

[17]

**EL APÓSTOL PABLO  
MODELO DE EVANGELIZADOR  
PARA LA IGLESIA DE HOY**

Guillermo J. Garlatti

EL PROCESO DE COMUNICACIÓN DEL EVANGELIO

**1. La Iglesia y su misión evangelizadora**

La obra de la evangelización es indudablemente una de las preocupaciones que más acucia a la Iglesia de nuestro tiempo. Si Jesucristo se hizo hombre para "inaugurar en la tierra el Reino de los cielos", se hace necesario -hoy más que nunca- que "la Iglesia o reino de Cristo, presente actualmente en misterio, por el poder de Dios" crezca "visiblemente en el mundo".<sup>1</sup>

A fin de lograr esto, la Iglesia ha recibido "la misión de anunciar el reino de Cristo y de Dios e instaurarlo en todos los pueblos".<sup>2</sup> Ahora bien, una plena instauración del reino de Dios, tal como -a la luz del Nuevo Testamento- la entiende el concilio Vaticano II, se realizará solamente en la medida en que la buena noticia del Evangelio, conforme al designio de Dios, sea también proclamada en nuestro tiempo.

La Iglesia, precisamente porque "está integrada de un elemento humano y otro divino",<sup>3</sup> alcanzará este objetivo y, en consecuencia, cumplirá con su misión siempre y cuando se manifieste auténticamente "en Cristo como un sacramento", es decir, como un "signo e instrumento de la unión íntima con Dios y de la unidad de todo el género humano".<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> *Lumen Gentium*, 3.

<sup>2</sup> *Lumen Gentium*, 5.

<sup>3</sup> *Lumen Gentium*, 8.

<sup>4</sup> *Lumen Gentium*, 1.

[18] De lo dicho ya se puede inferir que la Iglesia, en cuanto vivificada por el Espíritu y en la medida que siga las huellas de Jesucristo, se constituye en el primer "agente" de la evangelización. Pero sólo si asume en plenitud esta responsabilidad realizará históricamente su función de "sacramento universal de salvación".<sup>5</sup> Esta misión, que la Iglesia ha de asumir conscientemente porque emana de una "exigencia radical de su catolicidad", debe al mismo tiempo impulsarla y motivarla para que se esfuerce cada día más "en anunciar el evangelio a todos los hombres".<sup>6</sup>

La palabra "sacramento", que el concilio Vaticano II en la "Lumen Gentium" aplica a la Iglesia, es utilizada "para expresar la unidad polar entre lo humano y lo divino, lo invisible y lo visible, que se realiza tanto en la historia del antiguo como en la del nuevo pueblo de Dios y, especialmente, en la Encarnación del Logos Divino".<sup>7</sup>

Afirma San Agustín que "no es otro el misterio de Dios, sino Cristo".<sup>8</sup> Por ello, desde este punto de vista y antes que la Iglesia, el mismo Jesucristo se constituyó en el único y definitivo sacramento de la revelación del Padre y de la perfecta unión de Dios con los hombres. Jesucristo es, en efecto, el centro y el culmen de la revelación, porque "palabra hecha carne, 'hombre enviado a los hombres', habla las palabras de Dios (Jn 3,34) y realiza la obra de la salvación que el Padre le encargó (cfr. Jn 5 36; 17,4)".<sup>9</sup>

Sin embargo, conviene reafirma que, en el tiempo que media entre la ascensión del Señor a los cielos y su segunda venida, la Iglesia, porque es su Cuerpo en la tierra, ha sido constituida en un verdadero instrumento visible para que se manifieste plenamente en la historia la salvación de Cristo.<sup>10</sup>

---

<sup>5</sup> *Lumen Gentium*, 48; *Ad Gentes*, 1.

<sup>6</sup> *Ad Gentes*, 1.

<sup>7</sup> P. Smulders, "La Iglesia como sacramento de la salvación", en: *La Iglesia del Vaticano II*, Juan Flors, Barcelona, 1966, I, pág. 381.

<sup>8</sup> S. Agustín: "Non est enim Dei mysterium, nisi Christus, in quo oporteat vivificari mortuos in Adam; quia 'sicut in Adam omnes moriuntur, sic et in Christo omnes vivificabuntur' (1 Cor 15,22), quemadmodum superius disseruimus". Cfr. Epístola 187, XI, 34, en: *Obras de San Agustín*, BAC, Madrid, 1953, XI, pág. 732.

<sup>9</sup> *Dei Verbum*, 4.

<sup>10</sup> Cfr. Y. Congar *Un pueblo mesiánico*, Cristiandad, Madrid, 1976, págs. 89-119.

[19]

## **2. La evangelización como proceso de comunicación**

Lo enunciado hasta aquí suscita, sin duda alguna, una serie de interrogantes. ¿Cómo logra la Iglesia encarnar históricamente esta misión? O, dicho de otra manera, esta teología de la Iglesia, ¿de qué forma se puede poner en práctica para que se haga realidad en las diferentes condiciones histórico-sociales? Porque, en efecto, es necesario tornar conciencia de que la evangelización no es sólo un problema que deba resolverse en un plano puramente teórico o especulativo, sino que, por su propia naturaleza, tiene también connotaciones netamente prácticas. Todo esto se funda en el hecho de que la evangelización, por ser un acontecimiento salvífico, debe necesariamente desenvolverse y realizarse en el plano de las realidades históricas.

En este sentido, no se puede negar que en la actualidad, sobre todo después del concilio Vaticano II, se ha ido despertando en todos los estratos de la Iglesia una conciencia cada vez más clara acerca de la necesidad de la evangelización. Sin embargo, este hecho, muy positivo y auspicioso en sí mismo, puede verse en gran medida frustrado si, paralelamente, no se toma conciencia también acerca del problema de la evangelización como proceso y como acto de comunicación.

