



La Santa Sede

MENSAJE DEL PAPA JUAN PABLO II AL PRESIDENTE DE LA UNIÓN CATÓLICA DE LA PRENSA ITALIANA

Al señor PAOLO SCANDALETTI

Presidente de la Unión católica de la prensa italiana

1. El 40° aniversario de la fundación de la Unión católica de la prensa italiana (UCSI) me brinda la grata ocasión de dirigirle a usted y a los miembros de esa asociación un cordial saludo. De buen grado les expreso, asimismo, mi aprecio por el servicio que la UCSI presta a la evangelización gracias al compromiso de cualificados profesionales en el vasto campo de la comunicación social, particularmente en el sector de la prensa.

A este propósito, sé bien con cuánto esmero trata de contribuir a la difusión de los valores cristianos con una acción incisiva y capilar en los diarios y en las publicaciones periódicas. Por esta razón, felicito a los profesionales católicos que la integran por su celo apostólico, que vivifica su trabajo diario: el valiente testimonio de fe que cada uno da en el ámbito de los medios de comunicación social constituye un valioso servicio para la conservación y la promoción del bien verdadero de la persona y de la comunidad.

2. El desarrollo incesante de los medios de comunicación social ejerce un creciente influjo en las personas y en la opinión pública, y eso aumenta la responsabilidad de los que trabajan directamente en este sector, porque los induce a realizar opciones inspiradas en la búsqueda de la verdad y al servicio del bien común.

A este respecto, conviene subrayar que en amplios sectores de la sociedad actual existe un fuerte deseo de bien, que no siempre encuentra una correspondencia adecuada en los diarios o en los noticiarios radio-televisivos, en que los parámetros de valoración de los acontecimientos a menudo reflejan criterios de tipo comercial más bien que de tipo social. Se tiende a privilegiar «lo que es noticia», la «información sensacionalista», en lugar de lo que, por el contrario, ayudaría a comprender mejor los acontecimientos del mundo. Se corre el peligro de deformar la verdad. Para

evitarlo, es urgente que los cristianos que trabajan en el ámbito de la información colaboren con todas las personas de buena voluntad para lograr un mayor respeto a la verdad. Además, destacando temas como la paz, la honradez, la vida y la familia, y sin atribuir excesiva importancia a hechos negativos, se podría favorecer el nacimiento de un nuevo humanismo, que abra las puertas a la esperanza.

Como escribí en el *Mensaje para la XXXIII Jornada de las comunicaciones sociales*: «La cultura de la sabiduría, propia de la Iglesia, puede evitar que la cultura de la información, propia de los medios de comunicación, se convierta en una acumulación de hechos sin sentido; y los medios de comunicación pueden ayudar a la sabiduría de la Iglesia a permanecer atenta a los acontecimientos siempre nuevos que van surgiendo en la actualidad» (n. 3: *L'Osservatore Romano*, edición en lengua española, 5 de febrero de 1999, p. 14). Desde esta perspectiva, la información se presenta cada vez más como un valor irrenunciable, que constituye un bien social cuya justa distribución entre todos los usuarios es indispensable garantizar.

3. La revolución digital, que caracteriza el mundo de la información al final de este milenio, introduce un nuevo modo de entender la comunicación. Los paradigmas conocidos hasta ahora han quedado modificados: ya no existen únicamente *fuentes* capaces de difundir informaciones y *áreas de receptores* para recoger mensajes. Una red de ordenadores interconectados permite equiparar jerárquicamente a quienes emiten los mensajes con quienes los reciben, con reciprocidad de emisión. Esta extraordinaria oportunidad entraña un potencial cultural sin precedentes, con repercusiones en el orden social y político, en beneficio de los más débiles y de los más pobres. Sin embargo, corre el riesgo de no expresar plenamente toda su potencialidad, si no se ofrecen a los usuarios iguales posibilidades de acceso a las redes de información.

Las corrientes de la comunicación son capaces de derribar las barreras tradicionales del espacio y del tiempo, atravesando las fronteras y evitando en la práctica toda forma de censura. La imposibilidad de control crea auténticas inundaciones de noticias, frente a las cuales el usuario se ve prácticamente imposibilitado de realizar cualquier tipo de verificación. Se corre el riesgo de que surja un sistema basado en las grandes concentraciones informativas que, a nivel nacional e internacional, puedan obrar con total anarquía, creando condiciones de superioridad y, por tanto, de sometimiento cultural.

4. No basta apelar a la responsabilidad individual de los agentes de la comunicación social para asegurar la gestión de este complejo proceso de cambio. Es necesario un compromiso por parte de las autoridades de gobierno. En particular, hace falta una toma de conciencia generalizada por parte de los usuarios, que deben estar preparados para rechazar la condición de receptores pasivos de los mensajes que inundan sus casas, implicando a sus familias. Los medios de comunicación social a menudo corren el riesgo de tomar el lugar de las instituciones educativas, indicando modelos culturales y de comportamiento no siempre positivos, frente a los cuales sobre todo los más jóvenes permanecen indefensos. Por tanto, es indispensable proporcionar a todos

instrumentos culturales adecuados para dialogar con los medios de comunicación social, a fin de orientar en sentido positivo sus opciones informativas, respetando al hombre y su conciencia.

Estos problemas de gran importancia moral interpelan a la Iglesia y a las asociaciones de laicos, tanto en su centro como en las articulaciones territoriales, diocesanas y parroquiales. La *pastoral de la comunicación* resulta cada vez más importante como punto de referencia, tanto para los agentes de los medios de comunicación como para sus usuarios. Os animo, pues, a intensificar vuestra acción apostólica, conscientes de vuestra responsabilidad en la Iglesia y en la sociedad.

5. Los cuarenta años de historia de la Unión católica de la prensa italiana demuestran que la cooperación de los laicos, también en este sector especial de intervención cultural, debe buscarse y desarrollarse con una atención pastoral renovada. La tradición del periodismo católico en Italia ha tenido un peso indiscutible en la formación de generaciones de creyentes animados por una fe viva. ¡Cuántos periodistas han dejado una huella profunda, y cuántos siguen trabajando con espíritu de sacrificio y con competencia en el sector de los medios de comunicación!

Frente al desarrollo de la así llamada «cultura de los medios de comunicación», la propuesta también reciente de un *Comité de ética de los medios de comunicación*, que vigile para evitar las posibles manipulaciones de la información, se inserta en la tradición cultural de la doctrina social de la Iglesia y reafirma el principio según el cual, también en el mundo de la comunicación social, no todo lo que es técnicamente posible es moralmente lícito.

Nos encaminamos hacia el gran jubileo del año 2000. Sé que, como preparación para ese extraordinario acontecimiento, con la guía de los pastores diocesanos, estáis releendo las cartas de san Pablo y reflexionando en los pasajes más significativos de la sagrada Escritura. Es la manera más adecuada de prepararse para entrar en el nuevo milenio con la profunda convicción de que cada agente de la comunicación social, cuando cumple con seriedad y a conciencia la propia misión, participa activamente en el gran designio salvífico que el jubileo propone de nuevo en su realidad más incisiva. Quiera Dios que el próximo Año santo despierte en todos los miembros de esa asociación un renovado deseo de servir a Cristo y a su reino.

Con estos sentimientos, invoco sobre cada uno de vosotros la protección materna de María, y le imparto a usted, señor presidente, así como a todos los miembros de esa benemérita asociación, la bendición apostólica, prenda de abundantes gracias celestiales.

Castelgandolfo, 22 de septiembre de 1999.

JUAN PABLO II
