

VII. LO STATO DELLA CHIESA CRISTIANA “CATTOLICA” COSTITUITOSI PER ACQUISIRE RICCHEZZA

Il “cattolicesimo” è l’unica religione che per accumulare sempre più ricchezza pretende addirittura di essere uno “Stato”! Come precisa Deschner (1994), «...la chiesa fu sempre pronta all’accumulazione di denaro e al furto. Il suo patrimonio, cresciuto notevolmente già nel IV secolo, [...] nel VI secolo le sue ricchezze crebbero a dismisura...» (cfr. Deschner K.: *«Kriminalgeschichte des Christentums»*, Band. IV, Reinbek bei Hamburg, 1994) ed, a riguardo, Ernesto Rossi (1964) ha sentito il dovere di denunciare che «...per accrescere sempre più la sua ricchezza la Chiesa cattolica, che è ormai la maggior potenza finanziaria del mondo, partecipa senza scrupoli ai più grossi affari ed investe gran parte dei suoi capitali nei titoli delle maggiori imprese (aziende a partecipazioni statali, società concessionarie di servizi pubblici, società di assicurazioni, società edilizie, gruppi monopolistici minerari, siderurgici, saccariferi, cementieri, ecc.) i cui extraprofiti sono meglio garantiti dalla protezione dei governi amici della Chiesa...» (cfr. Rossi E.: *«Il Sillabo e dopo»*, Roma, 1964) in quanto, da tale protezione, detti governi traggono un essenziale vantaggio, necessario per conservare e mantenere la loro stabilità, quale quello ben messo in evidenza, come segue, da Manacorda e Franzoni (1999): «...la stessa Chiesa cattolica trattiene per sé ricchezze che dovrebbero essere destinate ad altri. [...]. Certo la Chiesa può magari aver organizzato e sostenuto innumerevoli opere di carità: ma è quella “carità solidale” che non serve a mutare, ma a conservare i ricchi e i poveri nelle strutture sociali esistenti e a far guadagnare ai ricchi la riconoscenza dei poveri [...]. Che, peraltro, lo ha fatto sempre grazie agli aiuti pubblici e privati, dello Stato e degli individui; mai, che si sappia, spogliando le sue ricchissime chiese. È dunque questa la solidarietà della Chiesa? Le parole suonano belle, ma dove sono i fatti? In realtà, questa solidarietà tra diversi — ricchi e poveri — destinati a restare tali per sempre in una società mondiale *naturaliter* divisa tra zone di opulenza e zone di miseria, ad altro non serve che a conservare questa divisione, di cui non si prospetta in alcun modo la fine. Come la divisione, per mantenersi ha bisogno di solidarietà tra i diversi, così la solidarietà, per giustificarsi, ha bisogno della divisione. Alla conservazione di questa diversità “solidale” tra ricchi e poveri serve anche la divisione tra clero e laici, [...] tra una parte, il clero, opulenta di ricchezze [...] e l’altra parte, la grande maggioranza degli uomini, incapace di distinguere il bene dal male. L’enciclica sullo Spirito e quella sulla società si danno così la mano, ribadendo la divisione tra chi possiede la ricchezza, materiale e spirituale, e chi non possiede né l’una né l’altra...» (cfr. Manacorda M.A., Franzoni G.: *«Le ombre di Wojtyła»*, Roma, 1999). È esemplare il fatto che il Papa Eugenio Pacelli (Pio XII) sia morto (1958) «...con un patrimonio di 80 milioni di marchi [equivalenti a circa 450 milioni di euro attuali (anno 2003)] in oro ed i suoi tre nipoti ne hanno accumulati 120 [equivalenti a circa 900 milioni di euro attuali (anno 2003)] nei diciannove anni (1939-1958) di papato dello zio...» (cfr. Deschner K.: *«Ein Jahrhundert Heilsgeschichte. Die Politik der Päpste im Zeitalter der Weltkriege: von Pius XII»*, Band II, Reimbek bei Hamburg, 1983). Inoltre, la Chiesa cattolica, pur di ricavare denaro, non si fa scrupolo nell’organizzare truffe come quella della “benedizione per posta”, permessa dal pontefice Paolo VI: «...Bastava riempire un modulo e indirizzarlo all’elemosiniere del Vaticano, il vescovo titolare di Termini Imerese, Antonio Travia, e la benedizione apostolica ti arrivava a casa col postino a solo 2.000 lire [degli anni settanta]; se la volevi su pergamena di riso, il prezzo saliva a 30.000 [degli anni settanta]. Era una truffa “santa” [!!]...» (cfr. Rendina C.: *«I Papi, storia e segreti»*, Roma, 2001). Ma, si è sempre ostacolato

