**La predicación misionera y el primer anuncio**

Branko Cestnik cmf

**INTRODUCCIÓN**

Me siento feliz y honrado de ser invitado al encuentro internacional de la Congregación de la Misión y de dirigirme a esta asamblea. La Orden Claretiana a la que pertenezco se formó unos 200 años después de la fundación de vuestra Orden. Sin embargo, los dos fundadores, San Vicente de Paúl y San Antonio María Claret, tienen en común un gran descubrimiento de la sed de la Palabra en el pueblo de Dios, y una gran necesidad, es decir, el deseo de predicar. Ambos reunieron a su alrededor a sacerdotes, de los que surgieron dos órdenes de predicadores y misioneros: vicentinos y caretinos; y en algunos casos también congregaciones femeninas y asociaciones laicales. La diferencia entre las dos personalidades carismáticas radica en que la francesa St. La diferencia entre ambas personalidades carismáticas radica en el hecho de que el San Vicente francés desarrolló también en gran medida la dirección caritativa de la evangelización; mientras que el San Antonio María Claret catalán se dedicó principalmente a la evangelización: predicación, difusión de buenos libros, formación de sacerdotes... aunque ciertamente no olvidó la caridad.

El título de la charla que solicité es: La predicación misionera y el primer anuncio. El título me sugirió inmediatamente un cierto problema. Por supuesto que hay una predicación misionera que no es el primer anuncio. Este tipo de predicación está presente tanto en las misiones ad gentes como en las misiones populares, la predicación parroquial y la catequesis. Es el esfuerzo del misionero por consolidar y profundizar la Palabra. Por tanto, el esfuerzo es misionero, pero el momento en sí no es el primer anuncio.

Entonces, ¿dónde "físicamente" tiene lugar hoy el primer anuncio? ¿No es principalmente en Asia, donde existen antiguas y grandes religiones que no conocen a Cristo? Entonces, ¿mi conferencia debe referirse principalmente a Asia y lugares similares? No. En la propia Europa se dan cada vez más situaciones de primer anuncio: bien por la vía de la emigración, bien por la vía de la secularización interna. Con una diferencia: ante emigrantes de otra religión hablamos de Cristo por primera vez; ante europeos secularizados hablamos como si fuera la primera vez.

Quedémonos con la "fisicalidad". La situación del primer anuncio tiene lugar en los mismos patios parroquiales e iglesias seculares europeas. Las estructuras eclesiales siguen en contacto con el mundo, tanto con las personas que "no conocen" a Cristo como con las personas que Cristo "ya no conoce". Puesto que esto es así, también yo, cura rural europeo y misionero itinerante, me veo interpelado y autorizado a hablar hoy de ello.

Empezamos con los Vicencianos y Claretianos, hasta el fondo iremos con los Dominicos. Mi tema se desarrollará en tres partes, según las tres palabras del lema dominicano: *contemplata aliis tradere*. Con *contemplata* hablaremos del predicador ante el primer anuncio, con *aliis* de los destinatarios, con *tradere* del sermón.

**CONTEMPLADO**

El lema del último capítulo general de los Misioneros Claretianos (Roma, 2021) reza: Arraigados en Cristo y Audaces en la Misión. Este lema esconde un desarrollo espiritual, por no decir un drama espiritual, que nuestra Orden ha experimentado desde el Concilio Vaticano II. En las dos primeras décadas después del Concilio, nuestra Orden se lanzó a la renovación y se centró en la acción misionera. Se produjo una increíble expansión de la Orden en Asia y, en parte, también en Europa del Este. Bajo la influencia de la teología de la liberación, se hizo especial hincapié en el trabajo con los pobres. En los años 90 se percibió el peligro del activismo, al mismo tiempo que se beatificaba a muchos mártires claretianos de la Guerra Civil española, lo que nos orientó hacia el tema (místico) del martirio y la veneración de los mártires. En el nuevo milenio, los capítulos enfatizaron nuestra relación con la Palabra, incluyendo nuestra necesidad de descubrir el culto a Dios. En mi opinión, esto también ocurrió porque cada vez había más miembros en la Orden procedentes de Asia.

