

PROLOGO

La comunicazione istituzionale ha come campo di studio l'immagine pubblica ed il profilo comunicativo delle istituzioni e il modo in cui sono conosciute dalle diverse tipologie di pubblico con cui interagiscono, come, ad esempio, clienti, impiegati, investitori, mezzi di comunicazione, ecc. Ogni istituzione cerca di stabilire relazioni solide e durature con i diversi generi di destinatari, ma non tutte le relazioni hanno uguale importanza né sono tutte create allo stesso modo.

Negli ultimi anni, le relazioni fra le istituzioni e le diverse tipologie di pubblico sono mutate sia a causa del contesto sociale in cui si svolgono, sia a causa della cultura istituzionale dei loro dirigenti. A causa del contesto sociale, perché le società democratiche hanno richiesto a tutte le istituzioni una sempre più larga partecipazione alle loro decisioni fondamentali.

A causa del cambiamento della concezione delle istituzioni, perché, fin dall'epoca della rivoluzione industriale e di quella francese, i loro dirigenti hanno potuto osservare sia una sclerosi delle istituzioni, sia uno sviluppo costante dell'economia dovuto alla creazione di nuove imprese e, col passare del tempo, ciò ha comportato uno svuotamento del concetto di istituzione. Di conseguenza, le organizzazioni umane basate su valori non economici, hanno perso rilevanza nella sfera pubblica e la Chiesa non ne è rimasta immune.

La disciplina entro la quale presentiamo questo studio nasce dallo sforzo della Chiesa di interagire con il diversificato pubblico dell'istituzione ecclesiale. La comunicazione istituzionale della Chiesa è l'applicazione della scienza che si occupa delle relazioni tra la realtà ecclesiastica e i suoi pubblici. Nata nella prima metà del XX secolo, si è sviluppata come materia accademica alla luce dell'idea portante di orientare l'immagine pubblica della Chiesa e i termini entro i quali essa viene presentata nella sfera pubblica dai governi, dal mondo imprenditoriale, dai non cristiani, dai non cattolici, dai fedeli, dai mezzi di comunicazione, ecc.

Sembrirebbe che la Chiesa, per molti, si trovi "a destra" per quanto riguarda gli argomenti morali, "a sinistra" per la sua dottrina sociale, "indietro" rispetto ai tempi del mondo e "davanti" ai mezzi di comunicazione. Forse la Chiesa si trova semplicemente al suo posto, mentre sono

le diverse correnti a cambiare; forse è spesso scambiata con le persone che ne fanno parte e chi la critica ne dimentica la complessità.

Il bisogno di un'informazione che sia in grado di riflettere una giusta immagine pubblica dell'istituzione ecclesiale è infine diventato una necessità per l'insistenza e la velocità con cui i riceventi, specialmente i mezzi di comunicazione (i c.d. *media*), riescono a far presente la Chiesa nei dibattiti pubblici. Non di rado, purtroppo, l'attenzione dei media e le aspettative dei fedeli, dei governi, perfino dei non credenti hanno condotto ad un'immagine pubblica errata dell'identità della Chiesa.

In particolar modo, ciò è forse accaduto riguardo all'amministrazione dei beni temporali: edifici destinati al culto, scuole parrocchiali, centri di formazione del clero, ecc. Queste realtà sono state pubblicamente rappresentate, negli ultimi anni, come proprietà sprecate, usate in modo inadeguato se non addirittura corrotto, ecc.

Lo stile tradizionale del governo ecclesiale, che corrisponde alla sua missione spirituale, non permette alle autorità della Chiesa di avere subito a disposizione tutte le cifre richieste dall'opinione pubblica e specialmente dai media. La comunicazione istituzionale dei beni temporali della Chiesa diventa perciò, ai nostri giorni, una questione strategica per il governo ecclesiale.

