



MIMMO MUOLO

Aumentano le firme per la Chiesa cattolica e probabilmente aumenteranno anche i fondi 8xmille che verranno destinati alla carità, dato il momento particolare che il Paese sta attraversando. L'annuncio è giunto ieri nel corso della conferenza stampa in cui il Servizio Cei per la promozione del sostegno economico alla Chiesa ha presentato la nuova campagna di sensibilizzazione (spot, annunci stampa e materiali multimediali per internet), che prenderà il via in tivù il prossimo 17 aprile.

Nel 2011, ha annunciato l'economista generale della Cei, monsignor Giampietro Fasani, la parte di 8xmille spettante alla Chiesa cattolica in base alle scelte del 2008 (il meccanismo previsto dalla legge stabilisce, infatti, che i calcoli vengano effettuati in riferimento alla dichiarazione dei redditi di tre anni prima) sarà «leggermente superiore» e quindi, «con molta probabilità sarà aumentata la parte dei fondi destinata alla carità». Fasani ha però precisato che la decisione finale spetta ai vescovi riuniti in assemblea e verrà presa durante l'assise del prossimo maggio. Nell'anno appena trascorso, ha ricordato l'economista della Cei, 381 milioni di euro sono stati destinati al sostentamento degli oltre 37 mila sacerdoti italiani, altri 381 milioni alle

esigenze di culto della popolazione (nuovi complessi parrocchiali, salvaguardia dei beni artistici e altre opere di questo genere) e 205 milioni di euro alla carità, 85 dei quali ai Paesi in via di sviluppo. «Siamo convinti - ha sottolineato il sacerdote - che la migliore pubblicità per l'8xmille siano le opere realizzate con i fondi destinati alla Chiesa cattolica. Perciò servono informazione e trasparenza».

Sono proprio queste le coordinate di fondo della nuova campagna pubblicitaria presentata ieri da monsignor Domenico Pompili, portavoce della Cei e da Matteo Calabresi, responsabile del Servizio per la promozione del sostegno economico alla Chiesa. Una campagna che giunge sotto il segno della novità. Prima di tutto lo stile. Spot, annunci stampa e materiali per internet sono infatti accomunati da quello che è molto più di uno slogan: «Se non ci credi, chiedilo a loro». Dove il loro sta per i protagonisti degli spot, che non sono attori, ma i veri promotori e destinatari delle opere realizzate dalla Chiesa cattolica con i fondi 8xmille (alcuni dei quali erano presenti alla conferenza stampa).

«Lo stile adottato quest'anno - ha spiegato monsignor Pompili - ha il sapore del reportage, con una funzione informativa, ma non distaccata, bensì militante. Mentre si infor-

ma sulle attività organizzate in tutto il mondo, si fanno uscire dall'in-

visibilità una serie di questioni che nei media trovano normalmente poco spazio: dai bambini-soldato in Africa al rischio di abbandono scola-

stico nelle nostre periferie, dai minori in carcere alle bambine vittime di violenza in India». In sostanza, «nessun quadro idilliaco e sdolcinato, nessuna retorica buonista, ma problemi veri e lavoro vero, quotidiano, generoso, per affrontarli».

La seconda novità di rilievo è data proprio dal «chiedilo a loro». Non che negli anni scorsi le storie raccontate fossero inventate. Tutt'altro. Ma nella campagna 2011 si è scelto di puntare esplicitamente su questo elemento, per rivolgere agli spettatori «un invito alla consapevolezza». «Chiedilo a loro - ha spiegato Pompili - non solo devolvere l'8xmille, ma anche sentirsi parte di questo movimento di vicinanza». In pratica: «Non è solo "verifica come vengono spesi i soldi", ma anche "interessati, fatti vicini, renditi prossimo».

Tutti elementi questi, che trovano nella "ipermedialità" (come ricordiamo più diffusamente a parte) la loro sublimazione. Internet, infatti, si affianca e completa gli spot tradizionali. E in tal modo, ha concluso Pompili, «emerge una consapevolezza virtuosa, una sinergia e una capacità di valorizzare le potenzialità del nuovo ambiente virtuale per poter davvero parlare a tutti».

In un sito tutte le opere

Diventa multimediale la campagna 8xmille. Nel senso che quest'anno Internet avrà una funzione comunicativa e infor-

mativa almeno pari a quella degli spot tivù e degli annunci stampa. Lo ha spiegato ieri il responsabile del Servizio Cei per la promozione del soste-

gno economico alla Chiesa, Matteo Calabresi. La campagna esordirà il 17 aprile. È lo stesso giorno in cui i tre nuovi spot andranno in onda sulle principali reti nazionali, tut-

ti potranno approfondire sul web (www.chiediloaloro.it) la conoscenza delle realtà coinvolte nei progetti e raccontate dai diretti interessati. Il sito avrà una sezione dedi-

cata ai filmati di approfondimento delle storie raccontate negli stessi spot (il cui regista è Stefano Palombi, l'agenzia è Saatchi&Saatchi, le foto sono di Francesco Zizola). Dalle scuole per gli ex bambini

soldato ugandesi alle cucine popolari di Padova, dal centro per anziani soli a Pantelleria alla casa per le bambine abbandonate di Calcutta. Inoltre ci saranno due sezioni completamente nuove. La prima delle due è quella dei "bloggers". Otto persone selezionate on line dal Servizio per la promozione del sostegno economico alla Chiesa cattolica, che hanno visitato (con tanto di foto e diario di viaggio) le opere italiane raccontate negli spot. «Gli otto bloggers non sono necessariamente credenti, ma hanno testimoniato ciò che hanno visto, in linea con la filosofia del "chiediloaloro"», ha detto Calabresi. Infine ci sarà la sezione del Libro Bianco, una mappa interattiva dell'Italia, divisa per regioni e diocesi, al fine di conoscere le migliaia di interventi portati avanti sul territorio grazie ai fondi 8xmille.

