La Misión evangelizadora de la Campaña

Hace 20 años, en el 1999, El arzobispo de Madrid, relator general del Sínodo de Europa, presentó un amplio panorama sobre la situación del cristianismo de Europa de fines del siglo XX, delineando un perfil de la sociedad europea, formada por hombres que se sentían soberanos de sí mismos, centro del universo, y que podía tener cualquier tipo de conducta que su razón le mostrara, (**inmanentista**), también observo un «achatamiento» cultural y político de doctrinas e ideologías, el de una resignación ante la imposibilidad práctica de ofrecer un proyecto de renovación para el futuro de Europa».

Y se preguntaba:

> **¿Sobre qué valores construir hoy la vida y el hombre?**
> **¿Sobre qué verdades, sobre qué motivaciones vitales?**

Y respondía:

> **sobre ninguna verdad**, pues ya no se cree en la verdad del hombre;
> **sobre ningún valor estable**, pues se piensa que ya no existan valores permanentes;
> **sobre ningún ideal**, fuera del goce inmediato que la vida pueda ofrecer».

«*El humanismo inmanente lleva a la crisis de la ideología del progreso indefinido y, por lo mismo, a la resignación dentro del horizonte efímero del placer cotidiano*».

"*Es un diagnóstico duro, pero certero, de las sociedades desarrolladas de Europa. Todavía no es aplicable a América Latina, (1999) pero hay el riesgo real que en poco tiempo pueda llegar a serlo……"* Arzobispo de Madrid, relator general del Sínodo de Europa

Esto no tardó mucho tiempo en extenderse también en América Latina.

Hoy podemos hacer una lectura de la situación por la cual atravesamos.

Hoy podemos organizarnos en torno a **tres grandes desafíos** que la comunidad ha de afrontar en este de milenio que vivimos:

1. Derrumbe de una estructura socio-cultural.

El paso de una sociedad agrícola a una sociedad urbana está suponiendo el cambio de una mentalidad cristiana tradicional a una mentalidad laica y pragmática.

En la sociedad agrícola todo ayudaba al cristiano a vivir su propia fe religiosa: el ambiente familiar y social, las tradiciones, la religiosidad, los valores, todo llevaba el sello cristiano.

En la sociedad urbana predomina la lucha por mejorar el propio nivel económico, el dinero y el tener se convierte en el primer valor, la sed de disfrute inmediato arrastra inconteniblemente.

La ciudad, con sus ritmos de trabajo y de ocio, con su oferta de bienestar, con el bombardeo de los medios de comunicación va creando en el hombre una actitud **pragmática** (busca lo práctico, la utilidad) , **racionalista**,(Todo conocimiento que posea un individuo debe estar basado en la razón) **hedonista** (es una doctrina moral que establece la satisfacción como fin superior y fundamento de la vida**)consumista** y **subjetivista** (la fuente de todo conocimiento y de cualquier verdad depende de cada individuo).

2. Derrumbe de una estructura moral.

De una visión moral unitaria, inspirada en los valores evangélicos estamos pasando a una visión pluralista, subjetivista, relativista, **escéptico** inspirada en una nueva escala de «valores»: el dinero, el tener, la libertad desgajada de la verdad; y por nuevos modelos de vida: el éxito, el culto al cuerpo, el disfrute inmediato prefiere un pensamiento débil y fragmentario que no le comprometa a nada.

Es decir, una moral guiada por «consensos mayoritarios» y hecha a la medida de cada cual.

Humberto Eco define nuestra época como la ***época del feeling***, el sentimiento, sobre la verdad. Se vive de impresiones, de impactos sensoriales o emocionales, de lo efímero.

3. Derrumbe de una estructura religiosa y eclesial:

El paso de un ambiente cristiano único y unitario a un «pluralismo religioso» con una miríada de ofertas religiosas.

El hombre de hoy se encuentra ante una suerte de «supermercado religioso», en el que aplica el expeditivo «método» del «sírvase Ud. mismo», terminando por construirse un credo religioso a su gusto y medida al estilo de la «New age».