di valutare e di far conoscere l'immensa ricchezza che possiede la "Santa Sede", tanto che Nichols (1968) dichiara esplicitamente quanto segue: «...Sono stati fatti molti tentativi per valutare quanto possiede la Santa Sede; ma, [...] manca ogni osservazione costruttiva dall'interno su cui basare un fondato calcolo. È difficile spiegare il perché di tanta segretezza [...]: o il patrimonio del Vaticano è così vasto che è meglio non farlo conoscere per non rendere i fedeli meno disposti a soccorrere la Chiesa, o è investito in settori dell'attività economica (particolarmente in Italia) che fanno troppo di speculazione pura e, forse, anche di equivoco sfruttamento. Il papato sa [...] che cosa significhi possedere grandi patrimoni. [...] l'*Amministrazione del patrimonio della Sede Apostolica* [...] è il primo dei principali enti finanziario-amministrativi che siano stati istituiti; ma ce n'è uno più recente, la *Sezione straordinaria*, ancora più importante nelle questioni finanziarie. [...]. Lavorando in assoluta segretezza ed essendo responsabile solo verso il papa, essa ha il privilegio di non pagare tasse [...]. Un'abile gestione di questo capitale di base ha fatto del Vaticano una delle massime potenze finanziarie mondiali. Non si pubblicano mai bilanci; non si danno mai indicazioni dirette circa gli investimenti. [...]. Risulta abbastanza evidente che la Santa Sede è strettamente legata all'edilizia, all'attività bancaria, assicurativa, ai servizi pubblici ed ai lavori pubblici di grossa portata. [...] l'*Istituto per le Opere di Religione* [lo IOR] [...]. Questo istituto è, in effetti, la Banca Vaticana, che praticamente funziona come ogni altra banca. Lo si può considerare il terzo braccio finanziario della Santa Sede. Un quarto corpo finanziario è la *Commissione Pontificia dello Stato-Città del Vaticano*. Le sue funzioni comportano, com'è ovvio, sia lavoro amministrativo che finanziario ed entro l'area delle sue attività circola una gran quantità di denaro. [...] nel 1948 [...] monsignor Edoardo Pretner Cippico, archivista della segreteria di stato, [...] ha trasferito dei capitali all'estero per conto di uomini d'affari italiani [...] ed eluso le norme valutarie servendosi dei canali dell'amministrazione del patrimonio della Sede Apostolica. Fu arrestato nel suo ufficio e chiuso nella prigione vaticana, la Torre dei quattro venti. Ma ci restò poco. Riuscito ad evadere, fu poi arrestato dalle autorità civili e trasferito a Regina Coeli. Processato e condannato per truffa, in seguito fu assolto dalla sentenza della Corte di Appello [!!]...» (cfr. Nichols P.: «*The Politics of the Vatican*», London, 1968). E più recentemente Rodríguez (1997) non esita a denunciare quanto segue: «...La Chiesa cattolica [...] necessita di quel potere di *suggestione* suscitato dalle immagini per assicurarsi, ancora, i moltissimi introiti economici che l'adorazione di statue gli garantisce. Non si deve nemmeno dimenticare che, negli ultimi anni, molti teologi cattolici stanno pubblicamente denunciando la *papalatria* sorta principalmente — per opera dell'Opus Dei — intorno all'attuale papa Giovanni Paolo II [infatti, si tenta persino di attribuirgli "miracoli" già in vita, tanto che in un clamoroso articolo, pubblicato da Matilde Amorosi nel settimanale "OGGI" del 13 giugno 2001, si legge «**ESCLUSIVA MONDIALE. Ecco un clamoroso documento e le testimonianze che certificano il primo prodigio compiuto da Giovanni Paolo II. Il miracolo di Wojtyla m'ha guarito dal cancro**», nonostante che, in realtà, si sia trattato di un caso di neoplasia ghiandolare non metastatizzata, fortunatamente estirpata in tempo utile tramite intervento chirurgico!]. Dunque, anche se la Chiesa cattolica non è idolatra formalmente, lo è nella pratica...» (cfr. Rodríguez P.: «*Mentiras fundamentales de la Iglesia católica*», Barcellona, 1997). Mentre, in base a quanto ha mirabilmente posto in evidenza Pauer Modesti (2000), il predetto papa ha manifestato (e continua a manifestare) una condotta tutt'altro che idonea per poter essere idolatrato: «...ad esempio in America Latina, già a partire dal primo anno di ponteficato, Wojtyla si è [...] premurato prima di tutto di disintegrare ogni istanza di rinnovamento, colpendo al cuore la "teologia della

