



La Santa Sede

MENSAJE DEL SANTO PADRE JUAN PABLO II PARA LA XXIII JORNADA MUNDIAL DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES

[DOMINGO 7 DE MAYO DE 1989]

Tema. «La religión en los mass-media»

Queridos hermanos y hermanas, queridos amigos informadores y comunicadores:

1. El tema de la Jornada mundial de las Comunicaciones Sociales reviste este año una importancia particular para la presencia de la Iglesia y su participación en el diálogo público: "La religión en los *'mass-media'*". Efectivamente, hoy en día los mensajes religiosos, al igual que los mensajes culturales, tienen mayor impacto gracias a los medios de comunicación social. La reflexión que quisiera proponeros en esta ocasión corresponde a una preocupación constante de mi pontificado: ¿Qué lugar puede ocupar la religión en la vida social y, más precisamente, en los medios de comunicación?

2. En su acción pastoral, la Iglesia se formula, naturalmente, preguntas a sí misma, acerca de la actitud de los medios de comunicación hacia la "religión". De hecho, al mismo tiempo que se desarrollaban los medios y técnicas de comunicación, el mundo industrial, que les ha dado un empuje tan grande, manifestaba un "secularismo" que parecía llevar a la desaparición del sentido religioso del "hombre moderno".

3. Sin embargo, actualmente puede observarse que la información religiosa tiende a ocupar más espacio en los medios de comunicación, debido al mayor interés que se manifiesta hacia la dimensión religiosa de las realidades humanas, individuales y sociales. Para analizar este fenómeno, habría que interrogar a los lectores de periódicos, los telespectadores y los radioyentes, porque no se trata de una presencia impuesta por los medios de comunicación, sino de una demanda específica por parte del público, demanda a la que los responsables de la comunicación responden dando más espacio a la información y comentario de temas religiosos.

En el mundo entero, son millones las personas que recurren a la religión con el fin de conocer el sentido de su vida, millones las personas para quienes la relación religiosa con Dios, Creador y Padre, es la más feliz de las realidades de la existencia humana. Bien lo saben los profesionales de la comunicación, que constatan el hecho y analizan sus implicaciones. E incluso si esa dialéctica entre informadores y público de la comunicación social a veces se caracteriza por su falta de imparcialidad y da lugar a informaciones incompletas, queda un hecho positivo: la religión, hoy en día, está presente en la corriente informativa de los medios de comunicación.

4. Por un feliz concurso de circunstancias, la Jornada mundial de las Comunicaciones Sociales coincide, en 1989, con el vigésimo quinto aniversario de la fundación de la Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales, que se transforma ahora en "Pontificio Consejo". ¿Qué balance puede hacerse tras veinticinco años al servicio del apostolado de las comunicaciones? Desde luego, la Iglesia misma ha sabido discernir más claramente los "signos de los tiempos" que implica el fenómeno de la comunicación. Mi antecesor Pío XII, ya había invitado a ver en los medios de comunicación no una amenaza, sino un "don" (cf. Encíclica Miranda prorsus, 1957). El Concilio Vaticano II, a su vez, confirmaba solemnemente esta actitud positiva (cf. Decreto Inter mirifica, 1964). La Pontificia Comisión que entonces nacía, y que hoy encuentra, en cuanto Pontificio Consejo, toda su dimensión, se ha comprometido con perseverancia a promover, dentro de la Iglesia, una actitud de participación y creatividad en dicho sector o, mejor dicho, en ese nuevo estilo de vida de humanidad compartida.

5. La cuestión que hoy se plantea para la Iglesia ya no es la de saber si el hombre de la calle todavía puede percibir un mensaje religioso, sino la de encontrar los mejores lenguajes de comunicación que le permitan dar todo su impacto al mensaje evangélico.

El Señor nos anima muy directa y sencillamente a seguir en el camino del testimonio y de la más amplia comunicación: "No tengáis miedo... Lo que oís al oído, proclamadlo desde los terrados" (*Mt* 10, 26-27). ¿De qué se trata? El Evangelista lo resume así: "Declararse por Cristo ante los hombres" (cf. *Mt* 10, 32). ¡Esta es, pues, la audacia, a la vez humilde y serena, que inspira la presencia cristiana en el diálogo público de los medios de comunicación! Nos lo dice San Pablo: "Predicar el Evangelio no es para mí ningún motivo de gloria; es más bien un deber que me incumbe" (*1 Co* 9, 16). La misma fidelidad se expresa a lo largo de toda la Escritura: "He publicado la justicia del Señor en la gran asamblea" (*Sa* 40/39, 10), y "todo hombre... anunciará la obra de Dios" (*Sa* 64/63, 10).