Causa y efecto a la vez es la crónica ignorancia religiosa de nuestro pueblo, el constante debilitamiento en su fe católica, los nuevos «*mentores o maestros de su fe*» ya no son el párroco, los padres de familia, los maestros de la escuela, la Iglesia, sino medios de comunicación, los intelectuales del momento, la gente del espectáculo y del deporte, el partido, los políticos y los legisladores.

Por otro lado, la escuela, el deporte, la TV, el trabajo, la discoteca ya no dejan espacio para ir a la parroquia y para profundizar en el conocimiento y vivencia de su fe cristiana.

Poco a poco nos encaminamos hacia un tipo de hombre cristiano que acepta pacíficamente el divorcio entre su vida real, privada, familiar y profesional, y su fe cristiana.

El hombre actual, religiosamente hablando, está a la intemperie; ya no lo arropa un clima de cultura cristiana. Está expuesto al bombardeo cruzado de múltiples propuestas de confesiones religiosas, substitutos y lenitivos de su conciencia.

Nunca como hoy proliferan y se multiplican las sectas o las religiones tradicionales no cristianas; nunca como hoy ha sido tan intenso el proselitismo de las confesiones cristianas no católicas,

Ante este terremoto cultural, moral y religioso, nos preguntamos desde la responsabilidad del Evangelio de Jesucristo que hemos de anunciar:

¿Qué debemos hacer? ¿Cómo debemos actuar?

Desde el encuentro de Juan Pablo II en Haití y hasta nuestros días, la Iglesia en Latinoamérica se ha sentido especialmente motivada a una renovación de su pastoral y servicio a los hombres, teniendo en cuenta los momentos actuales en que se viven.

A este proyecto global, basado en el compromiso de los cristianos y en la fuerza Pentecostal del Espíritu, se lo ha denominado **"Nueva Evangelización"**

Movimiento Apostólico de Schoenstatt

Sabemos que el Padre Kentenich fue, por sobre todo, un profeta para los tiempos más nuevos, **fundó la Obra de Schoenstatt para ponerla al servicio de la Iglesia** y Schoenstatt ha sido llamado por Dios en un cambio extraordinario de época, en la que se inicia una nueva etapa de la historia. Schoenstatt, adelantándose a lo que la Iglesia viviría a partir de la segunda mitad del siglo XX, desde sus comienzos se sintió llamado a tomar la bandera del apostolado.

Ya, en sus viajes internacionales, después de la segunda guerra mundial, el **P. Kentenich**, con gran intuición sobrenatural, descubre el potencial apostólico que existe en América Latina. Pudo seguir de cerca el deterioro moral y religioso de Europa, y estaba convencido de que los pueblos latinos, que durante siglos permanecieron más bien pasivos y receptivos, **debían ahora asumir una decisiva responsabilidad histórica.**

Por eso llamó al **Schoenstatt latinoamericano** a enfrentar un extraordinario desafío misionero. Con ello se adelantó a lo que, más tarde, los Papas proclamarían al referirse a América Latina, como "el continente de la esperanza" para la Iglesia universal.

Como movimiento apostólico quiso comprometerse a luchar por "la renovación religioso-moral del mundo en Cristo", haciendo suyas las banderas que, decenios más tarde, enarbolaría la Iglesia post conciliar.

Ya en los primeros tiempos, el P. Kentenich previno del peligro que se considerase a Schoenstatt como un club de auto santificación:

Schoenstatt es un movimiento, no una organización estática; es un organismo eminentemente dinámico.

Es un movimiento apostólico, impulsado por una fuerte conciencia de misión y orientado al compromiso evangelizador. Más aún, es un movimiento apostólico de renovación, que quiere animar eficazmente la vida de la Iglesia, para que ésta sea alma del mundo y plasme una nueva cultura.

Nada más ajeno a la naturaleza de Schoenstatt que encerrarse en sí mismo, desentendiéndose de los desafíos que plantea el tiempo actual al cristianismo.

