

Massimiliano Padula

Tra incontro e prossimità La comunicazione secondo Papa Francesco

La nostra comunicazione
sia olio profumato per il dolore
e vino buono per l'allegria
FRANCESCO

1. Iniziando

Per elaborare una riflessione *tout court* sul legame tra Papa Francesco e macrocosmo comunicativo occorre chiarire alcuni paradigmi propri dell'idea di comunicazione.

La comunicazione è una delle fondamentali forme di costruzione culturale, un processo di socializzazione, una dimensione costitutiva della vita quotidiana. Laddove c'è un incontro, un contatto o soltanto la percezione cosciente della presenza dell'altro, c'è comunicazione. L'aumento esponenziale degli spazi di interazione prodotto dalla cultura digitale e la sofisticazione tecnologica sempre più accentuata, hanno ulteriormente "comunicativizzato" l'uomo facendogli, però, compiere un passaggio ulteriore. Da semplice "communicans"¹ (ancora a metà tra "un'anima giovane e digitale" e "una vecchia e generalista"²), l'uomo è diventato mediale; ha, cioè, modulato la propria identità, i propri comportamenti, i propri universi di valore a partire dai paradigmi prodotti dai media (tradizionali e digitali). Non esiste, infatti, individuo, indipendentemente dal sesso, dall'età, dal grado di inculturazione, dalla provenienza geografica la cui esistenza non incroci la questione dei media. La digitalizzazione ha *popolarizzato* ancora di più questo legame (tra uomo e media) fino a renderlo naturale, invisibile, smaterializzato. Riflettere, quindi, oggi, intorno al concetto di media, significa, di fatto, incontrare e confrontarsi con i formati della "digital culture". Questa presa di coscienza è, in primo luogo, caratterizzata da un necessario abbattimento di barriere concettuali: i media, dunque, non sono "altro" e "oltre" dall'uomo anzi ne sono proiezioni³ di desideri, traslati di qualità etica, rifrazioni di intenzioni. In seconda istanza, essa non può limitarsi esclusivamente a un approccio teorico ma deve tradursi in una consequenzialità agente, in pratiche e formati concreti del quotidiano. Questo vale sia per l'individuo inteso come attore sociale individuale che per le organizzazioni che fanno della collettività sociale, il loro assioma costitutivo.

La Chiesa non è certamente esclusa da questo riposizionamento di senso. Non a caso fu proprio il Concilio Vaticano II a intercettare, per la comunità ecclesiale, la necessità di farsi comunicativa. In *Inter Mirifica*, Paolo VI invitava, infatti, i fedeli a considerare come, nella comunicazione, tutto il "contesto – come ad esempio, il fine, le persone, il luogo, il tempo ecc. – nel quale si attua la comunicazione stessa, [...] è capace di modificare, o addirittura cambiare totalmente il valore morale".⁴ Questa indicazione è quanto mai attuale in un'epoca – come quella contemporanea – caratterizzata dall'apertura di nuovi spazi significativi per l'individuo e le collettività, dal moltiplicarsi delle reti di relazioni sociali e nella quale le situazioni di contingenza sono diventate elemento dominante e determinante".⁵

Scrive Mongardini:

La contingenza trova alimento in questo contesto spaziale, temporale e valoriale, al quale ultimo provvede la logica astratta dell'economia. L'uomo della contingenza vive perciò tra l'umanitarismo astratto e totalitario di chi è privo di coscienza storica e l'aggressività generata

¹ Cfr. G. Ciofalo – Silvia Leonzi, *Homo communicans. Una specie di/in evoluzione*, Armando, Roma 2013.

² *Ivi*, p. 137.

³ Cfr. F. Ceretti – M. Padula, *Umanità mediale. Teoria sociale e prospettive educative*, Ets, Pisa 2016.

⁴ PAOLO VI, Decreto Conciliare *Inter Mirifica* sugli strumenti della comunicazione sociale (4 dicembre 1963), n. 4.

