

HOLY SEE PRESS OFFICE
OFICINA DE PRENSA DE LA SANTA SEDE



BUREAU DE PRESSE DU SAINT-SIEGE
PRESSEAMT DES HEILIGEN STUHLIS

BOLLETTINO

SALA STAMPA DELLA SANTA SEDE

N. 0035

Sabato 24.01.2004

Pubblicazione: Immediata

Sommario:

◆ MESSAGGIO DEL SANTO PADRE PER LA XXXVIII GIORNATA MONDIALE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI

◆ MESSAGGIO DEL SANTO PADRE PER LA XXXVIII GIORNATA MONDIALE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI

I Media in Famiglia. Un rischio e una ricchezza: questo il tema scelto dal Santo Padre Giovanni Paolo II per la XXXVIII Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali del 2004.

Pubblichiamo di seguito il testo originale in lingua inglese e la traduzione in varie lingue del Messaggio del Santo Padre per la Giornata, che si celebrerà quest'anno domenica 23 maggio:

● TESTO ORIGINALE IN LINGUA INGLESE

THEME: ***THE MEDIA AND THE FAMILY: A RISK AND A RICHNESS***

Dear Brothers and Sisters,

1. The extraordinary growth of the communications media and their increased availability has brought exceptional opportunities for enriching the lives not only of individuals, but also of families. At the same time, families today face new challenges arising from the varied and often contradictory messages presented by the mass media. The theme chosen for the 2004 World Communications Day – "*The Media and the Family: A Risk and a Richness*" - is a timely one, for it invites sober reflection on the use which families make of the media and, in turn, on the way that families and family concerns are treated by the media.

This year's theme is also a reminder to everyone, both communicators and those whom they address, that all communication has a moral dimension. As the Lord himself has said, it is from the abundance of the heart that the mouth speaks (cf. Mt 12:34-35). People grow or diminish in moral stature by the words which they speak and the messages which they choose to hear. Consequently, wisdom and discernment in the use of the media are particularly called for on the part of communications professionals, parents and educators, for their decisions greatly affect children and young people for whom they are responsible, and who are ultimately the future of society.

2. Thanks to the unprecedented expansion of the communications market in recent decades, many families throughout the world, even those of quite modest means, now have access in their own homes to immense and varied media resources. As a result, they enjoy virtually unlimited opportunities for information, education, cultural expansion, and even spiritual growth - opportunities that far exceed those available to most families in earlier times.

Yet these same media also have the capacity to do grave harm to families by presenting an inadequate or even deformed outlook on life, on the family, on religion and on morality. This power either to reinforce or override traditional values like religion, culture, and family was clearly seen by the Second Vatican Council, which taught that "if the media are to be correctly employed, it is essential that all who use them know the principles of the moral order and apply them faithfully" (*Inter Mirifica*, 4). Communication in any form must always be inspired by the ethical criterion of respect for the truth and for the dignity of the human person.

3. These considerations apply in particular to the treatment of the family in the media. On the one hand, marriage and family life are frequently depicted in a sensitive manner, realistic but also sympathetic, that celebrates virtues like love, fidelity, forgiveness, and generous self-giving for others. This is true also of media presentations which recognize the failures and disappointments inevitably experienced by married couples and families - tensions, conflicts, setbacks, evil choices and hurtful deeds - yet at the same time make an effort to separate right from wrong, to distinguish true love from its counterfeits, and to show the irreplaceable importance of the family as the fundamental unit of society.

On the other hand, the family and family life are all too often inadequately portrayed in the media. Infidelity, sexual activity outside of marriage, and the absence of a moral and spiritual vision of the marriage covenant are depicted uncritically, while positive support is at times given to divorce, contraception, abortion and homosexuality. Such portrayals, by promoting causes inimical to marriage and the family, are detrimental to the common good of society.

4. Conscientious reflection on the ethical dimension of communications should issue in practical initiatives aimed at eliminating the risks to the well-being of the family posed by the media and ensuring that these powerful instruments of communication will remain genuine sources of enrichment. A special responsibility in this regard lies with communicators themselves, with public authorities, and with parents.

Pope Paul VI pointed out that professional communicators should "know and respect the needs of the family, and this sometimes presupposes in them true courage, and always a high sense of responsibility" (*Message for the 1969 World Communications Day*). It is not so easy to resist commercial pressures or the demands of conformity to secular ideologies, but that is what responsible communicators must do. The stakes are high, since every attack on the fundamental value of the family is an attack on the true good of humanity.

Public authorities themselves have a serious duty to uphold marriage and the family for the sake of society itself. Instead, many now accept and act upon the unsound libertarian arguments of groups which advocate practices which contribute to the grave phenomenon of family crisis and the weakening of the very concept of the family. Without resorting to censorship, it is imperative that public authorities set in place regulatory policies and procedures to ensure that the media do not act against the good of the family. Family representatives should be part of this policy-making.

Policy-makers in the media and in the public sector also must work for an equitable distribution of media

resources on the national and international levels, while respecting the integrity of traditional cultures. The media should not appear to have an agenda hostile to the sound family values of traditional cultures or the goal of replacing those values, as part of a process of globalization, with the secularized values of consumer society.

5. Parents, as the primary and most important educators of their children, are also the first to teach them about the media. They are called to train their offspring in the "moderate, critical, watchful and prudent use of the media" in the home (*Familiaris Consortio*, 76). When parents do that consistently and well, family life is greatly enriched. Even very young children can be taught important lessons about the media: that they are produced by people anxious to communicate messages; that these are often messages to do something - to buy a product, to engage in dubious behaviour - that is not in the child's best interests or in accord with moral truth; that children should not uncritically accept or imitate what they find in the media.

Parents also need to regulate the use of media in the home. This would include planning and scheduling media use, strictly limiting the time children devote to media, making entertainment a family experience, putting some media entirely off limits and periodically excluding all of them for the sake of other family activities. Above all, parents should give good example to children by their own thoughtful and selective use of media. Often they will find it helpful to join with other families to study and discuss the problems and opportunities presented by the use of the media. Families should be outspoken in telling producers, advertisers, and public authorities what they like and dislike.

6. The media of social communications have an enormous positive potential for promoting sound human and family values and thus contributing to the renewal of society. In view of their great power to shape ideas and influence behaviour, professional communicators should recognize that they have a moral responsibility not only to give families all possible encouragement, assistance, and support to that end, but also to exercise wisdom, good judgement and fairness in their presentation of issues involving sexuality, marriage and family life.

The media are welcomed daily as a familiar guest in many homes and families. On this World Communications Day I encourage professional communicators and families alike to acknowledge this unique privilege and the accountability which it entails. May all engaged in the field of communications recognize that they are truly "stewards and administrators of an immense spiritual power that belongs to the patrimony of mankind and is meant to enrich the whole of the human community" (*Address to Communications Specialists*, Los Angeles, 15 September 1987, 8). And may families always be able to find in the media a source of support, encouragement and inspiration as they strive to live as a community of life and love, to train young people in sound moral values, and to advance a culture of solidarity, freedom and peace.