El Movimiento de Schoenstatt se ha sentido convocado a sumarse a este esfuerzo de la Iglesia, haciendo suya la expectativa del Santo Padre San Juan Pablo II:

"*La Iglesia espera mucho de todos aquellos laicos que, con entusiasmo y eficacia evangélica, operan a través de los nuevos movimientos apostólicos, que han de estar coordinados en la pastoral de conjunto y que responden a la necesidad de una mayor presencia de la fe en la vida social" (Discurso inaugural del Santo Padre, 12 de octubre de 1992, n.27). J:P: II*

El Papa Francisco también aseguró que "*los movimientos y nuevas comunidades están llamados a curar las heridas producidas por una mentalidad globalizada que pone en el centro el consumo, olvidando a Dios y los valores esenciales de la existencia*".

La Iglesia tiene que dar hoy un paso adelante en su evangelización; debe entrar en una nueva etapa de de dinamismo misionero, afirma el papa Francisco (iglesia "en salida").

En esta nueva etapa histórica, los cristianos no sólo deben asumir el papel **apostólico y misionero** que les corresponde, sino también están llamados a **responder al extraordinario desafío evangelizador que entraña un mundo secularizado y envuelto en una espiral de desarrollo y cambios como nunca antes se había experimentado**.

Es el nuevo Adviento (Redemptor hominis, que se avizora al mirar el nuevo milenio. Entre las diversas agrupaciones de Schoenstatt, encontramos **la "Campaña del Rosario de la Virgen Peregrina".** A través de este escrito pretendemos mostrar cómo la **"Campaña" aporta originalmente a la Nueva Evangelización**.

1- La Nueva Evangelización

Cinco dimensiones aparecen como las más características para logar una nueva Evangelización:

• **El sujeto de la Nueva Evangelización** **es toda la Iglesia** y no sólo una parte de la misma. No es la jerarquía o los consagrados sus únicos responsables sino **todo el pueblo de Dios**.

• **Su objetivo** es formar personas y comunidades que, comprometidas con su fe, respondan a los desafíos que se les presentan en las diferentes situaciones de su vida (nr. ib. 26).

• **Los destinatarios** serán todos los hombres, sin distinción de clase social, opciones políticas, ambientes de vida, trabajo o profesión.

• **El contenido** de la Nueva Evangelización es **Jesucristo**, manifestación del amor misericordioso y fiel del Padre. Se trata de proclamar – tal como lo afirma la Evangelii Nuntiandi – "el nombre, la doctrina, la vida, las

promesas, el reino, el misterio de Jesús de Nazaret, Hijo de Dios" (Evangelii Nuntiandi, 22).

2. El desafío de la Nueva Evangelización

Para los Movimientos de Iglesia ha sido una de las constantes en los pontificados de promover a los Movimientos apostólicos surgidos en dependencia de la Iglesia.

De esta forma, ha permitido que el Soplo del Espíritu penetre con su vertiginosidad y refresque las aulas interiores de la misma:
"No extingan la acción del Espíritu, no desprecien las profecías, examínenlo todo y quédense con lo bueno" (Tes 5.19-21).

También ha protegido a estos Movimientos de ciertas tendencias un poco autoritarias de algunos dirigentes de Iglesia, instando así – como lo dice el Documento de Puebla – a que las autoridades competentes no sólo disciernan, sino valoren la multiplicidad y variedad de los carismas derramados en los miembros de la Iglesia (cfr. Documento de Puebla, 688).

