

I. LA PERSONA DE DON JOÃO Y SU OBRA DURANTE SU VIDA

1. La persona de don João

Dios nos regaló en la persona de don João un hombre sencillo, filial, solidario con los más necesitados, un apóstol heroico de María, un modelo de santo schoenstattiano. María lo fue formando en su Santuario con un profundo espíritu de filialidad heroica que traslucía en todo su ser. Fue un hombre de oración extraordinario, de honda vida contemplativa, marcada por su tierno amor a su Madre y Reina y por una notable devoción eucarística y trinitaria. Al mismo tiempo fue esposo y padre de familia ejemplar, un hombre de trabajo, justo y honesto. Nunca descuidó sus obligaciones familiares o laborales por un intenso apostolado. Su íntima Alianza de Amor con María plasmó en él un modelo de santidad en la vida diaria.

Don João fue también un infatigable apóstol de la Madre y Reina tres veces Admirable de Schoenstatt, supo unir una profunda vida interior contemplativa con una acción extraordinaria y fecunda. Su vida es fruto de Schoenstatt, bebido de las fuentes mismas del Santuario Tabor y del Padre Kentenich, de quien se consideraba su “pequeño alumno” (“alumninho”) y por quien tanto ofreció. Su vida certifica que es un hombre que desde las fuentes de Schoenstatt alcanzó un alto grado de santidad que es respuesta al mundo del futuro y en especial a los desafíos que la historia plantea a la Iglesia en América latina.

Es la vida de un hijo de Schoenstatt en el que la Alianza de Amor es vivida universal y carismáticamente con acentos originales. Incluso en la opinión de sus más directos hermanos de Alianza, de los sacerdotes que lo conocieron íntimamente y de muchos otros, vemos conveniente para el bien de la Iglesia pensar en su proceso de beatificación.

Puebla destaca la importancia de tales figuras impregnadas de Dios, que lo hagan presente entre el pueblo (Cfr. DP 272).

También el Padre Kentenich ha dado muchísima importancia a los ejemplos encarnados de los ideales de Schoenstatt. En una oportunidad el Sr. Herberger habló con el Padre Kentenich acerca de una pregunta que el P.Menningen le pidió de plantearle (el P.Menningen estaba en ese momento en Brasil y quería consultarle acerca de las figuras de Mario Hiriart y del P.Máximo Trevisan y cómo cultivar pedagógicamente su ejemplo). En una carta el Sr. Herberger reproduce lo que el Padre Kentenich le dijo aquel 18.4.67: “el tipo latino precisa que le sean ilustradas las ideas vivamente y con fuerza simbólica... Justamente para el modo de pensar y vivir brasileño significa mucho tener una figura que represente vivamente las ideas clásicas. Y si es uno de nuestras propias filas (es decir, de nuestra tierra), es doblemente ventajoso”.

La persona de don João es un ejemplo con rasgos marcadamente particulares de la encarnación de los ideales de Schoenstatt y es para la misma Campaña un modelo de lo que ella quiere lograr y seguro y garantía de fidelidad a las fuerzas originales de las cuales ha surgido.

2. El juicio del Padre Kentenich sobre su obra

La Campaña, tal como don João la inició y condujo durante su vida, constituye una grandiosa arma de pastoral moderna, que contó con la aprobación del Padre Kentenich quien la consideró una genuina y sobresaliente realización de lo que Schoenstatt quiso ofrecer a la Iglesia y la sociedad desde su fundación.

En un diálogo con el Sr. Arendes sobre la Campaña de don João hizo el Padre Kentenich las siguientes afirmaciones:

“Fíjense cómo en el trabajo del Sr. Pozzobon se realizan las palabras de San Vicente Pallotti ‘Ella es la gran misionera, Ella obrará milagros’.”

“Noten cómo en el trabajo del Sr. Pozzobon se tornan eficaces todas las fuerzas fundamentales de Schoenstatt.”

Nuestros sacerdotes - especialmente la generación joven - están buscando una pastoral nueva y moderna. Y aquí la tenemos!”

“¿Qué hace el Sr. Pozzobon? El lleva a la Virgen dondequiera que le sea posible y Ella ha de actuar... En sí esto es lo que nosotros hemos querido y acentuado siempre.”

(Diálogo con el Sr. Arendes en Marienau el 11.04.68)

Somos conscientes de que la propia entrega de don João, su vivencia de la Alianza de Amor y su dedicación total a la Campaña -a la que él mismo denominaba su “tercera esposa”- han sustentado el Capital de Gracias que hace fecunda la Campaña. Ella no puede ser considerada fruto del sólo esfuerzo humano; ella es, en sí misma, una irrupción de gracias destinada a llevar la corriente de vida de Schoenstatt a los círculos más amplios del pueblo.