Y así, desde esta perspectiva, si se considera el término evangelizar en un sentido amplio, se puede afirmar que el mismo hace referencia a la proclamación, al anuncio, a la enseñanza, a la transmisión, etc., es decir, a la acción de dar a conocer o de comunicar una realidad. De esta manera, evangelización viene a ser sinónimo de comunicación del Evangelio como mensaje y realidad salvífica. Ahora bien, el problema surge cuando se trata de determinar cómo y en qué condiciones se debe realizar concretamente la transmisión del Evangelio.

Por esta razón, tanto la Iglesia como todo agente de la evangelización, si quieren llevar realmente a la práctica el anuncio del Evangelio, no pueden de ninguna manera soslayar el problema del proceso de comunicación. No plantearse esta cuestión podría conducir, inevitablemente, no sólo a la mera realización formal de una serie de tareas, sino también a la ineficacia de todo el esfuerzo evangelizador.

Por lo demás, ésta fue, en última instancia, una de las más grandes preocupaciones que se suscitaron en el Sínodo de Obispos sobre la evangelización de 1974. Esta preocupación quedó reflejada de una manera muy clara en la *Evangelii Nuntiandi* del Papa Pablo VI. El mencionado documento afirma al respecto

[20] que "la fidelidad a un mensaje del que somos servidores, y a las personas a las que hemos de transmitirlo intacto y vivo, es el eje central de la evangelización". Pero, a fin de lograr esto, es necesario plantearse también tres preguntas acuciantes: "¿Qué eficacia tiene en nuestros días la energía escondida de la Buena Nueva, capaz de sacudir profundamente la conciencia del hombre? ¿Hasta dónde y cómo esta fuerza evangélica puede transformar verdaderamente al hombre de hoy? ¿Con qué métodos hay que proclamar el Evangelio para que su poder sea eficaz?".<sup>11</sup>

No cabe ninguna duda, aun cuando ello pueda parecer simple, que todos los elementos enunciados en este párrafo de la *Evangelii Nuntiandi* son los que integran y constituyen tanto el proceso de evangelización como el hecho de la comunicación del Evangelio. De esta manera, se puede apreciar que la tarea de la evangelización, por ser una realidad eminentemente dinámica implica, desde el punto de vista de su ejecución, dos momentos íntimamente conectados entre sí: el proceso como tal y su forma concreta de realización.

De esto se sigue, en última instancia, que el planteo en torno al proceso de evangelización y a su forma concreta de realización conduce inevitablemente a la pregunta, sin duda ineludible para quien se sitúe en una perspectiva realista, de si la Iglesia "es más o menos apta para anunciar el Evangelio y para insertarlo en el corazón del hombre por convicción, libertad de espíritu y eficacia".<sup>12</sup> .Ahora bien, tanto la Iglesia como todo agente de la evangelización, podrán alcanzar este objetivo únicamente si tienen en cuenta que la evangelización es un "proceso" que, históricamente, se realiza en el "acto" de comunicación del Evangelio.

### **a. El proceso de evangelización**

Se suele denominar "proceso" en el sentido amplio de la palabra, a las diversas partes o componentes que manifiestan un fenómeno. Normalmente un fenómeno es siempre algo complejo. Por lo general, es un todo que se compone de elementos diversos. Por eso, cuando se logra establecer la serie de fases que integran un fenómeno, se puede afirmar que las mismas constituyeron

---

<sup>11</sup> *Evangelii Nuntiandi*, 4.

<sup>12</sup> *Evangelii Nuntiandi*, 4.

[21] un proceso. Todo proceso implica, por lo tanto, una diversidad de fases o de elementos, pero integrados en el contexto de la unidad de un hecho o de un fenómeno. De esta manera, por así decirlo, un proceso supone un desarrollo a través del cual se va realizando y actuando, en su totalidad, el así llamado fenómeno en cuanto tal.

La evangelización, si se la analiza desde esta perspectiva, es en definitiva un proceso de comunicación. Y toda comunicación humana se realiza, en el plano psicológico, mediante la palabra, que es el signo más noble y adecuado que posee el hombre para ponerse en una situación de interrelación personal con los demás. En este sentido, K. Bühler "distingue tres funciones en la palabra: 1, significación o representación de un objeto; 2, llamada o invitación, estímulo a la reacción; 3, manifestación de la situación interior del que habla".<sup>13</sup>

Considerada desde esta perspectiva, la palabra es evidentemente el eje sobre el cual y a partir del cual se construye el proceso de evangelización. Pero no hay que olvidar que la evangelización se sustenta sobre la Palabra de Dios, la cual desempeña al mismo tiempo una función de signo y de realidad. En efecto, la Palabra de Dios, precisamente porque tiene un valor noético y dinámico, no sólo posee en sí la capacidad de significar sino también de realizar plenamente lo que ella significa.

Si bien no se puede dejar de tener en cuenta este aspecto, con todo es posible aplicar en cierta medida a la evangelización los principios que definen todo proceso de comunicación. Y, en este sentido, un proceso comunicativo tiene, en su punto de partida, un emisor y, como término definitivo hacia el cual apunta éste, un receptor, que es el objeto y el fin del proceso en sí.

Pero entre el emisor y el receptor se tiene que dar necesariamente un medio, que ejerce la función de nexo o puente entre el uno y el otro. Se trata, como se puede apreciar, del denominado "medio de comunicación". Así, por ejemplo, un mensaje, una idea, una noticia, el conocimiento de un hecho, etc., desde el punto de vista psicológico y gnoseológico, si no es recogido en un signo de índole peculiar -que puede ser un término, un gesto, una voz, etc.-, que se convierte en la luz a través de la cual el mensaje pasa, jamás podrá llegar del emisor al receptor. Los así

---

<sup>13</sup> K. Bühler *Sprachtheorie; Die Darstellungsfunktion der Sprache*. Jena, 1934. (Citado por Y. Congar en : *La fe y la teología*, Barcelona, Herder 1970, pág. 147.)

