

# LA COMUNICAZIONE TRA IDENTITA' E DIALOGO

## *L'esperienza di Harambee\**

**di Antonino Piccione**

---

Harambee - *All together for Africa* è il progetto di solidarietà nato in occasione della canonizzazione di Josemaría Escrivá e in continuità con gli insegnamenti e con l'amore verso gli altri del fondatore dell'Opus Dei.

Il desiderio di impegnarsi concretamente a favore dell'Africa e la volontà di stabilire con l'Africa un dialogo fecondo hanno, da allora, trovato in tutto il mondo numerosi e appassionati interpreti – persone, famiglie, imprese, istituzioni – il cui generoso aiuto ha consentito a Harambee di proseguire, fino ad oggi, il proprio cammino.

Nel 2008 Harambee si è costituita in associazione senza scopo di lucro assumendo il nome di "Harambee Africa International Onlus", una propria personalità giuridica e il ruolo di coordinamento internazionale dei comitati Harambee esistenti nel mondo (Italia, Spagna, Portogallo, Francia, Irlanda, Stati Uniti, Olanda, Canada). Tutti accomunati dalla stessa volontà e dal medesimo obiettivo: mettersi al servizio degli altri per contribuire alla costruzione del bene comune.

Nel solco dell'attività intrapresa nel 2002, Harambee Africa International Onlus continua a perseguire il duplice obiettivo di sostenere iniziative e progetti di educazione in Africa e sull'Africa, ma soprattutto con l'Africa, con l'esplicita condizione cioè che siano promossi da partner africani; e di promuovere attività di comunicazione e sensibilizzazione nel resto del mondo per mostrare il volto di un'Africa positiva, che vuole e dà speranza.

\* Testo dell'intervento di Antonino Piccione, ufficio stampa di Harambee Africa International Onlus (apiccione@harambee-africa.org), pronunciato in occasione del Seminario *Comunicazione della Chiesa: identità e dialogo* promosso dalla Pontificia Università della Santa Croce (Roma, 26-28 aprile 2010).

*Educazione e comunicazione* sono i due obiettivi che, insieme, non solo delimitano l'ambito di operatività di Harambee ma ne definiscono altresì i tratti distintivi.

Centro della sua attività e dei suoi interventi è infatti anzitutto la scuola: vero crocevia dello sviluppo umano e luogo più indicato per coltivare il terreno fertile e recettivo dei cuori e delle menti dell'Africa giovane; luogo dove operano e cooperano i tre principali protagonisti del presente e del futuro del continente: gli insegnanti, con la loro professionalità e dedizione, la famiglia, fondamento della società, e i bambini, con i loro talenti, la loro sete di conoscere, il loro stupore di fronte al nuovo.

Josemaría Escrivá amava ripetere, con quella esperienza di umanità che i santi posseggono e sono in grado di dispensare più di chiunque altro, che esistono due ambiti della convivenza umana sulle quali si gioca il futuro di un popolo: la famiglia e l'educazione. E dov'è che famiglia ed educazione convergono naturalmente per gettare le basi di questo futuro, se non nella scuola?

Tuttavia dire scuola non basta, essendo necessario in primo luogo rifuggire la tentazione del semplice fare, e guardare più in profondità a ciò che la dignità dell'uomo e della donna reclama. Non limitarsi all'analisi delle evidenze materiali del sottosviluppo, ma cogliere i bisogni immateriali che ne sono la premessa.

A tal proposito abbiamo coniato lo slogan: *non fare scuole, ma fare "scuola"*. Non costruire edifici, ma trasmettere agli insegnanti africani quel sapere pedagogico che realizza il compito più autentico dell'educazione: educare come *e-ducere*, "tirar fuori" e porre in atto tutto il potenziale di intelligenza e intraprendenza di cui ogni bambino è capace.

