos ofrecemos para apoyar en las diócesis la creación de equipos de agentes de pastoral dedicados al primer anuncio.

d) Disponibilidad.

Quienes formamos parte del equipo del Área estamos siempre dispuestos a hacernos presentes donde se nos necesite. Y creamos recursos que puedan ser útiles a las personas dedicadas al primer anuncio en las diócesis.

e) Comunción.

Promovemos el conocimiento de los diversos métodos, modelos, grupos o movimientos de primer anuncio y facilitamos la comunicación y la compartición de experiencias entre ellos y con quienes de ellos puedan servirse.

2.4. Estrategia

«"Una visión sin estrategia es una simple alucinación". La visión es fundamental para la transformación. Crea un deseo y un entusiasmo acerca del camino necesario, pero como en cualquier itinerario, una vez que hayas decidido a dónde estás yendo, tienes que discernir cómo llegarás hasta allí»¹⁶.

Para progresar hacia este sueño concebido en equipo, hacia esa imagen del futuro deseado y orado por todos, es necesario establecer pasos concretos y estrategias claras para llegar hasta él, que toman cuerpo en planes de acción. De otra forma, corremos el riesgo de quedar atrapados demasiado en apagar fuegos a corto plazo o en hacer declaraciones de intenciones muy hermosas y sugerentes, pero alejadas de la realidad.

Nuestro itinerario para establecer la estrategia, en síntesis, ha sido el siguiente:

- a) Hacer el análisis de la realidad española en el área de primer anuncio. Y análisis de las condiciones del equipo que forma parte del Área. La hemos realizado a través de la herramienta DAFO.
- b) Una vez tuvimos la fotografía realizada a través del análisis DAFO, empezamos nuestro trabajo para diseñar planes estratégicos.
- c) Estos planes están ordenados por plazos de tiempo, sabiendo que la planificación a corto plazo (cursos 2020-2021 y 2021-2022) es mucho más concreta, y que la planificación para los cursos sucesivos es más genérica y más sujeta a modificaciones y revisión).
- d) Esto nos ha permitido primero acotar objetivos, los cuales han derivado en acciones concretas; estas acciones son asignadas a responsables; y los responsables tendrán unos plazos de tiempo para cumplir los compromisos y unos indicadores para comprobar si el trabajo se está realizando y para evaluar si se está realizando adecuadamente.

Nuestra estrategia queda consignada en un documento adjunto, puesto que está sujeta a cambios y a revisión, especialmente, como hemos dicho, en los cursos más lejanos.

¹⁶ MALLON J., *Una Renovación Divina*, Madrid 2018, 308.

3 Ámbitos de influencia del Área de Primer Anuncio

Nuestra sociedad contemporánea occidental –nuestra sociedad española–, vive un proceso de secularización intenso; este proceso, en una primera etapa ha ido afectando a la dimensión religiosa en su nivel de participación en lo celebrativo y sacramental; y ahora, en una segunda oleada, afecta a las estructuras mismas de la vida privada.

Tal y como afirma Enzo Biemmi¹⁷ estamos ante un «nuevo paisaje para la fe» en el que existen:

- a) Geografías en las que se ha expulsado la fe del marco cultural hasta llegar a borrarse las huellas del cristianismo, porque se interpreta la religión como enemiga de la realización humana, y negación de la libertad de las personas.
- b) Geografías en las que, aunque se ha recibido el impacto de la secularización, permanecen algunas prácticas religiosas que se convierte en posibilidad y, al mismo tiempo, en dificultad para el anuncio del Evangelio.
- c) Y geografías en las que se vive «serenamente la ausencia de Dios».

Ante una situación así, toca dejar de mirar hacia atrás con añoranza y afrontar el futuro con confianza en Dios y con conciencia clara de la tarea a la que Jesucristo nos llama. Anunciar hoy el Evangelio requiere poner en marcha una pastoral sustentada en la libertad, la gratuidad y la experiencia. Esto significa:

- a) Tener en convencimiento de que creer en Jesucristo es fruto del ejercicio de la libertad personal.
- b) Aceptar, sin juzgar, el modo en que responden las personas al anuncio que se les hace.
- c) Generar experiencias que permitan el encuentro con Jesucristo.

3.1. En el ámbito de la parroquia

A lo largo de los últimos años se ha reflexionado mucho sobre la ruptura de la transmisión de la fe. Sin embargo, y en contra de lo que podamos pensar, no estamos ante un fenómeno reciente, ya que constatamos que muchas de las personas adultas que se acercan a las parroquias, a pesar de haber completado sus procesos de iniciación cristiana, llegan sin noticias ni experiencia de encuentro con el Señor.