From the Vatican, 24 January 2004, the Feast of Saint Francis de Sales

IOANNES PAULUS II

[00108-02.02] [Original text: English]

• **TRADUZIONE IN LINGUA ITALIANA**

TEMA: *I MEDIA IN FAMIGLIA: UN RISCHIO E UNA RICCHEZZA*

Cari Fratelli e Sorelle,

1. La straordinaria crescita dei mezzi di comunicazione sociale e la loro maggiore disponibilità hanno offerto delle opportunità eccezionali per arricchire la vita non solo degli individui, ma anche delle famiglie. Al contempo, oggi le famiglie si trovano di fronte a nuove sfide che nascono dai messaggi vari e spesso contraddittori proposti dai mezzi di comunicazione sociale. Il tema scelto per la Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali del 2004, ovvero "*I media in famiglia: un rischio e una ricchezza*", è assai opportuno, poiché invita a una sobria riflessione sull'uso che le famiglie fanno dei mezzi di comunicazione e, a sua volta, del modo in cui la famiglia e le preoccupazioni della famiglia vengono trattati dai mezzi di comunicazione.

Il tema di quest'anno serve anche a ricordare a tutti, agli operatori dei mezzi di comunicazione sociale come pure alle persone a cui essi si rivolgono, che ogni comunicazione ha una dimensione morale. Come ha detto il Signore stesso, la bocca parla dalla pienezza del cuore (cfr *Mt* 12, 34-35). La statura morale delle persone cresce o si riduce a secondo delle parole che esse pronunciano e dei messaggi che scelgono di ascoltare. Pertanto, la sapienza e il discernimento nell'uso dei mezzi di comunicazione sociale sono particolarmente auspicabili nei responsabili nell'ambito delle comunicazioni sociali, nei genitori e negli educatori, poiché le loro decisioni influiscono largamente sui bambini e sui giovani dei quali sono responsabili e che, in ultima analisi, sono il futuro della società.

2. Grazie all'espansione senza precedenti del mercato delle comunicazioni sociali negli ultimi decenni, molte famiglie in tutto il mondo, anche quelle che dispongono di mezzi piuttosto modesti, ora possono accedere dalla loro casa alle immense e varie risorse dei mezzi di comunicazione sociale. Di conseguenza, godono di opportunità pressoché illimitate di informazione, di educazione, di arricchimento culturale e perfino di crescita spirituale, opportunità molto superiori a quelle che la maggior parte delle famiglie aveva in passato.

Tuttavia, questi stessi mezzi di comunicazione hanno la capacità di arrecare grande danno alle famiglie, presentando loro una visione inadeguata o perfino distorta della vita, della famiglia, della religione e della moralità. Questo potere di rafforzare o di calpestare i valori tradizionali come la religione, la cultura e la famiglia è stato chiaramente percepito dal Concilio Vaticano II, il quale riteneva che "per usare rettamente questi strumenti è assolutamente necessario che tutti coloro che se ne servono conoscano le norme dell'ordine morale e le applichino fedelmente" (*Inter mirifica*, n. 4). La comunicazione, in ogni sua forma, deve sempre ispirarsi al criterio etico del rispetto della verità e della dignità della persona umana.

3. Queste considerazioni valgono, in modo particolare, per il modo in cui viene trattata la famiglia nei mezzi di comunicazione sociale. Da una parte, il matrimonio e la vita familiare vengono spesso ritratti in un modo sensibile, realistico ma anche tollerante, che celebra le virtù quali l'amore, la fedeltà, il perdono e il dono generoso di sé agli altri. Questo vale anche per le presentazioni dei mezzi di comunicazione sociale, che riconoscono il fallimento e la delusione inevitabilmente sperimentati dalle coppie sposate e dalle famiglie — tensioni, conflitti, insuccessi, scelte sbagliate e atti dolorosi —, che però al contempo si sforzano di separare ciò che è giusto da ciò che è sbagliato, di distinguere l'amore autentico dalle sue imitazioni, e di mostrare l'importanza insostituibile della famiglia come unità fondamentale della società.

Dall'altra parte, la famiglia e la vita familiare troppo spesso vengono rappresentate in modo inadeguato dai mezzi di comunicazione. L'infedeltà, l'attività sessuale al di fuori del matrimonio e l'assenza di una visione morale e spirituale del contratto matrimoniale vengono ritratti in modo acritico, sostenendo, talvolta, al tempo stesso il divorzio, la contraccezione, l'aborto e l'omosessualità. Queste rappresentazioni, promovendo cause nemiche del matrimonio e della famiglia, sono dannose al bene comune della società.

4. Una riflessione coscienziosa sulla dimensione etica delle comunicazioni sociali deve sfociare in iniziative pratiche, volte a eliminare i rischi per il benessere della famiglia che i mezzi di comunicazione sociale presentano, e ad assicurare che questi potenti strumenti di comunicazione rimangano fonti autentiche di arricchimento. Una particolare responsabilità, a questo riguardo, spetta agli stessi operatori delle comunicazioni sociali, unitamente alle autorità pubbliche e ai genitori.

Papa Paolo VI ha sottolineato che i responsabili delle comunicazioni sociali devono "conoscere e rispettare le esigenze della famiglia, e questo suppone a volte in essi un vero coraggio e sempre un alto senso di responsabilità" (*Messaggio per la Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali 1969*). Non è tanto facile resistere alle pressioni commerciali o alle esigenze di conformarsi alle ideologie secolari, ma è proprio ciò che gli operatori responsabili devono fare. La posta in gioco è alta, poiché ogni attacco al valore fondamentale della famiglia è un attacco al bene autentico dell'umanità.

Le stesse autorità pubbliche hanno l'importante dovere di sostenere il matrimonio e la famiglia per il bene della società stessa. Tuttavia, molti ora accettano e agiscono in base alle argomentazioni libertarie, basate su deboli fondamenti, di alcuni gruppi che appoggiano pratiche che contribuiscono al grave fenomeno della crisi della

famiglia e all'indebolimento del concetto stesso di famiglia. Senza ricorrere alla censura, è fondamentale che le autorità pubbliche attuino delle politiche e delle procedure di regolamentazione per assicurare che i mezzi di comunicazione sociale non agiscano contro il bene della famiglia. I rappresentanti delle famiglie devono poter partecipare alla realizzazione di queste politiche.

I responsabili delle politiche nei mezzi di comunicazione e nel settore pubblico devono operare anche per una distribuzione equa delle risorse dei mezzi di comunicazione a livello sia nazionale sia internazionale, rispettando al contempo l'integrità delle culture tradizionali. I mezzi di comunicazione non devono dare l'impressione di avere un programma ostile ai solidi valori familiari delle culture tradizionali, o di avere come fine quello di sostituire tali valori, come parte di un processo di globalizzazione, con i valori secolarizzati della società consumistica.

5. I genitori, come primi e più importanti educatori dei loro figli, sono anche i primi a spiegare loro i mezzi di comunicazione. Sono chiamati a formare i loro figli "nell'uso moderato, critico, vigile e prudente di essi" (*Familiaris consortio*, n. 76). Quando i genitori lo fanno bene e con continuità, la vita familiare viene molto arricchita. Anche ai bambini molto piccoli si può insegnare qualcosa d'importante sui mezzi di comunicazione, cioè che essi vengono prodotti da persone desiderose di trasmettere messaggi, che questi messaggi spesso invitano a fare qualcosa — ad acquistare un prodotto, a tenere un comportamento discutibile — che non è nell'interesse del bambino o che non corrisponde alla verità morale, che i bambini non devono accettare o imitare in modo acritico ciò che riscontrano nei mezzi di comunicazione sociale.