⁵ C. Mongardini (a cura di), *L'epoca della contingenza. Tra vita quotidiana e scenari globali*, Franco Angeli 2009, p. 7.

dall'egoismo utilitaristico, dal desiderio di rappropriarsi di una realtà complessa e di reagire agli stimoli che subisce nel quotidiano.⁶

La fluidità tipica delle teorizzazioni postmoderniste sta lasciando il passo a una società semplificata, nella quale prevale una dualità di fondo che si traduce sovente in tesi e antitesi, in posizioni e contrapposizioni, in buono e cattivo. Lo spazio per il “medium” (inteso come la saggezza delle cose di mezzo, l'arte della mediazione, il buon senso risolutore) è sempre più ristretto e rischia di svanire di fronte a comportamenti sempre più estremizzati e, di conseguenza, incapaci di creare un incontro autentico. Anche Papa Francesco percepisce questa dicotomia sociale quando contrappone allo sviluppo tecnologico, le divisioni che affliggono l'umanità. A livello globale, spiega Bergoglio:

vediamo la scandalosa distanza tra il lusso dei più ricchi e la miseria dei più poveri. Spesso basta andare in giro per le strade di una città per vedere il contrasto tra la gente che vive sui marciapiedi e le luci sfavillanti dei negozi. Ci siamo talmente abituati a tutto ciò che non ci colpisce più. Il mondo soffre di molteplici forme di esclusione, emarginazione e povertà; come pure di conflitti in cui si mescolano cause economiche, politiche, ideologiche e, purtroppo, anche religiose.⁷

2. Lo stile comunicativo di Papa Francesco

Sistematizzare lo stile comunicativo di Papa Francesco non può prescindere, quindi, dalla sua idea di mondo. In *Evangelii Gaudium*, evidenzia come “il grande rischio del mondo attuale”, sia rappresentato proprio da una “tristezza individualista che scaturisce dal cuore comodo e avaro, dalla ricerca malata di piacere isolati, dalla coscienza isolata”. È però “grazie all'incontro con l'amore di Dio” che questa conflittualità si “tramuta in felice amicizia, siamo riscattati dalla nostra coscienza isolata e dall'autoreferenzialità”.

Scrivono Bergoglio:

Giungiamo ad essere pienamente umani quando siamo più che umani, quando permettiamo a Dio di condurci al di là di noi stessi perché raggiungiamo il nostro essere più veri. Lì sta la sorgente dell'azione evangelizzatrice. Perché, se qualcuno ha accolto questo amore che ridona il senso alla vita, come può contenere il desiderio di comunicarlo agli altri?⁸

Leggendo il documento si evince che la comunicazione (pur non esplicitata come dimensione o come strategia pastorale) rappresenti il perno dell'evangelizzazione. In un certo senso in *EG*, Francesco invita a mutare linguaggio, “affrancandosi dalla pigrizia del “si è sempre fatto così” e optando per una contagiosa comunicazione della gioia del Vangelo”.⁹

È proprio lui che si carica sulle spalle¹⁰ questo modello comunicativo aperto all'incontro assoluto con Dio e con gli uomini e diffidente di alcuni atteggiamenti propri di una certa chiesa curiale che Francesco non evita di denunciare. Dirompente e clamoroso fu il discorso per gli auguri natalizi alla Curia romana (23 dicembre 2014) nel quale il Pontefice elencò i 15 mali che affliggono gli uomini di chiesa. Francesco le definì vere e proprie “malattie” determinando una rottura della tradizione comunicativa ecclesiale che fino ad allora si è rivolta tendenzialmente *ad extra* e inaugurando così un approccio duplice (*ad intra*) e integrato anche da un punto di vista comunicativo. La “rivoluzione” di Francesco non riguarda spostamenti dottrinali o norme innovative ma fa riferimento al *latente*, a ciò che c'è sempre stato e sempre è stato celato e trascurato. Scagliarsi contro criticità della fede come l'ideologizzazione del messaggio evangelico, contro il funzionalismo della burocrazia vaticana, contro il

⁶ *Ivi*, p. 9.

⁷ Papa Francesco, Messaggio per la 48ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, *La comunicazione al servizio di un'autentica cultura dell'incontro* (24 gennaio 2014).

⁸ Papa Francesco, Esortazione apostolica *Evangelii Gaudium*, (24 novembre 2014), nn. 2, 8.

⁹ D. Pompili, *Le parole del Papa: una bussola per gli operatori dei media*, in “La Parabola”, 31 (1/2014) p. 9.

¹⁰ Nel Vangelo di Luca si legge la breve “Parabola del Pastore” che si carica sulle spalle la pecorella perduta e invita tutti alla gioia, perché l'ha ritrovata.

clericalismo dilagante e irresponsabile significa liberare la Chiesa facendone emergere l'essenziale, l'autentico, il Vero.

