

Santa Croce, 16/4/2012. "Chiedilo a loro"

### *La Chiesa e la comunicazione*

- Secondo il celebre assioma metacomunicativo di Watzlawick "**Non si può non comunicare**".

Questo è vero per il singolo individuo, ma lo è anche per le istituzioni, soprattutto quando esiste una richiesta di comunicazione, o a volte di giustificazione, magari anche solo implicita, nei loro confronti.

Il silenzio, in questo caso, comunicherebbe un messaggio negativo: di distacco, disinteresse, sufficienza, non volontà di comunicare.

Da un lato, dunque, si comunica comunque, anche evitando di farlo.

Dall'altro, sempre più, per la consapevolezza della mutua accessibilità nel villaggio globale e per la necessità di reciprocità che la rete ci ha insegnato, comunicare non può più solo essere un "effetto collaterale", ma **diventa un dovere**, da esercitare per e con senso di responsabilità.

E questa esigenza oggi investe anche la chiesa cattolica che, per il processo di secolarizzazione, ha perso l'evidenza sociale prima iscritta nel paesaggio, e soprattutto nei ritmi della vita quotidiana, un tempo scanditi dalla campana e dall'alternanza di tempi sacri e profani.

Se fino agli albori della modernità la Chiesa parlava con la sua semplice presenza, con un linguaggio-ambiente che prescindeva dallo scambio di messaggi, ma tuttavia generava un profondo senso di inclusione e partecipazione (pensiamo alla messa in latino, e al suo significato anche per i ceti non letterati), oggi è uno dei tanti soggetti che parlano nello spazio pubblico, e ha perciò il diritto e insieme il dovere di esprimere la propria posizione.

E non per una rivendicazione di legittimità esigita d'ufficio, ma per condividere le ragioni della speranza che la anima, e annunciare la buona notizia anche nelle mutate circostanze.

Circostanze che in un certo senso richiedono un maggiore senso di umiltà: **nulla può più essere dato per scontato, nemmeno la conoscenza di cosa la chiesa cattolica è**. Al contrario, la cultura di oggi è piena di pregiudizi, che ostacolano la comprensione in un clima già poco favorevole, o indifferente.

E questo, appunto, richiede uno sforzo di umiltà nel comunicare, e comunicarsi, con semplicità e chiarezza.

- Ma, d'altra parte, **la chiesa non ha paura di comunicare**, prima di tutto **perché la comunicazione è in un certo senso l'essenza della sua missione**, la sua stessa ragion d'essere.

Comunicare non è infatti solo un dovere, strumentale al proselitismo, ma è la forma stessa in cui Dio si è avvicinato al mondo, mandando suo figlio come mediatore tra il cielo e la terra, e in cui Cristo si è avvicinato agli uomini, donando se stesso come

"parola, verità e vita", unione piena e perfetta di medium e messaggio, nello spezzare le parole e il pane della vita quotidiana con le persone che ha avvicinato e incontrato. La chiesa è la continuazione di quest'opera di comunicazione: Dio ha mandato Cristo, e Cristo ha mandato la chiesa, per continuare ad annunciare a tutti la buona notizia del Dio che ci ama e ci salva se rimaniamo in Lui. **La chiesa, dunque, è comunicazione in sé**, e veramente, in questo senso, non può non comunicare.

- **La chiesa, inoltre ha anche dei doveri di comunicazione in quanto istituzione**, rispetto agli aspetti terreni del suo operato.

In gran parte questa comunicazione è realizzata dalle opere stesse: la presenza attenta, il sostegno alle situazioni fragili, la vicinanza e l'accoglienza di chi in questo mondo sempre più complesso non ha un posto dove stare, o per tante ragioni rischia di perdere quello che ha. La chiesa è presente accanto a chi soffre e si fa vicina. Una chiesa che ha potuto riconoscere i segni premonitori della crisi ben prima di altre agenzie, grazie ai suoi sensori "fini" nella realtà sociale, e ha messo in campo iniziative concrete di aiuto anche materiale, come il "prestito della speranza", accanto a una vicinanza quotidiana sempre sollecita ai tanti soggetti e famiglie indeboliti in questo momento di particolare difficoltà.

Ma oggi si richiede, proprio **per arrivare anche ai "lontani", o agli indifferenti**, la capacità di trovare linguaggi meno invisibili e impliciti, più comprensibili, in grado di farsi sentire tra le tante voci dell'arena mediatica. Soprattutto quando la legittimità o la qualità di tale presenza viene messa in discussione. Ma **non per mero spirito di autodifesa, bensì per ragioni "parresiatriche" di testimonianza**. Da qui, la campagna "Chiedilo a loro".

### *La comunicazione dell'8xmille*

*(Farsi capire)*: Intorno all'8xmille è fiorita tanta **disinformazione**; anche per questo, soprattutto per farsi capire da chi dalla chiesa è lontano, si tratta di un accordo che va illustrato, nel suo significato, nelle sue modalità, nelle sue ricadute sulla collettività. Con un linguaggio, anzi con **linguaggi, comprensibili a tutti**.

*(Affrontare la crisi)*: L'occasione di questo tipo di comunicazione oggi è particolarmente propizia, perché offre, a un corpo sociale "infartuato" da una crisi che non può che comportare, oltre alle terapie intensive, anche un cambiamento degli stili di vita, **l'occasione per ripensare i modelli economici**, a partire dal significato stesso del termine "economia".

