

## Il profilo. Quell'impulso di Gedda

Porta la data del 1953 la nascita dell'Aiart (Associazione italiana ascoltatori radio), ma già un anno dopo il medium televisivo irrompe in Italia. Fu così che venne aggiunta una "t": Associazione italiana ascoltatori radio e televisione. Nata come costola dell'Azione



FRANCESCO OGNIBENE

Ogni giorno teniamo accesi - talora senza mai spegnerli - strumenti di comunicazione d'ogni genere. E la coscienza? Restare svegli e critici è impresa sempre più complessa. Ne è più che mai consapevole Massimiliano Padula, da pochi giorni alla guida dell'Aiart (l'associazione di teleutenti d'ispirazione cristiana).

Qual è oggi la missione di un'associazione come l'Aiart?

«Quella di sempre: aiutare ad affermare, nel campo della comunicazione e dei media, la dignità e i diritti delle persone, della famiglia e dei più giovani. Naturalmente l'Aiart deve confrontarsi con lo scenario mediale contemporaneo, intercettare tempi, codici e linguaggi».

Verso quali impegni prioritari intende portare l'associazione?

«Vorrei che diventasse un punto di riferimento per il legame tra comunicazione ed educazione. Le priorità sono una presenza maggiore sul web e sui social e una connessione con i territori. Risvegliare le poche sedi dormienti e valorizzare le tante attività che svolgono un lavoro culturale straordinario».

Come pensa di rilanciare l'associazione aprendo di più giovani e alle famiglie?

«Il primo passo da presidente appena eletto è stato guardarmi intorno, e ho subito apprezzato il gran lavoro svolto dal mio predecessore Luca Borgomo. L'Aiart è radicata nei territori, riconosciuta istituzionalmente, propositiva nella formazione e nella produzione culturale. Cercherò di consolidare questi ambiti e promuovere percorsi di "riduzione alla visione", ovvero (ri)formare lo spettatore alle nuove percezioni digitali e ai codici della contemporaneità mediale».

Come uscire da un atteggiamento prevalentemente difensivo di fronte a tv e nuovi media?

«Abbatte alcuni pregiudizi concettuali. I media non sono nemici da cui difendersi, anzitutto perché non sono soggetti autonomi dotati di intenzionalità e capaci di azione, "separati" dalla società civile. Dietro ogni contenuto mediale c'è un creatore, un autore, un uomo. Questo vale ancor di più per i media digitali, protagonisti di una rivoluzione invisibile che sta ridefinendo il legame tra uomo e mezzi: ognuno di noi può essere creatore di contenuti e partecipare alla comunicazione globale. Il consumatore può diventare produttore mediale. Difendersi dai media significherebbe, quindi, difendersi da se stessi. Si tratta allora non più di creare barriere ma di sviluppare una

cento, l'Aiart si è posta da subito un duplice obiettivo: da un lato affrontare il problema pedagogico determinato dai media, dall'altro rappresentare radio-teleascoltatori (e le loro famiglie) nella formazione di un ascolto responsabile e critico. Diffusa in tutta Italia, con sedi regionali e provinciali, l'Associazione opera un monitoraggio costante dei contenuti mediatici. È impegnata nella formazione (con corsi e convegni), edita due riviste periodiche: *Il telespettatore* e *La parabola*. Info: [www.aiart.org](http://www.aiart.org)

## Il personaggio. Alla Lateranense studioso di «umanità mediale»



Tarantino, classe 1978, Massimiliano Padula vive a Roma, è sposato con Chiara ed è papà di Davide. 3 anni e mezzo. Presidente nazionale dell'Aiart dal 30 gennaio, insegna Comunicazione presso l'Istituto pastorale «Redemptor hominis» della Pontificia Università Lateranense. Presso lo stesso ateneo coordina il Centro alti studi. Docente di Sociologia presso la Pontificia Facoltà di Scienze dell'Educazione Auxilium, svolge attività di docenza al Pontificio Istituto Giovanni Paolo II per studi su matrimonio e famiglia. In

passato ha lavorato per uffici stampa e ha collaborato con diverse testate giornalistiche tra le quali *Avvenire* il settimanale della diocesi di Taranto *Nuovo Dialogo*. Diverse le sue pubblicazioni tutte orientate ad approfondire i processi culturali e comunicativi e l'universo mediale. Di recente pubblicazione è *Umanità mediale. Teoria sociale prospettive educative* (Ets) scritto insieme al pedagogista Filippo Cerri.

Non basta semplicemente essere connessi: occorre che la connessione sia accompagnata dall'incontro vero.