E se comunicare per il Papa è essenzialmente espressione di sé ed evangelizzazione, questo approccio non prescinde da quella che lui definisce una *cultura dell'incontro*. L'incontro è prassi trascendente (nell'esperienza della fede l'uomo incontra Dio) ma anche immanente (dall'incontro con Dio mi apro ai miei fratelli); in una sola espressione incontro vuol dire *autentica umanità* perché l'individuo completa se stesso alimentando la sua socialità, tessendo relazioni, toccando il prossimo. In Francesco questo è evidente. La sua corporeità è assai comunicativa come lo sono le sue parole spesso orientate alla condivisione, al dialogo, alla prossimità e alla misericordia.

Comunicare è *condividere* secondo il Papa. Alla base della comunicazione c'è la reciprocità, lo scambio, l'interazione e l'integrazione di intenti. Lo dimostra quella preghiera accorata a conclusione del suo saluto appena eletto il 13 marzo del 2013: "E adesso vorrei dare la benedizione ma prima, prima vi chiedo un favore: prima che il vescovo benedica il popolo, vi chiedo che voi preghiate il Signore, perché mi benedica". In queste parole c'è l'essenza comunicativa di un pontefice che scende da ogni pretesa di piedistallo per lasciare posto all'altro. Quel "prima voi di me" equivale a quell'essere al servizio, a farsi pastore umile di un gregge a cui ci si rivolge sin da subito in modo propositivo: sollecitandolo, interpellandolo, chiedendogli una preghiera, assegnandogli un compito da svolgere immediatamente. La comunicazione di Francesco non è esclusiva ma si rivolge agli esclusi, agli ultimi, alle periferie, a coloro che vivono stancamente la propria fede e la propria esistenza. Il suo stile è "conversazionale",¹¹ risulta semplice e comprensibile, mai distaccato né distante, attento all'interlocutore, alle sue posizioni anche se diverse e non conciliabili. Nello stesso tempo è "di prossimità", ovvero attraversa tutti i contesti compresi i territori mediali. Lo chiarisce perfettamente nei tre ultimi suoi messaggi per la Giornata mondiale delle comunicazioni sociali. Nel 2014 scrive:

In questo mondo, i media possono aiutare a farci sentire più prossimi gli uni agli altri; a farci percepire un rinnovato senso di unità della famiglia umana che spinge alla solidarietà e all'impegno serio per una vira dignitosa. Comunicare bene ci aiuta ad essere più vicini e a conoscerci meglio tra noi, ad essere più uniti. I muri che ci dividono possono essere superati solamente se siamo pronti ad ascoltarci e imparare gli uni dagli altri. [...] La cultura dell'incontro richiede che siamo disposti non soltanto a dare, ma a che a ricevere dagli altri.¹²

L'anno dopo ribadisce la necessità di applicare queste indicazioni all'interno di ogni singola famiglia:

Nella famiglia è soprattutto la capacità di abbracciarsi, sostenersi, accompagnarsi, decifrare gli sguardi e silenzi, ridere e piangere insieme, tra persone che non si sono scelte e tuttavia sono così importanti l'una per l'altra, a farci capire cosa è veramente la comunicazione come scoperta e costruzione di prossimità.¹³

Per poi concludere (per adesso) questo ideale *trilogia della prossimità* esaltando il valore della misericordia intesa come quella rifinitura ideale che fa di ogni comunicazione "incarnazione del Dio vivente":

La comunicazione, i suoi luoghi e i suoi strumenti hanno comportato un ampliamento di orizzonti per tante persone. Questo è un dono di Dio, ed è anche una grande responsabilità. Mi piace definire questo potere della comunicazione come "prossimità". L'incontro tra la comunicazione e la misericordia è fecondo nella misura in cui genera una prossimità che si prende cura, conforta, guarisce, accompagna e fa festa. In un mondo diviso, frammentato, polarizzato,

¹¹ Cfr. D. E. Viganò, *Fedeltà e cambiamento. La svolta di Francesco raccontata da vicino*, RaiEri, Roma 2015.