Per queste ragioni promuoviamo i progetti che più direttamente sono rivolti a rendere efficace e incisiva la missione educativa e sociale della scuola

in Africa: formare maestri e fornire materiale scolastico nelle scuole rurali in Cameroun, trasmettere tecniche di coltivazione a giovani cittadini dell'Angola, promuovere la crescita sociale e culturale delle ragazze di 13 scuole rurali in Nigeria, formare insegnanti per i campi profughi del Sudan, migliorare lo stato del sistema scolastico elementare del Kenya attraverso corsi di formazione per insegnanti e dirigenti scolastici. Soltanto per citare i 5 progetti che ci siamo impegnati a sostenere nel corso del 2010.

Ma noi di Harambee siamo consapevoli che l'impresa più impegnativa che abbiamo di fronte non si gioca in Africa, bensì qui in Occidente: comunicare cioè con coloro che possano diventare nostri collaboratori e alleati e che siano protesi a investire non su beni materiali bensì su quel patrimonio intangibile e prezioso che sono le intelligenze dell'Africa. Non su ciò che si vede, ma non cambia; bensì su ciò che non si vede ma che è la vera chiave del cambiamento di un popolo e di un continente.

La complessità e l'ampiezza dei problemi dell'Africa potrebbero scoraggiare ogni tentativo diretto alla loro soluzione. Si potrebbe cedere facilmente alla tentazione di rinunciare ancor prima di cominciare. Tuttavia, a ben vedere e lungi dal sottovalutare responsabilità e difficoltà oggettive, ciò di cui l'Africa prima di tutto ha bisogno è alla portata di ognuno di noi: non sentirsi sola e confidare nel fatto che ci sono persone pronte a sostenere coloro che, in Africa, operano per la crescita e lo sviluppo della propria terra. L'Africa ha bisogno, cioè, di credere che può ancora sognare, progettare il proprio futuro e darsi da fare per costruirlo giorno dopo giorno. L'Africa ha bisogno di essere incoraggiata, affinché ciascun africano possa contribuire al miglioramento della propria vita e di quella degli altri.

A tal fine Harambee, nel corso di questi anni, non ha esitato a produrre ogni sforzo utile per affermare e diffondere una informazione più approfondita e più autentica sull'Africa. Per andare oltre le frasi fatte e i luoghi comuni che ingessano l'immaginario collettivo e dominano il *maistream* mediatico. Per guardare la gente d'Africa - uomini, donne e bambini - con occhi nuovi.

Viene dunque in rilievo il secondo pilastro, il secondo elemento precipuo e costitutivo di Harambee: la comunicazione.

“L'efficacia della comunicazione - si legge nella scheda di presentazione del Seminario - consiste nell'avere un messaggio chiaro e definito, che rispecchia l'essenza di ciò che uno è. L'identità, così intesa, non rappresenta un limite, ma un punto di forza. Il comunicatore della Chiesa si trova di fronte alla sfida di tradurre a un largo pubblico i tratti essenziali della realtà che comunica”.

E' la sfida che ogni comunicatore è chiamato ad affrontare al fine di far conoscere il proprio volto, la propria visione, la propria missione, il proprio operato, in una parola, la propria identità.

I moderni mezzi di comunicazione sono entrati da tempo a far parte degli strumenti ordinari attraverso i quali le Onlus si esprimono, entrando in contatto con il proprio pubblico e instaurando, molto spesso, forme di dialogo a più vasto raggio.

Tuttavia, la diffusa multimedialità e la variegata “tastiera di funzioni” - ammonisce Benedetto XVI (Festa di San Francesco di Sales, 24 gennaio 2010) - possono comportare il rischio di un'utilizzazione dettata principalmente dalla mera esigenza di rendersi presente, di occupare uno spazio.

Là dove le tante “voci” scaturite dal mondo digitale, accanto agli strumenti tradizionali, rappresentano - osserva il Pontefice - inedite occasioni di dialogo e utili mezzi anche per cooperare e donare.

Il compito che Harambee si è assegnato è quello di spianare la strada a nuovi incontri, assicurando sempre la qualità del contatto umano e l'attenzione alle persone e ai loro veri bisogni. Lungi dal brandire i mezzi di comunicazione al fine di “*occupare uno spazio*”, la nostra ambizione è piuttosto quella di *colmare un vuoto* promuovendo una cultura di rispetto per la dignità e il valore della persona umana e stimolando il confronto e il dialogo.