[22] llamados medios de comunicación social, formalmente hablando, no son otra cosa que instrumentos a través de los cuales la noticia (signos, gestos, etc.) se traspaasa o traslada del emisor al receptor.<sup>14</sup>

En este sentido, los medios de comunicación se encuentran, por una parte, total y plenamente al servicio del mensaje y, por otra, se orientan directamente al receptor, a fin de que el mensaje pueda hacer impacto en él. De esta forma, el mensaje no sólo podrá ser aprehendido, comprendido o experimentado, sino que también suscitará una respuesta positiva en el mismo receptor.

Ahora bien, si se analiza el proceso de comunicación del Evangelio, tal como lo presenta el Nuevo Testamento y de una manera particular la teología paulina, se puede constatar que en el mismo se dan, salvadas las distancias y las características propias de la revelación, los mismos elementos que definen todo proceso de comunicación. Por tal motivo, el proceso de comunicación del Evangelio, en cuanto fenómeno de rasgos muy peculiares, se compone de tres elementos o fases.

### *1 ) El Evangelio como punto de partida*

El Evangelio, en cuanto mensaje que debe ser anunciado, constituye el punto de partida y, por consiguiente, la primera fase del proceso de comunicación. Por eso la *Evangelii Nuntiandi*, en el texto citado anteriormente, lo denomina "mensaje". Se trata de un mensaje que debe ser comunicado y proclamado de una manera pública, solemne y oficial. Y debido a que este mensaje contiene y es portador de la misma salvación, puesto que tiene su origen en Dios y está integrado en su economía salvífica, debe poseer -por naturaleza propia- las dos características fundamentales de ser conservado y transmitido en forma "intacta" y "viva".

---

<sup>14</sup> La noción de proceso es utilizada en la actualidad en el campo de la psicología, de la sociología, de la pedagogía, etc., para describir, justificar o explicar los respectivos fenómenos. Cfr. F. Dorsch, "Proceso", en: *Diccionario de Psicología*, Barcelona, Herder 1981, cols. 727-728 ; Th. Erismann *Psicología General II*, México, U.T.E.A. 1960, págs. 249ss.; H. Schoeck, "Procesos sociales", en: *Diccionario de Sociología*, Barcelona, Herder 1977, col. 567; M. Laertg, "Proceso", en: *Vocabulario de Pedagogía*, Barcelona, Herder 1971, col. 267; V. García Hoz *Principios de Pedagogía sistemática*, Madrid, RIALP 1968, págs. 24-25.

[23] El mensaje evangélico debe ser mantenido intacto no sólo porque proviene de Dios, sino también porque es portador de Dios y de su salvación. Y por lo tanto no puede ser de ninguna manera menoscabado. Pero debe ser, además, transmitido como un mensaje vivo porque la salvación cristiana no se alcanza a través de una ideología, ni consiste en realidades intramundanas, sino que se centra en la posesión plena y definitiva del Dios viviente, que se manifestó al mundo mediante el escándalo y la sabiduría de la Cruz de Jesucristo (1 Cor 1,17ss.).

## 2 ) *Los hombres como término*

El Evangelio, por constituir un mensaje que tiene por contenido al mismo Dios que se comunica como salvación, está al mismo tiempo total e intrínsecamente orientado a los hombres. Por eso los hombres son los que constituyen la segunda fase o el término del proceso de evangelización. Todo el Nuevo Testamento y, de manera peculiar, San Pablo, ponen un énfasis muy grande sobre este aspecto. Los hombres de todos los tiempos son, indudablemente, los destinatarios de la salvación y los llamados a ser justificados por la fe en Jesucristo. Este aspecto ha sido puesto de relieve de una manera muy especial por la *Evangelii Nuntiandi*, cuando dice expresamente que la Iglesia debe mantener una "fidelidad" plena no sólo al mensaje, sino también a "las personas" a las que hay que transmitirlo.<sup>15</sup>

De allí que, a medida que el Evangelio vaya transformando a los hombres, irá cambiando a la vez, por su misma fuerza salvífica, toda realidad histórico-cultural<sup>16</sup> en la que el hombre desenvuelve su existencia. Y, según la teología paulina, esta salvación, orientada primordialmente al hombre, tiene igualmente -a causa de la conexión intrínseca existente entre Dios, Cristo, el hombre y el mundo- un alcance cósmico. Por eso el Evangelio, en la medida en que transforma al hombre, cambiará también la historia, la cultura y el mundo.

---

<sup>15</sup> *Evangelii Nuntiandi*, 4.

<sup>16</sup> Cfr. CELAM *La Evangelización en el presente y en el futuro de América Latina*, nn.385-443.

[24]

### 3 ) *La Iglesia como agente*

La Iglesia constituye la tercera y última fase del proceso de evangelización. Aquí la Iglesia, porque se desempeña como "sacramento universal de salvación",<sup>17</sup> ejerce una función de intermediación. La Iglesia es una comunidad de salvación que está integrada por "todos los santificados en Cristo Jesús" (1 Cor 1,2). Pero, en cuanto "comunidad evangelizada y evangelizadora",<sup>18</sup> tiene el deber de convertirse, como se dijo antes, en el primer agente de la evangelización. Por eso ejerce al mismo tiempo una función eminentemente arquetípica. Todos los miembros de la Iglesia, según la función para la que han sido elegidos y los carismas con que han sido investidos,<sup>19</sup> están también llamados a asumir responsablemente la tarea de la evangelización. Pero dicha tarea ha de desempeñarse, para que sea plenamente eficaz, con una total actitud de servicio. La fidelidad al mensaje y a los hombres deben ser las notas distintivas que caracterizan el servicio de la Iglesia. Ello se debe a que la Iglesia y todos sus miembros, porque son agentes de la evangelización, están destinados a convertirse, simultáneamente, en auténticos servidores del mensaje y de los hombres. Este aspecto de la Iglesia es explicado de múltiples formas y de una manera muy clara en los escritos paulinos. Por su parte, la *Evangelii Nuntiandi* -como ya se dijo- pone de relieve que la característica de los "servidores", en el proceso de comunicación del Evangelio, es tanto la "fidelidad" al mensaje como a las "personas" a quienes éste se ha de "transmitir intacto y vivo".<sup>20</sup> Por tal motivo, la Iglesia tiene absoluta necesidad de "ponerse en contacto con el patrimonio de la fe", que "debe preservar en toda su pureza" y, a la vez, "presentarlo a los hombres de nuestro tiempo" con los medios a su alcance "de una manera comprensible y persuasiva".<sup>21</sup>

---

<sup>17</sup> *Lumen Gentium*, 48; *Ad Gentes*, 1 y 5.