Si pudiésemos percibir las ventajas que tienen los Movimientos respecto a la Nueva Evangelización (dependiendo en cada caso del Movimiento concreto) deberíamos mencionar – por de pronto – los siguientes aspectos:

a. Han nacido para responder a situaciones de crisis: soledad, agresividad, miedos, secularismo, ateísmo, indiferencia religiosa, anhelo de santidad en medio de un ambiente amenazador, etc. Son estos

justamente los desafíos ante los cuales se encuentra la Nueva Evangelización.

b. Los movimientos, siendo la mayoría de ellos de carácter laical, **alcanzan espacios donde la "Iglesia oficial" no llega**. Su carácter protagónico ayuda a la difusión del Mensaje. De allí que los Obispos insisten: *"Es necesaria la constante promoción del laicado, libre de todo clericalismo y sin reducción a lo intra-eclesial"* (SD, 97)

c. Tienen una gran conciencia solidaria y una vivencia fuerte en la oración. La fe compartida ayuda a no menguar la entrega, a no quedarse a mitad de camino ni claudicar ante las amenazas y contrariedades de un mundo ajeno a la fe.

d. Su carácter evangélico los puede conducir a un compromiso social y humanitario, presentando un rostro de Iglesia accesible para quienes se han distanciado por algún motivo de la institución oficial.

e. Son antídotos contra el crecimiento de las sectas. El avance de estas pone en jaque la pastoral de la Iglesia. Si bien hay esfuerzos para solucionar el problema, faltan los agentes que lleven adelante una nueva pastoral.

Es preciso colocar en el centro a la persona, promover la comunidad y la relación personal con Dios. Los Movimientos de Iglesia suelen tener medios idóneos para lograr estos objetivos. Dependerá del estímulo y aliento que reciban de las mismas instancias eclesiales (cfr. Discurso inaugural de Santo Domingo, n.12). 3.

3. Tres puntos de partida en el aporte de Schoenstatt

El aporte específico de Schoenstatt a la **Nueva Evangelización** hay que verlo dentro de un triple marco referencial:

1) **María.** Siendo Schoenstatt un Movimiento hondamente mariano, puede jugar un rol decisivo dentro de la Nueva Evangelización en Latinoamérica: **María cobra una gran importancia en la Nueva Evangelización.** Ella pertenece a la experiencia cristiana del pueblo latinoamericano. Es parte de la "identidad propia de los pueblos" latinos (cfr. Juan pablo II; Zapopán, 2). Hay gente que no participa activamente de la Iglesia pero tiene un acceso a lo eclesial a través del vínculo mariano.

La piedad mariana acoge quizás como ninguna otra, aspectos propios del **"alma" latina**, y por eso puede ser punto de partida para una real Evangelización:

- el fuerte acento de los vínculos humanos
- el carácter filial
- el elemento familiar.

María ayuda esencialmente a desarrollar estos tres aspectos de la vida cristiana (no sólo latinoamericana). **Ella despierta un "instinto evangélico" (Documento de Puebla, 285) para satisfacerlos:**

• **María, como hermana de los hombres** e intercesora ante su Hijo, sabe anudar vínculos. Las procesiones a lugares de peregrinación, como todas las devociones marianas, han sido convocantes. Ella es signo de "Ecclesia":

"No se puede hablar de Iglesia si no está presente María" (Marialis Cultus, 28).

• **Como Madre de Jesucristo, Ella es también nuestra madre**, donada en la cruz a todos los hombres. Ella aviva el corazón filial que late en cada persona, varón o mujer. De aquí que nos ayuda a cultivar el sentimiento filial ante Dios Padre, a través de su Hijo Jesucristo.

• **Como mujer, Ella tiene una presencia femenina**: crea ambiente familiar, despierta a la acogida, al amor y respeto por la vida. "Es presencia sacramental de los rasgos maternales de Dios. Es una realidad tan hondamente humana y santa que suscita en los creyentes las plegarias de la ternura, del dolor y de la esperanza" (Documento de Puebla, 291)

2) **La conciencia instrumental.** Como Movimiento "apostólico" Schoenstatt va despertando en los hombres una fuerte conciencia misionera. Sus miembros trabajan en diversos flancos apostólicos:

- **hacia dentro de la Iglesia** – asumen ministerios, servicios y funciones, coordinan comunidades de base, etc.
- **hacia afuera de la misma** – en la familia, los barrios, lo social, educacional, político, laboral. Para que esta conciencia misionera no decaiga, el Movimiento va cultivando una actitud fundamental: **la "conciencia instrumental"**.

