

INTRODUZIONE

Quante volte ci è capitato di vedere in TV un ecclesiastico, un religioso o un semplice credente fallire completamente in un dibattito non riuscendo a trasmettere pienamente le sue convinzioni? Quanti fraintendimenti, interruzioni, aggressioni da parte di altri interlocutori? E ogni volta abbiamo pensato: eppure stava dicendo qualcosa che poteva essere condivisibile, comprensibile, credibile. Cosa è andato storto?

Il presente testo nasce per rispondere a questa domanda, o meglio: per prevenirla. Una guida pratica per chi è chiamato a intervenire in TV per parlare di fede, di morale e di tutti quei temi che riguardano i significati profondi e le scelte di vita.

La TV, sebbene abbia subito molti cambiamenti soprattutto negli ultimi anni, è ancora la regina incontrastata del panorama mediatico¹. Conoscerne le dinamiche e il linguaggio è oggi fondamentale sia per coloro che hanno compiti istituzionali nella Chiesa sia per chi è chiamato come testimone a dare ragione delle sue scelte e convinzioni, soprattutto nell'ambito della fede.

Dopo aver studiato e fatto esperienza di numerosi interventi in TV, spesso fallimentari, abbiamo collezionato una casistica degli errori ricorrenti e, a partire da questi, abbiamo individuato alcune vie per poter migliorare. I suggerimenti contenuti in questo breve testo hanno come scopo quello di rendere consapevoli della peculiarità della TV e

¹ Secondo i dati del *12° Rapporto Censis/Ucsi 2015* la TV è utilizzata dal 96,7 % della popolazione e per quanto riguarda l'informazione la prima fonte usata dagli italiani sono i telegiornali (76,5 %), seguono i giornali radio (52 %), i motori di ricerca su internet come Google (51,4 %), le TV all news (50,9 %) e Facebook (43,7 %).

della necessaria preparazione (minima a dire il vero) per rispettare al meglio il suo funzionamento.

Questo testo si basa sull'assunto di fondo che in TV (e quando si comunica in generale) ci sono tre elementi fondamentali: il soggetto che parla, ciò che dice e a chi. Bisogna avere qualcosa da dire e dirlo con autenticità per costruire una relazione con un altro. È a partire da questo che c'è comunicazione efficace. Mentre questa è un'operazione che, più o meno, nella comunicazione interpersonale siamo abituati a gestire (e di fatto impariamo a farlo in famiglia, a scuola, nei luoghi di socializzazione) quando ci spostiamo in uno studio TV diverse cose cambiano.

Conoscere questa differenza ci rende capaci di parlare in TV al meglio. *You Are the Message*², "tu sei il messaggio", è il titolo di un classico della letteratura sul tema. Essere efficaci in TV è in qualche modo ritrovare se stessi davanti alla telecamera per poter stabilire una relazione autentica con l'altro, unico modo affinché si abbia una vera comunicazione.

Il percorso che offriamo è composto da quattro passaggi, che corrispondono ai titoli dei capitoli: forma, contenuto, dibattito, dialogo. Le prime due fasi si occuperanno degli aspetti esteriori (forma) e di quelli sostanziali (contenuto) dell'intervento televisivo dal punto di vista della preparazione individuale. Le altre due fasi prenderanno in considerazione gli stessi aspetti – formali e di contenuto – dal punto di vista dell'interazione con altri in TV (dibattito e dialogo).

Nel primo capitolo sulla forma vedremo come porsi davanti alla telecamera, che tipo di gestualità usare, l'abbigliamento, il modo di sedersi, il modo di parlare e così via. Lo riteniamo un passaggio iniziale obbligatorio: la TV sottolinea e aumenta alcuni elementi della comunicazione non verbale, esserne consapevoli è cruciale per poter iniziare il percorso.

La seconda tappa riguarda l'elaborazione del contenuto del proprio intervento. Su questo si gioca di solito l'intera performance televisiva.

² Roger Ailes, *You Are the Message*, Dow-Jones Irwin, Homewood, 1988. L'autore è stato giornalista televisivo, direttore di un'azienda di consulenza di comunicazione e lui stesso consulente di comunicazione di tre presidenti statunitensi.

Chi ha chiaro cosa dire di solito sa anche come dirlo e a chi. Ci verranno in aiuto alcuni spunti dalla retorica classica (i classici funzionano sempre) inseriti nella dinamica televisiva più attuale.

Il terzo passaggio servirà ad acquisire consapevolezza su cosa accade quando si è chiamati ad intervenire in TV con interlocutori che non la pensano allo stesso modo, che non hanno gli stessi riferimenti e presupposti culturali, religiosi, filosofici ecc. Il cosiddetto dibattito. In questo capitolo ci occuperemo degli aspetti formali dell'interazione televisiva con l'altro.

Il quarto capitolo permetterà di entrare in dialogo, che è comunicare in senso pieno: consapevoli degli aspetti esteriori del confronto con l'altro, si tratta in questa fase di concentrarsi sui contenuti per parlare di fede, di morale, di significati profondi, senza dare nulla per scontato e facendosi capire anche da chi non crede.

Queste fasi saranno poi analizzate nell'ultimo capitolo attraverso tre casi pratici di interventi efficaci sui media di un sacerdote oratoriano, Padre Maurizio Botta, intervistato dalla trasmissione di Italia1 *Le Iene*; un giovane prete inglese, don Edmund Montgomery, in un dibattito in diretta su Sky News UK; e quello di Suor Rosa Lupoli, intervistata durante la trasmissione di Radio24 *La Zanzara*.

Consapevoli che è l'esperienza viva – e non la teoria – la via maestra per imparare a comunicare, abbiamo condensato in queste pagine alcuni spunti di riflessione per mostrare che anche in TV è possibile creare relazioni e legami significativi, così come negli altri ambiti della conversazione pubblica.