<sup>18</sup> *Evangelii Nuntiandi*, 13.

<sup>19</sup> Cfr. Y. Congar *Un pueblo mesiánico...*, págs. 93ss.

<sup>20</sup> *Evangelii Nuntiandi*, 4.

<sup>21</sup> *Evangelii Nuntiandi*, 3.

[25]

## **b. La evangelización como acto de comunicación**

Estos tres elementos o tres fases del proceso de evangelización adquieren sentido, como un todo unitario, solamente cuando entran en una interrelación mutua en el acto de evangelización o, lo que es lo mismo, en la acción comunicadora. La evangelización, precisamente porque es una tarea que la Iglesia ejecuta en el marco de las situaciones histórico-sociales, es una acción eminentemente dinámica.

Por esta razón la *Evangelii Nuntiandi* habla del "eje central de la evangelización". Esto significa que, en la práctica, todas las fases del proceso giran en forma unitaria, no sólo como conectadas entre sí sino también como impulsadas por una fuerza común. Esta fuerza común tiene su origen en la acción comunicadora, que emana tanto del impulso vigoroso del mensaje –que se manifiesta como gracia- y de la expectativa de los destinatarios, como así también de la disponibilidad del agente transmisor, que sin duda alguna se siente atraído y estimulado por el uno y por los otros. De esta manera, la acción comunicadora pone en marcha y en funcionamiento el proceso, imprimiéndole el dinamismo que le corresponde para que así pueda alcanzar su finalidad.

Ahora bien, siguiendo las orientaciones trazadas por la *Evangelii Nuntiandi*, son también tres los factores principales sobre los cuales se estructura la acción comunicadora o el acto de comunicación del Evangelio. Estos factores, que además tienen un sólido fundamento en los principios y en las actitudes paulinas concernientes a la evangelización, son los que ponen en marcha en el plano real el acto de evangelización en sí, en cuanto constituye una verdadera comunicación.

### *1 ) El Evangelio como palabra eficaz*

La Buena Noticia del Evangelio, debido a que contiene el misterio de Dios revelado en Cristo (Rom 16,25-27), posee intrínsecamente una fuerza y una eficacia propias. Este es el primer factor, absolutamente necesario y determinante, del acto de evangelización y de toda la acción comunicadora. San Pablo afirma que "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"

[26] (1 Cor 2,4-5). Y esta eficacia, por emanar del Espíritu que vivifica a la Palabra de Dios, posee una vigencia perenne.

Sin embargo, la *Evangelii Nuntiandi* se pregunta: "¿Qué eficacia tiene en nuestros días la energía escondida en la Buena Nueva, capaz de sacudir profundamente la conciencia del hombre?".<sup>22</sup> Tal pregunta apunta al hecho de que la fuerza del Evangelio, si es capaz de "sacudir profundamente la conciencia del hombre", debe hacerlo lógicamente con una eficacia propia.

Pero el contexto de la frase da a entender que no siempre es así. Porque hay momentos o puede haber circunstancias en las cuales esa energía se torna ineficaz. Y ello se debe, no a su falta de capacidad, sino al hecho de que, en la acción evangelizadora en cuanto tal, puede perder su fuerza comunicativa. La causa de esto puede originarse en varios motivos: ya sea en la falta de receptividad del oyente, ya sea en la incapacidad o inadecuación del medio y del agente que impiden que el proceso de evangelización se convierta en una auténtica acción comunicadora.

No se puede negar, por consiguiente, que el proceso de evangelización, cuando se lo quiere transformar concretamente en una acción evangelizadora, puede verse trabado porque algún elemento no funciona como corresponde y entonces no se produce la comunicación en sí. Es por esto que tiene sentido la pregunta acerca de la "eficacia en nuestros días". Con esta expresión se hace también hincapié en la historicidad de la acción evangelizadora, la cual, por ser un hecho salvífico que responde a un designio, se tiene que concretar necesariamente en el ámbito de la historia. Solamente en este contexto el proceso en sí no es abordado como una realidad puramente especulativa, sino como un acto o una acción salvífica que se manifiesta en la comunicación del Evangelio.

A pesar de lo cual, puede suceder por un lado que el mensaje no sea presentado o formulado históricamente como corresponde y, por otro, que sea rechazado por un hombre que no se encuentra en condiciones de recibirlo o que, deliberadamente se cierra ante el mismo. Pero esto no implica de ninguna manera que el mensaje pierda su eficacia intrínseca, sino que por el contrario debe ser presentado en forma tal que "su energía escondida" sea "capaz de sacudir profundamente la conciencia del hombre".

Lo dicho permite apreciar que la comunicación es un todo de características muy complejas. Por lo tanto, la acción evangeli-

---

<sup>22</sup> *Evangelii Nuntiandi*, 4.