Cada cristiano es un instrumento en las manos de Dios: a través suyo, Dios se hace presente, se manifiesta, transparenta, orienta, ayuda y conduce.

Cuando la Virgen María regala en sus santuarios las gracias del cobijamiento espiritual y de la transformación interior, es **para hacer de nosotros verdaderos apóstoles, instrumentos aptos en sus manos y enviarnos a trabajar en la viña del Señor.**

Nuestra Madre y Reina, la Compañera y Colaboradora de Cristo en toda su obra redentora, **anhela que cooperemos con ella y como ella en la obra redentora de Cristo.**

3) **El pensamiento de Alianza** El núcleo de la espiritualidad de Schoenstatt es **la Alianza de Amor que Dios sella con el hombre a través de María**. La Alianza es el pensamiento central de la Historia Salvífica. Schoenstatt lo asume, actualizando el Bautismo, que es la forma en que el cristiano se insiere en la Alianza salvífica.

La fuente de la Alianza hay que encontrarla en la intercomunión de amor en el seno trinitario. La Encarnación y el Misterio Pascual de Jesucristo nos dan acceso a esa Alianza: En Cristo participamos del misterio de Dios, y lo experimentamos, especialmente a través de los sacramentos.

La Alianza de Amor que Schoenstatt sella con María nos conduce a Jesucristo: "Per Mariam ad Christum", es la proclama que se tenía en los inicios del Movimiento. Y, por Jesús, al Padre. No hay otro camino para llegar a Dios que no transite por Jesús. Esta Alianza no se agota en la relación del hombre con Dios sino que lleva a la comunión entre los

hombres y se plasma en la vida cotidiana en comportamientos de aliados: **solidaridad, honestidad, servicio, justicia, reconciliación, amor al prójimo. Es hondamente activa y renovadora.**

La Campaña, un aporte original a la Nueva Evangelización

El Padre Kentenich afirmó cierta vez:

> "Nuestro sacerdotes jóvenes andan buscando una nueva pastoral: aquí la tienen. Lo que hace el señor Pozzobon es la pastoral que necesitamos.
> Él le brinda oportunidades a la Sma. Virgen para que Ella pueda manifestarse.

En la labor de Joao Pozzobon se hacen realidad, de manera visible, las palabras de Vicente Palloti: **Ella es la Gran Misionera, Ella obrará milagros".**

¿Qué es esta Campaña, cómo actúa, qué brinda en concreto?

El iniciador y pionero de la Campaña Joao Luiz Pozzobon es el iniciador de la "Campaña del Rosario de la Virgen Peregrina de Schoenstatt"

<u>Concepto:</u> La Campaña es una misión inserta en la Iglesia, un camino de pastoral moderno que tiene como fin específico la evangelización de las familias.

Objetivo: Joao Pozzobon expresó el objetivo de la Campaña en tres puntos principales:

- **Salvar la familia por medio de la gran Obra de Schoenstatt…"**
- **Encuentro con Jesucristo, su Hijo, y con Dios Trino…"**
- **Encuentro con la Santísima Virgen.**
- **Va al encuentro de todos, promoviendo la vivencia de los valores cristianos.**
- **Su fuerza de irradiación radica en que parte del Santuario y llega al pueblo con sus necesidades y preocupaciones**.
- **Siendo simple**, está al alcance de todos.
- **Tiene como soporte una espiritualidad sólida y una pedagogía eficiente.** Cuenta con una organización ágil, los que llevan la imagen – "misioneros" – y los que la reciben, van sintiéndose hermanados y pueden formar verdaderas comunidades.

Lo específico de la Campaña es la visita regular de la imagen de la MTA de Schoenstatt a familias, escuelas, cárceles, hospicios y hospitales.

Lo central es la consagración del corazón a la Santísima Virgen.