Durante la vida de don João la Campaña se fue desarrollando bajo su dirección. Cuando se le preguntó cómo pensaba él que ésta continuaría después de su muerte, respondió que esperaba dos cosas: “Que la Virgen le enviara un sucesor y que el Movimiento de Schoenstatt asumiera la Campaña.”

Dios le regaló en la persona del diácono Ubaldo Pimentel el sucesor de su trabajo personal en la Campaña. El continúa y sigue desarrollando el apostolado concreto iniciado por don João.

A su vez, la misión de la Campaña es asumida crecientemente por el Movimiento que, en diversos países y a través de las centrales nacionales, la ha ido incorporando a su trabajo pastoral.

II. LA OBRA DE DON JOÃO DESPUÉS DE SU MUERTE

1. Consideraciones previas

La continuación de la obra del diácono João Pozzobon, llevada por sus sucesores o por quienes se inspiraron en él, requiere una reflexión más detenida. Ya durante su vida y más aún después de su muerte, la Campaña se extendió y desarrolló en diversos lugares con un crecimiento notablemente rápido que manifiesta la acción del Espíritu, adquiriendo modalidades originales y planteando nuevas preguntas.

1. La obra de un hombre de la envergadura espiritual del diácono Pozzobon, por la calidad de él mismo y por la amplitud de la tarea, sólo podrá ser llevada adelante por muchas personas. En este sentido no podrá ser la obra de un solo hombre y exigirá cierta unidad de criterios y coordinación;

2. El mismo don João no sólo consideró su Campaña como un apostolado nacido de Schoenstatt -fruto de la acción de la MTA desde el Santuario-, sino también como una obra apostólica confiada al Movimiento. En varios países las Centrales respectivas ya han asumido expresamente esta tarea.

3. El horizonte en el que se debe situar la “esforzada Campaña del Santo Rosario” es el del “Schoenstatt no-organizado” con toda la amplitud del Movimiento Popular y de Peregrinos y de los colaboradores de la Liga. La Campaña es uno de los brazos o proyecciones posibles del Schoenstatt no-organizado. Por lo tanto, la Campaña no es esencial a Schoenstatt en general ni al Schoenstatt

no-organizado en particular. Se trata de una vocación propia; se puede pertenecer perfectamente a Schoenstatt sin participar de la Campaña.

Considerando la obra de don João y teniendo en cuenta los puntos anteriores, creemos que se trata de una concreción y popularización del misterio de Schoenstatt: por la Campaña del diácono João Pozzobon, la Madre y Reina tres veces Admirable quiere salir desde el Santuario como la “Gran Misionera”, como “aquella que obrará milagros”, para llevar a incontables hombres y mujeres a la Alianza de Amor y por ella a Cristo y a la plenitud del Evangelio.

Por lo tanto, no es una empresa particular de un grupo de schoenstattianos ni de un sector de su organización, ni mucho menos una metodología pastoral eficiente. Es un proceso de vida surgido de la irrupción de gracias del Santuario, una corriente arraigada en una historia concreta, anudada inseparablemente a la existencia de don João y a la semilla fecunda sembrada por el Padre Kentenich en esta tierra y en su corazón.

Se trata de un brote carismático, de un caso preclaro, y por lo tanto, de un regalo, de un don del Espíritu Santo, que desde Schoenstatt debe hacerse fecundo al servicio de toda la Iglesia.

2. Rasgos fundamentales de la Campaña

Luego de situar el desarrollo y el carácter de la Campaña, intentaremos esbozar una descripción de la misma que abarque sus momentos fundamentales.

La Campaña consiste en:

- a. Llevar la imagen de la Madre, Reina y Victoriosa tres veces Admirable de Schoenstatt
- b. desde el Santuario y hacia el Santuario,
- c. a muchos hombres, en especial a las familias,
- d. en el espíritu de instrumento y a ejemplo de don João,
- e. para que, a través del Rosario, como medio privilegiado para vivir la Alianza de Amor
- f. la MTA pueda actuar como la Gran Misionera
- g. al servicio de la renovación de las familias, de la Iglesia y de la sociedad.

a. El núcleo de la Campaña es llevar a María, la imagen de gracias de la MTA. Ella debe estar al frente. Se trata de llevarla “a todo lugar donde nos sea posible y Ella ha de actuar... en sí esto es lo que siempre hemos querido y acentuado” (P.K. 11.04.68).