liberazione”, favorendo, in reazione la Capillare presenza “piduista” dell’Opus Dei, di cui ha successivamente beatificato il fondatore, lo spagnolo Josemaria Escrivà de Balaguer y Albas. Non soddisfatto, in uno dei suoi numerosi viaggi in Sud America (Cile, 1987), ha preferito stringere la mano del “boia” Pinochet, affacciandosi con lui dalle finestre del palazzo presidenziale, piuttosto che, a Managua (1993), quella del francescano nicaraguense filosandinista padre Ernesto Cardenal; a Toronto ha rifiutato di ricevere Rigoberta Menchù, la giovane guatemalteca premio Nobel per la pace nel 1992. In questo scenario sconfortante s’inseriscono le recenti dichiarazioni di solidarietà (settembre 1999) [...] al *macellaio cileno* ([...]. Il papa è intervenuto in difesa dell’amico Pinochet, invocando ragioni umanitarie [...]. Evidentemente il termine *umanitario* deve aver mutato di significato!) [...]. Tali dichiarazioni hanno fatto guadagnare al papa la lettera delle Madri dei *desparecidos*, nella quale Wojtyla è chiamato “Giuda”. [...]. Non si tratta solo di giudicare insufficienti le scuse rivolte alle vittime della violenza cristiana, che pure sono parziali e in ogni caso offensive, come da più parti è stato osservato. Si tratta piuttosto di svelare come queste siano il prodotto di una precisa strategia di comunicazione, basata sulla conoscenza profonda dei mass media da parte di un papa che viene dal teatro, e del suo collaboratore, Joaquín Navarro-Valls, esponente dell’Opus Dei ed abile *art director* dello *show business* cattolico. [...] Già nell’ottobre del 1978 il vescovo di Cracovia diede dimostrazione delle sue capacità performative quando, nel giorno della sua elezione al trono di Pietro, coinvolse gli spettatori dell’emiciclo berniniano invitandoli a correggere la sua incerta pronuncia dell’italiano. Fu l’inizio di un cammino spettacolare da cui, se c’è permesso il gioco di parole, scaturirà l’immagine del Papa “pope/star”. Una vera operazione di marketing [cfr. l’App. VII] che ha come oggetto il rilancio dell’immagine e del ruolo del vicario di Cristo, un monarca assoluto dotato di poteri divini, un frammento di Medioevo nella contemporaneità. La dichiarazione ad effetto, il crescendo che giunge fino alle (in ogni caso reticenti) ammissioni di responsabilità nei delitti, perpetrati nella storia della chiesa, contro le masse e i singoli, costituiscono, l’aspetto pedagogico di tale operazione, accessibile a tutti per le forme estetiche scelte nelle categorie del senso comune, dell’ovvietà, della demagogia e della genericità ovvero universalità. Il lato politico e teologico è inaccessibile alla gran massa dei seguaci del cattolicesimo, nel corso del tempo mantenuti nell’ignoranza dalla loro gerarchia, ben cosciente che il primo e più pericoloso nemico si annidava nella conoscenza, dunque nella sincera esegesi critica delle sacre scritture. Il senso del pontificato di Giovanni Paolo II è allora, più che nella fumosa immagine spettacolare, nella concreta produzione colta, nelle encicliche, nella riforma del codice del diritto canonico, nel nuovo catechismo; da questo e dall’attività politica che interessa solo pochi addetti ai lavori emerge, infatti, la natura reale dell’aggressivo programma d’evangelizzazione e l’impossibilità di dare corpo e gambe alla vuota retorica delle prolusioni declamate qua e là per il mondo in decine e decine di viaggi pastorali (cfr. Manacorda M.A., Franzoni G.: Op. cit., Roma, 1999). Pertanto, la verità è da cercarsi dove il 99% dei cattolici non è in grado di muoversi: nell’invenzione della verità della tradizione e nella manipolazione millenaria della teologia. Non a caso le vittime più illustri dell’ira inquisitoria di Wojtyla si trovano tra le file dei teologi critici, i quali dopo secoli di acrobazie dialettiche, si trovano, per il cammino percorso dalla cultura occidentale verso il recupero della razionalità, ormai impossibilitati a difendere la patente [evidente] impostura [...]