Sede Apostólica
Santo Padre
Juan Pablo II

Mensaje

XXXVIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales 2004

Los medios en la familia: un riesgo y una riqueza

23 de mayo de 2004

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 familia —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 español, 18-5-1969, 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 l