Finora sono stati censiti 8.138 interventi in totale, dalla carità alla costruzione di nuove chiese, dalla tutela di beni culturali alle esigenze di culto della popolazione. «Ma gli interventi complessivi realizzati in venti anni con l'8xmille sono molti di più e man mano verranno inseriti nella mappa, che avrà anche una versione per gli interventi nel terzo mondo», ha ricordato Calabresi.

Mimmo Muolo

FAME E MALATTIA

Tre donne raccontano la loro sfida

Nel primo filmato parleranno tre donne. La giovane eritrea Merhawit, profuga con marito e figlio, accolta nel centro d'accoglienza della parrocchia Santa Maria Goretti di Andria da don Geremia Acri e dai suoi volontari. In un crocevia italiano della manovalanza agricola, il sacerdote ha avviato - anche grazie all'8xmille - un progetto di carità per braccianti e poveri. Oggi il 50% di chi bussa da don Geremia è italiano, e tutti ricevono due pasti caldi al giorno. Si alternano a Merhawit i profili di suor Lia Ganesello, «anima» delle Cucine economiche popolari di Padova e di suor Lissy, direttrice dell'Holy Spirit Hospital di Mumbai, in India. La mensa patavina è un simbolo caritativo, fondata nel 1882, a ridosso della stazione ferroviaria. Se la sua storia esemplare continua è anche grazie all'8xmille, oggi che arriva a servire 600 pasti al giorno, con servizio medico, abiti e centro ascolto. O per dirla con suor Lia, «promuoviamo e curiamo la dignità umana». Terapie mediche di qualità per i poveri sono d'altronde assicurate, con lo stesso strumento dell'8xmille, anche in India, nell'Holy Spirit Hospital di Mumbai, dove i pazienti vengono accolti senza distinzioni di casta. (L.Del.)

TUTELA DEI MINORI

Per offrire un futuro ai bambini

Il secondo spot si accenderà su un altro tris di voci: quelle delle suore della Provvidenza e delle bambine abbandonate, accolte nella casa-scuola di Calcutta. Erano destinate all'accattonaggio, allo sfruttamento o alla prostituzione infantile. Con l'8xmille, possono contare su cibo, abiti, cure mediche e un'istruzione di base, oltre a corsi professionali. Anche gli altri testimoni di questo filmato parlano di tutela dei minori. Come quelli del casale «Borgo Amigò», fondato nella diocesi laziale di Porto-Santa Rufina da don Gaetano Greco, cappellano del carcere minorile di Roma, per il reinserimento dei giovani detenuti ammessi al regime di semilibertà. Anche le loro potevano essere vite bruciate per sempre. Dall'8xmille, un aiuto controcorrente. Regole e studio, talora diplomi professionali, sono tappe che allontanano dal rischio di recidiva. Dal Borgo di don Gaetano e dei suoi 15 volontari escono odontotecnici, benzinai, artigiani. Il progetto è una mano tesa per riprendere il cammino interrotto da percorsi illegali. Infine sarà una ragazza-madre con suo figlio a parlare della Casa-famiglia «La Tenda» di Forlì. Il centro è stato un posto sicuro dove ricostruire la sua vita. E che l'ha aiutata anche nel reinserimento lavorativo. «Ci chiamiamo La Tenda perché è un segno biblico, perché Dio mette la sua tenda in mezzo a noi» ricorda la responsabile, Angela Fabbri. (L.Del.)

EDUCAZIONE E ANZIANI

Scuola a Gulu, ospizio a Pantelleria

L'ultima terna di storie è in uno spot su tre generazioni. Si comincia dai bambini del doposcuola «Il posto delle fragole», nel quartiere San Paolo di Bari. L'8xmille ha dato risorse a questa realtà formativa della parrocchia San Giovanni Bosco, che ha portato via i bambini da pomeriggi solo televisivi e dalla cronaca di un quartiere difficile. Giovanna Di Mucci l'ha fondato, guadagnandosi la fiducia delle famiglie. La generazione di mezzo è quella degli ex bambini soldato che in Uganda, a Gulu, dopo gli anni del sequestro nei loro villaggi, delle violenze subite e inflitte, in una guerra civile da 300 mila vittime e 2 milioni di profughi, ritornano a casa. La scuola professionale «Daniele Comboni» a questi reduci ventenni dà le prime aule della loro vita, officine e falegnamerie dove fare pratica. Li mette in grado di guadagnare per sé e per il proprio villaggio, in uno Stato in piena ricostruzione che ha bisogno di manovali ed elettricisti. E soprattutto fa sì che questi giovani non diventino generazione perduta. Infine l'attenzione all'ultima età della vita è nel Progetto anziani a Pantelleria, realizzato anche con l'8xmille da don Francesco Fiorino, nella diocesi di Mazara del Vallo. Nell'isola finora manca una casa di riposo. L'intervento, con servizi di pasti caldi, ascolto, pulizia della casa e talora gite in pulmino, è realizzato porta a porta. Suor Patrizia, religiosa dell'ordine delle Suore Poverelle, si dedica a questa Pantelleria in ombra, lontana dallo sviluppo e dal glamour di una meta del turismo internazionale. Con lei, volontari locali e giovani in servizio civile. (L.Del.)