. Parole leggere come piume da elargire a profusione e per la gioia di tutti, smentite da scritti pesanti come macigni comprensibili a pochi. Questa è dunque la strategia del papa “viaggia(t)tore”, fondata sulla poca memoria dell’uomo contemporaneo e sulla scarsa, o totalmente assente, conoscenza di quella religione di cui ciascun cattolico si

professa fedele; questo duplice livello o doppio binario può funzionare perché nell'epoca dell'apoteosi televisiva e, più in generale, dell'estasi masmediatica (cfr. Baudrillard J.: «*Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà?*», Milano, 1996 e «*L'altro visto da sé*», Genova, 1988), la quantità di messaggi e informazioni sono così numerosi da generare prevalentemente rumore, rendendo, necessario l'uso di un filtro ma, come abbiamo detto, pochi ne possiedono uno. [...]. Sempre attento alla manipolazione delle coscienze, convinto com'è che l'uomo da solo, con la sua ragione, non può che peccare (A conferma di questo, se mai ve ne fosse bisogno, si può leggere l'inutile e inoffensiva enciclica *Fides et ratio*, dove si riafferma la concezione medievale della filosofia quale *ancilla theologiae*. Senza dimenticare che l'intero corpo dottrinario cattolico, è fondato sulla certezza secondo cui l'uomo non è in grado di discernere il bene dal male, mentre il papa sì: per questo è inevitabile ascoltarlo e obbedirgli!), il papa senza remora alcuna ha lanciato la sua offensiva spettacolare, infilando una serie positiva di successi degna dei Beatles, i quali com'è noto ebbero a dire: "Siamo più famosi di Gesù Cristo!". La scelta compiuta dal Vaticano è allora quella di servirsi, strategicamente, del gigantesco arsenale tecnologico offerto dalla civiltà dei mass media, proponendosi come prodotto da vendere attraverso una lunga campagna pubblicitaria, giocata con i registri propri delle più raffinate tecniche di marketing. Oggetto dell'operazione commerciale è la chiesa, la sua centralità e soprattutto il potere assoluto e infallibile del suo pontefice, con ogni mezzo necessario [...] La sfida sul terreno della comunicazione adottando le strategie del sistema dei media e insieme la scelta di combattere l'universo del consumo facendosi merce dovrebbero, nelle intenzioni di Wojtyla, preparare e realizzare l'ingresso della chiesa nel fatidico terzo millennio. In questo sotteso piano programmatico è possibile individuare una prima aporia determinata dalla particolare natura dell'oggetto della comunicazione: l'orizzonte spazio-temporale della chiesa cattolica che, come appare evidente dalle intenzioni [...], guarda ad una durata del messaggio in termini di secoli, confligge con l'essenza stessa della logica delle comunicazioni di massa, definita dalla sua naturale vocazione alla velocizzazione della comunicazione veloce [...]. Il presunto messaggio trascendente di cui è portavoce il pontefice, viaggia sulla scena dello spettacolo globale grazie ad un mezzo specificatamente immanente e costitutivamente autoreferenziale. [...]. In questo senso si spiega sia la scandalosa incoerenza delle numerose azioni del papa polacco [...]. Sia la naturale avversione della curia romana e degli ambienti integralisti, preoccupati proprio della conservazione e della capacità di condizionare di un potere che solo attraverso l'opposizione alla modernità può sperare di continuare a durare. Fuori del Vaticano tutto ciò è causa di profonde ambiguità, perché l'apprezzamento da parte del cattolicesimo progressista per certe dichiarazioni del Santo Padre deve poi fare i conti con prese di posizione, immediatamente successive, assolutamente non in sintonia con le precedenti e viceversa, le chiusure gradite alla destra, scontano le pseudo aperture a sinistra anche se, in quest'ultimo caso l'errore è nella miopia dell'osservatore, poiché le concessioni apparentemente scandalose, sono l'effetto della strategia adottata e si risolvono in pura demagogia. Vero è però il fatto che in questo modo l'azione di Wojtyla è altamente schizofrenogena e, mentre la civiltà industriale sembra aver deciso di convivere in questa condizione attrezzandosi sin dalle origini, la chiesa, come stato qui evidenziato, pur volendo non può. [...]