Permítanme decirlo de esta manera: los claretianos todavía quieren ser audaces en la misión, incluso en un sentido social, pero sólo si estamos firmemente arraigados en Cristo.

En resumen, arraigado en Cristo, creyendo en Cristo, contemplando a Cristo, adorando, orando: este es el fundamento primordial de un buen predicador de la primera y segunda proclamación. *La contemplación* en un predicador debe ser verdadera y abundante. ¿Cuál es el primer anuncio? Desde hace dos siglos es el mismo: anunciar a Cristo encarnado, inmolado y resucitado, y ayudar a la gente a encontrarlo. Pero si no se le conoce ni se le adora, ¿cómo se le va a mostrar a los demás? No estamos muy seguros de que todos los misioneros tengan una fe sólida. J. B. Metz decía que la crisis de Dios, que experimentamos, está codificada eclesialmente.

Una vez se dijo que un predicador misionero se sostiene sobre dos pies: la oración y el estudio. Pero aquí es donde parece que estamos perdiendo terreno.

La oración del sacerdote y misionero moderno es débil, demasiado a menudo secundaria, porque lo primordial sigue siendo la acción o el imperativo comunitario (estar con la gente). Porque incluso cuando viene un obispo o un provincial para una visita pastoral, estará muy contento si 'tus obras son grandes': buen número de personas, muchos grupos, muchos eventos, buenas instalaciones, iglesia bonita... San Juan de Ávila, Doctor de la Iglesia, enseñaba que incluso un simple sacerdote debe poseer 'las virtudes del monje y el celo de los apóstoles'. Esto es aún más cierto para el predicador misionero.

Llegados a este punto, quisiera recordar que no en vano el Padre Claret estaba dotado de un don místico especial, a saber, que la Sagrada Hostia de su cuerpo no se descomponía en todo el tiempo que transcurría entre una comunión y la siguiente. Era un tabernáculo. ¿Por qué? Porque Dios quería mostrar que un hombre de grandes palabras y grandes obras, una verdadera máquina de trabajo, puede y debe ser también un hombre de oración constante.

La segunda pata sobre la que se apoya el predicador es el estudio. En nuestra congregación solíamos decir: seis meses de misión, seis meses de estudio. Sin embargo, este estudio no significaba leer artículos de periódico y recabar información sobre esto y aquello, sino literatura espiritual y teológica seria. Hoy en día, uno se encuentra con sacerdotes que lo saben todo sobre la actualidad, pero que no han leído ni estudiado las últimas encíclicas del Papa; misioneros que no recuerdan la última vez que leyeron un gran libro; agentes de pastoral que se apoyan en subsidios y folletos de 20 páginas.

Vivimos en un mundo complejo. Los cambios son rápidos e imprevisibles. El estudio y el aprendizaje permanente son nuestras armas para no perdernos en este mundo y para que este mundo no nos margine.

Sin embargo, desde el punto de vista del primer anuncio, no basta con leer algo importante sobre el Islam, porque tenemos emigrantes musulmanes, o sobre el nihilismo, porque Europa está a oscuras. Como se ha dicho, sigue siendo necesario leer dogmática, moral, los clásicos. Recuerdo a un profesor de la Gregoriana que decía: una buena dogmática es la base de una buena pastoral. En la era del relativismo y la complejidad, esto es aún más válido.

En el marco del capítulo *contemplado,* podemos hablar también del estado emocional del predicador. Hablando en el lenguaje de las vidas teológicas, yo diría que el predicador también en términos psicológicos debe ser un hombre de esperanza. El oyente debe pensar seriamente en sí mismo, pero al mismo tiempo sentir el magnetismo de la esperanza, de la alegría, de la positividad divina. Sólo entonces se convierte.

Aquí es también donde debemos controlar a nuestros predicadores. Predicar con demasiado resentimiento, pesimismo, miedo, no es misionero.