Il termine dialogo è adoperato quasi in automatico, con tale frequenza che alla fine, come tutte le realtà inflazionate o abusate, se ne smarrisce il significato. Dialogo è un concetto occidentale, è nato con Socrate che lo considera un metodo e lo contrappone al monologo dei Sofisti. Mentre il monologo è un discorso di parata che “guasta l’anima in modo irreparabile”, per Socrate il dialogo ha una finalità pedagogica ed etica; serve a convincere l’altro che il sommo bene per l’uomo è avere cura dell’anima. Questo metodo connota nella dialettica socratica il rapporto tra il maestro e il discepolo. Il dialogo è diventato, sempre in Occidente, una conversazione tra persone ciascuna delle quali illustra una differente posizione sul tema che si tratta: si ritrova così nelle opere di Platone, di Cicerone, in larga parte della letteratura cristiana, fino a giungere – pur con interpretazioni differenti – alla filosofia del Novecento (Kaspers e Abbagnano). Tutto ciò per dire che il dialogo fa parte della nostra *forma mentis*, è connaturato alla nostra identità.

È in quanto ci si confronta con altri che si diviene coscienti della propria identità, storia e tradizione, ma anche delle proprie incoerenze e contraddizioni. Il dialogo è possibile se sono chiare le identità. Dialoga colui che sa chi è. Non si può dialogare se non si coltiva l'identità.

Il dialogo è poi capacità di ascolto e capacità di offerta. Non va dimenticato che dialogo e comunicazione sono alla radice stessa della fede, la quale origina dall’ascolto della Parola di Dio fattasi carne. Diceva Paolo VI che la Chiesa si fa dialogo, si fa colloquio. Identità, diversità, dialogo si richiamano a vicenda nel quadro di riconoscimenti reciproci che implicano l'interazione e il confronto, dove il dialogo è insieme metodo e contenuto. Identità e dialogo sono dunque due aspetti complementari della comunicazione.

In questa cornice si collocano i *media* con i quali Harambee affronta la sfida della comunicazione: sito web ([www.harambee-africa.org](http://www.harambee-africa.org)), *newsletter* mensile, *HarambeeNews* (nuovo periodico dell’Associazione a carattere informativo il cui primo numero è in corso di pubblicazione), profilo Facebook (susceptibile di notevoli sviluppi in termini di interattività e di estensione della

platea degli amici e sostenitori), *Report* (pubblicazione con cui si dà conto dell'attività posta in essere in un anno e si anticipano le linee direttrici lungo le quale si muoverà quella dell'anno seguente), il Forum Harambee (promosso con cadenza mensile al fine di creare occasioni di incontro e confronto con esperti e personalità del mondo della cultura, delle professioni, delle istituzioni, dell'imprenditoria per dibattere, volta per volta, su un tema puntuale della complessa realtà africana).

In occasione dell'ultimo Forum - *Le difficoltà di comunicare l'Africa* (22 marzo 2010) - Stephen Ogongo, giornalista keniano e direttore di Africa News, ha rilevato che "la democrazia può affermarsi e diffondersi in Africa solo in presenza di una informazione libera, non prevenuta ne' corriva con il potere. I poteri pubblici della gran parte dei Paesi africani non solo non comunicano o comunicano male ma percepiscono l'informazione come una minaccia. Occorre viceversa invertire la rotta, spostare l'attenzione cioè dalle classi dirigenti, refrattarie al dialogo con i cittadini e ostili alla libera informazione, alle piccole realtà (dell'associazionismo, del mondo della cultura e delle professioni) che operano per il bene comune. Bisogna assicurare loro voce, spazio, visibilità".

"Internet e, più in generale, i *new media* - ha aggiunto Ogongo - sono formidabili strumenti nelle mani di chi ha davvero a cuore il futuro democratico e civile dell'Africa. Se sapientemente utilizzati di qui a pochi anni potrà affermarsi una nuova classe dirigente contro l'opacità e il malgoverno oggi dominanti".

