

Intervista al prof. **MASSIMILIANO PADULA**

a cura di Maria Antonietta Trupia

Ispirata al messaggio di Papa Francesco in occasione della 54° Giornata delle Comunicazioni Sociali

“Respirare la verità delle storie buone”... “capaci di “travalicare i confini dello spazio e del tempo”. Nel messaggio di



Papa Francesco, in occasione della 54ma “Giornata per le Comunicazioni Sociali” (nel giorno dedicato a S. Francesco di Sales), in cui tradizionalmente il Santo Padre trasmette un messaggio, si evidenziano, tra gli elementi significativi, la memoria e la capacità di narrazione dell’uomo.

La Bibbia appare come una “grande Storia d’amore tra Dio e l’umanità”, raccontando come “Dio continui a farsi

Photo by **PIACENZA**

presente". Anche nei Vangeli viene richiesto, a colui che legge, "di partecipare alla stessa fede per condividere la stessa vita". In una reciprocità continua tra "la storia di Cristo e la nostra storia".

Per parlare del messaggio del Santo Padre interpelliamo, attraverso un'intervista, il prof. Massimiliano Padula, docente di "Scienze sociali e della Comunicazione" presso la Pontificia Università lateranense e di "Sociologia" e "Comunicazione" presso due altri Atenei.

Il prof. Padula è presidente del "Copercom" (Coordinamento delle Associazioni per la comunicazione) e membro del Comitato Media e Minori del Ministero dello Sviluppo Economico.

Padula riflettendo sulle parole di Papa Francesco, sottolinea il ruolo del comunicatore oggi, che si deve "fare carico" di esplicitare alcune istanze fondanti quali "responsabilità, umiltà ascolto, cura, relazione, empatia, mediazione, rigore".

- Nella Sacra Scrittura, la triade Dio, Gesù, umanità esprime una grande storia d'amore.

Qual è il ruolo dell'uomo come depositario della memoria?

Agostino ne Le Confessioni ricercava Dio proprio attraverso la memoria. In essa il Santo d'Ipbona trovava il senso della bellezza così come appagava il desiderio di felicità. La memoria quindi è una sorta di "beatitudine" che può rivelare il Mistero, può manifestare il trascendente ma può anche incarnarsi nel tangibile, riflettersi nell'umano. Per questo motivo essa è patrimonio delle nostre esistenze, è un "organo intellettuale" che va custodito e curato con responsabilità e autenticità.

- Qual è l'impegno prioritario, oggi, di chi sia impegnato a fare comunicazione: in generale e, in particolare, per chi abbia un'ispirazione cristiana?

La comunicazione non è una prassi improvvisata. Necessita di studio, sensibilità e competenze culturali specifiche. Tra queste la capacità di 'annusare' il cambiamento, interiorizzarlo e concretizzarlo nei propri impegni quotidiani.

Se dovessi scegliere un concetto per definire il comunicatore nel tempo contemporaneo indicherei l'espres-

sione "farsi carico". In essa, a mio avviso, possiamo trovare tutte le istanze che dovrebbero distinguere coloro che fanno comunicazione (siano essi cristiani o no): responsabilità, umiltà, ascolto, cura, relazione, empatia, mediazione, rigore.

- Da sempre l'uomo narra o ascolta narrazioni: c'è bisogno di un "telaio" comune che manifesti coraggio ed amore. In che modo oggi deve manifestarsi il coraggio (comunicativo) dell'uomo?

Il telaio è una delle metafore felici che Papa Francesco usa nel Messaggio per la 54° Giornata mondiale delle Comunicazioni sociali. Rimanda alla relazione e a tutte le sfumature e le declinazioni positive che si realizzano nello stare insieme.

Ma per esprimere il "coraggio comunicativo" non posso che fare riferimento al Messaggio di Francesco per la Giornata del 2017 e a quel versetto di Isaia (43, 5) "Non temere, perché io sono con te" che esalta il ruolo della speranza e dell'amore di Dio che possono trasformare - spiega il Pontefice - "ogni nuovo dramma che accade nella storia del mondo in uno scenario di una possibile buona notizia, dal momento che l'amore riesce sempre a trovare la strada della

prossimità e a suscitare cuori capaci di commuoversi, volti capaci di non abbattersi, mani pronte a costruire".

- Papa Francesco, nel suo messaggio per la 54° Giornata mondiale delle Comunicazioni sociali (a gennaio di quest'anno), ha parlato di storie buone per "andare avanti insieme" in relazione con gli altri.

C'è a suo avviso, nei media, la volontà di narrare storie buone?

È una risposta difficile. Vorrei andare oltre la solita retorica buonista e moraleggiante che tende ad additare certe narrazioni medialità come disonorevoli e inguardabili. Dal mio punto di vista, soprattutto ora che il digitale ha riconfigurato percezioni, fruizioni, tempi e spazi, non esistono più media bravi e media cattivi. La "palla" passa a noi, lettori, spettatori, cittadini digitali che come mai nella storia, abbiamo finalmente l'opportunità di scegliere. Non solo cambiando canale o spegnendo il telecomando. Ma diventando un'alternativa bella a ciò che è brutto attraverso la produzione di storie e di testi audiovisivi e multimediali che esaltino il vero, il giusto, il rispetto per la dignità della persona e tutto ciò che di virtuoso riflette la nostra vita. I

media siamo (diventati) noi e sempre da noi passa la volontà di impreziosire le narrazioni o, viceversa, di sporcarle. Nel tempo digitalizzato, delle auto-narrazioni e rappresentazioni da social, della personalizzazione della comunicazione, la responsabilità è di tutti, nessuno escluso.