Si hablamos de predicación misionera y de primer anuncio, debemos preguntarnos por la conciencia misionera. ¿Tiene el predicador de hoy conciencia misionera? ¿Tiene un pastor conciencia de que hoy incluso el simple sermón dominical debe transmitir algo del primer anuncio? ¿Es consciente de que estamos ante una tarea de evangelización, de alcance similar a la tarea de los santos hermanos Cirilo y Metodio -por citar al cardenal claretiano Fernando Sebastián-? A propósito de la urgencia de la nueva evangelización, el cardenal Walter Kasper dijo una vez: discutimos sobre qué marco poner a nuestros cuadros cuando nuestra casa está en llamas.

Al final: la preparación del sermón. Recuerdo a un cohermano, párroco y rector de un santuario mariano en la zona alpina de la diócesis de Celje. Tenía fama de buen predicador. Un fin de semana viví con él. El domingo, a las cinco de la mañana, oí a este sacerdote caminar por el pasillo y hablar en voz alta. Pensé que tenía invitados. Pero no habló con nadie. Practicaba su homilía, que decía dos horas después; practicaba el énfasis del contenido y también la retórica; hablaba como si tuviera delante una iglesia llena de gente. Esto significa preparación.

Preparar bien la homilía significa respetar a Aquel de quien se va a hablar y a quienes se va a hablar.

**ALIIS**

Respeta al destinatario, pues. Y así pasamos a ALIIS. ¿Quiénes son los oyentes del primer anuncio?

El Evangelio de Cristo ha dado la vuelta al mundo. El cristianismo es la primera religión verdaderamente global, dicen los sociólogos. Sin embargo, dos tercios de la humanidad aún no han oído hablar de Cristo, dos tercios de la humanidad esperan el primer anuncio. Se trata principalmente de miembros de los grandes sistemas religiosos: islamismo, hinduismo, budismo... incluido el pueblo chino.

En estos ámbitos, el primer anuncio está relacionado con el diálogo interreligioso. Nuestro antiguo Padre General Josep Abella, ahora obispo auxiliar de Osaka, Japón, dijo: Antes reconocíamos a un buen misionero por su labor social, hoy lo reconocemos por su capacidad para el diálogo interreligioso.

Surge la pregunta: ¿el diálogo y el primer anuncio se excluyen mutuamente? ¿Cómo puede ser un buen misionero aquel que ante todo refuerza el diálogo con los no creyentes? ¿Se puede decir, en el clima del diálogo, que no hay más salvador que Jesucristo? La respuesta es: la naturaleza del diálogo es la búsqueda de la verdad. El diálogo es ya un acto de verdad. Quien no confía en el diálogo no confía en Cristo ni en el interlocutor. Por eso existe el anuncio a través del diálogo.

El apóstol Pedro nos exhorta a estar "siempre dispuestos a responder a todo el que os pregunte acerca de la esperanza que hay en vosotros" (1 Pe 3,15). Este "quien os pregunte" es nuestro destinatario, el no creyente. En el diálogo, en efecto, llega naturalmente el momento en que el no creyente pregunta al creyente sobre el núcleo de la fe. El primer anuncio no se produce sólo porque el misionero lo desee, sino también porque el no creyente se lo pide. Si se interesa por Cristo y si se siente atraído por Cristo, es su humanidad la que se eleva hacia Dios. El misionero predicador es a veces sólo un instrumento menor en este acontecimiento de gracia y conversión.

No debemos dejarnos confundir. El mundo ha puesto la evangelización cristiana bajo sospecha. Se nos acusa de proselitismo. Aceptemos las críticas del mundo y hagámosles frente, pero no debemos permitir que nuestra evangelización se detenga bajo la presión de los poderes de este mundo. Las personas que de momento no creen en Cristo y siguen esperando el primer anuncio serán también nuestros jueces al final de los tiempos.

En las tierras de antigua tradición cristiana, el primer anuncio es a menudo, en efecto, el primer anuncio, sobre todo en contacto con los emigrantes o en contacto con el ateísmo casi centenario de ciertas partes de Europa (tercera generación de secularizados en los Países Bajos, masas de no bautizados en Alemania oriental...). Pero hay otra situación aún más frecuente: cuando el primer anuncio es "como si fuera el primero". Es la situación de la nueva evangelización, que encontramos en prácticamente todos los patios parroquiales de Europa. Los destinatarios del anuncio "como si fuera el primero" son ex cristianos o cristianos abandonados e indiferentes.