Nella variegata "tastiera di funzioni" di Harambee una menzione particolare va fatta - a nostro giudizio - al premio *Comunicare l'Africa* la cui finalità è quella di suscitare una maggiore attenzione e una più grande sensibilità verso l'Africa affinché si superi e si combatta:

- il *silenzio*: espressione di un atteggiamento secondo il quale "l'Africa non esiste, non conta, risulta marginale" nel panorama internazionale;

- lo *stereotipo*: espressione di un'attenzione verso l'Africa limitata a guerre, drammi sociali, emergenze sanitarie, calamità. Una visione parziale o distorta che nasconde o disconosce l'Africa, il suo quotidiano, le sue risorse e le sue potenzialità.

La IV edizione del premio *Comunicare l'Africa* - le prime tre edizioni si sono tenute nel 2004, nel 2006 e nel 2008 - è stato presentato presso la Pontificia Università della Santa Croce (Pusc) lo scorso 24 febbraio. La cerimonia di premiazione, patrocinata dal Comune di Roma, si terrà a Roma il 12 novembre 2010 presso la Protomoteca del Campidoglio. Il testo del bando è conoscibile su [www.harambee-africa.org](http://www.harambee-africa.org).

Attraverso un riconoscimento da assegnare a *reportage* televisivi di giornalisti e a *videoclip* di studenti che affrontino tematiche etniche, religiose, sociali, economiche, culturali proprie dell'Africa, Harambee mira a colmare un vuoto: "Quando si parla di Africa - ha osservato Giovanni Mottini, presidente dell'Associazione, nel corso della conferenza stampa di presentazione dell'iniziativa, a cui hanno preso parte anche Rosalinda Corbi, coordinatrice internazionale di Harambee, e Diego Contreras, decano della facoltà di Comunicazione Istituzionale della Pusc e presidente della giuria del premio - si ha la necessità di colmare un vuoto di comunicazione e di conoscenza: il racconto della normalità o di storie di ordinario eroismo. E' la normalità della vita quotidiana di uomini, donne e bambini africani che ci permette di conoscere e comprendere meglio ciò che ci accomuna, ciò che ci fa sentire uguali. Questa conoscenza della normalità è la premessa indispensabile per promuovere un'autentica cooperazione allo sviluppo: cooperare non come aiutare bensì come aiutarsi l'un l'altro. Dobbiamo farci carico dell'Africa *non per spiare una colpa*, ma perché convinti che non ci sono destini distinti: un nostro destino e un loro destino: c'è solo un nostro e comune destino e dobbiamo affrontarlo insieme". "Siamo altresì convinti - ha continuato Mottini - che proporre una comunicazione senza pregiudizi è la prima forma di cooperazione: non si tratta di offrire un'immagine rosea dell'Africa, ma

un'immagine vera, dove c'è la miseria ma anche la speranza e il lavoro serio di molte persone. Questa seconda parte è di solito assente nella rappresentazione mediatica”.

Si dirà: “è la legge delle comunicazione” per cui per rompere la crosta di indifferenza ci vogliono notizie di fatti eclatanti, emotivamente forti. La normalità non fa notizia. In tal modo si finisce però per creare una forte distorsione comunicativa che ha contagiato anche chi vuole realmente aiutare l’Africa e che concorre a riprodurre e amplificare soltanto la patologia del continente nella speranza di attirare attenzione, di commuovere per muovere le coscienze.

Ne consegue che l’immagine di un’ Africa disperata e irredimibile produce paradossalmente l’effetto di ingrossare la schiera dei cosiddetti afropessimisti.

Noi, al contrario, non possiamo fare a meno di offrire il nostro contributo per *educare alla solidarietà*. Alimentare cioè la speranza di una solidarietà possibile.