Este hecho nos obliga a repensar la acción pastoral, a convertir el primer anuncio en el eje transversal de nuestra propuesta y generar procesos que garanticen el desarrollo de

¹⁷Cfr. BIEMMI E., *El Segundo Anuncio, La Gracia de volver a empezar*, Cantabria 2013, ss.

las diversas dimensiones de la fe (catequética, evangelizadora, socio-caritativa, conversiva, comunitaria, celebrativa):

- **Catequesis de infancia.** Repensar el proceso teniendo en cuenta que es posible que niños que participan del mismo no hayan oído hablar de Jesús o hayan escuchado muy tangencialmente.
- **Catequesis y acompañamiento de preadolescencia, adolescencia y juventud.** Generar procesos que permitan seguir creciendo en la fe a aquellos niños que han participado en la catequesis de infancia y que, favorezcan la incorporación a los mismos de adolescentes y jóvenes que no hayan oído hablar del Señor.
- **Encuentros de preparación al matrimonio o al bautismo.** No poner el foco tanto en la preparación del sacramento cuanto en intentar hacer brotar en las personas la pregunta sobre el sentido de la vida y sobre Jesucristo.
- **Padres o madres de la catequesis de infancia.** En la actualidad, cada vez es más frecuente que la opción por hablar de Cristo a los hijos no sea compartida por los dos progenitores. Esta es una cuestión a tener muy en cuenta a la hora de proponer cualquier tipo de itinerario que permita la pregunta por Jesucristo y por Dios y por el lugar que ocupa en nuestras vidas.
- **Movimientos juveniles.** Apoyar el trabajo realizado por los movimientos juveniles; acompañarlos en el día a día y recordar que, en muchos casos, son ellos los que pueden hacer llegar el mensaje de Jesús a quienes se sienten más lejos de la Iglesia. En definitiva, recordar que estos movimientos son plataformas privilegiadas para el primer anuncio entre los más jóvenes.
- **Religiosidad popular.** Valorar las manifestaciones de religiosidad popular, aprovechando su poder evangelizador. Y crear en cofradías, hermandades, santuarios y peregrinaciones y otros ámbitos en los que florece la religiosidad popular herramientas y estructuras que favorezcan el primer anuncio.
- **Situaciones límites.** Jesús anunció primero y de modo especial su Evangelio a personas que estaban al borde del camino de la vida (enfermos, pecadores públicos, pobres...). Hoy la Iglesia sigue trabajando en primera línea con muchas personas vulnerables, especialmente desde Cáritas y otras instituciones eclesiales sociocaritativas, y en las capellanías de los hospitales y tanatorios, traduciendo en obras de amor la vivencia del Evangelio. Pero el Evangelio puede y debe también en muchas ocasiones ser anunciado explícitamente en esas situaciones de dolor o vulnerabilidad.
- **Iniciativas, herramientas, espacios específicos de primer anuncio.** Todos ellos están orientados a adultos o jóvenes. Dar a conocer iniciativas como Alpha, Cursillos de Cristiandad, Emaús, Efectá, 4.40 de ACG...

3.2. En el ámbito educativo

La Congregación para la Educación Católica afirma que: «La escuela católica es un verdadero lugar de evangelización, de auténtico apostolado de acción pastoral, no en virtud de las actividades complementarias o extraescolares, sino por la naturaleza misma de su misión, directamente dirigida a formar la personalidad cristiana»¹⁸.

Conviene recordar que, hoy, muchas de las personas que eligen matricular a sus hijos en centros educativos de ideario cristiano lo hacen atendiendo a criterios que poco o nada tienen que ver con la educación en la fe. Esto, que puede percibirse de principio como un hecho negativo, puede interpretarse también como una oportunidad, descubriendo que los centros educativos son plataformas privilegiadas para el desarrollo de procesos de primer anuncio destinados, no solo al alumnado, sino a toda la comunidad educativa (familias, personal docente y no docente...).

Al igual que en las parroquias la acción pastoral de los centros educativos también debe ser repensada en clave de primer anuncio teniendo que cuenta que es necesario:

- No perder de vista que es muy probable que tanto el alumnado como las familias y el personal docente y no docente de los centros no experiencia de encuentro con Jesucristo y, a veces, ni siquiera noticia de él.
- Crear redes con las parroquias en cuyos procesos deberán ser integrados posteriormente en muchas ocasiones quienes han recibido el anuncio.