La nostra disciplina demistifica l'immagine pubblica dell'istituzione ecclesiale, svelando invece la Chiesa che nasce dalla predicazione di Gesù per volontà divina¹, che non è una realtà monolitica né un blocco di marmo, ma collegio apostolico e assemblea dei santi². La sua origine e la sua natura, quindi, ne segnano profondamente il governo, che, di conseguenza, non riguarda soltanto le sue strutture materiali ma anche la realtà che in essa sussiste³.

La sua dimensione economica deve essere gestita con la consapevolezza che si sta organizzando l'accesso ad una realtà spirituale tanto importante da non poter essere condotta da chiunque. Si tratta di subordinarne la struttura alla missione, che ne è fondamento e mezzo, premessa e necessità. Una struttura che risponde all'identità di una

¹ Cfr. SAN TOMMASO, *Contra impugnates*, c.4 § 14. Decr. dist. XXI cap. *Quamvis*: "Romana Ecclesia nullis synodicis constitutes ceteris Ecclesiis proelata est, sed Evangelica voce Domini et Salvatoris nostri primatum obtinuit".

² Cfr. IDEM, *En. In. Ps.*, XLVII, 2. "Tota Universalis Ecclesia continet sub se multas ecclesias et multa collegia".

³ Cfr. CONCILIO VATICANO II, *Lumen Gentium* in AAS 57 (1965) 5-75, n. 23 e *Codice di Diritto Canonico*, LEV, Città del Vaticano 1983, c. 331.

Chiesa che si auto comprende come corpo mistico e come famiglia dei figli di Dio, dalla quale elementi superflui ed eccessivi devono essere esclusi⁴.

Per le loro assemblee i cristiani non hanno costruito abitazioni funzionali, ma edificarono cattedrali; per ricordare la presenza del trascendente fusero campane gotiche. Nel culto cristiano non c'è tensione fra il simbolico e l'economico, perché non c'è contatto alcuno⁵.

I pastori della Chiesa sanno tuttavia che il cristianesimo veglia sull'equilibrio tra materiale e spirituale, sapendo che quest'ultimo è fondamento del primo. Il governo della dimensione materiale non esige una speciale consacrazione, ma la coscienza di essere in grado di aprire o chiudere la via d'accesso alla dimensione trascendente. Non è sufficiente, perciò, una capacità di governo intesa come competenza tecnica e prudenza ecclesiale, ma è necessario un personale impegno spirituale. Questo deve essere il punto centrale della riflessione universitaria sulla dimensione economica nella Chiesa.

Le università sono centri di sviluppo umano che cercano di fare del loro meglio per educare i giovani, coloro che saranno il futuro della società. Eppure le categorie accademiche non sono sufficienti, perché la Chiesa non si comprende nei corsi, magari eccellenti, di alcune delle *Divinity School*. Corsi quali "Il senso religioso degli oceani", "Il pianto nell'immaginario religioso" o "Il femminismo religioso" non sono sufficienti per riconfigurare la rappresentazione pubblica dell'identità della Chiesa. Ciononostante, la nostra Chiesa è chiamata a scoprire, tramite il contatto con le istituzioni universitarie, il posto che occupa nella riflessione accademica.

Quel *veritas pro Christo et Ecclesia* che una volta era il motto dell'Università di Harvard, non è ancora stato cancellato dalle aule, ma è stato, per così dire, ridimensionato. Mi auguro che il presente volume possa essere utile ai miei studenti per la ricerca di quella verità che dovrà essere trasmessa, vissuta e testimoniata *pro Christo et Ecclesia*. Penso che l'analisi economica, applicata al mondo ecclesiale, permetterà di offrire, sia ai fedeli sia agli esponenti dell'opinione pubblica, criteri di giudizio sull'istituzione visibile della chiesa locale. Sotto questo sguardo unitario, la verità della Chiesa potrà essere compresa nella sua giusta dimensione.

⁴ Cfr. CATTANEO ARTURO, *Unità e diversità nella comunione della Chiesa locale*, LEV, Città del Vaticano 2003, pp. 60-68.

⁵ Cfr. PIEPER JOSEPH, *¿Qué significa sagrado?*, Rialp Madrid 1996, p. 40.