El "espíritu" de la Campaña. Corresponde al espíritu de la Campaña cultivar un estrecho contacto y colaboración con las parroquias. El párroco cuenta así con un medio evangelizador extraordinario, que acerca a las familias, promueve la vida sacramental y colabora para que la parroquia sea "comunidad de comunidades y de Movimientos" (Santo Domingo, 58).

El marco evangelizador de la Campaña

La experiencia en los años de trabajo con la Campaña ha señalado que la gran inquietud de la **Nueva Evangelización puede concretarse muy bien con la Campaña:**

La Campaña regala un nuevo ardor

No es un mero método pastoral, sino una **"mística"**. Se despierta una conciencia apostólica fuerte, un **"entusiasmo incontenible"** y un **compromiso que hace creíble el testimonio.** "Un entusiasmo incontenible en la tarea de anunciar el Evangelio"

El principio kentenijiano: *"la vida se enciende en la vida"* lleva al misionero a retroalimentarse con su trabajo apostólico.

La Campaña concreta nuevas expresiones.

La religiosidad popular hay que revitalizarla por dentro. La catequesis cobra un sesgo más universal:

• **Levantar Ermitas:** Además del factor evangelizador, suelen los vecinos de un lugar **levantar una ermitas**, donde la gente se reúne a rezar. Son lugares de presencia de lo sobrenatural, en medio de un mundo cargado de signos profanos o neutros.

• **Peregrinaciones**: El carácter peregrinante del pueblo se manifiesta en peregrinaciones organizadas por la gente de la Campaña, que le "devuelve la visita a la Virgen", saludándola en sus Santuarios.

• **Los símbolos cristianos** – la cruz, la medalla, la coronación, las imágenes de los santos – recobran nuevas dimensiones.

• **Uso de los sacramentales** – como el rosario, la entronización de la imagen de María o de Jesús en el hogar, etc. – se transforman en fuente de vida y cambio de actitudes y comportamientos.

• **Liturgias y paraliturgias** – la Adoración, horas de "Cenáculo" – recobran un nuevo sentido y son fuentes de vida.

• **La Palabra de Dios** tiene un ámbito nuevo para ser proclamada, explicada y valorada.

La Campaña no conoce edades: Conquistar misioneros entre los niños ("misioneritos"), entre los jóvenes ("la juventud de la Campaña") y los adultos.

Invitar a ser misioneros haciendo participe a todas las clases sociales: se ha expandido entre la gente pobre, como también la de clase media y pudiente. De esta forma se aviva la preocupación social (Sollicitudo Rei Sociales, 41) sin lastimar la conciencia solidaria y fraterna. Todas las situaciones vitales tienen un espacio en la Campaña: personas sanas y

enfermas, libres y encarcelados, profesores y alumnos, oficinistas, empleados y profesionales, matrimonios y solteros.

El Evangelio debe **"inculturarse",** (proceso por el cual el Evangelio se afianza en una cultura, tomando los valores propios de ella y superando sus limitaciones a través del anuncio y práctica de la fe en comunidades maduras y capaces a su vez de transmitir lo que viven.) que no es otra realidad que asumir con seriedad las consecuencias de la Encarnación del Verbo.

• Nuevos métodos que buscar

-Nuevos caminos

-Despertar la imaginación y creatividad – dos aspectos a tener en cuenta para que los emprendimientos apostólicos puedan ser cada vez más eficientes.

No se podrán obviar:

- el contacto personal,
- el testimonio de vida – la presencia convencida de los cristianos en todos los ambientes
- y la apertura al Espíritu Santo, alma de todo apostolado.

La Campaña ha creado y recreado métodos nuevos y antiguos

Si entendemos como objetivo fundamental de la Campaña la renovación de la familia, debemos concluir que el gran método de la Campaña es el de

"**anunciar con alegría y convicción la buena nueva sobre la familia"** (Familiares Consortio, 86).

Para lograrlo, debemos acentuar:

• **El carácter personal:** la imagen debe llegar a través del misionero al misionado, generando una **comunidad solidaria y apostólica**.