I genitori devono anche regolare l'uso dei mezzi di comunicazione a casa. Questo significa pianificare e programmare l'uso degli stessi, limitando severamente il tempo che i bambini dedicano ad essi e rendendo l'intrattenimento un'esperienza familiare, proibendo alcuni mezzi di comunicazione e, periodicamente, escludendoli tutti per lasciare spazio ad altre attività familiari. Soprattutto, i genitori devono dare ai bambini il buon esempio facendo un uso ponderato e selettivo dei mezzi di comunicazione. Spesso possono ritenere utile unirsi ad altre famiglie per studiare e discutere i problemi e le opportunità che emergono dall'uso dei mezzi di comunicazione sociale. Le famiglie devono essere chiare nel dire ai produttori, a quanti fanno pubblicità e alle autorità pubbliche ciò che a loro piace e ciò che non gradiscono.

6. I mezzi di comunicazione sociale hanno un immenso potenziale positivo per la promozione di solidi valori umani e familiari, contribuendo in tal modo al rinnovamento della società. In considerazione della loro grande capacità di modellare le idee e di influenzare il comportamento, gli operatori delle comunicazioni sociali devono riconoscere di avere la responsabilità non solo di dare alle famiglie ogni incoraggiamento, aiuto e sostegno possibile a tal fine, ma anche di dare prova di saggezza, buon giudizio e correttezza nel presentare le questioni concernenti la sessualità, il matrimonio e la vita familiare.

I mezzi di comunicazione sociale ogni giorno vengono accolti come ospiti abituali in molte case e famiglie. In questa Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali, incoraggio sia i responsabili della comunicazione sia le famiglie a riconoscere questo privilegio unico come pure la responsabilità che esso comporta. Possano tutti coloro che sono impegnati nell'ambito delle comunicazioni sociali riconoscere di essere gli autentici "custodi e gli amministratori di un immenso potere spirituale che appartiene al patrimonio dell'umanità ed è inteso ad arricchire l'intera comunità umana" (*Discorso agli operatori dei mass media*, Los Angeles, 15 settembre 1987, n. 8)! E possano le famiglie riuscire sempre a trovare nei mezzi di comunicazione una fonte di sostegno, di incoraggiamento e di ispirazione, mentre cercano di vivere come comunità di vita e di amore, di educare i giovani nei solidi valori morali e di promuovere una cultura della solidarietà, della libertà e della pace!

Dal Vaticano, 24 gennaio 2004, festa di san Francesco di Sales

IOANNES PAULUS II

[00108-01.01] [Testo originale: Inglese]

• **TRADUZIONE IN LINGUA FRANCESE**

THÈME: *LES MÉDIAS EN FAMILLE: UN RISQUE ET UNE RICHESSE*

Chers frères et sœurs,

1. La croissance extraordinaire des moyens de communication sociale et leur plus grande disponibilité ont offert des opportunités exceptionnelles pour enrichir non seulement la vie des individus, mais également des familles. Dans le même temps, les familles doivent aujourd'hui faire face à de nouveaux défis qui naissent des messages variés et souvent contradictoires proposés par les moyens de communication sociale. Le thème choisi pour la Journée mondiale des Communications sociales 2004: «Les médias en famille: un risque et une richesse», est tout à fait approprié, car il invite à une réflexion équilibrée sur l'usage que les familles font des moyens de communication et sur la façon dont la famille et les préoccupations des familles sont traitées par les moyens de communication.

Le thème de cette année sert également à rappeler à tous, aux agents des moyens de communication ainsi qu'aux personnes à qui ils s'adressent, que toute communication possède une dimension morale. Comme le Seigneur l'a dit lui-même, la bouche parle de la plénitude du cœur (cf. Mt 12, 34-35). L'envergure morale des personnes s'accroît ou diminue selon les paroles qu'elles prononcent et les messages qu'elles choisissent d'écouter. C'est pourquoi la sagesse et le discernement dans l'usage des moyens de communications sociale sont particulièrement souhaitables chez les responsables du domaine des communications sociale, chez les parents et les éducateurs, car leurs décisions influent profondément sur les enfants et sur les jeunes dont ils ont la responsabilité et qui, en dernière analyse, représentent l'avenir de la société.

2. Grâce à l'expansion sans précédent du marché des communications sociales au cours des dernières décennies, de nombreuses familles dans le monde entier, également celles qui disposent de moyens plutôt modestes, peuvent à présent accéder à partir de chez elles aux ressources immenses et variées des moyens de communication sociale. En conséquence, elles jouissent d'opportunités presque illimitées d'information, d'éducation, d'enrichissement culturel et même de croissance spirituelle, des opportunités largement supérieures à celles que la plupart des familles possédaient par le passé.

Toutefois, ces mêmes moyens de communication ont la capacité de porter gravement atteinte aux familles, en leur présentant une vision inadaptée ou même faussée de la vie, de la famille, de la religion et de la moralité. Ce pouvoir de renforcer ou d'écraser les valeurs traditionnelles comme la religion, la culture et la famille a été clairement perçu par le Concile Vatican II, qui considérait que «pour qu'il soit fait un usage correct de ces moyens, il est absolument nécessaire que tous ceux qui les utilisent connaissent les principes de l'ordre moral et les appliquent fidèlement» (Inter mirifica, n. 4). La communication, sous toutes ses formes, doit toujours s'inspirer du critère éthique du respect de la vérité et de la dignité de la personne humaine.

3. Ces considérations sont en particulier valables en ce qui concerne la façon dont la famille est traitée dans les moyens de communication sociale. D'une part, le mariage et la vie familiale sont souvent représentés de façon sensible, réaliste mais également tolérante, célébrant des vertus telles que l'amour, la fidélité, le pardon et le don généreux de soi aux autres. Cela est également valable pour les représentations des moyens de communication sociale qui admettent l'échec et la déception inévitablement éprouvés par les couples mariés et par les familles — tensions, conflits, insuccès, choix erronés et actes douloureux —, mais qui s'efforcent cependant en même temps de séparer ce qui est juste de ce qui ne l'est pas, et de montrer l'importance irremplaçable de la famille comme unité fondamentale de la société.

D'autre part, la famille et la vie familiale sont trop souvent représentées de façon inappropriée par les moyens de communication. L'infidélité, l'activité sexuelle en dehors du mariage et l'absence d'une vision morale et spirituelle du contrat matrimonial sont représentées de façon acritique, en défendant parfois en même temps le divorce, la contraception, l'avortement et l'homosexualité. Ces représentations qui promeuvent des causes ennemies du mariage et de la famille sont nuisibles au bien commun de la société.

4. Une réflexion consciencieuse sur la dimension éthique de la communication doit déboucher sur des initiatives pratiques, visant à éliminer les risques pour le bien-être de la famille que présentent les moyens de

communication sociale, et assurer que ces puissants instruments de communication restent des sources authentiques d'enrichissement. A ce propos, une responsabilité particulière revient aux agents des communications sociales, ainsi qu'aux autorités publiques et aux parents.

