

La comunicazione televisiva a servizio della Chiesa (ANDRIA – Teledehon¹, 3 Maggio 2018)

«C'è bisogno di dar voce ai valori incarnati nella memoria collettiva e alle riserve culturali e spirituali del popolo; di contribuire a portare nel mondo sociale, politico ed economico la sensibilità e gli orientamenti della Dottrina sociale della Chiesa, essendone, noi per primi, fedeli interpreti e testimoni».

(Papa Francesco, Udienza per i 50 anni di *Avvenire*, 1 Maggio 2018)

0. Premessa

«Andate in tutto il mondo e proclamate il Vangelo a ogni creatura» (Mc 16,15)

Questo invito di Gesù implica che uno dei compiti fondamentali della Chiesa è quello di predicare; la sua missione evangelizzatrice è un comandamento del Signore risorto. I destinatari sono tutti gli uomini che esistono al mondo: “ogni creatura”. Ciò indica che tutti gli uomini hanno bisogno di ascoltare il vangelo della salvezza, per poterlo comprendere e testimoniare.

Ma come fare oggi a diffondere il Vangelo a ogni creatura? Per far questo, non si possono certo lasciare fuori i moderni strumenti della comunicazione: radio, televisione, carta stampata, internet e social network.

Negli Atti degli Apostoli, i primi discepoli di Gesù affrontano le persecuzioni, confidando nella forza dello Spirito Santo, per «proclamare con tutta franchezza la

¹ La nascita di Teledehon. L'intuizione del Fondatore di *Teledehon*, p. Giuseppe Civerra, di dotarsi 40 anni fa di un mezzo televisivo per far sì che ciò che avveniva nel Santuario potesse trovare spazio all'interno delle case di tante persone che magari per svariati motivi non riuscissero ad esservi presenti, si trova in perfetta linea con le direttive della Chiesa e del Vangelo. La frase, mutuata proprio dal Vangelo, che egli soleva ripetere e che l'aveva ispirato a far nascere prima *Radio Christus* nel 1975 e poi *Teledehon* nel 1978 nei locali del Santuario del SS. Salvatore di Andria era: «Quello che ascoltate all'orecchio voi annunciatelo dalle terrazze» (Mt 10,27; Lc 12,3), le terrazze su cui erano e sono installate le antenne trasmettenti e riceventi dei nostri segnali allora analogici e ora digitali.

Il suo estro e la sua intraprendenza lo portarono senza indugio a intentare questa strada per comunicare il Vangelo anche ai lontani, dopo aver installato trombe, ancora presenti e funzionanti, su buona parte del perimetro del Santuario, perché anche in lontananza si udisse l'annuncio della buona notizia.

L'opera da lui intrapresa, fatta propria dalla Provincia dell'Italia Meridionale dei Sacerdoti del Sacro Cuore di Gesù, da 40 anni porta il Vangelo nelle case di tanta gente prima nei dintorni di Andria e poi pian piano in Puglia, Basilicata, Calabria e Campania e, attraverso internet, ai fedeli sparsi nei cinque continenti.

Parola» (At 4,29), che induce all'approfondimento della fede e alla crescita della comunità (cf. At 5,42; 6,4; 8,4).

Circa quattordici secoli dopo, oltre alla predicazione orale e scritta, si acquisisce la capacità di diffondere il messaggio molto più facilmente e con meno possibilità di errore, grazie all'invenzione della stampa a caratteri mobili.

La Chiesa capisce subito la possibilità di diffondere opere importanti, come la Bibbia, a un più vasto numero di persone, ma sente con maggiore urgenza anche la necessità di difendersi dalla possibile invasione di libelli eretici, o comunque non conformi al messaggio evangelico.

La radio, il cinema e la televisione ai loro albori vengono visti prima con diffidenza e poi come grossa opportunità per l'apostolato, grazie a Papi lungimiranti quali Pio XI² e Pio XII.