# «Nuovi media stessa passione»

## Padula, nuovo presidente Aiart: educiamo alla consapevolezza

consapevolezza condivisa del ruolo della comunicazione digitale e creare una responsabilità diffusa. Per questo l'Aiart punta molto sull'educazione mediale e non solo sul monitoraggio dei contenuti».

Le parrocchie possono formare a un uso responsabile dei mezzi di comunicazione?

«Possano e devono farlo. Le parrocchie, come le altre agenzie educative (famiglie, scuole, associazioni, istituzioni) rimangono baluardi identitari nel caos del contemporaneo, spazi e opportunità di educazione, luoghi di incontro e confronto con i più giovani. In particolare, credo che le comunità ecclesiali debbano farsi promotrici

di percorsi di educazione *tout court* che riguardano l'uso dei mezzi, ma non solo. L'auspicio è che possano diventare, in un'azione responsabile con le altre realtà educative, animatrici di educazione integrale».

In famiglia quali comportamenti adottare per non restare schiavi di un consumo passivo o individualistico di tv e nuovi media?

«Nonostante i media digitali spingano a una presenza attiva, è innegabile che le pratiche mediatiche rimangono ancorate a logiche di consumo individuale. Mi riferisco soprattutto alla televisione, medium da molti considerato al crepuscolo eppure ancora così innervante negli spazi familiari. Alle fa-

miglie suggerisco due azioni, da mettere in atto con sapienza: istituire una "zona franca dal media", una porzione di tempo quotidiano (a tavola, ad esempio) in cui tutti i *device* vengono spenti, per riscoprire la piacevolezza della presenza e della conversazione e una fruizione condivisa dei contenuti. Affiancare i figli, sin da piccoli ma anche quando sono ormai cresciuti, durante le navigazioni o visioni, porre le giuste domande, liberarsi dalla tentazione di dare risposte precostituite, è un buon esercizio allo spirito critico e a una equilibrata relazione familiare».

A che tipo di interlocazione pensa con i produttori e i diffusori di contenuti?

«In questo mio primo mese di presidenza ho già incontrato degli interlocutori istituzionali. Ho percepito disponibilità e ricerca del confronto. Sono loro a sollecitarmi a proporre buone pratiche, a criticare costruttivamente, a intervenire riguardo a contenuti che riteniamo discutibili».

Pensa a una collaborazione tra Aiart e media cattolici?

«Assolutamente sì. L'Aiart deve porsi come una voce cattolica non sovrapposendosi ma integrandosi e mettendo a disposizione le proprie specificità e risorse. Questo vale per i media cattolici ma anche per le altre associazioni di ispirazione cristiana che operano su ambiti comuni. Guardare, capire, discernere insieme. E insieme costruire».

In che modo l'associazione può vivere oggi la sua ispirazione cristiana?

«Mettendo al centro l'uomo. Sono convinto che l'idea di media debba superare la dicotomia classici strumenti-ambienti, per riposizionarsi in una prospettiva antropocentrica. I media sono proiezioni (da *proiectus*, progetto) dell'uomo, traslati della sua qualità etica, rifrazioni delle sue intenzioni, gioie o tristezze».

Perché una persona che usa ogni giorno media vecchi e nuovi dovrebbe interessarsi alla proposta dell'Aiart?

«Perché l'Aiart (e suoi tanti associati) da più di 60 anni forma, educa e tutela gli utenti dei media. E lo fa con passione, competenza, spirito critico, amore e servizio per la Chiesa. Nel profilo personale del cittadino contemporaneo, una componente fondamentale è la sua "umanità mediale": conoscere i media, apprezzarne la bellezza, disapprovarne le ambiguità, valorizzarne le possibilità partecipative e formative sono competenze essenziali irrinunciabili. L'Aiart garantisce la sua presenza attiva nell'accompagnare questo processo di crescita personale».



## Più formazione al consumo critico: l'associazione cattolica degli utenti verso il rilancio di attività e proposte

### Milano. Animatori per «liberare gli altri»

«Non vogliamo formare esperti della comunicazione ma persone che svolgano un ministero nuovo, qualificato, al servizio della comunità. Che la figura dell'animatore della diocesi e della comunicazione descritta da don Davide Milani, direttore delle Comunicazioni sociali nella diocesi di Milano, abbia tutto il potenziale per affermarsi non è certo un mistero: ma vale la pena far sapere che la diocesi più grande del mondo con oltre 1.100 parrocchie sta sperimentando che è un'intuizione alla quale molti sono disponibili a dar corpo con il proprio impegno. Non si spiegano diversamente i 180 iscritti al corso 2016 «La parrocchia comunica», seconda parte del progetto biennale ambrosiano dedicata agli «strumenti di comunicazione». Comunicatori parrocchiali tutti presenti sabato all'Università Cattolica per la giornata inaugurale del ciclo di lezioni, insieme a decine di giornalisti attratti dal tema («Parlare locale e agire globale») di una sessione formativa valida anche per il programma di aggiornamento professionale. Accanto ai direttori del *Corriere della Sera* Luciano Fontana e della *Gazzetta di Par-*

