

LASCIATE

UN MESSAGGIO DOPO IL BIP



Ho appena ricevuto per posta la vostra pubblicazione sullo tsunami, "al tramonto, davanti al mare". L'ho sfogliata. E sono rimasta perplessa.

Perplessa per l'ottimo lavoro fatto a livello di grafica e impaginazione: tante pagine, la carta lucida, molte foto, un layout curato. Certo, è sicuramente un documento interessantissimo. Ma mi sono chiesta: quanti soldi è costato prepararlo, stamparlo e distribuirlo? Valeva la pena farlo? Forse l'obiettivo è sensibilizzare, invitare alla raccolta di ulteriori fondi (considerando che allegato c'è un bollettino di versamento). Ma con che criterio? La pubblicità è l'anima del commercio, lo sanno tutti. Ma può essere anche l'anima della carità?

Magari voi non solo avete la coscienza assolutamente tranquilla su questo aspetto, ma rimarrete anche scandalizzati da questa mail: forse avete semplicemente dei buoni amici che lavorano come grafici ed editori e che hanno dedi-

*Stanno arrivando i primi messaggi dei nostri lettori. Gli sp
Abbiamo scelto di pubblicare questa riflessione attenta di*

cato un po' del loro tempo e della loro maestria a realizzare questo volume per voi...tutto qui.

Però il ricevere questo volume mi ha ricordato quello che da diversi anni succede nella mia casella della posta a Natale e a Pasqua: se hai mandato un'offertina a qualche associazione benefica, e per forza di cose le hai comunicato il tuo indirizzo, ti ritrovi sommersa di buste, parecchio voluminose, studiate nei minimi dettagli per fare colpo, suscitare compassione: dal modo in cui si apre il volantino contenuto nella busta, alla foto con gli occhioni di qualche bambino in primo piano, alla lettera con la storia strappalacrime, al caloroso invito a fare qualcosa...Un'operazione di marketing curata nei minimi dettagli, che per chi la realizza non può certo essere gratuita, alla buona o a buon mercato.

D'istinto, butto tutto nel contenitore della carta da portare all'isola ecologica.

Invece, credo di ricordare perché avevo dato i soldi al VIS per lo tsunami: avevo letto un articolo su Sette, il settimanale del Corriere della Sera, che parlava di un villaggio colpito dall'inondazione e raccontava che un gruppo di suore si stava dando da fare per aiutare questa gente. E in fondo, due righe del tipo "se volete dare una mano, questo è il conto corrente." Tutto qui: i fatti.

Ho adottato a distanza due bambini brasiliani. Volevo farlo, ritenevo giusto farlo, e il criterio con cui ho scelto l'associazione attraverso cui fare questa adozione è stato semplice: avere la certezza che i miei soldi andavano veramente là dove servivano. C'è una missionaria laica nel paese in cui abito. So che faccia ha e questo mi basta: ho scelto il centro in cui opera come educatrice. Che mi si mandi a casa una lettera all'anno (come di fatto accade) o una lettera al mese corredata da foto grandi e colorate, è irrilevante. Non mi serve essere gratificata per questa cosa che faccio, che è semplicemente giusta. E non mi è servito vedere la trasmissione televisiva che Raffaella Carrà ha fatto sulle adozioni a distanza qualche anno fa per capire che poteva essere importante fare una piccola "deviazione di ricchezza" da casa mia, dove ce ne è a sufficienza, a una parte del mondo in cui invece non basta: all'epoca avevo già sottoscritto da tempo queste due adozioni.

Spero che non prendiate questo mio feedback come una critica o tantomeno un "giudicare". Sono semplicemente alcune riflessioni che, magari, possono risultarvi utili. ■

Lettera firmata

Vi invitiamo a inviare il vostro messaggio a redazione@volint.it, c

Carissima,
abbiamo letto con attenzione la Sua lettera.

Innanzitutto, desideriamo rassicurarLa: la questione da Lei delicatamente affrontata non è per noi un argomento sorprendente, perché sovente ci siamo interrogati se abbia senso investire tempo e denaro in una pubblicazione. Vorremmo condividere con Lei i motivi che riteniamo validi per una risposta positiva.