1. La svolta del Concilio Vaticano II

Durante il Concilio Ecumenico Vaticano II, si attua una svolta epocale con il breve, ma fondamentale, decreto *Inter Mirifica*, nel quale si richiama più volte il dovere di conoscere e usare gli strumenti della comunicazione sociale, per annunziare il Vangelo e anche per «poter giudicare cristianamente ogni avvenimento» (n. 14).

Pur non affrontando una sistematica trattazione dottrinale dei complessi problemi sollevati dagli strumenti della comunicazione sociale, ed evitando di proposito questioni ancora controverse, il Decreto espone nel primo capitolo, in forma concisa ed essenziale, i principi sui quali si innesteranno le norme di carattere pastorale. Precisato il diritto della Chiesa a usare questi strumenti per la diffusione del messaggio evangelico e a giudicare sul loro retto uso, il Decreto affronta alcuni temi di particolare interesse.

Uno dei diritti rivendicati oggi, e giustamente, è il diritto all'informazione. Il Decreto, su questo punto, è molto esplicito: esso dichiara che la situazione odierna della società

² Il 12 febbraio del 1931 Pio XI pronuncia ai microfoni della neonata Radio Vaticana il primo radiomessaggio pontificio della storia, in latino, in presenza dell'inventore della Radio e realizzatore dell'emittente, Guglielmo Marconi, del Cardinale Segretario di Stato Eugenio Pacelli (futuro Pio XII) e del primo Direttore dell'emittente, P. Giuseppe Gianfranceschi S.J. Intorno alle 16,30, Marconi si collega per i test con i centri radiotelefonici e radiotelegrafici di Stati Uniti, Australia, Canada, con risultato positivo (radiofrequenza pulita, buona propagazione). Guglielmo Marconi dice: «Ho l'altissimo onore di annunciare che fra pochi istanti il Sommo Pontefice Pio XI inaugurerà la stazione Radio dello Stato della Città del Vaticano. Le onde elettriche trasporteranno in tutto il mondo, attraverso gli spazi, la sua parola di pace e di benedizione (...) questa è la prima volta che la sua viva voce può essere percepita simultaneamente su tutta la superficie della Terra».

rende l'informazione non solo utilissima, ma in molti casi necessaria e che ognuno ha il diritto, secondo le proprie legittime esigenze, di sapere quanto è di comune interesse. Certo, l'informazione deve essere trasmessa obiettivamente, in modo conveniente e con il rispetto dovuto ai diritti e alla dignità dell'uomo.

Nel secondo capitolo, il Decreto assume un carattere più spiccatamente pastorale. Esso si rivolge direttamente ai figli della Chiesa con disposizioni che riguardano anzitutto i compiti dei Vescovi, per i quali questa nuova forma di attività apostolica è da considerarsi parte integrante del loro magistero e del ministero pastorale.

Un invito pressante viene rivolto a quanti hanno in mano le leve di comando di questi potenti mezzi a vivificarli di spirito cristiano. È un invito che riguarda soprattutto i laici già impegnati in questo settore, mentre viene auspicato il moltiplicarsi di uomini preparati e competenti che, oltre a una solida formazione professionale, conseguano, in apposite scuole e facoltà, una sicura e adeguata conoscenza della dottrina cristiana.

Una più approfondita conoscenza dei problemi di questo settore viene auspicata dai Padri, i quali stabiliscono che in tutte le scuole cattoliche, nei seminari e nelle associazioni si incrementino opportune iniziative di istruzione teorica e pratica sugli strumenti della comunicazione sociale. La Chiesa dispone che l'insegnamento sul loro retto uso diventi argomento integrante della formazione cristiana dei giovani e dello stesso clero.

Al fine poi di coordinare le attività dei cattolici in questo campo, il Decreto stabilisce che vengano costituiti dai Vescovi appositi Uffici nazionali per la stampa e per le tecniche audiovisive.