. Il programma politico di Wojtyla, seguendo il percorso sin qui delineato, si propone di costituire un delicatissimo equilibrio fra tradizione e innovazione, ma la scommessa è persa in partenza. La sua azione spettacolare ha creato (e crea) continue aspettative, da parte del cattolicesimo post conciliare, puntualmente disattese; allo stesso tempo, sempre in una dimensione massmediatica, egli ha dovuto garantire la sopravvivenza

del cattolicesimo più retrivo e soprattutto si è trovato (e si trova) nella necessità di riaffermare i principi morali più intimi della dottrina cristiana. In questo scenario, ad esempio, abbiamo assistito alle beatificazioni apparentemente più bizzarre (Edith Stein e Padre Pio), quando non a vere e proprie canonizzazioni ossimoriche (Pio IX e Giovanni XXIII), che sono invece assolutamente in linea con gli equilibrismi di questo difficile pontificato. Tutto questo, come se non bastasse, offerto (se non addirittura imposto) ai media di tutto il mondo ce ne amplificano le contraddizioni e i particolarismi, favorendo, sulla base del protagonismo e della personalizzazione voluta per sé da Wojtyła stesso, una soggettivizzazione della fede che risulta essere quanto di più distante dal progetto iniziale [...]. A corollario di quanto qui delineato, va considerato l'impegno del Vaticano nel settore dell'autopromozione, incentrato su di una vera e propria strategia di marketing. L'anno santo del 2000 è gestito come l'uscita nelle sale di un kolossal hollywoodiano, compreso l'annesso merchandising [complesso delle attività pubblicitarie promozionali di vendita], ma il farsi merce del cattolicesimo romano, nelle forme del feticismo postmoderno, è, dal loro punto di vista, l'errore più grande che si possa commettere; sfidare su questo terreno il capitale, significa soccombergli, nella misura in cui la capacità di controllo della proliferazione delle merci da parte del potere romano è inversamente proporzionale alla velocità di produzione, riproduzione e circolazione delle merci stesse. In altre parole non si tratta più solo dell'imitazione [...] in scala ridotta della Pietà michelangiotesca, ovvero del modellino di san Pietro immerso in acqua a simulare la caduta della neve quando viene rivoltato. [...]. Nel caso del progetto mercantile del papa, inteso all'attuazione del messaggio evangelico, si pone evidentemente il problema dell'impossibilità del rinnovamento della "filosofia costruttiva" o, fuor di metafora, della teologia; perciò quando all'uscita mondiale del cd con il rosario recitato da Wojtyła, altrove si rilancia con la celebrazione della messa "carnevale di Rio" di un giovane prete brasiliano o con l'azzardo in computer grafica del recente film per la tv *Jesus*, in cui nel finale è proposto un imbarazzante Gesù in jeans, a nulla valgono i richiami all'ordine o le grida manzoniane sull'aborto e i contraccettivi: se la suggestione è Gesù in jeans, il concatenamento non può che rimandare ad una nota marca di preservativi che ne commercializza un tipo chiamato *jeans*. Sembra aver senso la deduzione: Gesù oggi userebbe i preservativi! Non sembri quanto qui prefigurato un'iperbole teorica, poiché è in questo modo che funziona la società contemporanea, con buona pace di Giovanni Paolo II e del fido Navarro, i cui piani, e il caso di dirlo, vanno a farsi benedire...» (cfr. Pauer Modesti C., prefazione all'edizione italiana della Band I della già citata «*Kriminalgeschichte des Christentums*», Reinbek-Hamburg, 1989: «*Storia criminale del cristianesimo*», Milano, 2000 di Karlheinz Deschner).