Hacer presente a María es nuestro mayor apostolado. “No podemos realizar una acción apostólica más grande...” Queremos llevarla especialmente a los hogares (Cfr. Carta del P.K. 15.04.48) para que acojan a María como San Juan (Jn. 19,27). Juan Pablo II destacó la importancia estratégica de una pastoral mariana por la cual la Virgen va de casa en casa, basado en la experiencia de una nueva Visitación en su tierra polaca: “A través de las visitas de la imagen de gracias peregrina, en su copia fiel, se abrió un nuevo capítulo en la historia de Nuestra Señora de Jasna Gora en suelo polaco. “En estas visitas se expresa palpablemente la enseñanza del Concilio Vaticano II... Saliendo de su Santuario, María se mostró a todos de una manera especial como madre. Una madre no sólo espera a sus hijos en casa, sino que los sigue dondequiera que estén” (4.06.79 en Tschenschow).

b. María quiere salir desde el Santuario, donde son bendecidas las imágenes, para prolongarlo en los hogares y en aquellos lugares de visita. Allí quiere establecerse, derramar sus gracias e invitar a todos los hombres a su Santuario para conducirlos a través de la Alianza al Padre. La vinculación al Santuario es la condición de fecundidad de la Campaña. De él surge la savia vital que alimenta la

Campaña y fructifica en los hogares. El mismo don João atribuyó a esta razón el fracaso de un grupo de seminaristas que intentaron imitar la Campaña en un barrio con la imagen de la MTA pero sin la forma del Santuario y sin haberla hecho bendecir allí. En su lenguaje sencillo don João explicaba la relación de los Santuarios filiales al Santuario Original como la planta del zapallo que al arrastrarse por el suelo echa nuevas raíces y da mucho fruto, pero que cortada de sus raíces originales deja de dar fruto.

c. La Campaña quiere alcanzar a todos los hombres y mujeres, de un modo especial a las familias, para hacer de sus hogares Santuarios, donde María pueda educar y evangelizar. Don João se dirigió con preferencia a los niños, a los más pobres, y quería que la Campaña sirviera “para la salvación de las familias” (Testamento). Aquí hay un acento pastoral estratégico de la Campaña.

d. El espíritu que anima a la Campaña y en particular a los misioneros ha de ser el mismo que animó al “pobre peregrino y diácono” João Pozzobon, quien se consideró y aspiró a ser un “siervo”, “instrumento” y “burrito” de la Madre y Reina. De la filialidad heroica, que bebió del Santuario Tabor, nace su confianza sencilla, su coraje, su consciencia de misión y su fidelidad hasta el fin. Es el modelo para todo apóstol de María y de la Alianza de Amor.

e. En la experiencia original de don João la Visitación de la Virgen con la imagen peregrina está inseparablemente unida a la Campaña del Rosario. Fue su gran oración predilecta, la que rezaba muchísimas veces, convirtiéndose en un maestro para otros. Por medio del Rosario supo transmitir en forma sencilla y popular el mundo de la fe y el carisma de Schoenstatt. El Rosario con la oración de consagración, fueron un camino a la Alianza de Amor y una forma de vivirla. En el Rosario las personas responden con amor a la visita de María, la que devuelven peregrinando al Santuario.

El Rosario es así parte esencial e inseparable de la Campaña, en el sentido de algo esencial secundario, como el Padre Kentenich solía distinguir al referirse a la imagen de la MTA y al Santuario. No es por sí mismo lo esencial, pero es parte constitutiva. Es el medio privilegiado e ideal, pero no excluyente. El mismo don João supo respetar a quienes no estaban en condiciones de rezarlo; él mismo rezaba por ellos; o pedagógicamente los introducía en el dinamismo que lleva al Rosario; a menudo les pedía que al menos ofreciesen tres Ave Marías.

El Rosario es un compendio de nuestra fe, en la meditación de sus misterios se encierra una cristología, mariología y eclesiología concentradas, por ello es un manual de oración y de catequesis sumamente apropiado para toda evangelización popular. En el espíritu de Schoenstatt, la Campaña anuncia el Rosario como una concreción del mensaje de Schoenstatt; un camino y forma concreta de vivir la Alianza de Amor con María y con Cristo; una escuela de vida y de santidad de la vida cotidiana en que encarnemos los misterios de la vida de Jesús y de María; y una escuela de amor y de entrega en el sentido del Capital de Gracias en nuestra Alianza. El Rosario rezado, vivido y ofrecido se convierte así en vehículo del misterio de Schoenstatt y de su fuerza evangelizadora.

