

# Focus

## LA MARATONA TELEVISIVA

UN MODO PER COSTRUIRE

CONSAPEVOLEZZA E

RISVEGLIARE LA SOLIDARIETÀ

INTERVISTA A VINCENZO MORGANTE  
DIRETTORE DI TV2000 E INBLU2000

*Come funziona e quali sono gli obiettivi della comunicazione sociale di Tv2000 e InBlu2000?*

Lavorare nella dimensione comunicativa è uno straordinario privilegio. Comunicare al pubblico è un servizio di grande importanza, bellezza e soddisfazione, ma solo se è svolto con responsabilità poiché – quando questa viene meno – l'informazione diventa manipolazione, inganno e autoreferenzialità. La comunicazione sociale è da sempre al centro del nostro lavoro, un ponte tra chi ha bisogno e chi è nella condizione di poter aiutare. Spesso manca questo anello di congiunzione fondamentale per chiudere il cerchio. Noi cerchiamo di essere questo anello con le nostre modalità che da sempre ci distinguono. La forza comunicativa di Tv2000 e di InBlu2000 risiede prima di tutto nell'ascolto dei propri telespettatori e ascoltatori: questa dimensione è alle radici del nostro operato ed è sempre più un tratto identificativo e riconoscibile della nostra missione. Quest'anno abbiamo compiuto 25 anni di vita, raggiungendo innumerevoli traguardi e riuscendo tra l'altro a crescere costantemente negli ascolti. Noi non vogliamo catturare il pubblico, ma accoglierlo e nutrirlo con la bellezza, la profondità e la spiritualità che sono alla base del messaggio cristiano e che differenziano la nostra proposta radio-televisiva da tutte le altre. In quest'ottica

l'ampliamento della nostra platea, giunta sostanzialmente a raddoppiarsi, dimostra con i fatti che un'offerta di qualità non pregiudica gli ascolti, ma li alimenta. E in questi anni, con gli ascolti, è cresciuto anche il senso di responsabilità con cui sentiamo di dover elaborare la nostra programmazione: per tante persone, che quotidianamente ci seguono, i nostri volti e le nostre voci sono diventati familiari, un rimedio alla solitudine sociale che paradossalmente, in un'epoca iperconnessa, avanza in maniera inesorabile. Sappiamo di essere il volto e la voce di una grande comunità aperta al mondo, all'accoglienza, al dialogo. Insieme ad altri, contribuiamo a dare un volto e una voce a quella Chiesa che, come il percorso sinodale dimostra, è decisa ad abbandonare le sue comode certezze per andare incontro a chi è in ricerca, a chi è più lontano, a chi è più fragile. Essere il volto e la voce di questa comunità dialogante è, appunto, una grande responsabilità e al tempo stesso un grande privilegio.

*Quali sono i criteri e le modalità con cui vengono scelte le campagne non profit?*

Tutte le campagne non profit sostenute da Tv2000 e InBlu2000 seguono un importante criterio: dare voce a chi non ha voce. È il filo conduttore che ci spinge ad accendere i riflettori per far vedere ad altri tutto ciò che altrimenti resterebbe nel buio. Come abbiamo fatto nell'ultima maratona tv e radio, a dicembre 2023, a sostegno di Caritas e FOC-SIV. Alla luce delle drammatiche notizie dalla Terra Santa, abbiamo risposto con convinta disponibilità alla nuova campagna di raccolta fondi. Non abbiamo voluto lasciare nulla di intentato, perché abbiamo sentito forte il dovere di condividere la fortuna della nostra condizione con chi, provato dai conflitti e dalla distruzione, fatica ad immaginare un futuro di pace e di serenità. In Terra Santa e in molte altre aree del Medio Oriente, ci sono

ragazze e ragazzi che, esattamente come i nostri figli o i nostri nipoti, hanno sogni, desideri, aspirazioni. Caritas Italiana e FOCSIV hanno voluto, nonostante tutto, mantenere vive quelle speranze continuando a sostenere le occasioni di dialogo, di formazione, di lavoro già costruite in passato. Per questo, semplicemente ma con convinzione, abbiamo deciso di stare accanto a loro.

**Quale l'importanza della collaborazione con Caritas Italiana? Quale il valore aggiunto della maratona radiotelevisiva rispetto alla collaborazione?**

La collaborazione con la Caritas italiana si inquadra nel contesto più ampio del "fare rete" all'interno dell'ambito ecclesiale e sociale. Il lavoro costante sul campo degli operatori della Caritas sono per noi un osservatorio prezioso per raccontare cosa avviene negli angoli più nascosti del mondo. È un grande privilegio accendere i riflettori sui vostri progetti. La maratona radiotelevisiva è un concentrato della collaborazione costante e quotidiana. Riserviamo infatti solo alla campagna di Caritas e FOCSIV un lavoro speciale sul fronte della comunicazione e della organizzazione degli interventi in palinsesto. Lo spot della campagna viene infatti realizzato dalle nostre migliori risorse interne (autori, registi, montatori, produttori) e, solo alla realizzazione di questo spot, partecipano i nostri conduttori e i nostri giornalisti. Volti conosciuti e amati dal

nostro pubblico che mettono a disposizione dei risultati della raccolta fondi il loro patrimonio di credibilità e fiducia. Un grande lavoro di squadra per ottenere il massimo risultato possibile.

**Che tipo di visibilità offrite?**

In generale, offriamo una visibilità assolutamente originale e unica nel panorama televisivo italiano. I nostri telespettatori ci guardano numerosi ogni giorno perché proponiamo loro una modalità di visione diversa dalle altre emittenti. Non ricorriamo a escamotage per alzare lo share, per attirare l'attenzione su di noi. Preferiamo immagini e parole non gridate, non ci piacciono i toni ruvidi o grossolani. Oggi, nonostante la dilagante affermazione di social e web, la televisione resta uno degli strumenti più utilizzati dalla gente per informarsi. Per questo sentiamo una grande responsabilità nei confronti di chi ci segue. La nostra identità è chiara e senza equivoci. Il nostro sguardo, carico di fiducia, è sempre proiettato in avanti verso un futuro che deve guardare al presente. Su questa base, costruiamo poi un progetto dedicato alla campagna Caritas/FOCSIV, che prevede una maratona radiotelevisiva, concentrata in un giorno solo, o, come accaduto nell'ultima edizione, nell'arco di pochi giorni, durante la quale i programmi televisivi e radiofonici mantengono viva la forza del messaggio in una sorta di staffetta delle solidarietà che si è rivelata efficiente ed efficace.

€ 130.683,32

**fondi raccolti grazie alla  
campagna  
CARITAS-FOCSIV  
"LA PACE VA OLTRE"**

fonte FOCSIV