Le Pape Paul VI a souligné que les responsables des communications sociales doivent «connaître et respecter les exigences de la famille. Et cela suppose parfois chez eux un grand courage et toujours un très haut sens de responsabilité» (Message pour la Journée mondiale des Communications sociales, 1969; cf. ORLF n. 21 du 23 mai 1969). Il n'est pas si facile de résister aux pressions commerciales ou aux exigences de se conformer aux idéologies séculières, mais c'est précisément ce que les agents responsables doivent faire. L'enjeu est très élevé, car chaque attaque contre la valeur fondamentale de la famille est une attaque au bien authentique de l'humanité.

Les autorités publiques ont elles-mêmes le devoir important de promouvoir le mariage et la famille pour le bien de la société. Toutefois, de nombreuses personnes acceptent et agissent à présent sur la base des argumentations libertaires, fondées sur des bases inconsistantes, de certains groupes qui soutiennent des pratiques contribuant au grave phénomène de la crise de la famille et à l'affaiblissement du concept même de famille. Sans avoir recours à la censure, il est fondamental que les autorités publiques mettent en œuvre des politiques et des procédures de réglementation pour assurer que les moyens de communication sociale n'agissent pas contre le bien de la famille. Les représentants des familles doivent pouvoir participer à la réalisation de ces politiques.

Les responsables des politiques dans les moyens de communication et dans le secteur public doivent également agir pour une juste distribution des ressources des moyens de communication, que ce soit au niveau national ou international, en respectant dans le même temps l'intégrité des cultures traditionnelles. Les moyens de communication ne doivent pas donner l'impression de posséder un programme hostile aux solides valeurs familiales des cultures traditionnelles, ou d'avoir pour objectif de remplacer ces valeurs par les valeurs sécularisées de la société de consommation, s'inscrivant dans un processus de mondialisation.

5. Les parents, en tant que premiers éducateurs de leurs enfants, sont également les premiers à leur expliquer les moyens de communication. Ils sont appelés à former leurs enfants «dans l'utilisation modérée, critique, vigilante et prudente de ces moyens» (Familiaris consortio, n. 76). Lorsque les parents le font comme il se doit et de façon permanente, la vie de famille s'en trouve profondément enrichie. Même à des enfants en bas âge on peut enseigner quelque chose d'important sur les moyens de communication, à savoir qu'ils sont produits par des personnes souhaitant par tous les moyens transmettre des messages, et que ces messages invitent souvent à faire quelque chose — à acheter un produit, à avoir un comportement discutable — qui n'est pas dans l'intérêt de l'enfant ou qui ne correspond pas à la vérité morale, que les enfants ne doivent pas accepter ou imiter de façon acritique ce qu'ils rencontrent dans les moyens de communication sociale.

Les parents doivent également réglementer l'usage des moyens de communication chez eux. Cela signifie planifier et programmer l'utilisation de ceux-ci, en limitant sévèrement le temps que les enfants leur consacrent et en faisant du programme une expérience familiale, en interdisant certains moyens de communication et, périodiquement, en les excluant tous pour laisser place aux autres activités familiales. Les parents doivent en particulier donner aux enfants le bon exemple en faisant un usage pondéré et sélectif des moyens de communication. Ils peuvent souvent considérer utile de se joindre à d'autres familles pour étudier et discuter les problèmes et les opportunités qui apparaissent dans l'usage des moyens de communication. Les familles doivent être fermes dans leurs revendications aux producteurs, à ceux qui font la publicité et aux autorités publiques à propos de ce qui leur plaît et de ce qu'elles n'apprécient pas.

6. Les moyens de communication sociale possèdent un immense potentiel positif pour la promotion de solides valeurs humaines et familiales, contribuant ainsi au renouvellement de la société. Si l'on considère leur grande capacité de modeler les idées et d'influencer les comportements, les agents des communications sociales doivent reconnaître qu'ils ont non seulement la responsabilité d'apporter aux familles tout leur encouragement, leur aide et leur soutien possible dans ce but, mais également de faire preuve de sagesse, d'un bon jugement et de correction en présentant les questions concernant la sexualité, le mariage et la vie familiale.

Les moyens de communication sont accueillis chaque jour comme les hôtes habituels de nombreuses maisons et familles. En cette Journée mondiale des Communications sociales, j'encourage les responsables des communications ainsi que les familles à reconnaître ce privilège unique, ainsi que la responsabilité qu'il comporte. Que tous ceux qui sont engagés dans le domaine des communications sociales puissent reconnaître qu'ils sont les authentiques «dispensateurs et les administrateurs d'un immense potentiel spirituel qui appartient au patrimoine de l'humanité et est destiné à enrichir l'ensemble de la communauté humaine» (Discours aux agents des mass-media, Los Angeles, 15 septembre 1987, n. 8; cf. ORLF n. 40 du 6 octobre 1987)! Que les familles réussissent toujours à trouver dans les moyens de communication une source de soutien, d'encouragement et d'inspiration alors qu'elles cherchent à vivre comme des communautés de vie et d'amour, à éduquer les jeunes dans de solides valeurs morales et à promouvoir une culture de la solidarité, de la liberté et de la paix!

Du Vatican, le 24 janvier 2004, fête de saint François de Sales

IOANNES PAULUS II

[00108-03.02] [Texte original: Anglais]

• **TRADUZIONE IN LINGUA TEDESCA**

THEMA: ***DIE MEDIEN IN DER FAMILIE: RISIKO UND REICHTUM***

Liebe Brüder und Schwestern!

1. Das immense Anwachsen der Kommunikationsmedien und ihre vermehrte Verfügbarkeit hat außergewöhnliche Möglichkeiten zur Bereicherung nicht nur für das Leben des Einzelnen, sondern auch der Familien mit sich gebracht. Zugleich aber stehen die Familien heute vor neuen Herausforderungen, die von den verschiedenartigen und oft widersprüchlichen Botschaften ausgehen die von den Massenmedien vermittelt werden. Das für den Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel 2004 gewählte Thema - "*Die Medien in der Familie: Risiko und Reichtum*" - ist sehr aktuell, da es zu einer sachlichen Reflexion darüber einlädt, wie die Familien von den Medien Gebrauch machen, und in welcher Weise umgekehrt die Familien und die Sorgen der Familie von den Medien behandelt werden.

Das Thema dieses Jahres soll alle, die Medienschaffenden ebenso wie die Empfänger ihrer Produkte, auch daran erinnern, daß jede Kommunikation eine moralische Dimension hat. Wie der Herr selbst gesagt hat, spricht der Mund von dem, wovon das Herz voll (vgl. *Mt* 12, 34-35). Durch die Worte, die Menschen sprechen, und die Botschaften, die sie bevorzugt hören wollen, wächst oder verringert sich ihre moralische Größe. Deshalb sind Weisheit und Unterscheidungsvermögen beim Umgang mit den sozialen Kommunikationsmitteln besonders seitens der beruflich im Medienbereich Tätigen, der Eltern und Erzieher erforderlich, da ihre Entscheidungen die Kinder und Jugendliche erheblich beeinflussen, für die sie Verantwortung haben und die schließlich die Zukunft der Gesellschaft sind.