f. De esta manera la Campaña quiere llevar a la Madre y Reina al frente y prestarle sus brazos para que Ella pueda prolongar su acción desde el Santuario como la Gran Misionera, como Aquella que obra milagros. Así definió el Padre Kentenich su y nuestra gran misión mariana. La Campaña lleva las gracias del Santuario a los hogares y a los corazones de los hombres y los conduce a estos a María en el Santuario. La Campaña quiere ser un instrumento de María en su misión evangelizadora para que Ella – la gran pedagoga de la fe – eduque nuestros pueblos y los conduzca por Cristo en la fuerza del Espíritu Santo al Padre. El origen histórico de la Campaña en el Santuario Tabor destaca la especial e íntima unidad de Cristo y María, y por ello de la adoración eucarística y del Rosario, en nuestra vida y en nuestro apostolado. Así manifiesta María sus glorias, como educadora del hombre nuevo y de los pueblos, preparando para Cristo el milenio venidero.

g. Toda la labor de don João y su Campaña tienen por finalidad un servicio a la renovación de la Iglesia y la sociedad. El mismo tenía presente este horizonte histórico. Demostró este servicio a la Iglesia en una fidelidad probada a los obispos y en una actitud filial y respetuosa ante los párrocos, a quienes pedía siempre autorización y con quienes colaboraba generosamente. En su propia parroquia y múltiples capillas, antes y después de ser ordenado diácono, dio pruebas de esta servicialidad. Así también la Campaña desea ser el brazo prolongado del párroco. Por su sencillez, la Campaña se presta especialmente para acercar muchos sacerdotes a Schoenstatt.

Toda la vida de don João estuvo al servicio del apostolado en su “esforzada Campaña”. Desde el Santuario quiso ayudar especialmente a las familias, en sus visitas a los hogares se preocupaba por su situación familiar y procuraba atender después a sus necesidades. Asimismo lo caracterizó una dedicación muy preferencial por los pobres y más necesitados, por los niños, por los más desatendidos en zonas rurales, por los enfermos. Son incontables los ejemplos. Baste nombrar simbólicamente la Villa Noble de la Caridad de la Madre y Reina, que él iniciara ya en 1952 y cuidó hasta el final. Allí erigió en 1980 una ermita con la consigna “Vivir y enseñar a vivir. Ermita del pequeño Puebla”. Fue su expreso deseo, reiterado poco antes de morir, que el Vía Crucis que él donó uniera el Santuario con la Villa Noble, desde el Santuario a los pobres. A través de la Campaña María quiere prolongar su Visitación como la Madre que sirve, personaliza, crea familia y se preocupa por los más necesitados. Esta dimensión social ha de ser tenida en cuenta en la Campaña para ser fieles a don João, a una misión de evangelización global y para hacerse eco de las palabras del Magnificat.

3. Ciertos criterios

En el punto anterior hemos recogido elementos que parecen ser centrales a la Campaña de don João y su continuación actual. Un juicio más definitivo requiere, conforme a la praxis de la Iglesia y del Padre Kentenich una mayor distancia de tiempo. Sólo después de un lapso mayor y de una verificación cuidadosa de la llamada “ley de la resultante creadora” será posible que las instancias correspondientes puedan formarse un juicio acabado y tomar las decisiones pertinentes.

Teniendo esto en cuenta, se hacen necesarios no obstante ciertos criterios de análisis y pautas de acción que contribuyan a la mayor fecundidad y necesaria unidad de la Campaña.

a. Fidelidad a los orígenes, porque todo reino vive y crece en la medida que sea fiel a su cuna. Concretamente esto significa que, por obediencia al Espíritu Santo y por amor a la Iglesia, Schoenstatt debe cuidar que la Campaña conserve y desarrolle su enraizamiento en los tres puntos de contacto de la Alianza de Amor: la Madre, Reina y Victoriosa tres veces Admirable de Schoenstatt, su Santuario y el Padre José Kentenich. Dada la riqueza y el vigor de la Campaña, esto no ocurrirá mecánicamente, sino que será el fruto de una sabia pedagogía y de una prudente y creativa estrategia, que respete y aliente la vida. Fidelidad a los orígenes de la Campaña significa guardar el espíritu de don João, hijo heroico de nuestra Madre, “pequeño alumno” del Padre Kentenich y apóstol del Santuario, al servicio de los más necesitados. La Campaña tiene que mantener una continuidad no sólo simbólica sino espiritual con don João.