L'Inter Mirifica è perentoria, poi, e non lascia spazio a interpretazioni circa la necessità di sostenere i costi legati all'uso dei mezzi della comunicazione sociale per la diffusione del vangelo: «Sarebbe evidentemente disonorante per i figli della Chiesa tollerare che la parola della salvezza resti inceppata e ostacolata da difficoltà tecniche o dalle spese, indubbiamente ingentissime, che questi strumenti richiedono. Per questa ragione il sacro Concilio ricorda che essi hanno il dovere di sostenere e di aiutare i giornali e i periodici, le iniziative nel settore cinematografico, le stazioni e i programmi radiofonici e televisivi cattolici, il cui fine principale è quello di diffondere e difendere la verità e curare la formazione cristiana della società umana». (17)

2. L'istruzione pastorale *Communio et Progressio*

L'applicazione pastorale dei dettami del Concilio vide la luce solo nel 1971, con l'istruzione pastorale *Communio et Progressio*, che illumina tutti i documenti successivi sull'argomento.

Fra i temi trattati, ricordiamo: a) La "necessità" di utilizzare i nuovi strumenti della comunicazione; b) la "responsabilità" di utilizzarli, che ricade su tutto il Popolo di Dio; c) L'importanza delle trasmissioni radiofoniche e televisive; d) La necessità di investire in strutture, personale e organizzazione.

a) La necessità di utilizzare i nuovi strumenti della comunicazione

«L'uomo del nostro tempo non può fare a meno dell'informazione, che deve rispondere a criteri di rettitudine, di accuratezza, di esattezza e di fedeltà» (n. 34).

«Quanti hanno responsabilità pastorali nella Chiesa devono, attraverso i mezzi di comunicazione sociale, annunciare con perseveranza la verità nella sua pienezza» (n. 123).

Non è obbediente al comando di Cristo «chi non sfrutta convenientemente le possibilità offerte da questi strumenti per estendere al maggior numero di uomini il raggio di diffusione del Vangelo» (n. 126).

Ecco perché è importante l'impegno a essere presenti e a sostenere come Chiesa universale e locale gli strumenti della comunicazione sociale.

b) La responsabilità di utilizzare i mezzi della comunicazione sociale ricade su tutto il Popolo di Dio

«Il retto uso degli strumenti della comunicazione sociale rientra nella responsabilità di tutto il Popolo di Dio» (n. 4).

Successivamente, nell'istruzione pastorale del ventennale della *Communio et Progressio*, dal titolo *Aetatis Novae* del 1992, si chiederà a tal riguardo un intervento preciso e pratico da parte di tutti, cioè vescovi, sacerdoti e fedeli.

Vi si parla di strumenti che ormai sono «di guida e di ispirazione per i comportamenti individuali, familiari, sociali» (n. 1).

Si sottolinea «il programma di rievangelizzazione e di nuova evangelizzazione della Chiesa nel mondo contemporaneo... L'evangelizzazione attuale dovrebbe trovare delle risorse nella presenza attiva ed aperta della Chiesa in seno al mondo delle comunicazioni» (n. 11).

Si dice che «è necessario che la comunicazione sia parte integrante di ogni piano pastorale, perché essa di fatto ha un contributo da dare a ogni altro apostolato, ministero o programma» (n. 17).

c) L'importanza delle trasmissioni radiofoniche e televisive

«L'invenzione della radio e della televisione ha dato all'umanità nuove possibilità di comunicazione e ha introdotto un nuovo stile di vita. Le trasmissioni raggiungono quasi tutte le regioni della terra e in un attimo superano le antiche barriere fra stati e culture diverse. Entrano nell'intimo delle case e chi le irradia ha la possibilità di influire sul sentimento e sulla mentalità di innumerevoli uomini».

«Le motivazioni e gli aspetti religiosi della vita umana devono avere un loro logico inserimento nel corso delle trasmissioni ordinarie» (n. 149).

«Le varie trasmissioni religiose, che le specifiche risorse della radio e della televisione consentono, favoriscono i contatti tra i fedeli e arricchiscono mirabilmente la loro devozione e la loro vita religiosa. Sono anche degli ottimi sussidi per la catechesi e possono formare i cattolici ad assumere responsabilmente il loro posto nel servizio della Chiesa e del mondo. Sono inoltre di aiuto agli ammalati e alle persone anziane che non possono partecipare direttamente alla vita della Chiesa» (n. 150).