2. Dank der beispiellosen Expansion des Medienmarktes in den letzten Jahrzehnten haben heute viele Familien überall auf der Welt, selbst solche mit sehr bescheidenem Einkommen, von Zuhause aus Zugang zu den enormen und vielfältigen Angeboten der Massenmedien. Sie besitzen damit praktisch unbegrenzte Möglichkeiten zu Information, Erziehung, kultureller Bildung und sogar zu geistlichem Wachstum - Möglichkeiten, die weit über jene hinausgehen, die den meisten Familien in früheren Zeiten zur Verfügung standen.

Dieselben Medien sind jedoch auch in der Lage, den Familien ernsten Schaden dadurch zuzufügen, daß sie ihnen unzulängliche oder sogar entstellte Auffassungen über Leben, Familie, Religion und Sittlichkeit vermitteln. Diese Macht, traditionelle Werte, wie Religion, Kultur und Familie, entweder zu unterstützen oder aber mit Füßen zu treten, wurde vom Zweiten Vatikanischen Konzil sehr klar gesehen, als es formulierte: "Die rechte Benutzung der sozialen Kommunikationsmittel setzt bei allen, die mit ihnen umgehen, die Kenntnis der

Grundsätze sittlicher Wertordnung voraus und die Bereitschaft, sie auch hier zu verwirklichen" (*Inter mirifica*, Nr. 4). Die Kommunikation muß in jeder ihrer Formen stets von dem sittlichen Kriterium der Achtung vor der Wahrheit und vor der Würde der menschlichen Person inspiriert sein.

3. Diese Überlegungen gelten besonders für die Art und Weise, wie die Familie in den Massenmedien behandelt wird. Einerseits werden Ehe und Familienleben oft auf eine feinfühligere, realistischere, aber auch wohlwollendere Weise dargestellt, die Tugenden, wie Liebe, Treue, Vergebung und hochherzige Selbsthingabe an die anderen, hochhält. Das trifft auch auf Darbietungen in den Medien zu, die die unvermeidliche Erfahrung von Versäumnissen und Enttäuschungen - Spannungen, Konflikten, Rückschlägen, verhängnisvollen Entscheidungen und verletzenden Handlungen - durch Ehepaare und Familien durchaus einräumen, sich jedoch gleichzeitig darum bemühen, Richtiges von Falschem zu trennen, die echte Liebe von ihren Verfälschungen zu unterscheiden und die unersetzliche Bedeutung der Familie als Grundeinheit der Gesellschaft zu vermitteln.

Auf der anderen Seite wird von der Familie und dem Familienleben in den Medien allzu oft ein sehr unangemessenes Bild gezeichnet. Untreue, außereheliche sexuelle Handlungen und das Fehlen einer sittlich-geistlichen Auffassung vom Bund der Ehe werden kritiklos in den Raum gestellt, während Ehescheidung, Empfängnisverhütung, Abtreibung und Homosexualität nicht selten positive Unterstützung erfahren. Durch die Förderung weltanschaulicher Gründe, die der Ehe und Familie abträglich sind, schaden solche Darbietungen dem Gemeinwohl der Gesellschaft.

4. Ein gewissenhaftes kritisches Nachdenken über die sittliche Dimension von Kommunikation muß in praktische Initiativen münden, deren Ziel es ist, die von den Massenmedien für das Wohl der Familie ausgehenden Risiken auszuschalten und zu gewährleisten, daß diese mächtigen Instrumente der Kommunikation Quellen einer echten Bereicherung bleiben. Eine besondere Verantwortung in dieser Hinsicht liegt bei den Medienschaffenden selbst, bei den öffentlichen Stellen und bei den Eltern.

Papst Paul VI. hat unterstrichen, daß alle beruflich im Medienbereich Tätigen "die Bedürfnisse der Familie kennen und respektieren sollen, was bei ihnen mitunter echten Mut und immer ein hohes Verantwortungsbewußtsein voraussetzt" (*Botschaft zum Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel 1969*). Dem kommerziellen Druck oder den Forderungen nach Anpassung an die weltlichen Ideologien zu widerstehen, ist nicht so einfach, aber genau das müssen verantwortungsbewußte Medienschaffende tun. Es geht dabei um hohe Einsätze, da jeder Angriff auf den fundamentalen Wert der Familie ein Angriff auf das wahre Gut der Menschheit ist.

Die öffentlichen Stellen haben ihrerseits die ernstzunehmende Verpflichtung, zum Wohl der Gesellschaft die Familie zu schützen. Statt dessen akzeptieren heute viele - und handeln entsprechend - die anfechtbaren libertären Argumente von Gruppen, die für Praktiken eintreten, welche zu dem schwerwiegenden Phänomen der Krise der Familie und zur Schwächung des Begriffes Familie im eigentlichen Sinn beitragen. Es ist dringend erforderlich, daß die öffentlichen Stellen, ohne deshalb von der Zensur Gebrauch zu machen, Grundsatzprogramme und regelnde Maßnahmen festlegen, die sicherstellen, daß die Massenmedien nicht gegen das Wohl der Familie handeln. Vertreter der Familien sollen an der Umsetzung dieser Maßnahmen beteiligt werden. Die Verantwortlichen in den Medien und im öffentlichen Bereich müssen auch für eine gerechte Verteilung der Finanzmittel der Medien auf nationaler und internationaler Ebene sorgen; dabei gilt es, die Unversehrtheit der traditionellen Kulturen zu respektieren. Die sozialen Kommunikationsmittel dürfen nicht den Eindruck erwecken, ihre Programme seien den gesunden Familienwerten traditioneller Kulturen gegenüber feindselig eingestellt oder zielten darauf ab, als Teil des Globalisierungsprozesses diese Werte durch die säkularisierten Werte einer Konsumgesellschaft zu ersetzen.

5. Die Eltern, als erste und wichtigste Erzieher ihrer Kinder, lehren diese auch als Erste den Umgang mit den sozialen Kommunikationsmitteln. Sie sind dazu aufgerufen, ihre Nachkommenschaft zu Hause im "maßvollen, kritischen, wachsamem und klugen Umgang mit den Medien" zu schulen (*Familiaris consortio*, 76). Wenn die Eltern das konsequent und gut machen, bedeutet das eine große Bereicherung für das Familienleben. Selbst Kinder im zartesten Alter können über die Medien wichtige Lektionen erhalten: daß die Beiträge von Menschen produziert werden, denen es um die Vermittlung von Botschaft geht; daß diese Botschaften oft zu etwas

auffordern - ein bestimmtes Produkt zu kaufen, sich auf ein zweifelhaftes Verhalten einzulassen -, was nicht im Interesse des Kindes liegt oder nicht mit der sittlichen Wahrheit vereinbar ist; daß Kinder das, was sie in den Medien vorfinden, nicht unkritisch annehmen oder nachahmen sollten.

