

SPONSOR ED EVENTI DI SOLIDARIETÀ

Linee guida di Caritas Italiana

INTRODUZIONE

«L'umanità ha conosciuto ed è tuttora testimone di una straordinaria rivoluzione mediatica, che ha investito ogni aspetto e ambito dell'umana esistenza... Condivido, in proposito, quanto ha osservato Giovanni Paolo II, che cioè "il fenomeno attuale delle comunicazioni sociali spinge la Chiesa ad una sorta di revisione pastorale e culturale così da essere in grado da affrontare in modo adeguato il passaggio epocale che stiamo vivendo"» (Benedetto XVI, 23 aprile 2005)

Per usare le parole di Giovanni Paolo II nella Redemptoris Missio «Il primo areopago del tempo moderno è il mondo della comunicazione. I mezzi di comunicazione sociale hanno raggiunto una tale importanza da essere per molti il principale strumento di informazione e formazione, di guida e ispirazione per comportamenti individuali, familiari, sociali». Di qui la necessità per la Chiesa - di cui la Caritas costituisce l'antenna per la sfera della carità - non solo di saper usare i mezzi della comunicazione per diffondere il messaggio cristiano e il magistero della Chiesa, ma anche di elaborare strategie adatte a decifrare e dare apporto alla nuova cultura che essi vanno via via plasmando.

Certo, siamo convinti che la solidarietà sia prima di tutto uno stile di vita e un modo di pensare che per il cristiano ha un modello preciso: la carità rivela in Gesù Cristo. E proprio per questo va oltre le capacità espressive di qualunque mezzo di comunicazione. Ciò non toglie che per vivere la solidarietà e contribuire a diffonderne la cultura occorre necessariamente misurarsi con i media, che sono parte del nostro quotidiano.

Per la Caritas tutto questo non è altro che un modo di dar concretezza alla sua natura statutaria e al suo compito di «promuovere la testimonianza della carità della comunità ecclesiale italiana, in forme consone ai tempi e ai bisogni, in vista dello sviluppo integrale dell'uomo, della giustizia sociale e della pace, con particolare attenzione agli ultimi e con prevalente funzione pedagogica».

In breve, per dirla con uno slogan "leggere la cultura, scrivere la cultura": cioè attenzione alla domanda di cultura e comunicazione che emerge nella società e capacità di proposta e di risposta della Chiesa italiana. Da questa tensione può nascere anche lo slancio per contribuire al progetto culturale.

LINEE ETICHE

Sulla base di queste premesse e delle esperienze degli ultimi 10 anni, la Caritas Italiana ha messo a punto delle linee guida che hanno finora orientato la sua partecipazione ad eventi di solidarietà.

1. Assicurare all'iniziativa (campagna o spettacolo) contenuti che consentano di collegarne il tema con le sue cause (storiche, culturali, ecc.);
2. superare l'emotività contingente per creare un costume di condivisione;
3. non dare occasione al privato commerciale di strumentalizzare l'iniziativa per reclamizzare aziende di produzione e di commercio;
4. non limitarsi ad azioni assistenziali, né alla semplice richiesta di fondi;
5. in caso di altri partners copromotori, operare nella distinzione, pur sottolineando la convergenza su un unico obiettivo;
6. massimo rispetto nelle immagini e nei testi per le persone in situazione di bisogno.

SFIDE E PROSPETTIVE

Le iniziative descritte sono solo delle esemplificazioni del rapporto tra Caritas Italiana, sponsor ed eventi di solidarietà. Ovviamente ci sono problemi che ci spingono ad una costante riflessione, nel tentativo di leggere i segni dei tempi e mantenere una costante tensione critica nei confronti delle scelte fatte.

Il nostro atteggiamento, definito a volte con sarcasmo di "duri e puri", non rischia di essere anacronistico o demonizzante nei confronti di sponsor commerciali? È giusto continuare a rifiutare offerte di sponsorizzazioni? E ancora: come valutare i risultati di iniziative senza raccolta fondi?

Il dibattito resta aperto, anche se finora ci ha portato a confermare le linee e le scelte sopra descritte. L'importante è non perdere mai di vista la natura e i compiti della Caritas.

Per riprendere il discorso introduttivo, va evidenziato che nel terzo millennio siamo chiamati a dare, dopo il Giubileo del 2000, dentro gli Orientamenti pastorali per il nuovo decennio "Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia" e sulla scia dei ripetuti messaggi del Santo Padre, un contributo pastorale al progetto culturale della Chiesa italiana e quindi ad essere artefici di una cultura rinnovata che dia senso alla nostra vita e a quella del nostro Paese. La crescita culturale sarà prima di tutto riconoscere in ogni persona l'immagine di Dio, il segno che rimanda a un Assoluto da accogliere, rispettare ed amare.

In quest'ottica la Caritas può aiutare la comunità nella lettura di situazioni di povertà personali e sociali nella prospettiva dell'educazione alla con-divisione e alla com-passione; può aiutare la cultura "alta" ad abbassarsi alle situazioni di sofferenza; può favorire riflessioni, progetti e proposte pastorali e sociali che contribuiscano a costruire valori comuni e partecipati, a camminare verso una società e una cultura caratterizzate da stili di vita accoglienti ed inclusivi.

Tutto questo vuol dire anche sfidare i media e tutto quanto fa informazione e comunicazione - organi cattolici e laici, stampa e TV, ma anche cinema, musica e sport - a parlare una lingua rispettosa degli "ultimi" e da essi comprensibile, a non strumentalizzare e a non offendere, a raccontare la vita senza "gridarla" o disprezzarla.