Del resto Harambee – lo abbiamo detto in apertura – è un progetto di solidarietà, e la solidarietà vince se rifugge dal pietismo, dal cinismo e dal sensazionalismo, se realizza il bene comune, se promuove la dignità della persona. Due atteggiamenti speculari hanno impedito all’Occidente di trasformare e di far crescere il continente africano: l’atteggiamento compassionevole e pietistico e l’atteggiamento cinico proprio della logica capitalistica. Il primo, alimentato dalla cultura della pura indignazione, risulta velleitario e comunque poco incisivo; il secondo si limita a prendere atto della scarsa utilità o irrilevanza degli sforzi e dei tentativi fin qui compiuti e sembra voler dire: “Abbiamo speso per loro risorse ed energie ma loro, gli africani, non cambiano”.

Viceversa la solidarietà, retamente intesa come corollario della fraternità cristiana, è una virtù sociale, una disposizione permanente e perseverante a fare il bene del prossimo e, dunque, il bene comune (*fai all’altro ciò che vorresti fosse fatto a te*).



Con riguardo al contesto mediatico nel quale ci muoviamo la solidarietà – come abbiamo cercato di argomentare – è affrontata nell’ottica dell’emergenza e del sensazionalismo che tutto semplifica, banalizza, svilisce. Da virtù la solidarietà degrada così a sentimento virtuale che non si sporca mai le mani.

Lavorare nel campo dell’educazione ha scarso *appeal* mediatico, ma siamo persuasi che il futuro dell’Africa passi attraverso un processo educativo di qualità che sappia – lo ribadiamo con forza – *e-ducere*: tirare fuori, appunto, le qualità. Di una persona, di un popolo.

In conclusione, il magistero di san Josemaría Escrivá, l’educazione, la solidarietà e la cooperazione nelle accezioni sopra richiamate: sono questi gli elementi che concorrono a delineare il profilo di Harambee e a orientarne la comunicazione coerentemente con la propria identità dialogica.

### ***Riferimenti bibliografici***

K.O. APEL, *Comunità e comunicazione*, Rosenberg&Sellier, Torino 1977

BENEDETTO XVI, *I mezzi di comunicazione sociale: al bivio tra protagonismo e servizio*, in “L’Osservatore Romano” (25/01/2008)

M. T. CICERONE, *De Amicitia*

F. CIOTTI – G. RONCAGLIA, *Il mondo digitale. Introduzione ai nuovi media*, Laterza, Roma-Bari 2006

G. GATTI – L. TOSO, *Etica della comunicazione*, Las, Roma 2008

GIOVANNI PAOLO II, *I mezzi della comunicazione sociale al servizio di un’autentica pace alla luce della “Pacem in terris” di Giovanni XXIII*, Paoline, Milano 2003

J. HABERMAS, *Teoria dell’agire comunicativo*, Il Mulino, Bologna 1986

J. HABERMAS, *Etica del discorso*, Laterza, Bari 1989

- J. M. LA PORTE, *Comunicazione interna e management nel no profit*, Franco Angeli, Milano 2003
- J. MARITAIN, *La persona e il bene comune*, Morcelliano, Brescia 1963
- C. M. MARTINI, *Il lembo del mantello*, Centro Ambrosiano di Documentazione 1991
- M. MC LUHAN – B. R. POWERS, *The global village. Transformations in World life and media in the 21century*, Oxford University Press, New York 1989
- M. MC LUHAN, *Gli strumenti della comunicazione*, Il Saggiatore, Milano 1979
- PONTIFICIO CONSIGLIO DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI, *Etica nelle comunicazioni sociali*, Libreria Editrice Vaticana, Città del Vaticano 2000
- A. RODRÌGUEZ LUÑO, *Cittadini degni del vangelo. Saggi di etica politica*, Edusc, Roma 2005
- A. SEN, *Etica ed economia*, Laterza, Bari 1988
- A. SEN, *Identità e violenza*, Laterza, Roma-Bari 2006
- C. TAYLOR, *Le radici dell'io (Sources of the self)*, Harvard 1989
- M. TOSO, *Stato laico, comunicazione dialogica e culturale*, in "Studium" 5/2007