b. Es necesario respetar y creer en la fuerza de la vida, no querer solucionar las cuestiones pendientes con medidas que sólo abordan el problema desde un ángulo institucional, estructural o reglamentario. También sería nocivo apresurar soluciones que en un estadio final podrían ser adecuadas, pero que ahora apagarían el Espíritu, mutilando la creatividad fundacional de la Campaña. Valen especialmente las palabras que el Padre Kentenich dijera al Sr. Herberger en un llamado telefónico cuando éste le contó del propósito del Sr. Altmeier de asumir la Campaña: “Dígale al Sr. (Altmeier) que me alegro de que tenga el coraje de comenzar. El debe inspirarse en el ejemplo del Sr. Pozzobon, pero sin querer copiarlo... Y debe dejarse conducir por la Sma. Virgen y

por el Espíritu Santo”. Esto implica una fidelidad que sea creativa, abierta a las circunstancias y a las voces de Dios, respetuosa de la diversidad. Por ejemplo, hay que evitar que se imponga u obligue a todos los misioneros a ser miembros del Schoenstatt organizado, sin respetar la libertad, la pluralidad de vocaciones y los tiempos pedagógicos. O también, todo estrechamiento de hecho del amplio pensamiento del Padre – utilizando por ejemplo un lenguaje o una simbología incomprensibles – que haría imposible a muchos la participación activa en la Campaña. Precisamente la sencillez con que la Campaña lleva el mensaje de Schoenstatt facilita la unión y movilización de muchas personas, aún de distintas corrientes, comunidades o movimientos de Iglesia, en un apostolado común, tal como lo soñara San Vicente Pallotti y como el Padre Kentenich lo asumió en la misión de la Confederación Apostólica Universal.

Esta doble fidelidad al Espíritu en los orígenes (1) y en la vida actual de la Campaña en diversos lados (2) es la que nos enseñó nuestro Padre Kentenich. Al término de una jornada en los comienzos de los años treinta, concluyó: “1. Podemos tenernos confianza mutuamente. 2. En la mayoría de las cuestiones estamos de acuerdo y 3. En las cuestiones en las que aún no hay unidad dejamos libertad”. Se trata de aplicar pedagógicamente a la situación de desarrollo de la Campaña el principio del Padre: libertad en cuanto sea posible, estructuras o seguros jurídicos sólo tanto cuanto sean necesarios, y sobre todo cultivo del espíritu.

4. Pautas prácticas

Conforme a los criterios anteriores y por lo que se intercambié en el Encuentro Internacional, creemos que hay suficiente consenso en cuanto a los elementos centrales y que otras preguntas permanecen abiertas:

a. Elementos centrales

- La imagen de la Madre, Reina y Victoriosa tres veces Admirable de Schoenstatt, de modo tal que su formato represente y recuerde espontáneamente la silueta del Santuario. La vinculación al Santuario es fundamental y ha de ser expresa: allí deben bendecirse las imágenes y desde allí son enviadas; de ser posible, es ideal si los misioneros pueden recibirlas de allí. Esta vinculación se puede cultivar también de otros modos: peregrinaciones, celebración del 18, etc. La visita de la MTA quiere conducir al Santuario y abrir un camino a un encuentro con el Padre Fundador, como puntos de contacto de la Alianza de Amor.
- El reconocimiento de don João como ejemplo peculiar de santidad schoenstattiana, hijo de nuestra tierra y fruto del Santuario Tabor y del carisma del Padre Kentenich.
- El Rosario, la gran arma privilegiada e ideal de la Campaña, aunque no en un sentido excluyente. Este no es lo principal pero sí algo fundamental, visto en la perspectiva de 2.2.5.

b. Cuestiones abiertas

Hay muchas cuestiones abiertas aún, donde la práctica de los diversos lugares se desarrolló originalmente o donde aún no se han abordado ciertos temas. Por ejemplo: la forma precisa de la imagen peregrina; la forma de consagración de los misioneros (Alianza de Amor, otras formas, compromiso de rezar el Rosario, etc.); requisitos y preparación de los misioneros; nombre de la Campaña (Campaña del Rosario D.J.L. Pozzobon, Apostolado de la Imagen Peregrina, Campaña de la Virgen Peregrina); nombre de los agentes (misioneros, celadores); coronación de las imágenes con el Rosario; significado de las imágenes auxiliares.

Otro conjunto de cuestiones es de carácter organizativo y se refiere a la inserción de la Campaña en la estructura de Schoenstatt y la coordinación de actividades. A nivel nacional depende de las centrales de cada país o región, que son responsables de la Liga y del Movimiento Popular y de

Peregrinos. En cuanto trasciende los diversos países, se plantea la necesidad de cierto intercambio o coordinación internacional, lo que depende de la resolución del Consejo Internacional de la Familia. A Santa María le cabe una centralidad histórica y una responsabilidad especial por esta Campaña nacida a la sombra del Santuario Tabor a través del “pobre peregrino” y diácono João L. Pozzobon.