

VER:

Cuando llega el mes de diciembre, las empresas de publicidad, asociaciones de telespectadores y también algunos medios de comunicación suelen elegir “el mejor anuncio del año”. Una página web (www.marketingdirecto.com) indica “10 consejos para redactar un buen mensaje publicitario”, que pueden resumirse así: 1) El protagonismo no es del anunciante; 2) Utilizar un lenguaje comprensible; 3) Exponer el mensaje de forma breve; 4) Despertar el interés, ser imaginativos; 5) Resultar creíbles; 6) Pensar en los destinatarios; 7) Utilizar los medios adecuados; 8) Se requiere trabajo previo; 9) Ofrecer el producto de diferentes formas; 10) No dar lugar a malentendidos. Los expertos en publicidad utilizan estos criterios y el resultado es que todos recordamos algunos anuncios que se nos han quedado grabados en la memoria, por mucho que pasen los años.

JUZGAR:

Estamos a punto de celebrar la Navidad. Éste tendría que ser “el mejor anuncio del año”. Pero algo que ya apuntábamos la semana pasada es que mucha gente celebra la Navidad por simple tradición, quedándose en lo externo (luces, adornos, comilonas, regalos...) pero sin entrar en el verdadero sentido de la Navidad, que es el religioso. Y muchas de estas personas han ido a colegios religiosos, o han asistido por lo menos a catequesis de Primera Comunión... pero no les ha quedado nada.

Sabiendo que la misión evangelizadora de la Iglesia no consiste en “vender un producto”, sí que debemos revisar qué ha fallado en nuestro anuncio para que a tantas personas no les haya dejado huella en su vida, no les quede apenas ni el recuerdo. Y para ayudarnos, la Palabra de Dios de este Tercer Domingo de Adviento nos ofrece la figura de Juan el Bautista, el gran “anunciador”.

De algún modo, él sigue bastantes de esos “consejos” para ofrecer un buen mensaje publicitario:

Tiene claro que él no es el protagonista de su anuncio: *Yo no soy el Mesías.*

Utiliza un lenguaje comprensible, expuesto de forma breve: a las preguntas, sólo responde: *No.*

Despierta el interés de quienes le escuchan: *¿Quién eres? ¿Qué dices de ti mismo?*

Resulta creíble y, pensando en sus destinatarios, utiliza conceptos e ideas que son familiares a ellos: *Yo soy «la voz que grita en el desierto: Allana el camino del Señor» (como dijo el profeta Isaías).*

No da lugar a malentendidos: *Yo bautizo con agua; en medio de vosotros hay uno que no conocéis... al que no soy digno de desatar la correa de la sandalia.*

Teniendo presente el ejemplo de Juan el Bautista, podemos revisar nuestra acción evangelizadora, individualmente y como Iglesia: quizá asumimos demasiado protagonismo, en lugar de ser “testigos de la luz”; o bien no utilizamos un lenguaje adecuado, y nos “enrollamos” en vez de ir al grano, a lo esencial; no despertamos interés, ni siquiera curiosidad; quizá adolecemos de falta de creatividad e imaginación para ofrecer el Evangelio de siempre pero con nuevos medios y nuevas formas; nuestra incoherencia, la separación entre fe-vida-celebración, hace que no resultemos creíbles; no tenemos en cuenta la situación personal y los procesos de quienes reciben el anuncio del Evangelio; no sabemos ser buenos transmisores de lo que creemos, celebramos y vivimos, incluso nos da reparo decirlo; tampoco nos preparamos con una formación adecuada, más bien la rechazamos; damos lugar a malentendidos y confusiones, no mostramos con claridad “el producto” que es Cristo.

Además de otros factores, quizá esta mala “publicidad” haya provocado que en muchos casos nuestro “anuncio” no sea recordado ni haya dejado huella en quienes en su día lo recibieron.

ACTUAR:

¿Qué anuncios publicitarios recuerdo? ¿Por qué se me quedaron grabados? ¿Qué me llama la atención de Juan el Bautista? ¿Cómo me autoevalúo respecto a mi modo de anunciar el Evangelio? ¿Y cómo evalúo a mi parroquia, Asociación, Movimiento...? ¿Qué parte de responsabilidad tengo?

El objetivo de un anunciante es ayudar a sus potenciales clientes a conseguir algo que en realidad ya desean. El ser humano tiene un deseo infinito de amor, de felicidad, de plenitud; frente a este deseo, ojalá seamos, como Juan el Bautista, buenos anunciadores, porque tenemos “el mejor anuncio del Año”: el nacimiento del Hijo de Dios, el único que puede colmar todos nuestros deseos.