En las misiones *ad gentes,* el predicador misionero todavía puede contar con un auténtico deseo de Dios. La pregunta es: ¿puede contar también con un auténtico deseo de Dios en las ciudades y pueblos secularizados de nuestra Europa? Creemos que Dios no ha abandonado a todos estos pueblos europeos y que en todos ellos permanece un *cor inquietum* agustiniano. Sin embargo, el predicador misionero debe ser cauto: debe asumir que hay una herida espiritual y moral en el pueblo.

Recordemos la frase de San Juan Pablo II. en su exhortación Ecclesia in Europa: "La cultura europea da la impresión de una 'apostasía silenciosa' por parte del hombre saciado que vive como si Dios no existiera". El mismo hecho de que el Papa polaco hable de "apostasía" nos permite vislumbrar un drama espiritual. Las personas que se han alejado se han alejado de un amigo (Dios, su representante) y de una comunidad (la Iglesia). La forma en que se alejaron fue 'silenciosa'. La razón principal no era muy "ruidosa", metafísica, intelectual, de protesta; más bien, se alejaron "silenciosamente" porque estaban "saciados" de los bienes de esta tierra.

La predicación misionera debe tener en cuenta este frágil estado espiritual, caracterizado también por la culpa, la ignorancia, el engaño, la mundanidad despreocupada. Pero también debe tener en cuenta la prehistoria cristiana de estos pueblos.

Muchas veces Cristo en ellos no ha sido cancelado, sino puesto en estado de *espera*. Si es necesario, Cristo se pone en estado *on*, encendido. No en vano dijo el Papa polaco que estos europeos "viven como si Dios *no* existiera" - *etsi Deus non daretur*. No son ateos. Para ellos, Dios puede existir ontológicamente, pero quieren vivir sus vidas de tal manera que Dios mismo no exista. El predicador puede dirigirse a estas personas con palabras amables, porque al fin y al cabo no son hostiles a Dios ni a la Iglesia. Muchos de ellos abandonarán su condición de *espera* en la vejez y la enfermedad y se interesarán por la espiritualidad y la Iglesia.

Al mismo tiempo, el predicador misionero debe ser consciente de que esos destinatarios también pueden enfrentarse a difíciles dilemas morales y emocionales: sobre la vida familiar y de pareja y también sobre la cultura de la muerte. Cuando predica a estas personas, ¿sabe cuántas mujeres han abortado? ¿Sabe cuántos hombres estuvieron implicados?

Mi dilema personal como predicador es cómo hablar del aborto. No tengo miedo de decir que el aborto es un pecado. Me da miedo decirlo de tal manera que aumente el sufrimiento y la desesperación de alguna mujer que esté en la iglesia en ese momento y busque una salida a su triste situación.

La otra situación del primer anuncio, que es "como si fuera el primero", es una situación de herida profunda: algunas personas se han alejado de Dios y de la Iglesia porque un sacerdote o una comunidad eclesial les ha ofendido profundamente. Por ejemplo: los abusos sexuales en la Iglesia. En este punto, la predicación misionera debe ser también una forma de contrición y arrepentimiento. Walter Kasper escribió que la mejor manera de criticar a la Iglesia es hacer penitencia por la Iglesia.

Además, en Eslovenia existe un fuerte anticlericalismo ideológico, cultivado principalmente por élites políticas de izquierdas, ex comunistas, fuertes en la cultura, los medios de comunicación y el capital. Estas personas se interesan constantemente por la Iglesia y buscan constantemente la polémica con obispos y sacerdotes. Su ateísmo es militante e ideológico. El predicador esloveno, que se enfrenta a estas personas, puede caer rápidamente en la tentación de llevar a cabo una predicación misionera en el terreno de la lucha cultural y las connotaciones políticas. Yo mismo, a menudo envuelto en polémicas con esta gente, intento ser fiel a una regla sencilla: en Twitter polemizar, en la homilía prácticamente nunca.