¹² Papa Francesco, Messaggio per la 48ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, *op. cit.*

¹³ Papa Francesco, Messaggio per la 49ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, *Comunicare la famiglia: ambiente privilegiato dell'incontro nella gratuità dell'amore*. (23 gennaio 2015).

comunicare con misericordia significa contribuire alla buona, libera e solidale prossimità tra i figli di Dio e fratelli in umanità.¹⁴

Francesco è chiaro e conciso nei passaggi che organizzano questi Messaggi. La sua visione di comunicazione non si presta a interpolazioni o riflessioni a margine: comunicare bene ci aiuta a essere più vicini e a conoscerci meglio tra di noi, a essere più uniti.

La comunicazione si spoglia, dunque, delle sovrastrutture intellettualistiche che tendono a raccontarla in modo molteplice e spesso indecifrabile. Comunicare vuol dire *servire*. E il servire si concretizza nel farsi prossimi, nell'abbattere "i muri che ci circondano", nell' "ascoltarci" e nell' "imparare gli uni dagli altri". Francesco ne è convinto da sempre. La sua è una pastorale della comunicazione che si ispira direttamente al Vangelo.

"Non solo perché la domanda "Chi è il prossimo?" è ispirata alla parabola del Buon Samaritano, ma soprattutto perché il Vangelo del Signore è davvero una buona notizia da comunicare". Parole tanto semplici quanto incisive che Jorge Mario Bergoglio già dispensava nella prolusione tenuta al terzo Congresso dei comunicatori organizzato nel 2002 dalla Conferenza Episcopale Argentina: "La sfida presentata dalla comunicazione, con le sue tecnologie, la sua portata globale, la sua onnipresenza e la sua influenza sulla società e la cultura, è un invito al dialogo e all'inculturazione del Vangelo"¹⁵.

3. La comunicazione secondo Papa Francesco

È proprio quel documento ad anticipare il *Bergoglio-pensiero* sulla comunicazione e sui media attraverso una parola tanto carico di significato quanto imperscrutabile: *prossimità*. L'allora cardinale di Buenos Aires così scriveva:

La sua forza sta nella capacità di raggiungere e influenzare la vita delle persone con la stessa lingua globale e simultanea. La categoria della *proximidad* comporta una tensione bipolare: si può decidere di essere vicini oppure di allontanarsi. Ma anche l'avvicinarsi ha una propria bipolarità: posso avvicinarmi bene oppure farlo in malo modo. Anche nella comunicazione c'è un modo di essere vicini in modo positivo o in modo negativo¹⁶.

La *proximidad* altro non è che quella prossimità senza la quale non si può comunicare bene. E il Papa si affida al Vangelo ancora una volta per spiegare come vivere nella prossimità la propria missione di comunicatore. Sceglie la parabola del Buon Samaritano che, da buon comunicatore

non solo si fa prossimo, ma si fa carico di quell'uomo che vede mezzo morto sul ciglio della strada. Gesù inverte la prospettiva: non si tratta di riconoscere l'altro come un mio simile, ma della mia capacità di farmi simile all'altro. Comunicare significa prendere consapevolezza di essere umani, figli di Dio. Mi piace definire questo potere della comunicazione come "prossimità"¹⁷.

Quella stessa parabola Bergoglio la cita nella relazione del 2002 attraverso l'immagine disturbante dell'uomo moribondo sul ciglio della strada. Quell'uomo diventa emblema degli ultimi, di coloro che ci sono anche se non si vedono come nota Bergoglio: "Questa maggioranza invisibile è spesso raccontata dai mezzi di comunicazione. Ma in che modo? Ed è qui che entra in gioco la prossimità, il modo di avvicinarsi". Oltre ad una comunicazione che abbia una valenza etica, Bergoglio, quindi, non trascura la dimensione estetica che fa riferimento a messaggi *belli* cioè onesti, armonici e chiari. A un'estetica illuminata si contrappone quella che lui definisce "un'estetica disintegrante che trafuga

¹⁴ Papa Francesco, Messaggio per la 50ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, *Comunicazione e misericordia: un incontro fecondo* (24 gennaio 2016).

¹⁵ ¹⁵ J. M. Bergoglio, *Tercer Congreso de Comunicadores organizado por la Conferencia Episcopal Argentina*, Comunicador: ¿Quién es tu prójimo?, (10 ottobre 2012) (traduzione mia). Il testo integrale si trova sul web. Una traduzione significativa è contenuta in J. M. Bergoglio, *È l'amore che apre gli occhi*, Rizzoli, Milano 2013.