Dato che questo è un documento da utilizzare in una Pontificia Università Romana, per non appesantire il discorso, ci si permetta di riferirci alla Chiesa Cattolica semplicemente come “la Chiesa” e ai fedeli cattolici come “i fedeli”. Non è questa una mancanza di rispetto per nessuno, bensì una contestualizzazione del nostro studio a beneficio degli eventuali lettori.

La cornice entro la quale si può leggere questo saggio è quella degli studi della comunicazione istituzionale della Chiesa, che rammentano come essa, in particolare nella seconda metà del secolo scorso, ha posto un’ enfasi nuova sul mondo economico. Enfasi che riguarda non solo l’insegnamento sociale della Chiesa – quindi diretta all’esterno –, ma anche il governo delle sue strutture temporali – diretta all’interno –. Per un’ adeguata comprensione di questa enfasi si richiede di scoprire se, e perché, la dinamica economica influisca sulla vita spirituale dei fedeli della Chiesa, richiedendo pertanto da parte delle autorità ecclesiastiche una risposta pastorale. Ci occuperemo di ciò negli ultimi capitoli.

Se il mondo economico acquista sempre più importanza per le autorità della Chiesa e se tale importanza richiede più una risposta pastorale che non una politica o sociale, la Chiesa deve adottare, come base per elaborare la sua riflessione pubblica sulla dimensione economica, dei valori condivisibili sia dal mondo economico che dalla sua missione trascendente. Dal momento che, in ultima istanza, sia la società economica che la Chiesa hanno come finalità lo sviluppo integrale dell’uomo, occorre che quei valori siano comuni e radicati nella persona umana.

L’approccio degli ultimi capitoli poggia su basi storiche, teologiche e canonistiche ed è volto ad illustrare alcuni elementi di riflessione riguardanti: a) la Chiesa Universale, il governo dello Stato della Città del Vaticano e della Curia Romana; b) le diocesi e perciò il ruolo di governo e amministrazione locale affidato ai vescovi ed ai loro collaboratori; c) il governo della parrocchia a carico dei sacerdoti. In tutti questi casi, il diritto della Chiesa prevede strutture partecipative che, a partire del Concilio Vaticano II, hanno sperimentato un rinnovato slancio. In chiusura si esamineranno i pensieri di alcuni esponenti della nuova e importante riflessione sulla corresponsabilità nella Chiesa, ancora poco sviluppata in ambito cattolico e soprattutto nell’area europea.

Già il titolo di questo libro lascia intendere che la mia intenzione è semplicemente quella di offrire alcuni elementi di riflessione utili per la comunicazione istituzionale della Chiesa in ambito economico. Il testo non intende essere esaustivo, né indicare con precisione il modo in cui

PROLOGO

“bisogna fare le cose”, né pretende di fissare linee guida tecniche per l’amministrazione della dimensione economica nella Chiesa.

Non è questo l’obiettivo, poiché, molto probabilmente, ai responsabili della dimensione economica ecclesiale non servono indicazioni dettagliate, bensì un criterio per sviluppare in modo professionale e trasparente le strutture temporali della Chiesa a beneficio dei suoi fedeli e della società in generale, nell’ampio quadro degli interventi previsti dal Diritto Canonico e dall’ormai estesa riflessione dell’insegnamento sociale cristiano.

Ho cercato di evitare ideologie e partitismi – quindi non ho privilegiato nel trattato nessun sistema economico – perché la Chiesa non ha un sistema economico. Spero comunque di poter approfondire queste riflessioni per evitare, in futuro, gli eventuali errori ed omissioni che potrebbero essere ancora presenti. Le domande e le osservazioni dei miei studenti mi hanno aiutato, spingendomi a cercare le risposte nella verità della Chiesa e nella profondità della proiezione pubblica della sua identità.

Rev. Cristian Mendoza

Roma, 2 febbraio 2016

*Festa della presentazione del Signore
data della scomparsa del prof. Alfonso Nieto,
uno dei fondatori della mia Facoltà*