**COMERCIO**

El acto de transmitir un mensaje durante un sermón requiere que el oyente esté físicamente presente, preferiblemente en el mismo espacio que el orador. Hoy en día, esta fisicalidad se relativiza, sobre todo a causa de los medios de comunicación e Internet. Por otra parte, las iglesias de toda Europa están cada vez más vacías. Incluso en las misiones populares, vemos que la predicación se limita cada vez más a los que asisten regularmente a la iglesia, y los alejados acuden cada vez menos. La cuestión es cuándo tendrá el misionero la oportunidad "física" de dirigirse a las personas a las que va dirigido el primer anuncio.

Creo que esta pregunta es redundante. Creo que hoy es necesario tomar en serio toda predicación y asumirla como misionera. El espíritu de apostasía se cierne sobre la gente y es necesario predicar en todas partes el mensaje original de Cristo. Recordemos que nunca sabemos exactamente quién nos escucha y cuál es su estado moral y espiritual. Tal vez haya entre los oyentes muchas más personas alejadas de Cristo de lo que imaginamos.

Hay, por supuesto, ocasiones en las que el predicador sabe con certeza que frente a él hay muchos cristianos incrédulos, medio creyentes y almas *en espera*, tal vez incluso algunos de los terribles anticlericales. Estas ocasiones en nuestro país son las grandes ceremonias eclesiásticas, especialmente la misa de medianoche en Navidad; luego las grandes tradiciones, en nuestro país especialmente la bendición de la comida de Pascua; ocasiones especiales para el primer anuncio son también acontecimientos como bodas y funerales. Dios es muy favorable a la gente en estos momentos y la gente está abierta a escuchar la Palabra. Por consiguiente, el predicador debe estar a la altura del acontecimiento; debe prepararse bien. Sobre todo, debe tener cuidado de no utilizar estas ocasiones especiales para reprender, diciendo: has venido hoy, si no, no puedo verte.

Pero tampoco hay que subestimar los sermones ordinarios. A pesar de Internet y de la disminución de la asistencia, el predicador sigue dirigiéndose principalmente a las personas que están físicamente frente a él y han venido a escucharle. Entendemos esto como un potencial.

Michael White y Tom Corcoran, en su *best-seller* pastoral Rebuilt, entre otras cosas, escriben cómo transformaron su parroquia (en Estados Unidos) con una simple renovación de la homilía dominical. En algún momento se dieron cuenta de cómo la homilía dominical conserva su papel central incluso en tiempos de la nueva evangelización.

Escriben: "La predicación de la Palabra de Dios es, junto con los sacramentos, una de las cosas más importantes que se pueden hacer para formar discípulos, y es aún más importante cuando se quiere atraer a los que están perdidos. Para los perdidos y para aquellos para quienes el camino de seguir a Jesús es nuevo, el sermón dominical es el elemento más decisivo de la experiencia dominical, ya que todavía no entienden ni saben apreciar la Eucaristía."

Antes de dar consejos sobre cómo predicar hoy, White y Corcoran discuten diversos tipos de predicación que obstaculizan la evangelización. Brevemente: la predicación como círculo bíblico, como charla entre mujeres fieles al sacerdote, cómo hablar a los seminaristas, cómo convencer a los convencidos, los tópicos quejumbrosos, el humor tonto, la comedia, la mera lectura de sermones ajenos, el reciclaje de sermones antiguos, la falsa profundidad, la confesión pública y la jactancia...

Para Eslovenia, según mi opinión, hay tres formas en las que los sermones son inadecuados para las exigencias de la nueva evangelización: dos están relacionadas con el contenido y una con la liturgia.

Primero. El sermón no es muy bíblico. Cuando volví de Italia a Eslovenia, más concretamente de Milán, donde el Card. Martini, me di cuenta de que aquí se predica la Biblia, pero no el sermón a la Biblia. En primer plano estaba la enseñanza moral, los deberes eclesiásticos, los sacramentos... y la Biblia se utilizaba como soporte de estos contenidos.