ma Michele Brambilla, in cattedra sabato si sono avvicinati il prefetto della Segreteria per la comunicazione della Santa Sede monsignor Dario Edoardo Viganò - sacerdote milanese - e il vescovo ausiliare della diocesi Paolo Martinelli, oltre al giornalista televisivo Massimo Bernardini e ai direttori di *VareseNews* Marco Giovannelli e di *NoiBrughiero* Nino Ciravegna, introdotti dal rettore dell'università Franco Anelli. Dal grande quotidiano nazionale al piccolo settimanale *free press* nato da una parrocchia, le esperienze hanno orientato l'auto-comprensione del ruolo di quegli animatori che secondo Viganò «sono volontari perché il loro servizio ha un valore inestimabile e non perché vale poco». Comunicare, ha aggiunto, «è un atto testimoniale: attestare il bene partendo dal desiderio di qualificare la propria vita» ricostruendo «l'orizzonte di speranza anche di chi non fa parte del nostro gregge». Tutto nasce dall'«esperienza di essere incardinati in Cristo», che «non può prescindere dal nostro servizio di raccontare suggerendo strade di liberazione». (E.O.)

## Ucsi. Donne al vertice, cambio di passo

VINCENZO VARAGONA

«La donna ha un modo diverso di guardare i fatti e le cose. Il loro sguardo mostra una ricchezza differente...». Così ama dire papa Francesco. E così l'Ucsi (Unione cattolica stampa italiana), con il desiderio di offrire un segnale forte nell'interpretare in modo nuovo la professione in questo tempo inquieto, lo prende in parola e sceglie due donne per guidare l'Unione dei giornalisti cattolici nel prossimo quadriennio: sono Vania De Luca, presidente, romana, vaticanista di Rainews, e Donatella Trotta, napoletana, giornalista de *Il Mattino*. È la prima volta di una donna alla presidenza Ucsi. Fanno parte del nuovo vertice anche Alessandro Riccelli, toscano (vicepresidente), Maurizio Di Schino (segretario) e Alberto Lazzarini (amministratore).

Ad accompagnare la tre giorni dei giornalisti Ucsi a Matera, conclusa domenica, il consulente ecclesiastico padre Francesco Occhetta, che ha individuato quattro parole chiave che possono costituire un valore aggiunto nella missione professionale di un giornalista: contemplare, discernere, esaminare, desiderare. Quattro processi che si coniugano molto bene con quanto, citando pa-



Il congresso Ucsi di Matera

Il congresso nazionale di Matera elegge Vania De Luca (Rainews) alla presidenza e Donatella Trotta (Il Mattino) come vice

pa Francesco, ha affermato il cardinale Pietro Parolin, che riferendosi al compito di chi fa informazione, ha affermato che «il vero obiettivo non deve essere arrivare prima sulla notizia, quanto arrivarci meglio». A questo proposito lo strumento principale che in questi anni l'Ucsi ha attivato, come ha affermato nella sua prima dichiarazione programmatica la neopresidente Vania

De Luca, è stata «la formazione, elemento qualificante di un percorso che vede l'Ucsi in prima linea da molto tempo, e l'aggiornamento professionale, pensando soprattutto ai giovani».

Uno dei momenti forti della vita associativa resta, a distanza di anni, l'alta scuola di formazione che si svolge a Fittigi e che la nuova presidente immagina possa tenersi da oggi in modo itinerante su tutto il territorio nazionale. Una nuova missione, dunque, che ha alcune certezze in continuità con l'applaudita gestione di Andrea Melodia: la rivista *Desk*, l'Osservatorio di Mediaetica, un sito Internet - [www.ucsi.it](http://www.ucsi.it) - che con il tempo è diventato un portale dell'informazione, ecclesiale e professionale.

«Mi incoraggia - commenta De Luca - la presenza al congresso di tanti giovani, molto motivati: cercano risposte che orientino la loro condizione, il precariato. Noi non siamo un sindacato, ma siamo consapevoli che da questa situazione si esce con qualità e spessore etico». «In questo - chiosa padre Occhetta - ci viene in soccorso un'immagine quarantennale: siamo come i girasoli, sono bellissimi quando cercano e trovano il sole, ma senza perdonare tutto e diventando inguardabili».