# UN PROGRAMMA RELIGIOSO È UN PROGRAMMA PER TUTTI

Un programma religioso è rivolto solo a chi crede? È pensato, scritto, lavorato solo per l'orticello dei fedeli? La domanda è importante. Al tempo dei mille canali, quando esiste la tv per la caccia, quella per la pesca, quella per il tennis, quella per la musica rock, anche la fede rischia di diventare una quota di mercato da intercettare? E da chiudere in un recinto? Quello degli appassionati di un genere? Ma la fede è un genere? Come i gialli o il fantasy?

No, non è questo. Non è un hobby, né una passione privata da coltivare con altri appassionati. Non si può immaginare un prodotto che racconta la fede, come se fosse uno dei tanti segmenti di mercato da aggredire con cinismo.

I mezzi della comunicazione sono invece strumenti da usare per raggiungere il numero più alto di persone, quelle che, come insegnava il beato Don Alberione, vivono nelle periferie dell'esistenza (un'espressione di Papa Francesco che il Primo Maestro avrebbe molto amato). «Dove va questa umanità?», scriveva Don Alberione. «Dove cammina, come cammina, verso che meta cammina questa umanità, che si rinnova sempre sulla faccia della terra?». Attenti, di questa umanità facciamo parte anche noi, perché nelle periferie esistenziali, a tratti, ci finiamo tutti. È quell'umanità che corre per strada al mattino andando al lavoro. Ne siamo parte con gli affanni di chi non ha mai tempo, di chi vive con fretta e superficialità e rischia di diventare vecchio senza accorgersi del punto di vista di Dio, quell'angolo di visuale amorevole e tenero con cui siamo osservati da Lui in ogni momento della nostra vita.

Quando ho cominciato a lavorare a un programma religioso ho subito capito che non poteva diventare un ghetto: doveva restare aperto. Anzi, dovevamo aprirlo di più ancora. Non c'era da tenere aperta la porta, c'era da abbattere proprio il muro e vivere in faccia alla strada. Perché? Perché un programma che parla di fede, per come lo vedo io, è l'unico programma che può parlare a tutti. È il vero servizio pubblico. Non bisogna credere per porsi alcune domande di senso: ce le hai se respiri. Sono quelle domande che hanno a che fare con la vita: come si cresce? Come s'invecchia? Come si crescono i figli? Perché avere figli? E se non ne arrivano? La vocazione, il futuro, cosa farò? Gli errori, la speranza, la malattia, la gioia, la morte, la ricchezza, la povertà, la giustizia. Noi non diamo risposte come un manuale di vita, indichiamo con le esperienze, con le storie, con le parole dei santi, con l'insegnamento del Papa, una prospettiva che è Dio. Chi parla di quei temi oggi? Anche laicamente. Anche senza citare Dio. Nessuno. La vita vera è anestetizzata su molti media. Mi dicono: «Ma se parlate di Dio, date una caratterizzazione al vostro discorso che vi isola». E ci mancherebbe, rispondo. Non si può mica dare una risposta senza indicare una meta. Se resti nel vago non rispondi a nessuno.

E infatti chi crede ci ascolta per capirne di più. Chi non crede per trovare un confronto. E allora un programma religioso è un terreno fecondo di incontro. Non è la mezz'ora di catechismo. Non è l'orgoglio di una minoranza. E neppure la dittatura di una maggioranza.

Tuttavia è comunicazione e ha le sue regole. La popolarità è una di queste: non dobbiamo temere di essere popolari, di parlare a tutti, di usare i linguaggi della cultura popolare. Se Gesù usava le parabole, noi non possiamo rifugiarci negli intellettualismi. Come troppe volte abbiamo visto fare. Un'altra regola è la dimensione industriale, che vuol dire format, grandi tirature, scelte globali, grandi investimenti, crossmedialità. A legare tutto è una spiritualità della comunicazione, che manca e che troviamo solo approfondendo don Alberione. Spiritualità e cultura dell'impresa della comunicazione, con le sue intuizioni il beato Fondatore della Famiglia Paolina continua a precederci.

*Rosario Carello*