[27] zadora podrá ser plenamente eficaz siempre y cuando todos los factores que la componen se interrelacionen, de una manera adecuada, en el marco de las circunstancias históricas en las que se realizan. Por lo demás, este aspecto, tan importante y muy positivo en sí, ha sido puesto de relieve de una manera muy especial en nuestros días por los estudios efectuados en tomo al fenómeno de la comunicación.<sup>23</sup>

## 2) *El hombre como llamado a la Fe*

El segundo factor determinante de la acción comunicadora lo constituye el término de la misma, es decir, el "hombre de hoy". Este aspecto está implícito también en el pasaje ya citado de 1 Cor 2,4-5. Pues bien, toda comunicación, para que sea auténticamente tal, debe convertirse en una intercomunicación. Ello se debe a que un mensaje comunicado es acogido en plenitud sólo cuando suscita y se produce una respuesta favorable en el receptor. En el acto de comunicación del Evangelio es la fe, que entra por el oído, la que constituye el fundamento de la respuesta al mensaje y al contenido del Evangelio. Por eso la fe es correlativa al mensaje del Evangelio y se origina únicamente si existe la acción comunicadora. Y en cuanto respuesta, además de ser libre, es una obediencia que se fundamenta, según San Pablo, en el "poder de Dios" que se manifiesta por el "poder del Espíritu" (1 Cor 2,4-5).

La fe puede ser suscitada solamente en un hombre que está condicionado en un espacio y en un tiempo. Por este motivo, solamente en aquél que tiene la experiencia de "los gozos y las esperanzas, las tristezas y las angustias de los hombres",<sup>24</sup> podrá

---

<sup>23</sup> Cfr. J. Luft *Introducción a la dinámica de grupos*, Barcelona, Herder 1978, págs. 71-74: "Por comunicación se entiende a un tiempo lo que se expresa verbalmente y lo que se expresa no verbalmente. El término se aplica, pues, tanto a los vocablos y a los pensamientos articulados como a los sentimientos no articulados; la comunicación concierne a las intenciones de quien comunica, como también a las impresiones recibidas por aquellos a quienes va dirigida. Puede ser formal, como en el caso de las informaciones distribuidas en una organización por los canales regulares; o informal, como en el caso de las interacciones entre amigos reunidos en torno a unas tazas de café»

<sup>24</sup> *Gaudium et Spes*, 1.

[28] nacer una respuesta de fe mediante la comunicación del Evangelio. La fe, en efecto, es prerrogativa del hombre histórico. De lo cual se sigue que, aun cuando la misma sea una anticipación de las realidades eternas,<sup>25</sup> surge necesariamente mediante la acción comunicadora del Evangelio que, por propia naturaleza, está destinada "al hombre de hoy".

Pero la *Evangelii Nuntiandi* se pregunta también "hasta dónde y cómo esta fuerza evangélica puede transformar verdaderamente al hombre de hoy". No se puede, por cierto, dudar que el Evangelio posee objetivamente una fuerza transformadora, capaz de cambiar de veras al hombre. Es por esto que el núcleo del problema consiste en determinar qué alcance tiene la expresión "hasta dónde y cómo".

No es fácil en pocas palabras encontrar una respuesta satisfactoria a esta cuestión, Desde una perspectiva negativa, tal vez se la pueda encontrar con bastante facilidad en el caso de que el hombre, consciente y deliberadamente, se cierre de una manera absoluta ante la interpelación del mensaje. Pero incluso en este caso cabría preguntarse por qué motivo.

Tal vez sea posible, teológicamente hablando, encontrar un principio de solución para este interrogante en el texto ya citado de San Pablo. El apóstol había llegado a la plena convicción de que, a fin de que los corintios obtuvieran una real conversión, no se había acercado a ellos "con el prestigio de la elocuencia o de la sabiduría" (1 Cor 2,1) y que su mensaje "no tenía nada de la argumentación persuasiva de la sabiduría humana" (v. 4), "para que no basaran su fe en la sabiduría de los hombres, sino en el poder de Dios" (v. 5).

¿No serán acaso la Iglesia o los agentes de la evangelización quienes no siempre, al realizar la acción evangelizadora, se han dejado guiar por estos principios? Al respecto, es preciso no olvidar que la verdadera fuerza y eficacia de la comunicación del Evangelio radican en el poder de Dios, que actúa en el corazón del hombre. Pero la acción de Dios se hace presente mediante la necesaria intermediación de la Iglesia o del agente. Y a pesar de que tanto el sujeto receptor como el agente pueden convertirse en un obstáculo para el Evangelio, sin embargo es preciso tener

---

<sup>25</sup> S. Tomás de Aquino, partiendo de Hebr 11,1, define a la fe como un "habitus mentis quo inchoatur vita aeterna in nobis, faciens intellectum assentire promissis non apparentibus"; cfr. *De Veritate* q.4, a.2; *II-II*, q.4, a.1. Cfr. *Dei Verbum*, 5.

[29] en cuenta también, todavía hoy, que el Evangelio es "poder de Dios para la salvación de todos los que creen" (Rom 1,16).

Es posible que, sólo a la luz de esta perspectiva, se pueda encontrar una respuesta que satisfaga a esta pregunta. Tal respuesta, asimismo, debe ser dada no sólo por los agentes que intervienen en la acción evangelizadora (Iglesia, apóstol, cristiano, etc.), sino también por los hombres que son sus destinatarios y el objeto de esta acción: "yo planté y Apolo regó, pero el que ha hecho crecer es Dios. Ni el que planta ni el que riega valen algo, sino Dios, que hace crecer" (1 Cor 3,6-7; cfr. Rom 8,3-4).

Esta acción de Dios implica, como contrapartida y por parte del hombre, "la obediencia de la fe", mediante la cual se entrega libremente a Dios y le ofrece el homenaje total de su entendimiento y voluntad. La fe, a su vez, proviene de la gracia del Espíritu Santo "que abre los ojos del espíritu y concede a todos el gusto en aceptar y creer la verdad".<sup>26</sup>

Es aquí en donde se puede encontrar, en gran medida, la respuesta a la pregunta de "hasta dónde y cómo la fuerza evangélica puede transformar al hombre de hoy". En efecto, habrá verdadera transformación hasta donde el hombre, frente a una adecuada comunicación del Evangelio por parte del agente, sea receptivo y esté dispuesto a dejarse cambiar por la fuerza del Evangelio que se le comunica, dejándolo penetrar en su conciencia y en su corazón. ¿Cómo? Por medio de la acción evangelizadora mediante la cual se suscita la gracia de la fe, que es el fundamento de toda la vida cristiana y que se origina en el Evangelio.