«Un particolare rilievo spetta alle trasmissioni della Messa e di altre celebrazioni liturgiche; esse devono essere preparate con la massima diligenza sia dal punto di vista liturgico sia dal punto di vista tecnico» (n. 151).

«Per assicurare un'attiva presenza della Chiesa in campo radiotelevisivo, sia per le trasmissioni in generale che per quelle specificatamente religiose, una stretta collaborazione e una mutua intesa si deve stabilire fra i responsabili cattolici del settore e i responsabili degli enti radiofonici e televisivi» (n. 156).

d) La necessità di investire in strutture, personale e organizzazione

«L'incidenza delle comunicazioni sociali sui comportamenti umani, la loro grande efficacia, i problemi che ne derivano per la coscienza dei cattolici sono considerazioni che impongono un potenziamento pastorale adeguato. È necessario che il personale addetto a questo settore sia competente e attivo, che gli organismi pastorali specifici siano ben impostati, convenientemente dotati di attrezzature, abilitati a svolgere la loro azione e provvisti di adeguati finanziamenti» (n. 162).

«Tutti i fedeli poi dovranno con la preghiera e con l'aiuto - individuale e comunitario - procurare le condizioni migliori perché la Chiesa possa oggi compiere la sua missione avendo a disposizione i più recenti strumenti di comunicazione, quanto mai utili alla diffusione del messaggio evangelico, a illuminare la coscienza degli uomini a promuovere una collaborazione che serva realmente al progresso delle realtà umane permeandole di spirito cristiano» (n. 163).

3. Una presenza qualificata nell'ambito della comunicazione

In un contesto sociale, culturale e politico quale quello odierno, la comunicazione è parte integrante del vivere quotidiano. Una comunicazione inadeguata o assente potrebbe essere intesa come volontà di celare informazioni di primaria importanza (poca trasparenza) o, peggio ancora, incapacità di informare (poca competenza).

In questo contesto, quindi, è fondamentale che la Chiesa continui a comunicare. Siamo bombardati tutto il giorno da una comunicazione ininfluenza con notizie marginali, alcune volte fatta da persone non all'altezza. In taluni casi, addirittura, ci si trova di fronte a una manipolazione dell'informazione atta a creare a tavolino mode, consuetudini e stili di vita che allontanano l'uomo dalla Verità.

C'è bisogno allora di una presenza importante nel mondo della comunicazione da parte della Chiesa che affronti temi e messaggi sostanziali per la vita umana. Significativo è l'auspicio rivolto da papa Francesco durante l'udienza concessa per i 50 di *Avvenire* «esprimere una Chiesa che non guarda la realtà né da fuori né da sopra, ma si cala dentro, si mescola, la abita e, in forza del servizio che offre, suscita e dilata la speranza di tutti». «Vi incoraggio a custodire - ha detto ancora il Papa - lo spessore del presente; a rifuggire l'informazione di facile consumo, che non impegna; a ricostruire i contesti e spiegare le cause; ad avvicinare sempre le persone con grande rispetto; a scommettere sui legami che costituiscono e rafforzano la comunità».

Con questa *mission* chi opera nell'ambito della comunicazione ecclesiale non deve avere paura di dire il proprio pensiero e di divulgare il proprio messaggio, perché questa è la sua ragion d'essere. Fuori da questa prospettiva, la Chiesa perderebbe anche un po' della sua rilevanza. Papa Francesco in questo ci sta aiutando, facendoci riscoprire un'eloquenza del linguaggio fatta di gesti, ma anche di parole che ci dicono come la ripresa di comunicazione della Chiesa crei grande interesse, susciti una nuova forma di attenzione perfino in ambiti distanti che rimangono felicemente sorpresi da quello che la Chiesa è e fa.