• **El carácter testimonial:** no se trata sólo de llevar la imagen, sino de comprometerse con aquello que se lleva; es un apostolado del "ser" y no sólo del "hacer".
• **El carácter eclesial:** la información parte de la parroquia y retorna a la misma, cuestionando, motivando, evangelizando.

• **El carácter simbólico,** tan propio de la cultura posmoderna. La pretensión reduccionista de la razón ha llevado a cuestionar lo meramente ideológico y a despertar el valor del símbolo, la música, la danza, lo subconsciente.

• **La vinculación al lugar**: las imágenes parten del Santuario-Ermitas, llegan a un "altarcito" en el hogar y vuelven al mismo Santuario del cual partieron.

• **El carácter integrador,** que abarca lo natural y lo sobrenatural, lo social y lo familiar, acogiendo a los cercanos y lejanos, asociando el trabajo con la vida familiar, lo afectivo intelectual y volitivo.

• **El carácter defensor de la fe**, que preserva de la influencia trágica de las sectas: donde María está, ellas no tienen lugar.

¿Cómo no encontrar en la Campaña del Rosario dos inquietudes centrales de la pastoral?:

"**Promover un nuevo impulso misionero hacia estos fieles**, saliendo a su encuentro. La Iglesia no debe quedarse tranquila con los que la aceptan y siguen con mayor facilidad" .

"**Organizar campañas misioneras que descubran la novedad siempre actual de Jesucristo**, entre las que pueden destacarse las visitas domiciliarias y las misiones populares".

Algunas conclusiones finales y perspectivas

La difusión de la Campaña no se debe a medios complejos de la pastoral. Es de por sí un método sencillo de evangelizar. La genialidad hay que buscarla en el "proceso de vida" que ella genera (Lebensvorgang), ya sea en los dirigentes, los misioneros y la gente misionada.

Cuando Joao Luiz Pozzobon inició esta Campaña, sintió que debía comprometerse con ella plenamente.

También hoy la Campaña vive de personas que la asumen como un gran desafío. Quizás hay que contar siempre con que el fundamento de la Campaña hay que encontrarlo en el Santuario.

Ella se alimenta de esta fuente de vida, de gracia y de ideas. De esta fuente depende también su fecundidad.

Aún permanecen algunas "asignaturas pendientes":

• el desafío de la **formación de los misioneros**,
• **perfilar mejor la fisonomía social de la Campaña** (tal como lo quería Pozzobon),
• **acercar más a los párrocos** y detonar un compromiso más fuerte con los sacramentos por parte de los que reciben la imagen.

La capacitación de los dirigentes – tarea a la que permanentemente nos abocamos, junto con la publicación y la reflexión pastoral de lo que hacemos – ayudará a que de aquí a algunos años podamos evaluar más diáfanamente su bondad pastoral.
Así percibiremos mejor sus frutos. Por hoy, ella sigue siendo un gran regalo para la expansión de la fe, el despertar de la conciencia misionera y caritativa dentro de la Iglesia y de Schoenstatt.

Cuando el Papa San Juan Pablo II afirmaba: **"Una cosa es cierta: cada uno es invitado a hacer cuanto esté en su mano para que no se desaproveche el gran reto del nuevo milenio, al que está seguramente unida una particular gracia del Señor para la Iglesia y para la humanidad entera"**, pensamos inmediatamente que la Campaña ha sido convocada para colaborar en la construcción del tiempo que viene.

Bibliografía:

- *Los grandes desafíos de la nueva evangelización en el siglo XXI.* P. Garcia, catedrático en la Pontificia Universidad Gregoriana y en el Ateneo Pontificio Regina Apostolorum en Roma, Italia | Fuente: Tiempos de Fe, Anio 2 No. 11, Julio - Agosto 2000.

- *La Campaña del Rosario de la Virgen Peregrina de Schoenstatt. El rostro misionero de Schoenstatt*. Padre Guillermo Carmona. Marzo 1997.