In un tempo di crisi come questo, dove l'economia mostra di essersi "ammalata" per l'effetto del virus del profitto senza limiti, la questione dell'8x1000, invece di rappresentare una anomalia da dover giustificare, può costituire un contromodello che restituisce la dimensione economica alla sua funzione originaria: *oikos nomos*, l'amministrazione corresponsabile della casa comune, che garantisce la cura di tutti

coloro che la abitano, a partire dai più deboli, e non la gestione spregiudicata di beni solo materiali, a vantaggio di pochi.

Se è fedele alla sua vocazione la Chiesa, anche attraverso l'8xmille, cerca di contribuire a rendere il mondo più abitabile, in modo che nessuno si senta escluso dalla casa comune, che nessuno si senta solo e abbandonato.

Il fine dell'economia è *l'oikos*, la casa abitata dagli uomini, il luogo antropologico dove vivere le relazioni, la vicinanza, la storia, la propria identità. Non il profitto: né dei privati, né della Chiesa, ma l'essere umano.

*(Il paradosso come nuova forma di alleanza)*: In un certo senso l'8xmille contiene un **elemento paradossale**: si tratta infatti di un beneficio che non è un privilegio, un contributo che non è una regalia, un "prendere" che è strutturalmente in vista di un "dare", e che, se non lo fosse, perderebbe completamente la sua ragion d'essere.

**Il paradosso di un patto economico** tra lo stato e la Chiesa che rompe la logica autoreferenziale del beneficio reciproco tra le parti che lo contraggono, e **apre al circuito della gratuità**: si prende non per tenere, né per ricambiare in favore di chi ci ha dato, ma per redistribuire altrove, là dove c'è bisogno.

Non per accumulare, ma per disseminare, secondo la logica evangelica "gratuitamente avete ricevuto, gratuitamente donate" (Mt 10:8). Dall'individualismo all'attenzione all'altro, dall'accumulo al dispendio.

*(Includere attraverso la comunicazione)*: In un mondo secolarizzato, in cui anche la Chiesa deve rendere ragione del proprio operato, è dunque giusto e quantomai opportuno curare la dimensione comunicativa, nella direzione di una trasparenza e di una compartecipazione, come è stato fatto con la campagna "chiedilo a loro". **Oggi la rete stessa ci impone beneficamente un modello nuovo di comunicazione**, che non può prescindere dalla reciprocità, dalla condivisione, dall'inclusione. Se da un lato il principio "non sappia la destra cosa fa la sinistra" continua ad essere valido nella relazione tra esseri umani, come istituzione che riceve un contributo da redistribuire la Chiesa ha un **dovere di trasparenza**. Dovere che in realtà non è possibile onorare completamente, dato che le opere sostenute dall'8xmille sono moltissime e in tutto il mondo, da Gerusalemme all'India. Tuttavia, è possibile **ridurre lo scarto tra ciò che si fa e ciò che è conosciuto**, prendendo sul serio il bisogno, talora espresso anche in modo polemico e tuttavia legittimo, di sapere, in tempi di scarsità per tutti, come questi fondi vengono usati.

*(Non solo azioni funzionali)*: Occorre tuttavia evitare un **fraintendimento**: che lo scopo della raccolta consista solo nella realizzazione di opere, azioni, interventi socioeconomici, per quanto meritevoli.

Scopo dell'8xmille **non è prima di tutto finanziare opere con funzione di "supplenza" allo stato, ma aprire squarci di speranza** laddove non sembrano più esserci le condizioni per sperare: e quando perde la speranza, l'essere umano perde la sua stessa umanità, perché nulla ha più senso e tutto diventa lecito.

Sono opere, ma **opere-segno**, che "recano impresso lo spirito del dono", il cui significato non è mai riducibile alla funzione, pur importante, che svolgono. Le azioni finanziate dall'8xmille sono media-messaggi che parlano ben oltre se stesse e i loro inevitabili limiti.

*(Comunicare: rendere visibile e dare voce).* Le campagne di promozione sono tentativi di **illuminare quello che viene fatto**, e di far parlare quella luce, invisibile a tanti, soprattutto quelli che non hanno più orecchie per comprendere ciò che essa può rivelare, specie quando spande i propri raggi con discrezione. Tornano alla mente i versi di Shakesperare:

*Piano, quale luce irrompe da quella finestra lassù? Ecco, parla, e tuttavia non dice nulla*

*(But soft! What light through yonder window breaks?*

*It speaks, and yet says nothing)*

E, al di là dei limiti inevitabili che ogni campagna comunicativa presenta rispetto alla realtà di cui parla, tuttavia questo sforzo dice di una **triplice tensione**:

~ la fedeltà alle realtà cui si cerca di esse vicini;

~ la fiducia verso chi rende possibile questa vicinanza, destinando il proprio contributo, e il desiderio di costruire un patto di fiducia anche con chi ancora non conosce, o è scettico;

~ la testimonianza della "fantasia della carità" che uomini e donne, sacerdoti e laici, quotidianamente esercitano in contesti spesso difficilissimi, dove l'umanità soffre e soprattutto rischia la rassegnazione e l'adattamento a condizioni disumane, gettando umilmente ma con costanza e grande forza dei semi di speranza che solo una vicinanza reale può rendere veramente credibile.

*“Quel che indica e fa esperire che io partecipo della salvezza – dal momento che sono l’operaio paziente dell’universalità del vero – si chiama speranza. La speranza non è l’immaginario di una giustizia ideale che sarà finalmente fatta, ma ciò che accompagna la pazienza della verità o l’universalità pratica dell’amore nella prova del reale” (A. Badiou, San Paolo).*