- Il rapporto tra libertà di Dio e dell'uomo - come ricorda Papa Francesco - è tratteggiato "in ogni storia" che può diventare un'appendice di Vangelo.

Come aiutare a riconoscere "storie che profumano di Vangelo"?

I meccanismi di riconoscimento sono diversi ma mi piace indicarne due: l'evidenza e il rimando. Ci sono film, libri, contenuti digitali costruiti rispettando in modo evidente la fedeltà al testo sacro; si tratta ad esempio di narrazioni agiografiche, di storie di buone pratiche pastorali, di film che raccontano la vita di santi. Ma questa fedeltà spesso è di superficie e può sfociare in estetismi patinati che determinano un piatto effetto consolatorio piuttosto che essere realmente (come scrive Francesco nel Messaggio per la 48ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali) "olio profumato per il dolore e vino buono per l'allegria". Per

questo motivo preferisco i contenuti costruiti per rimando, ossia capaci di trasfigurare un senso non manifesto, in grado di interrogare lo spettatore, di provocarlo.

Esattamente come Gesù faceva con le sue parabole che, al di là dell'evidente significato, aprivano spazi interpretativi, rivelavano significati profondi e, di conseguenza, stabilivano delle relazioni rendendo l'esperienza religiosa straordinariamente viva.

- Il cambiamento dell'uomo può avvenire "raccontando a Dio la nostra storia". In quali modi si può esplicitare questo racconto?

Attraverso la testimonianza.

Che nei media digitali diventa una categoria intrinseca essendo essi la proiezione della nostra umanità. In essi (su Facebook ad esempio) chi siamo, se non noi stessi.

I social network sono territori privilegiati delle nostre identità, delle relazioni, dei sentimenti, delle paure e delle derive della nostra esistenza. E anche del nostro rapporto con Dio.

- Lei si è occupato (libri, lezioni...) di sociologia e comunicazione. L'ultimo libro "Comunica il prossimo tuo. Cultura digitale e prassi pastorale (Edizioni Paoline,

febbraio 2020) affronta il tema della tecnologia in rapporto alla persona ed alla sua umanità. Ci sono spazi affinché i valori tradizionali riprendano forza nella vita reale e (oserei dire) in quella virtuale?

L'emergenza valoriale è un minimo comune denominatore della modernità. Da quando l'uomo ha preso coscienza di sé, del suo essere sociale, dell'opportunità di autodeterminarsi ha sempre (pre) giudicato il circostante, criticando ciò che appariva distante o nuovo rispetto alle certezze tradizionali. Io, quindi, non parlerei di ripresa di forza ma di capacità di riuscire a trovare modalità efficaci per veicolare i valori in un mondo sempre più caotico e complesso. Questo vale sia nella cosiddetta vita reale (offline) che in quella digitale (online) che rappresentano un continuum dell'esistenza in cui l'uomo rimane tale, senza alcuna differenza.

- Il Papa, nel suo messaggio, paragona in qualche modo il buon comunicatore al buon samaritano e parla di "prossimità". È una categoria profondamente compatibile con i nuovi media?

Nel mio libro scrivo come "l'incontro

con l'Altro e con gli altri rappresentano l'anticamera dell'idealtipo comunicativo di Francesco.

Che altro non è che una persona che incontra un'altra persona uscendo per le strade siano esse in discesa o sentieri impervi". Al Papa piace usare l'immagine della strada (e del Samaritano) per indicare anche lo spazio mediale. Si tratta di una strada che va battuta, percorsa e nella quale bisogna incontrare le persone facendosi prossimi.

- Come pensa che cambierà il modo di fare comunicazione dopo questo periodo di emergenza sanitaria (febbraio- marzo ... 2020)?

Senza risultare catastrofici, credo che la vicenda Coronavirus cambierà non solo il modo di fare comunicazione ma qualunque processo sociale. Sarà da intendersi come una specie di spartiacque della storia dell'umanità come lo è stato l'attentato dell'11 settembre. Semplificando: nulla sarà come prima. Proprio per questo non so e non voglio presagire scenari. Mi limito a sperare (e a pregare) che il macrocosmo mediale e comunicativo dia oggi e nelle prossime settimane il proprio contributo affinché questa criticità globale possa risolversi.



Massimiliano Padula è Docente di "Scienze sociali e della comunicazione" presso l'Istituto Pastorale Redemptor Hominis della Pontificia Università Lateranense. Presso lo stesso Ateneo è responsabile della comunicazione istituzionale. Insegna "Sociologia" presso la Pontificia Facoltà di Scienze dell'educazione Auxilium e "Comunicazione" presso il Master in Bioetica del Pontificio Istituto Teologico Giovanni Paolo II per le Scienze del Matrimonio e della Famiglia.

È presidente del Copercom (Coordinamento delle Associazioni per la comunicazione) e membro effettivo del Comitato Media e Minori del Ministero dello Sviluppo Economico.

Diverse le sue pubblicazioni tutte orientate ad approfondire i processi culturali e comunicativi e il legame tra Chiesa e media. L'ultima è: "Comunica il prossimo tuo. Cultura digitale e prassi pastorale" (Paoline, 2020).