

P. Mariano e la comunicazione

Un noto professore universitario, sociologo ed esperto nel settore, ha accolto il nostro invito e ci propone in estrema sintesi interessanti riflessioni. Lo ringraziamo cordialmente

La funzione della comunicazione richiama esplicitamente quella dell'evangelizzazione. Essa ha sempre avuto una sua importanza strategica nella diffusione di tutti gli elementi culturali e della vita sociale e ovviamente anche nella diffusione della religione e della sua evoluzione e crescita. Nella dimensione personale, la crescita nella co-

noscenza della fede e nella coerenza di vita con la fede presuppone una valida comunicazione cui si presta ascolto.

L'importanza della comunicazione pertanto è antropologica e religiosa e richiama i dinamismi della comunicazione sociale e il dovere di utilizzare le diverse risorse culturalmente disponibili.

San Paolo diceva che per lui era un obbligo inderogabile darsi anima e corpo alla predicazione: "Guai a me se non evangelizzo" (1Cor 9,16).

Padre Mariano non solo sentiva questo dovere, ma percepiva l'importanza della radio e soprattutto della TV per questo fine; aveva elaborato anche una strategia tutta sua per svolgere al meglio il compito di comunicatore televisivo che la Provvidenza gli aveva affidato.

1. Il senso di un mandato

La funzione di insegnare, che la Chiesa aveva ricevuto dal Cristo, P. Mariano la considerava importantissima, per cui vedeva nell'annuncio iniziale e permanente del Vangelo una finalità essenziale del suo apostolato.

In questo senso egli vedeva la comunicazione come un argomento di grande interesse nella sociologia in genere e in quella applicata all'azione di ogni singolo apostolo. Tale funzione, infatti, è essenzialmente un fatto d'interrelazione tra diversi soggetti che scambiano idee, progetti e suggerimenti tra loro e quindi realizzano un rapporto sociale.

È bene quindi cogliere e approfondire il significato e la portata di questa funzione dal punto di vista della situa-

LA CHIESA È MADRE E MAESTRA DI VITA



zione sociale e da quello della condizione religiosa. P. Mariano riassumeva quello che intuiva in modo esistenziale e culturale e attuava in modo spontaneo e naturale, ma in forma eccellente, captando l'attenzione delle più disparate categorie di persone.

Per questo potrebbe essere utile incominciare la spiegazione del suo successo evidenziando che egli trasmetteva contenuti riguardanti verità, valori, modelli di comportamento, secondo le indicazioni del Vangelo e la prassi propria della cultura italiana.

Sebbene la fede stessa assicuri che, per alcuni aspetti, la sua trasmissione non è solo un fatto sociale (è presupposto il concetto di rivelazione), tuttavia la modalità di trasmettere tali contenuti è sostanzialmente di natura sociale.

Essa comporta: presa di coscienza dell'intervento di un'emittente che ha capacità di comprendere la situazione dei destinatari, inquadrando la propria comunicazione nei tempi e nei modi più opportuni, comprendendo le circostanze, usando adeguatamente lo strumento televisivo e conoscendo in modo empatico e non solo dottrinale le sue caratteristiche naturali e tecniche.

2. Intuizione delle situazioni

Un comunicatore nato come P. Mariano pensava a tale compito "con timore e tremore"

**P. MARIANO FACEVA CONOSCERE
"VERITÀ, VALORI, MODELLI DI
COMPORAMENTO"
ALLA LUCE DEL
VANGELO E
DEL
MAGISTERO
ECCLESIALE**



ma confidava nell'aiuto del Signore e nelle sue doti naturali per cui gli bastava usare delle parole chiavi, suggerite dalle varie circostanze per instaurare un dialogo e una relazione significativa con i telespettatori.

Egli pensava che bisognava presentare il messaggio evangelico in modo spontaneo, nella convinzione che esso costituisce la sola risposta possibile alle sofferenze dell'uomo, ai suoi interrogativi esistenziali.

Non si deve sottacere che oggi i "media" appaiono più laicizzati, edonistici e per questo meno capaci di offrire forme di gratificazione dello spirito; perciò egli riteneva particolarmente importante ricomporre in modo unitario tutta la gamma delle forme della comunicazione per rendere il discorso religioso avvincente, incisivo e persuasivo.

3. Esigenze tecniche della tv

I sociologi distinguono vari livelli fondamentali di comunicazione: piano interpersonale o capillare, piano della cultura organizzata, piano della comunicazione diffusiva e centralizzata. ▶

Ognuno di tali piani ha una sua particolare modalità di presenza nella società e una funzione differenziata nella cultura, ma specialmente nella psiche di ogni singola persona.

Ogni progetto di vita, specialmente oggi, trova la sua attuazione nella misura in cui utilizza le risorse che la tecnologia offre, tramite la comunicazione. Pertanto si verifica una coestensione di questo con la vita sociale e un'influenza costante e reciproca.

Non si deve trascurare però la funzione dello strumento, in questo caso, quello televisivo. Esso infatti non solo "qualifica" la comunicazione ma anche la veicola in modo efficace e imprevedibile.

Così la vita sociale determina la comunicazione, ma a sua volta ne è influenzata, determinata, canalizzata. Per questo emerge oggi quello che è stato chiamato il "progetto culturale", che si propone come obiettivo finale e principale l'evangelizzazione della cultura e l'inculturazione della fede.

Per questo P. Mariano si avvaleva di varie forme: orali e simboliche, dirette e indirette, uditive e visive, statiche e dinamiche, per diffondere in modo accattivante e convincente i valori cristiani.

Partendo da queste constatazioni, P. Mariano vedeva la televisione come uno strumento principe, anche per la comunicazione religiosa, così da ottenere un miglioramento dello standard quotidiano degli ascoltatori, facendo leva sul consenso razionale.

GIUSEPPE SCARVAGLIERI



IL CAPPUCCINO INTUÌ SUBITO CHE LA TV È UNO "STRUMENTO PRINCIPE" PER L'ANNUNCIO EVANGELICO E PER INCIDERE SULLA CULTURA, PER GUIDARLA VERSO VALORI UMANI AUTENTICI