Senza dimenticare che per la Chiesa mantenere dei propri canali di comunicazione significa avere la possibilità di veicolare il proprio punto di vista in un mondo che diventa sempre più agnostico, se non proprio tante volte ostile.

4. Quale messaggio veicolare

«I peccati dei media sono la disinformazione, la calunnia, la diffamazione». Lo ha detto Papa Francesco parlando alle emittenti radio e televisive cattoliche italiane aderenti all'associazione Corallo. Lo stesso Pontefice ha stigmatizzato anche il clericalismo che a volte si annida nelle strutture della Chiesa e ha invitato le emittenti a dare spazio a tematiche importanti per la vita delle persone, delle famiglie, della società. Questi temi devono essere trattati non in maniera sensazionalistica, ma responsabile, con sincera passione per il bene comune e per la verità. L'obiettivo è quello di dare vita a un ecosistema mediatico che dia ossigeno alla mente e all'anima.

La scelta di favorire una comunicazione positiva e costruttiva spetta al giornalista: sta a lui decidere "quale materiale fornire". L'accesso ai mezzi di comunicazione, grazie allo sviluppo tecnologico, è tale che moltissimi soggetti hanno la possibilità di condividere istantaneamente le notizie e diffonderle in modo capillare e che queste notizie possono essere belle o brutte, vere o false. Da qui la scelta per costruire «una comunicazione costruttiva che, nel rifiutare i pregiudizi verso l'altro, favorisca una cultura dell'incontro, grazie alla quale si possa imparare a guardare la realtà con consapevole fiducia».

Per farla breve, il Pontefice suggerisce ai mass media di evitare di assegnare sempre al Male il primo posto nei notiziari. «Certo, scrive sempre Papa Francesco nel suo Messaggio, non si tratta di promuovere una disinformazione in cui sarebbe ignorato il dramma della sofferenza, né di scadere in un ottimismo ingenuo che non si lascia toccare

dallo scandalo del male. Vorrei, al contrario, che tutti cercassimo di oltrepassare quel sentimento di malumore e di rassegnazione che spesso ci afferra, gettandoci nell'apatia, ingenerando paure o l'impressione che al male non si possa porre limite».

5. Il compito dei Vescovi e delle Chiese Locali

Numerosi sono i documenti prodotti dalle Chiese locali dopo il Concilio ecumenico Vaticano II a proposito di media. Tra le lettere pastorali, è da ricordare senz'altro quella del card. Carlo M. Martini dal titolo: Il lembo del mantello (1991).

In quella lettera, Martini indica il carattere quasi sacramentale dei media. La donna emorroissa (cf. Lc 8,44) che tocca il lembo del mantello di Gesù e viene guarita è additata come la nuova icona del rapporto Chiesa-media: questi «possono essere lo strumento di un cammino della massa verso le persone». Il Cardinale detta quattro imperativi per la Chiesa d'oggi: la Chiesa deve dire e praticare la comunicazione, deve promuovere una mentalità aperta e più disponibile all'informazione; deve svolgere principalmente un ruolo profetico ed educativo, non cercare di impadronirsi dei media; deve influenzare la produzione dei messaggi, servendosi di tutti i media; deve anche entrare nei media direttamente, se ha tenuto presenti i tre punti precedenti.

6. Gli scenari futuri: lo sguardo rivolto ai giovani

Ci troviamo sicuramente in un'epoca di transizione. Teledemon nasce quando in Italia inizia a svilupparsi in maniera selvaggia il mondo delle radio e delle tv locali, perché molti sentono la necessità di raccontare quello che accade sul proprio territorio o di leggere la realtà dal proprio punto di vista. Per diversi anni, le radio e le tv, oltre i giornali, sono rimasti come l'unica fonte di formazione e di informazione per i cittadini. Se una cosa l'aveva detta la tv, era quasi come se fosse un dogma di fede: non la si poteva certo mettere in discussione! Con l'avvento di internet e dei cosiddetti new media, questo panorama è cambiato notevolmente. Le tv, le radio e i giornali hanno ancora un ruolo nella formazione e nell'informazione, ma non sono di certo l'unica fonte. I giovani, i cosiddetti *millennials*, fanno sempre meno uso della televisione, che rimane il mezzo privilegiato di informazione solo per determinati eventi da seguire in diretta, specie sportivi. La loro fonte di fruizione delle notizie, di formazione e di informazione, sono diventati gli ambienti social network. E si ricorre alle tv o, più

raramente, ai giornali solo per avere conferma di quanto appreso in altri ambiti comunicativi.