¹⁶ *Ivi*.

¹⁷ Papa Francesco, Messaggio per la 48ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, *op. cit.*

alcuni aspetti del problema o che li manipola creando disarmonia e che oscura la realtà, la imbruttisce e la denigra". Per Bergoglio, la realtà è nel vicino ferito, nell'ultimo, nel povero che si appresta a morire ai margini della strada. A essa i media devono *aproximarse bien* (avvicinarsi in modo giusto): raccontando quella realtà non come una *pseudorealtà*, come vite di estranei dai quali conviene star lontano, ma comunicando "la bellezza della carità nella verità".

4. Concludendo

Incontro con l'Altro (con la *A* maiuscola) e con gli altri (con la *a* minuscola) rappresentano, quindi, l'anticamera dell'idealtipo comunicativo di Bergoglio. E per incontrare bisogna uscire, andare incontro all'Altro e agli altri, battere strade in discesa e sentieri impervi. A Francesco piace usare l'immagine della "strada" anche per indicare lo spazio mediale. Una strada che è fatta di sassi, asfalto, buche, salite e discese. A volte è sporca, ruvida, piena di bivi, di andate e ritorni. È come la vita con i suoi dubbi, ripensamenti e scelte. La strada è simbolo perfetto di *prossimità* perché porta a qualcosa, permette l'incontro con qualcuno. Per questo Francesco esorta a scendere per le strade e cercare la gente: "Questa è la nostra missione".¹⁸ Prossimità *versus* autoreferenzialità, dunque. È, infatti, proprio questo uno dei rischi che la Chiesa corre oggi: "Simile al caso di molte persone capaci di parlare solo a loro stesse"¹⁹.

Per Francesco, in conclusione, non è importante districarsi tra strade materiali e strade digitali. Ciò che conta è percorrerle nella prossimità, con gli occhi rivolti al ciglio, fino "ai confini della terra". Il comunicatore diventa, per Francesco, un camminatore instancabile con "un piccolo Vangelo in tasca" da usare all'occorrenza come bussola o come mappa. Egli stesso come uomo, pastore, vescovo e pontefice non si esime dal farsi testimone di prossimità e di incontro.

Scriva Diego Fares:

La caratteristica di Francesco è, infatti, proprio quella di parlarci personalmente, in modo autentico e diretto; si rivolge a ognuno di noi, tutti i giorni, nelle omelie di Santa Marta, nelle udienze del mercoledì, nell'*Angelus*, nelle Messe e perfino attraverso Twitter, perché quello che a lui sta veramente a cuore è «incontrarci».²⁰

Elaborare trattati sulla sua gestualità prorompente, sulle presunte aperture, su aneddoti più o meno interessanti, lascia il tempo che trova. Francesco è quello che appare. Nei primi tre anni e mezzo di pontificato sono stati numerosi gli spunti per analizzare il suo *essere comunicatore*. Dall'intervista ad Antonio Spadaro fino a quella con Eugenio Scalfari, dai tanti *selfie* con i fedeli, ai video girati con gli *smartphone* fino ad arrivare ai suoi account Twitter e Instagram, Francesco è stato spesso definito un "icona del web". Il concetto di *icona*, pur rimandando all'immagine sacra, pare inappropriato alla luce di quanto si è scritto finora. È una parola abusata e volgarizzata e spesso indica un simulacro moderno da idolatrare. Francesco non è questo, anzi combatte quelli che chiama *i movimenti impropri del cammino*, che tirano indietro e fermano il nostro cammino alimentando una cultura edonistica che allontana da Gesù. La comunicazione per Francesco è *cosa di cuore*. Niente altro. Lo sintetizza perfettamente quando afferma che "non è la tecnologia che determina se la comunicazione è autentica o meno, ma il cuore dell'uomo e la sua capacità di usare bene i mezzi a sua disposizione".²¹

¹⁸ J. M. Bergoglio, *Papa Francesco. Il nuovo papa si racconta. Conversazione con Sergio Rubin e Francesca Ambrogetti*, Salani, Firenze 2013, p. 72.

¹⁹ *Ivi*.

²⁰ D. Fares, *Papa Francesco è come un bambù. Alle radici della cultura dell'incontro*, Ancora-Civiltà Cattolica, Roma 2014, p. 11.

²¹ Papa Francesco, Messaggio per la 50^a Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, *op. cit.*