Negli anni, il comportamento più o meno deludente di taluni organismi su questioni chiare ha spento l'entusiasmo, le aspettative e la fiducia che migliaia di persone avevano riposto in tutte quelle figure del no profit (associazioni, organismi governativi e non governativi) che si erano assunte il compito di "fare la cosa giusta", per usare una Sua espressione.

Anni fa, inviare una lettera all'anno con un "grazie" scritto a penna ed un bimbo sorridente in bianco e nero, bastava a garantire la veridicità dell'intenzione e il "corretto utilizzo" della donazione. Oggi, i donatori sono molto più esigenti e sta a noi, che riceviamo il loro denaro ma soprattutto la loro fiducia, assumerci la responsabilità di rassicurarli attraverso il costante aggiornamento delle attività che realizziamo, e di rispettare il loro impegno.

La nostra responsabilità si rivolge e deve rivolgersi anche ai beneficiari delle Vostre donazioni, ai progetti cui le offerte sono destinate, alle comunità di bambini in cui tutti sono assistiti allo stesso modo. Anche per attenzione a loro, e non solo per i donatori, riteniamo le nostre pubblicazioni importanti e doverose.

Abbiamo riflettuto poi a lungo sulla sua frase "La pubblicità è l'anima del commercio. Ma può essere anche l'anima della carità?" Ci preme molto sottolineare che non vendiamo prodotti (idee? Soluzioni?). La nostra "missione" è sensibilizzare, educare. Per farlo dobbiamo informare: raccontare le storie di chi vive ogni giorno fame, povertà, guerra, diritti violati. Le conosciamo bene, perché le condividiamo attraverso i nostri volontari, le nostre frequenti missioni. Raccontarle significa scriverle, fotografarle, pubblicarle.

Ma la povertà non è una disgrazia ineluttabile. Possiamo cambiare insieme il corso della storia. Per questo motivo

non avrebbe senso raccontare di un bambino assetato, senza provvedere alla costruzione di un pozzo che potrà dissetarlo; ma anche viceversa. Sconfiggeremo la povertà solo se saremo tutti uniti. Lei, noi, tutti i cittadini del mondo.

Comprendiamo il Suo istinto di "gettare le buste che arrivano nel contenitore della carta da portare all'isola ecologica". La preghiamo di non dimenticare però che dietro ogni busta c'è il lavoro di tante persone.

La pubblicazione che ha ricevuto è stata curata da due volontari del VIS, Giovanna Fortuni e Axel Fassio, che hanno partecipato in loco alla realizzazione delle attività di ricostruzione post-tsunami nel Sud-Est asiatico.

Il volume è stato prodotto in 2.500 copie di cui 2.000 spedite ai donatori che hanno contribuito anche con un solo euro ai nostri progetti post-tsunami. Non abbiamo cioè stampato copie a oltranza spargendole ovunque per ostentare meriti o procacciare sostegni. Se avessimo potuto, avremmo pagato un biglietto aereo ad ognuno di Voi per farvi toccare con mano quello che abbiamo realizzato, insieme.

Ripetiamo che il nostro obiettivo è quello di passare ad ogni donatore il testimone della solidarietà e della educazione verso temi delicati e importanti, stimolandolo a fare altrettanto. Questa attività educativa ha dei costi: come del resto costa molto costruire scuole e formare alunni ed insegnanti nei 50 Paesi del mondo in cui operiamo.

Siamo convinti che ognuna di queste attività sia fondamentale, che l'educazione allo sviluppo alla pace e alla mondialità passi anche attraverso una frase, un colore, una foto, un articolo.

Ci fa piacere che abbia raggiunto la certezza di fare la cosa giusta, ma al tempo stesso sentiamo che tanti altri sostenitori hanno bisogno, per alimentare la loro speranza, di leggere che Farida, indiana, rimasta vedova dopo lo tsunami, che ha avviato una piccola attività di sartoria grazie al contributo dei Salesiani e del VIS, non "passa giorno che non si rechi a salutare suo marito Sunil, sedendosi al tramonto, davanti al mare".

Realizzare questo libro è il nostro modo per sederci, insieme a Voi, accanto a lei. ■