En este apartado procede reconocer la labor impagable que muchos profesores y profesoras de religión realizan en la escuela pública y las dificultades con las que se encuentran. ¿Cómo apoyar a estas personas en el día a día? ¿Cómo anunciar en el espacio público?

3.3. En el ámbito de las celebraciones, sobre todo «sociales» y populares

Si bien es cierto que nuestra sociedad ha vivido un proceso de secularización intenso, resulta curioso comprobar que, más allá del matrimonio, todavía no se han desarrollado ritos o maneras de celebrar los acontecimientos más importantes de la vida (nacimiento, fin de la etapa de infancia, paso a la adultez, muerte...).

En algunos casos, bien por tradición, costumbre o falta de alternativas hay personas que se acercan a las comunidades cristianas para solicitar la celebración de sacramentos o celebraciones. Sin embargo, la comunidad cristiana ofrece a estas personas la misma respuesta que aquellos que tienen experiencia de Dios. ¿Cómo

¹⁸ CONGREGACIÓN PARA LA EDUCACIÓN CATÓLICA, *Dimensión religiosa de la educación en la escuela católica*, 33.

acoger de manera adecuada a estas personas? ¿Qué tipo de encuentros o procesos ofrecerles?

Por otro lado, todo proceso de iniciación cristiana debe cuidar de manera especial tanto la dimensión celebrativa como la comunitaria. Pero ¿estamos preparados para acoger en las celebraciones de la eucaristía a todas aquellas personas que desconocen el sentido de los ritos y la experiencia creyente que les da vida? ¿Cómo hacer consciente a toda la comunidad cristiana de la importancia de su compromiso en esta cuestión? ¿Cómo convencernos de que es necesario plantear lo celebrativo desde la clave del primer anuncio?

3.4. A partir del patrimonio cultural o de las nuevas disciplinas

Es indudable el interés que despierta en la sociedad el patrimonio material e inmaterial de la Iglesia: edificios religiosos emblemáticos, escultura y pintura, rutas, caminos, música... La inmensa mayoría de las personas que se acerca a disfrutar de todo ello no lo hace por motivos religiosos sino por el valor histórico, cultural o emocional que posee o transmite. Las infinitas posibilidades que ofrece el patrimonio como lugar privilegiado para el desarrollo de iniciativas de primer anuncio está aún sin explorar. ¿Hemos olvidado que los claustros medievales fueron herramienta fundamental para la evangelización en la época en la que se crearon? ¿Por qué algunas de nuestras iglesias y ermitas están ubicadas en lugares donde la contemplación de la naturaleza hace brotar preguntas de sentido? ¿Somos capaces de acompañar a aquellos que recorren caminos o participan en peregrinaciones o romerías, y descubrir qué los mueve a adentrarse en esas experiencias? ¿Es imaginable diseñar «visitas guiadas de primer anuncio» en algunos de los lugares más emblemáticos de nuestras diócesis?

De modo semejante, otros ámbitos surgidos en la sociedad actual, en los que la gente está presente (fotografía, vídeo, nuevas expresiones musicales, redes sociales...) no pueden ser ajenos a la Iglesia, que debería hacerse presente con el Evangelio allí donde las personas están.

3.5. Nuestra tarea como Área

Es evidente que la tarea del Área de Primera Anuncio no es hacer todo lo anteriormente descrito. La labor de nuestra Área es ayudar a crear en las diócesis las condiciones de posibilidad para que todo este ingente trabajo pueda hacerse, ofreciendo ayuda, aunando esfuerzos, posibilitando la compartición de experiencias. En concreto, somos conscientes de que nuestro cometido fundamental en orden a ayudar a hacer crecer la experiencia de anuncio en las Iglesias españolas se cifra en:

- a) Posibilitar el encuentro y el trabajo sinérgico entre el Área de Primer Anuncio y las demás Áreas de la Comisión de Evangelización, Catequesis y Catecumenado, así como con otras Comisiones, especialmente la de Laicos, Familia y Vida, todo ello para aunar esfuerzos para que cale la centralidad del primer anuncio en las estructuras diocesanas y en los corazones de los fieles.
- b) Fomentar el conocimiento profundo de los métodos, movimientos o grupos de primer anuncio existentes en nuestro país, así como las experiencias que en diversos ámbitos se están desarrollando desde hace tiempo.
- c) Ayudar a la promoción y formación de responsables, agentes y equipos de primer anuncio en las diócesis.
- d) Crear y difundir materiales de primer anuncio; poner en marcha una biblioteca digital de primer anuncio con contenidos teóricos y auxilios prácticos.