

intervista

Padre Lombardi: fedeli da Marconi agli spot

DA ROMA SALVATORE MAZZA

Nuvissimo. Si chiama *Vatican Tic*. È l'ultimo nato tra i servizi offerti dalla Radio Vaticana che, a partire dal calendario, offre un facilissimo accesso ai servizi informativi. Tanto per ribadire che «noi abbiamo una missione, di servire il Vangelo e la Chiesa in rapporto al ministero del Papa, e dobbiamo cercare di farlo con la tecnologia migliore che il tempo ci offre».

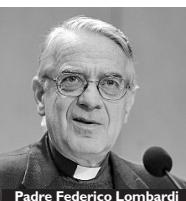
Per padre Federico Lombardi, direttore della Radio Vaticana, questo 80° anniversario dell'emittente della Santa Sede è, insomma, l'occasione per «riconnettersi all'ispirazione originale, nel senso che Pio XI ha colto per quei tempi la potenzialità offerta dalla tecnologia al servizio del Vangelo e della Chiesa e ha chiesto proprio a Marconi, cioè al top della scienza e della tecnica di allora, di approntare lo strumento adatto per quell'uso».

Un'ispirazione fondamentale...

«La Radio nasceva nell'ambito della costruzione delle strutture autonome del nuovo Stato della Città del Vaticano. La prima impostazione della stazione ha un po' questo significato, più che quello della radiofonia così come lo intendiamo oggi. Però lo strumento è multipotenziale, e quindi effettivamente fin dall'inizio è anche il mezzo attraverso cui il Papa può parlare al mondo; infatti l'inaugurazione avviene proprio con un radio-messaggio indirizzato al mondo».

È l'inizio di una storia lunga. Quali i punti più significativi?

«Bisogna tener conto che partiamo negli anni del sviluppo delle grandi dittature, anni di limiti alla libertà e anche



Padre Federico Lombardi
Il direttore: «Siamo nati contro l'isolamento della Chiesa negli anni delle grandi dittature, oggi uniamo a Roma i cristiani del mondo»

alla libertà della Chiesa; quindi la radio si manifesta subito come lo strumento per collegare il cuore della cristianità anche a chi si trova in difficoltà a comunicare oltre le frontiere chiuse. Questo vale già durante la guerra e in seguito con lo sviluppo dei regimi comunisti. Un altro punto molto glorioso della storia della radio, nel tempo di guerra, sono non solo i grandi radiomessaggi di Pio XII, ma anche il servizio dell'Ufficio che il Papa volle per i prigionieri e i dispersi, e che ha utilizzato proprio la Rv come principale strumento. Un servizio enorme, come senso e come ore di trasmissione, con più di un milione di messaggi inviati. E poi c'è la crescita attraverso mezzi più potenti per raggiungere tutto il mondo, i programmi nelle diverse lingue, oggi oltre quaranta, la Radio che diventa itinerante con i viaggi di Giovanni Paolo II. E ancora, l'avvento dei satelliti e di internet, grazie ai quali si sviluppa tutta la ritrasmissione dei programmi della Rv da parte di radio locali in tutto il mondo, che attualmente sono più di mille».

Quanto costa questo servizio, che tra l'altro non usufruisce neppure di pubblicità?

«Dire senza pubblicità non è esatto: da un paio d'anni abbiamo cominciato ad accettarla anche noi. Però bisogna tenere conto della natura specifica della Rv: non c'era una difficoltà di principio dottrinale, ma un ostacolo pratico di non pertinenza della pubblicità a un servizio multiculturale e diretto a tanti pubblici diversi. Adesso che abbiamo un canale su Roma One-O-Five, con una programmazione prevalentemente in italiano e un uditorio più stabilmente identificabile, abbiamo identificato anche un genere di pubblicità, istituzionale o di servizi, che può essere adatto. Comunque anche questo contributo non è risolutivo delle esigenze economiche, tra i 20 e i 30 milioni di euro l'anno, di un ente con circa 350 dipendenti, più i collaboratori, più gli investimenti in strumenti, che per questo è sostenuto nel bilancio della Santa Sede come gli altri servizi della Chiesa».