Die Eltern müssen auch die Benutzung der Medien zu Hause regeln. Das würde einschließen: Planung und Programmauswahl; strenge Begrenzung der Zeit, die Kinder vor den Medien verbringen dürfen; Unterhaltung zu einem Familienerlebnis zu machen; manche Programme ganz zu verbieten; regelmäßig alle Programme abzuschalten, um anderen Familienaktivitäten Zeit und Raum zu geben. Vor allem aber müssen Eltern durch ihren eigenen überlegten, auswählenden Umgang mit den Medien den Kindern ein gutes Beispiel geben. Oft werden sie es als hilfreich empfinden, die von der Benutzung der Medien aufgeworfenen Probleme und Chancen zusammen mit anderen Familien zu untersuchen und zu erörtern. Die Familien sollen Produzenten, Werbemanagern und öffentlichen Stellen gegenüber freimütig erklären, was ihnen an den Programmen gefällt bzw. mißfällt.

6. Die sozialen Kommunikationsmittel besitzen ein enormes positives Potential zur Förderung gesunder menschlicher und familiärer Werte und können somit zur Erneuerung der Gesellschaft beitragen. In Anbetracht ihrer großen Befähigung, die Gedanken zu prägen und das Verhalten zu beeinflussen, müssen die Medienschaffenden anerkennen, daß sie eine moralische Verantwortung dafür haben, nicht nur den Familien zu diesem Zweck jede nur mögliche Ermutigung, Hilfe und Unterstützung zu geben, sondern auch in ihrer Darbietung von Themen, die sich mit Sexualität, Ehe und Familienleben beschäftigen, Weisheit, richtige Beurteilung und Anstand walten zu lassen.

Die Medien werden täglich in vielen Wohnungen und Familien als vertrauter Gast willkommen geheißen. An diesem Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel ermuntere ich die beruflich im Medienbereich Tätigen und die Familien in gleicher Weise, dieses einzigartige Privileg und die Verantwortlichkeit, die es einschließt, anzuerkennen. Mögen alle, die mit den Massenmedien und dem Umgang mit ihnen zu tun haben, erkennen, daß sie in der Tat "Aufseher und Verwalter einer ungeheuren geistlichen Kraft sind, die zum Erbe der Menschheit gehört und dazu bestimmt ist, die ganze menschliche Gemeinschaft reicher zu machen" (*Ansprache an die Medienfachleute*, Los Angeles, 15. September 1987, Nr. 8). Und mögen die Familien in den Medien stets eine Quelle der Hilfe, der Ermutigung und der Inspiration finden können, wenn sie sich bemühen, als eine Lebens- und Liebesgemeinschaft zu leben, jungen Menschen gesunde sittliche Werte beizubringen und eine Kultur der Solidarität, der Freiheit und des Friedens zu fördern.

Aus dem Vatikan, am 24. Januar 2004, dem Fest des heiligen Franz von Sales.

IOANNES PAULUS II

[00108-05.01] [Originalsprache: Englisch]

• **TRADUZIONE IN LINGUA SPAGNOLA**

TEMA: ***LOS MEDIOS EN LA FAMILIA: UN RIESGO Y UNA RIQUEZA***

Queridos hermanos y hermanas:

1. El extraordinario crecimiento de los medios de comunicación social y su mayor disponibilidad han brindado oportunidades excepcionales para enriquecer la vida no sólo de los individuos, sino también de las familias. Al mismo tiempo, las familias afrontan hoy nuevos desafíos, que brotan de los diversos mensajes, a menudo contradictorios, que transmiten los medios de comunicación social. El tema elegido para la Jornada mundial de las comunicaciones sociales de 2004, es decir, "Los medios en la familia: un riesgo y una riqueza", es muy

oportuno, puesto que invita a una sobria reflexión sobre el uso que hacen las familias de los medios de comunicación, y también sobre el modo en que los medios de comunicación tratan a la familia y las cuestiones que afectan a la familia.

El tema de este año sirve, además, para recordar a todos, tanto a los agentes de la comunicación como a las personas a las que se dirigen, que toda comunicación tiene una dimensión moral. Como dijo el Señor mismo, de la abundancia del corazón habla la boca (cf. *Mt* 12, 34-35). La estatura moral de las personas crece o disminuye según las palabras que pronuncian y los mensajes que eligen oír. En consecuencia, los agentes de la comunicación, los padres y los educadores, tienen especial necesidad de sabiduría y discernimiento en el uso de los medios de comunicación social, pues sus decisiones influyen en gran medida en los niños y en los jóvenes de los que son responsables y que, en definitiva, son el futuro de la sociedad.

2. Gracias a la expansión sin precedentes del mercado de las comunicaciones sociales en las últimas décadas, muchas familias en todo el mundo, incluso las que disponen de medios más bien modestos, ahora tienen acceso desde su casa a los inmensos y variados recursos de los medios de comunicación social. En consecuencia, gozan de oportunidades prácticamente ilimitadas de información, educación, enriquecimiento cultural e incluso crecimiento espiritual, oportunidades muy superiores a las que tenían en el pasado reciente la mayoría de las familias.

Con todo, estos mismos medios de comunicación tienen la capacidad de producir gran daño a las familias, presentándoles una visión inadecuada o incluso deformada de la vida, de la familia, de la religión y de la moralidad. El concilio Vaticano II captó muy bien esta capacidad de fortalecer o minar valores tradicionales como la religión, la cultura y la familia; por eso, enseñó que "para el recto uso de estos medios es absolutamente necesario que todos los que los utilizan conozcan las normas del orden moral en este campo y las lleven fielmente a la práctica" (*Inter mirifica*, 4). La comunicación, en todas sus formas, debe inspirarse siempre en el criterio ético del respeto a la verdad y a la dignidad de la persona humana.

3. Estas consideraciones se aplican especialmente al modo como los medios de comunicación tratan a la familia. Por una parte, el matrimonio y la vida familiar se presentan a menudo de un modo sensible, realista pero también benévolo, que exalta virtudes como el amor, la fidelidad, el perdón y la entrega generosa a los demás. Esto vale también para los programas de los medios de comunicación social que reconocen los fracasos y las decepciones que sufren inevitablemente los matrimonios y las familias —tensiones, conflictos, contrariedades, decisiones equivocadas y hechos dolorosos—, pero al mismo tiempo se esfuerzan por discernir lo correcto de lo incorrecto, distinguir el amor auténtico de sus falsificaciones, y mostrar la importancia insustituible de la familia como unidad fundamental de la sociedad.

Por otra parte, con demasiada frecuencia los medios de comunicación presentan a la familia y la vida familiar de modo inadecuado. La infidelidad, la actividad sexual fuera del matrimonio y la ausencia de una visión moral y espiritual del pacto matrimonial se presentan de modo acrítico, y a veces, al mismo tiempo, apoyan el divorcio, la anticoncepción, el aborto y la homosexualidad. Esas presentaciones, al promover causas contrarias al matrimonio y a la familia, perjudican al bien común de la sociedad.

4. Una reflexión atenta sobre la dimensión ética de las comunicaciones debe desembocar en iniciativas prácticas orientadas a eliminar los peligros para el bienestar de la familia planteados por los medios de comunicación social, y asegurar que esos poderosos medios de comunicación sigan siendo auténticas fuentes de enriquecimiento. A este respecto, tienen una responsabilidad especial los agentes de la comunicación, las autoridades públicas y los padres.