### *3) La Iglesia como instrumento del mensaje*

Ya se ha señalado que en el proceso de evangelización, por ser una realidad de índole muy peculiar, la Iglesia se constituye en "sacramento universal de salvación". Ahora bien, el ejercicio práctico de esta función debe conducir a que el Evangelio, en cuanto mensaje y acontecimiento salvífico realizado en Cristo, pueda penetrar realmente en las profundidades de la conciencia y del corazón de los hombres.

Es a partir de este momento cuando la Iglesia comienza a desempeñar un papel preponderante. La Iglesia, pues, en su condición de arquetipo y agente de la acción comunicadora,

---

<sup>26</sup> *Dei Verbum*, 5.

[30] se constituye en el tercer factor que dinamiza el acto de la evangelización. Se trata, por supuesto, de un factor fundamental, pero que realiza una función meramente intermediaria: la de ser, como se dijo, "servidora" del mensaje y de los hombres. Y dentro de la Iglesia se integran, según los ministerios y dones que el Espíritu ha concedido a cada uno, todos los demás agentes. Ello se funda en el hecho de que "la presentación del mensaje evangélico no constituye para la Iglesia algo de orden facultativo: está de por medio el deber que le incumbe, por mandado del Señor, con vistas a que los hombres crean y se salven".<sup>27</sup>

#### a) *Métodos y medios eficaces*

La Iglesia, porque está integrada también de un elemento humano y porque debe convertirse en un verdadero nexo entre el mensaje y los hombres, se tiene que valer necesariamente de medios peculiares de comunicación. Sin ellos le es ciertamente imposible comunicarse. Y estos medios, a fin de que sean eficaces, tendrán que ser usados conforme a los resultados positivos de la experiencia y a las exigencias metodológicas de las modernas ciencias de la comunicación. Por esta razón, la *Evangelii Nuntiandi* se pregunta también "con qué métodos hay que proclamar el Evangelio para que su poder sea eficaz".<sup>28</sup>

No cabe duda que, desde el punto de vista del acto de comunicación, el Evangelio será transmitido en forma eficaz solamente en la medida en que se usen los métodos más idóneos.<sup>29</sup> En este sentido, la *Evangelii Nuntiandi* circunscribe muy bien el núcleo de la cuestión cuando afirma que "este problema del cómo evangelizar es siempre actual, porque las maneras de evangelizar cambian según las diversas circunstancias del tiempo, lugar, cultura;

---

<sup>27</sup> *Evangelii Nuntiandi*, 5.

<sup>28</sup> *Evangelii Nuntiandi*, 4.

<sup>29</sup> La cuarta parte de la *Evangelii Nuntiandi*, referida a los "Medios de Evangelización", señala simplemente algunos de entre los más importantes y que ya han adquirido un lugar preponderante en la Iglesia por su valor teológico o por su eficacia pastoral. Pero afirma explícitamente también que los Pastores de la Iglesia tienen "el deber de descubrir con audacia y prudencia, conservando la fidelidad al contenido, las formas más adecuadas y eficaces de comunicar el mensaje evangélico a los hombres de nuestro tiempo"; cfr, n. 40.

[31] por eso plantean casi un desafío a nuestra capacidad de descubrir y adaptar".<sup>30</sup>

*b ) El agente según la concepción paulina*

Todo lo dicho es indudablemente muy cierto, aun cuando no sea éste el aspecto que se quiere poner de relieve en las presentes consideraciones. Es por cierto bien conocido que todo método o técnica suponen convicciones, actitudes, contenidos, etc. Estos son los elementos indispensables que otorgan eficacia y dinamizan en forma adecuada la aplicación concreta de los métodos. Y como la evangelización es un acto de índole muy peculiar, de ninguna manera se puede descuidar este aspecto.

En este sentido, conviene recalcar que el punto de partida y el presupuesto fundamental de la acción comunicadora del Evangelio radica en el hecho de que la Iglesia, en cuanto evangelizadora, "comienza por evangelizarse a sí misma... tiene necesidad de ser evangelizada, si quiere conservar su frescor, su impulso y su fuerza para anunciar el Evangelio... Se evangeliza, a través de una conversión y una renovación constantes, para evangelizar al mundo de manera creíble".<sup>31</sup>

Estos presupuestos ponen de manifiesto la necesidad absoluta que tiene la Iglesia de asumir una serie de disposiciones y de actitudes muy peculiares para que pueda cumplir cabalmente con su misión de comunicar el Evangelio. De esta manera se podrá apreciar mejor por qué el ejercicio de la función de "agente" de la evangelización, que le corresponde primordialmente a la Iglesia y -en su medida- a todos los que la integran, supone, con relación a un recto uso de los medios, la existencia previa de contenidos, convicciones, actitudes y disposiciones, que conformen y configuren el sentido del método o de la técnica que se va a aplicar concretamente.

El apóstol San Pablo, en el texto citado de 1 Cor 2,4-5, lo señala claramente cuando dice que "mi palabra y mi predicación no tenían nada de la argumentación persuasiva de la sabiduría humana... para que ustedes no basaran su fe en la sabiduría de los hombres". En realidad, Pablo tiene plena conciencia que está

---

<sup>30</sup> *Evangelii Nuntiandi*, 40.

<sup>31</sup> *Evangelii Nuntiandi*, 15.

[32] anunciando el Evangelio de Cristo, pero -como se sabe apóstol, es decir, agente- está completamente convencido también de que, en la acción evangelizadora, ejerce una función de mero intermediario. Y, en su condición de intermediario, debe valerse de un "método". Por eso dice "mi palabra" y "mi predicación" (*"ho logos mou kai to kerygma mou"*).