Segundo. A los predicadores eslovenos les gusta desarrollar un género literario de lamentación. Con el avance de la secularización, la situación parece empeorar. Los sermones se vuelven amargos, los sacerdotes vierten en ellos sus decepciones pastorales. Esto es especialmente cierto en el este de Eslovenia, donde los sacerdotes permanecen en la misma parroquia hasta 40 o incluso 50 años. Cuando eran jóvenes, sus parroquias florecían, pero ahora están desapareciendo y esto les causa dolor, dolor que luego entra en su predicación.

En tercer lugar, litúrgico. Las Santas Misas en Eslovenia suelen estar llenas de introducciones, explicaciones y anuncios. A veces parece como si el sacerdote pronunciara tres sermones durante la misa, y no uno. Como se suele decir: cuando se quiere abarcar demasiado, todo se va de las manos.

En cuanto al arte de la oratoria, los autores White y Corcoran citan a San Agustín, quien a su vez cita a Cicerón, que escribió: "*Docere necessitatis est, delectare suavitatis, flectere victoriae // Es necesario demostrar, es bueno deleitar, es propio de la victoria convencer*". En otras palabras, para una buena predicación, especialmente la del primer anuncio, diríamos, hay que: enseñar bien, alegrar y tender a convencer.

Enseñanza. Tengo experiencia como predicador dominical habitual en mi parroquia, como predicador misionero en otras parroquias, de vez en cuando predico retiros, a veces también ejercicios espirituales, soy catequista parroquial y catequista de scouts, también hablo en la radio y escribo artículos y, en los últimos años, también novelas. Me he dado cuenta de que hay muchos contenidos que la gente no conoce y que pueden ayudarles a aceptar mejor el Evangelio. Hay mucho que enseñar y mucho que explorar. Por ejemplo: una vez hice un fin de semana scout con notas espirituales con la ayuda de viejos cuentos de hadas eslovenos, en los que buscaba un mensaje evangélico. Ese es uno. En segundo lugar, con todo esto no subrayamos el kerigma básico. El grito: *¡Cristo ha resucitado - aleluya!* nunca se consuma. Pero, por supuesto, el misterio de la resurrección se puede contar de cien maneras, como ya he dicho, también con la ayuda de la sabiduría popular y los cuentos de hadas. Aquí es donde entra en consideración la pata del estudio, de la que hablé en la primera parte.

Dar alegría. Dijimos: el predicador debe ser un hombre de esperanza. Una vez preguntamos al gran psicólogo, el sacerdote Anton Trstenjak, cuál es el mayor problema del catolicismo esloveno. Respondió lacónicamente: la larga sombra del jansenismo. La predicación jansenista partió de la desesperación del hombre. El jansenismo hizo mucho daño y es uno de los padrinos del ateísmo moderno en Europa. A pesar de los tiempos oscuros, la virtud de la esperanza nos enseña que el hombre es bueno y que en algún lugar del horizonte oscuro siempre hay una puerta abierta de par en par hacia la luz, hacia una salvación. La esperanza nos atrae hacia esa puerta. El sermón debe evocar sentimientos positivos y una cierta alegría silenciosa ya en el acto mismo de escucharlo. Por ejemplo: a Herodes le gustaba escuchar a Juan el Bautista, aunque Juan le reprendía mucho. Pero detrás de esto hay algo más que la alegría de la buena retórica. ¿Por qué le gustaba a Herodes escuchar a Juan? Porque en algún lugar de su interior sentía que se abría una puerta a la luz. ¡Que ésta sea la ley de la predicación misionera de hoy!

Convencer. En italiano, la palabra convincere deriva de la palabra vincere. En esloveno, sin embargo, convencer - *prepričati* está relacionado con la palabra testigo - *priča*. Es decir, es necesario contar algo a alguien tan bien y con tanta sinceridad y autoridad que también se convierta en testigo de ello, aunque no lo haya visto o experimentado personalmente. Por ejemplo: nos llamamos testigos de la resurrección de Cristo, aunque los verdaderos (testigos oculares) fueran algunas mujeres y los apóstoles, en rigor sólo dos soldados en el sepulcro. Y esta es la finalidad de la predicación. Para que el oyente se convenza y se convierta él mismo en testigo.

Gracias por escucharme.