El Papa Pablo VI subrayó que los agentes de la comunicación "deben conocer y respetar las exigencias de la familia. Esto supone en ellos a veces una gran valentía y siempre un hondo sentido de responsabilidad" (*Mensaje para la Jornada mundial de las comunicaciones sociales de 1969: L'Osservatore Romano*, edición en lengua española, 18 de mayo de 1969, p. 2). No es tan fácil resistir a las presiones comerciales o a las exigencias de adecuarse a las ideologías seculares, pero eso es precisamente lo que los agentes de la comunicación responsables deben hacer. Es mucho lo que está en juego, pues cualquier ataque al valor

fundamental de la familia es un ataque al bien auténtico de la humanidad.

Las autoridades públicas tienen el grave deber de apoyar el matrimonio y la familia en beneficio de la sociedad misma. En cambio, muchos ahora aceptan y actúan basándose en argumentos libertarios infundados de algunos grupos que defienden prácticas que contribuyen al grave fenómeno de la crisis de la familia y al debilitamiento del concepto auténtico de familia. Sin recurrir a la censura, es necesario que las autoridades públicas pongan en práctica políticas y procedimientos de reglamentación para asegurar que los medios de comunicación social no actúen contra el bien de la familia. Los representantes de las familias deben participar en la elaboración de esas políticas.

Los que elaboran las políticas en los medios de comunicación y en el sector público deben favorecer también una distribución equitativa de los recursos de los medios de comunicación tanto a nivel nacional como internacional, respetando la integridad de las culturas tradicionales. Los medios de comunicación no deben dar la impresión de que tienen un programa hostil a los sanos valores familiares de las culturas tradicionales, o de que buscan sustituir esos valores, como parte de un proceso de globalización, con los valores secularizados de la sociedad consumista.

5. Los padres, como primeros y principales educadores de sus hijos, son también los primeros en explicarles cómo usar los medios de comunicación. Están llamados a formar a sus hijos "en el uso moderado, crítico, vigilante y prudente de tales medios" en el hogar (*Familiaris consortio*, 76). Cuando los padres lo hacen bien y con continuidad, la vida familiar se enriquece mucho. Incluso a los niños pequeños se les pueden dar importantes explicaciones sobre los medios de comunicación social: que son producidos por personas interesadas en transmitir mensajes; que esos mensajes a menudo inducen a hacer algo —a comprar un producto, a tener una conducta discutible— que no beneficia al niño o no corresponde a la verdad moral; que los niños no deben aceptar o imitar de modo acrítico lo que encuentran en los medios de comunicación social.

Los padres también deben reglamentar el uso de los medios de comunicación en el hogar. Esto implica planificar y programar el uso de dichos medios, limitando estrictamente el tiempo que los niños les dedican, haciendo del entretenimiento una experiencia familiar, prohibiendo algunos medios de comunicación y excluyéndolos periódicamente todos para dejar espacio a otras actividades familiares. Sobre todo, los padres deben dar buen ejemplo a los niños, haciendo un uso ponderado y selectivo de dichos medios. A menudo les podría resultar útil unirse a otras familias para estudiar y discutir los problemas y las oportunidades que plantea el uso de los medios de comunicación. Las familias deberían manifestar claramente a los productores, a los que hacen publicidad y a las autoridades públicas lo que les agrada y lo que les desagrada.

6. Los medios de comunicación social poseen un inmenso potencial positivo para promover sanos valores humanos y familiares, contribuyendo así a la renovación de la sociedad. Conscientes de su gran fuerza para modelar las ideas e influir en la conducta de las personas, los agentes de la comunicación social deben reconocer que no sólo tienen la responsabilidad de brindar a las familias todo el estímulo, la ayuda y el apoyo que les sea posible con vistas a ese fin, sino también de practicar la sabiduría, el buen juicio y la honradez al presentar las cuestiones que atañen a la sexualidad, al matrimonio y a la vida familiar.

Los medios de comunicación cada día son acogidos como huéspedes habituales en muchos hogares y familias. En esta Jornada mundial de las comunicaciones sociales, exhorto tanto a los agentes de la comunicación como a las familias a reconocer este privilegio único, así como la responsabilidad que implica. Ojalá que todos los que están comprometidos en el ámbito de las comunicaciones sociales sean conscientes de que son los auténticos "dispensadores y administradores de un inmenso poder espiritual que pertenece al patrimonio de la humanidad y está destinado al enriquecimiento de toda la comunidad humana" (*Discurso a las personas comprometidas en el campo de las comunicaciones sociales*, Los Ángeles, 15 de septiembre de 1987, n. 8: *L'Osservatore Romano*, edición en lengua española, 18 de octubre de 1987, p. 14). Y ojalá que las familias logren encontrar siempre en los medios de comunicación una fuente de apoyo, estímulo e inspiración al tratar de vivir como comunidades de vida y amor, educar a los jóvenes en los sanos valores morales y promover una cultura de solidaridad, libertad y paz.

Vaticano, 24 de enero de 2004, fiesta de San Francisco de Sales

IOANNES PAULUS II

[00108-04.01] [Texto original: Inglés]

• **TRADUZIONE IN LINGUA PORTOGHESE**

TEMA: ***OS MASS MEDIA NA FAMÍLIA: UM RISCO E UMA RIQUEZA***

Queridos Irmãos e Irmãs

1. O crescimento extraordinário dos meios de comunicação e a sua aumentada disponibilidade trouxeram oportunidades excepcionais para o enriquecimento da vida não apenas dos indivíduos, mas também das famílias. Ao mesmo tempo, hoje as famílias estão a enfrentar novos desafios, que derivam das mensagens, diversificadas e muitas vezes contraditórias, apresentadas pelos mass media. O tema escolhido para o Dia Mundial das Comunicações - "*Os mass media na família: um risco e uma riqueza*" - é um tema oportuno, dado que convida a uma reflexão sóbria sobre o uso que as famílias fazem dos meios de comunicação e, em contrapartida, do modo como os mass media tratam as famílias e as solitudes familiares.

O tema deste ano recorda também a todos, tanto aos comunicadores como aos seus destinatários, que toda a comunicação tem uma dimensão moral. Como o próprio Senhor disse, é da abundância do coração que a boca fala (cf. *Mt 12, 34-35*). As pessoas crescem ou diminuem de estatura moral, de acordo com as palavras que elas pronunciam e com as mensagens que preferem ouvir. Consequentemente, a sabedoria e o discernimento no uso dos mass media são exigidos de maneira particular da parte dos profissionais das comunicações, dos pais e dos educadores, uma vez que as suas decisões influenciam enormemente as crianças e os jovens, por quem eles são responsáveis e que, em última análise, são o futuro da sociedade.

2. Graças à expansão sem precedentes do mercado das comunicações nas últimas décadas, numerosas famílias no mundo inteiro, mesmo as que dispõem de meios bastante modestos, agora têm acesso, no seu próprio lar, a recursos mediáticos imensos e diversificados. Por conseguinte, elas têm oportunidades virtualmente ilimitadas nos campos da informação, da educação, da expansão cultural e até mesmo do crescimento espiritual – oportunidades estas que excedem em grande medida as que eram disponíveis para a maioria das famílias no passado recente.