Ahora bien, su palabra y su predicación no se fundan en "argumentaciones persuasivas de la sabiduría", para que la fe de los creyentes no se apoye "en la sabiduría de los hombres". Por consiguiente, según esto, lo que hace eficaz e imprime dinamismo a la función del agente, que en la acción evangelizadora pronuncia "su" predicación, es el hecho de que la misma adquiere sentido y se fundamenta exclusivamente "en la demostración del poder del Espíritu" (*"en apodéixei pnéumatos kai dynámeos"*). De esta manera la fe, como respuesta humana, se sustenta "en el poder de Dios" (*"en dynámei Theóu"*).

Esto significa que, en el contexto de este pasaje, no se puede comprender cabalmente la expresión "en argumentaciones (= discursos) persuasivos de sabiduría" (*"en peithóis sophías lógois"*) si no se la contrapone, como la misma estructura literaria lo indica a través de una partícula adversativa (*"alla"*), a la expresión "en la demostración del poder del Espíritu" (*"en apodéixei pnéumatos kai dynámeos"*).

Si se hace esto, a lo más se podrá decir que la sabiduría humana persuade (*"peithos"*) o convence, mientras que el Espíritu es el que tiene la verdadera capacidad demostrativa de probar o comprobar en la realidad (*"apodeixis"*) con la fuerza de la evidencia. En griego el adjetivo *"peithos"* hace referencia al don o a la capacidad de convencer a los demás. Por eso Pablo dice que "la fuerza de persuasión de su predicación no es fruto de la retórica de la sabiduría humana, sino que deriva de la demostración del Espíritu y del poder".<sup>32</sup>

Por su parte, el término *"apodeixis"* (demostración), que deriva de *"apodeiknymi"*, significa demostrar o comprobar. Según esto, el texto haría referencia a que el fundamento último de la fe se encuentra en el poder del Espíritu. De esta manera, el Espíritu sería el que otorga al creyente, que acepta la predicación y la palabra del apóstol, la seguridad absoluta acerca del objeto de su fe. Pero *"apodeixis"* puede evocar también la noción de manifestar, y entonces habría que traducir "en la manifestación

---

<sup>32</sup> Cfr. R. Bultmann, "Peithos", en : *GLNT*, IX, cols, 1374-1375.

[33] del poder del Espíritu". Así interpreta el texto la variante "*en apokalypsei*" del códice D (Claromontanus), corroborando de este modo el sentido de manifestación. Y, según esto, se haría referencia a que el kerygma no se fundamenta en persuasiones humanas, sino en la mera "manifestación del poder del Espíritu".<sup>33</sup>

De todas formas, el texto permite establecer sin duda alguna que el Espíritu demuestra o manifiesta porque es sinónimo de "poder" ("*dýnamis*"). Y, en relación con la Palabra de Dios, es el único que tiene la capacidad de demostrar o manifestar. De hecho, en el pasaje, "*pneuma*" y "*dýnamis*" se refieren por igual a "*apodeixis*" (cfr. Rom 15,13.19) y, por consiguiente, se hace referencia a que el Espíritu es al mismo tiempo un poder que transforma y mueve al ser desde dentro, contrariamente al "*logos*" (discurso) que persuade y puede convencer solamente desde fuera, es decir, desde la argumentación de la sabiduría humana.

Al formular este planteo, Pablo define también la naturaleza de su propio ministerio: no es un maestro más de sabiduría sino un testigo de la cruz de Jesucristo. Por eso la "*dýnamis*", en última instancia, no se refiere primordialmente a la manera o a la forma como el apóstol presenta el mensaje, sino más bien al contenido mismo del mensaje que manifiesta al Espíritu, es decir, la potencia sobrenatural "de Cristo y por lo tanto la potencia salvífica de Dios que, a través de Cristo, regenera a los creyentes con una nueva vida".<sup>34</sup> Todo esto está expresado implícitamente en la fórmula, muy rica en contenido, "*en dynamei Theou*" del v. 5.<sup>35</sup>

Por esta razón, según lo indica expresamente el v. 5, la fe de los corintios no se funda en "sabiduría de hombres" sino en el "poder de Dios". Aquí también la expresión "sabiduría de hombres" se contrapone, mediante la partícula adversativa "*alla*", a "poder de Dios" (cfr. Rom 1,20). Esto significa que el poder de Dios y del Espíritu se encuentran tanto en el origen (mensaje)

---

<sup>33</sup> Cfr. W. Grundmann, "Dynamai", en: *GLNT*, II,1542-1543: tanto el adjetivo "*peithos*" como el sustantivo "*apodeixis*" son "*hapaxlegómenon*" en el NT.

<sup>34</sup> Cfr. W. Grundmann, *op. cit.*, 1542-1543.

<sup>35</sup> Según W. Grundmann "la expresión '*en dynameis Theou*' podría ser cambiada con la expresión '*en pneumatí*' o '*en Christoi*'; existe una unión intrínseca entre '*Christos*', '*pneuma*' y '*dýnamis*'. Cfr, *op. cit.*, 1543.

[34] y en el término (hombre = fe) de la evangelización, como así también en el agente del acto de comunicación, aun cuando éste, en calidad de instrumento, sea el que simplemente pronuncia "su" palabra y "su" predicación (v. 4).

Es posible deducir, a partir de lo dicho, que la palabra y la predicación del agente, en la ejecución concreta de la acción evangelizadora, podrá en cierta forma persuadir, es decir, conducir al oyente hasta el umbral de la fe, pero jamás demostrar con el poder de Dios y del Espíritu. En tal sentido se puede decir que la predicación del agente no ejerce otra función que la de ser un mero signo de credibilidad, mientras que el poder de Dios tiene la capacidad manifestativa y demostrativa de suscitar la fe en el interior del hombre.<sup>36</sup>

De esta manera, para que el acto de comunicación del Evangelio sea eficaz, necesita llevar la impronta del poder de Dios. Sin embargo, conviene recalcar una vez más que este poder, que es también poder del Cristo crucificado, no puede llegar hasta el hombre si no pasa a través del anuncio del agente. Por eso Pablo dice: "Después de todo, ¿quién es Apolo, quién es Pablo? Simples servidores por medio de los cuales ustedes han creído, y cada uno de ellos lo es según lo que ha recibido del Señor" (1Cor 3,5).