In questo contesto, è necessario che come prima si dovesse investire nella diffusione del Vangelo attraverso i mezzi audiovisivi tradizionali, a partire dalla tv, oggi si deve continuare ad investire per veicolare il Vangelo attraverso una struttura multimediale, dove le tv, le radio cattoliche, i giornali diocesani e parrocchiali, che costituiscono un patrimonio culturale delle nostre chiese locali e delle congregazioni religiose, interloquiscano sempre di più in maniera consapevole, professionale e organizzata con i nuovi mezzi di comunicazione di massa.

È necessario, altresì, che si faccia sempre più sinergia, mettendo in comune mezzi, strumenti, personale, esperienze, *best practices*... Non è solo che il giornalista del giornalino parrocchiale e diocesano deve imparare a essere multimediale, deve anche saper mettere la propria professionalità in comune con quanti sul territorio lavorano per lo stesso scopo... Oggi da soli si muore... Se si impara a fare rete, se si impara a fare chiesa nella comunione delle risorse, allora le potenzialità al fine dell'evangelizzazione diventano davvero tante.

Per comunicare e farlo bene, però, è d'obbligo anche che si acquisisca sempre più consapevolezza e professionalità per veicolare il messaggio evangelico, in un mondo le cui iterazioni diventano sempre più complesse. Non si può lasciare il tutto alla buona volontà e al volontariato che si basa sul concetto del *best effort* (faccio il meglio che posso, come posso e quando posso). Questa modalità oggi non è più di sicuro sufficiente a veicolare il messaggio evangelico.

Gesù nel Vangelo dice sì che bisogna essere «semplici come le colombe», ma anche «prudenti come i serpenti» (Mt 10,16) e nella parabola dell'amministratore infedele, egli mette in bocca al padrone una lode nei confronti dell'amministratore disonesto, osservando che «i figli di questo mondo verso i loro pari sono più scaltri dei figli della luce» (Lc 16,8).

Anche Paolo in 1 Cor 9,22 testimonia: «mi sono fatto tutto per tutti, per salvare a ogni costo qualcuno». Dunque, non basta avvicinarsi ai mezzi di comunicazione in maniera ingenua e semplice per veicolare il messaggio: occorre capirli, prendere atto delle loro potenzialità, dei loro limiti e dei pericoli che vi sono insiti e bisogna essere in grado di elaborare delle vere e proprie strategie di evangelizzazione, quelle che in un linguaggio

ecclesiale consolidato si chiamavano e si continuano a chiamare progetti pastorali. Solo che qui i progetti pastorali devono essere adeguati e calibrati sui mezzi che vengono utilizzati a veicolare il contenuto e che hanno delle regole ben precise, che spesso sfuggono all'ingenuità delle masse, che, alcune volte, vivono nell'illusione di potervi immettere contenuti da gestire in piena libertà.

«Il comunicatore cattolico rifugge le rigidità che soffocano o imprigionano. Non mette "in gabbia" lo Spirito Santo, ma cerca di lasciarlo volare, di lasciarlo respirare nell'animo. Fa sì che mai la realtà ceda il posto all'apparenza, la bellezza alla volgarità, l'amicizia sociale alla conflittualità. Coltiva e rafforza ogni germoglio di vita e di bene».

(Papa Francesco, Udienza per i 50 anni di *Avvenire*, 1 Maggio 2018)

✠ Nunzio Galantino
Segretario generale della CEI
Vescovo emerito di Cassano all'Jonio