Não obstante, estes mesmos meios de comunicação possuem a capacidade de causar prejuízos graves às famílias, apresentando uma visão inadequada e mesmo deformada da vida, da família, da religião e da moral. Este poder, tanto para reforçar como para desprezar os valores tradicionais, como a religião, a cultura e a família, foi compreendido com clareza pelo Concílio Vaticano II, que ensinou que, "para o recto uso destes meios, é absolutamente necessário que todos os que se servem deles conheçam e ponham em prática, neste campo, as normas da ordem moral" (*Inter mirifica, 4*). Os mass media, em qualquer forma que seja, devem inspirar-se sempre no critério ético do respeito pela verdade e pela dignidade da pessoa humana.

3. Estas considerações dizem respeito de forma particular à abordagem das famílias pelos meios de comunicação. Por um lado, o matrimónio e a vida familiar são frequentemente descritos de maneira sensível e realista, mas também com simpatia, de modo a exaltar virtudes como o amor, a fidelidade, o perdão e a abnegação generosa em prol dos outros. Isto é também verdade no que se refere às apresentações dos mass media que reconhecem os fracassos e as desilusões, inevitavelmente experimentados pelos cônjuges e pelas famílias – tensões, conflitos, derrotas, escolhas negativas e actos prejudiciais – mas, ao mesmo tempo, fazem um esforço em vista de separar o justo do injusto, de distinguir o amor verdadeiro das suas imitações e de mostrar a importância insubstituível da família como unidade fundamental da sociedade.

Por outro lado, a família e a vida familiar são também, com muita frequência, descritas de maneira inoportuna pelos meios de comunicação. A infidelidade, a actividade sexual fora do matrimónio e a ausência de uma visão

moral e espiritual do vínculo matrimonial são descritas de maneira não crítica, enquanto às vezes se apresentam de modo positivo o divórcio, a contracepção, o aborto e a homossexualidade. Estas visões, promovendo as causas contrárias ao matrimónio e à família, são prejudiciais para o bem comum da sociedade.

4. A reflexão conscienciosa sobre a dimensão ética das comunicações deveria conduzir a iniciativas concretas, destinadas a eliminar os riscos contra o bem-estar da família, apresentados pelos mass media, e assegurando que estes poderosos instrumentos da comunicação permaneçam como fontes genuínas de enriquecimento. Os próprios comunicadores, as autoridades públicas e os pais têm uma responsabilidade especial, a este propósito.

O Papa Paulo VI ressaltava que os comunicadores profissionais deveriam "conhecer e respeitar as necessidades da família, e isto pressupõe neles, por vezes, uma coragem verdadeira e sempre um elevado sentido de responsabilidade" (*Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações de 1969*). Não é fácil resistir às pressões comerciais ou às reivindicações de conformidade com as ideologias seculares, mas é isto que os comunidades responsáveis devem fazer. A aposta é grande, dado que cada ataque contra o valor fundamental da família constitui um ataque contra o verdadeiro bem da humanidade.

As próprias autoridades públicas têm o sério dever de promover o matrimónio e a família, para o bem da sociedade em geral. Contudo, hoje muitas pessoas aceitam e agem segundo as argumentações libertárias efémeras dos grupos que defendem práticas que contribuem para o grave fenómeno da crise da família e para o debilitamento do próprio conceito de família. Sem recorrer à censura, é imperativo que as autoridades públicas definam políticas de regulação e procedimentos para garantir que os meios de comunicação não ajam contra o bem da família. Os representantes da família deveriam fazer parte deste empreendimento político.

Os responsáveis pela política nos mass media e no sector público devem trabalhar também por uma distribuição equitativa dos recursos comunicativos a níveis nacional e internacional, enquanto respeitam a integridade das culturas tradicionais. Os meios de comunicação não deveriam parecer ter uma agenda hostil aos valores familiares sólidos das culturas tradicionais, ou a finalidade de substituir tais valores, como parte de um processo de globalização, com os valores secularizados da sociedade consumista.

5. Os pais, como os educadores primários e mais importantes dos seus filhos, são inclusivamente os primeiros a dar-lhes um ensinamento acerca dos meios de comunicação. Eles são chamados a formar os seus filhos no "uso moderato, crítico, atento e prudente dos mass media" em casa (*Familiaris consortio*, 76). Quando os pais o fazem de modo consistente e positivo, a vida familiar fica enormemente enriquecida. Até mesmo as crianças muito jovens podem receber lições importantes sobre os meios de comunicação: que os mesmos são produzidos por pessoas ansiosas de transmitir mensagens; que estas são com frequência mensagens para agir de um modo específico – para comprar um produto, para assumir um comportamento ambíguo – que não corresponde aos melhores interesses da criança, nem está em sintonia com a verdade moral; que as crianças não deveriam aceitar ou imitar sem crítica aquilo que encontram nos mass media.

Os pais precisam também de regular o uso dos meios de comunicação em casa. Isto incluiria um plano e uma programação do uso dos mass media, limitando estritamente o tempo que os filhos dedicam aos meios de comunicação, fazendo da diversão uma experiência familiar, eliminando de forma total alguns deles e, periodicamente, excluindo todos eles, em vantagem de outras actividades em família. Sobretudo, os pais deveriam dar bons exemplos aos filhos, através de um uso ponderado e selectivo dos mass media. Eles descobrirão com frequência que é útil reunir-se com outras famílias para estudar e debater sobre os problemas e as oportunidades apresentados pelo uso dos meios de comunicação. As famílias deveriam ser ouvidas, quando dizem aos produtores, aos publicitários e às autoridades públicas o que gostam e o que não gostam.

6. Os meios de comunicação social têm uma enorme potencialidade positiva para promover valores humanos e familiares sólidos e, desta maneira, contribuir para a renovação da sociedade. Considerando o seu grande poder de formar ideias e de influenciar comportamentos, os comunicadores profissionais deveriam reconhecer que têm uma responsabilidade moral não apenas para dar às famílias todo o encorajamento, assistência e apoio possíveis, em vista desta finalidade, mas também para exercer a sabedoria, o bom juízo e a justiça na

sua apresentação das questões que dizem respeito à sexualidade, ao matrimónio e à vida familiar.

Os meios de comunicação são recebidos diariamente como hóspedes familiares em muitos lares e famílias. Neste Dia Mundial das Comunicações, encorajo tanto os comunidades profissionais como as famílias a reconhecer o privilégio e a responsabilidade singulares que isto comporta. Que todas as pessoas comprometidas no campo das comunicações reconheçam que são verdadeiramente "responsáveis e administradores de um poder espiritual enorme, que pertence ao património da humanidade e que está destinado a enriquecer toda a comunidade humana" (*Discurso aos especialistas das comunicações*, Los Angeles, 15 de Setembro de 1987, n. 8). E que as famílias sejam sempre capazes de encontrar nos mass media uma fonte de ajuda, de encorajamento e de inspiração, enquanto lutam para viver como comunidade de vida e de amor, para formar os jovens nos valores morais sólidos e para fazer progredir uma cultura de solidariedade, liberdade e paz.

Vaticano, 24 de Janeiro de 2004, Festa de São Francisco de Sales.

IOANNES PAULUS II

[00108-06.01] [Texto original: Inglês]

[B0035-XX.01]