Por lo tanto, quienquiera sea el agente, el acto de comunicación del Evangelio debe ser siempre realizado con una disposición de "*diakonía*". En el texto citado aparece la expresión "*diákonoi di'hon epistéusate*". El "servidor", tal como lo indica la partícula "*dia*", ejerce la función de mero intermediario en relación con el mensaje y con la respuesta de fe que éste suscita en el oyente. De esta manera, el agente, en su condición de "*diakonos*", es un instrumento vivo a través del cual el mensaje simplemente pasa y llega a los hombres.

De este planteo teológico se siguen algunas derivaciones, que Pablo presenta con una gran agudeza de penetración en 1 Cor 1,23-24. El pasaje muestra que el anuncio de Jesucristo crucificado es para algunos un "escándalo" ("*skándalon*") y para otros una "estupidez" ("*moria*").<sup>37</sup> La propia experiencia apostólica, vivida con una extraordinaria profundidad teológica, le permitió a Pablo llegar a esta conclusión que, si bien puede parecer un tanto pesi-

---

<sup>36</sup> Cfr. S. Tomás de Aquino *De Veritate*, q.14, a.8 ad 5; a.12; *S. Th.*, II-II, q.1, a.2 ad 2: "Actus credentis non terminatur ad enuntiabile sed ad rem".

<sup>37</sup> Cfr. también los vv. 18 y 21; 2,14; 3,19.

[35] mista, con todo engloba una gran dosis de realismo. Y, dada la condición humana, todo agente de la evangelización que quiera anunciar como corresponde el Evangelio, tendrá que enfrentarse necesariamente con esta misma situación.

No hay duda de que el Evangelio seguirá siendo siempre para muchos hombres un escándalo, esto es, una ocasión de caída, rechazo o aborrecimiento y una estupidez, es decir, objeto de necedad y locura. Sin embargo, según el v. 24, "para esos que han sido llamados" ("*autóis de tois klétois*"), se convertirá en "poder y sabiduría de Dios" ("*dýnamis kai Theóu sofía*").

Por esta razón la Iglesia, en su condición de agente de la evangelización, a ejemplo de Pablo y como dice 1 Cor 2,1, no debería jamás acercarse a los hombres para anunciarles "el misterio"<sup>38</sup> de Dios con el prestigio de la elocuencia o de la sabiduría ("*kath' hyperochen logou e sofias*"). El término "*hyperochen*" evoca la idea de poder más fuerte o de autoridad más excelsa (cfr. 1 Tim 2,2) que poseen quienes están puestos por encima de los demás como superiores, ya sea porque se destacan por sus condiciones ya sea porque ejercen efectivamente el poder.<sup>39</sup>

Por el contrario, en lo concerniente a la evangelización, el único prestigio debe estar sustentado en "el poder y la sabiduría de Dios" (1 Cor 1,24), que se manifiesta en Jesucristo crucificado. San Pablo encuentra la razón de ser de todo esto en el hecho de que Dios, como el Espíritu, es "*dýnamis*". Por eso que, según 1 Cor 1,18, la predicación de la cruz de Jesucristo, que es una estupidez para los que se pierden, se convierte en "*dýnamis*" de Dios para los que se salvan. Además, esa "*dýnamis*" de Dios es al mismo tiempo "*sofía*" de Dios (v. 24), que se manifestó visible y patentemente en la cruz de Jesucristo.

En esta formulación de la teología paulina se encuentra indudablemente una de las razones más importantes que posibilitan vislumbrar el misterio de por qué Jesucristo, según el v. 30, se convirtió en "sabiduría para nosotros de parte de Dios" ("*sofía hemin apo Theou*"), la cual no es otra cosa que "justicia, santificación y redención" ("*dikaíosýne te kai hagiasmós kai apolýtrois*").

---

<sup>38</sup> Aquí, con muchos códices muy bien autorizados, es preferible leer "misterio" ("*mysterion*") y no "testimonio" ("*martyrion*"). Por lo demás, esto queda ratificado con una simple lectura atenta de la estructura del relato.

<sup>39</sup> Cfr. F. Zorell *Lexicon Graecum Novi Testamenti*, col. 1367.

[36] Estos son los motivos que permiten comprender, según la concepción teológica de San Pablo, por qué es única y exclusivamente el poder de Jesucristo crucificado el que en la realidad puede conducir, en orden a la evangelización y al conocimiento de la fe, no sólo a una verdadera y auténtica persuasión ("*peithos*"), sino también y sobre todo a lo que, en la concepción paulina, se puede llamar una plena manifestación o demostración ("*apodeixis*") que permita el nacimiento de un verdadero conocimiento de fe, fundado en la experiencia de la manifestación del mismo Dios.

Lo dicho hasta aquí explica, además, la razón por la cual todo método o procedimiento que el agente de la evangelización necesariamente debe utilizar; tanto en el proceso como en el acto de la evangelización en cuanto tal, no podrá ser nunca del todo eficaz si previamente no está compenetrado de todas estas actitudes, convicciones y contenidos teológicos, que la teología paulina pone de relieve de una manera tan profunda. De lo cual se sigue, como consecuencia lógica, que tanto la Iglesia por su función arquetípica como el resto de los agentes de la evangelización, para que su tarea sea eficaz según el plan de Dios, deben asumir en este punto el mismo comportamiento de San Pablo y seguir una idéntica dirección. De esta forma San Pablo se convertirá, una vez más, en un verdadero maestro de cómo también la Iglesia de hoy debe encarar su proyección pastoral en el mundo.