Comunicadores y público de los medios de comunicación: Podéis preguntaros, los unos a los otros, acerca de la exigencia y constante novedad de esa "religión pura e intachable" que invita a cada uno de nosotros a "conservarse incontaminado del mundo" (*St* 1, 27). Operadores de los medios de comunicación: Estos pocos ejemplos de sabiduría bíblica os harán entender enseguida que el gran desafío del testimonio religioso, en el marco del diálogo público, es el de la autenticidad de los mensajes e intercambios, así como de la calidad de los programas y

producciones.

6. En nombre de toda la Iglesia, quiero agradecer al mundo de la comunicación el espacio que ofrece a la religión en los medios de difusión. Estoy seguro de interpretar el sentimiento de todas las personas de buena voluntad al expresar esa gratitud, incluso si a menudo nos parece que sería posible mejorar la presencia cristiana en el debate público. Quisiera, con mi voz, dar las gracias por la parte reservada a la religión en la información, la documentación, el diálogo, la recogida de datos.

También quisiera pedir a todos los comunicadores que, por su deontología, se muestren profesionalmente dignos de las ocasiones que se les ofrecen de presentar el mensaje de esperanza y reconciliación con Dios, en el marco de los medios de comunicación de todo tipo y de todo estatuto. Los "dones de Dios" (cf. Pío XII, Encíclica *Miranda prorsus*), ¿no son aquí el misterioso encuentro entre las posibilidades tecnológicas de los lenguajes de la comunicación y la apertura del espíritu a la luminosa iniciativa del Señor en sus testigos? A ese nivel precisamente está en juego la calidad de nuestra presencia eclesial en el debate público. Más que nunca, la santidad del apóstol supone una "divinización" (según la palabra de los Padres de la Iglesia) de toda la ingeniosidad humana. Por ese motivo, también, la celebración litúrgica de los misterios de la fe no puede ser ignorada en ese vasto movimiento de presencia en el mundo de hoy a través de los medios de comunicación.

7. Pensando en todo ello, quiero formular, con sencillez y confianza, una petición que tengo muy a pecho. Se inspira en el mismo sentimiento de amistad que el de Pablo cuando se dirige a Filemón: "Te escribo confiado..., seguro de que harás más de lo que te pido" (*Fim* 1, 21). Esta es mi petición: dad a la religión todo el espacio que consideráis deseable en la comunicación de masas. "Abrid las puertas...; conservaréis la paz" (*Is* 26, 2. 3). Es lo que pido en favor de la religión. Veréis, queridos amigos, que esos temas religiosos os apasionarán en la medida en que serán presentados con profundidad espiritual y acierto profesional. Abierta a los mensajes religiosos, la comunicación será de mayor calidad y más interesante. A los operadores eclesiales de los medios de comunicación, repito: "¡No tengáis miedo! Recibisteis un espíritu de hijos adoptivos que os hace exclamar: Abbá, Padre!" (cf. *Rm* 8, 15).

¡Ojalá el mensaje religioso y las iniciativas religiosas puedan estar presentes en todos los tipos de medios de comunicación: en la prensa y medios de información audiovisual, en la creación cinematográfica, en las memorias y los intercambios informáticos de los bancos de datos, en la comunicación teatral y en los espectáculos culturales de alto nivel, en los debates de opinión y en la reflexión común sobre la actualidad, en los servicios de formación y educación del público, en todas las producciones de los medios de comunicación de grupo, mediante dibujos animados e historietas gráficas de calidad, mediante las amplias posibilidades que ofrece la difusión de los escritos, de las grabaciones sonoras y visuales, en los momentos de distensión musical de las radios locales o de gran difusión! Mi deseo más ardiente es que las redes católicas y cristianas

puedan colaborar, de modo constructivo, con las redes de comunicación cultural de todos los tipos, superando las dificultades de competencia con vistas al bien último del mensaje religioso. La Iglesia misma, en esta ocasión, invita a considerar seriamente las exigencias de la colaboración ecuménica e interreligiosa en los medios de comunicación.

8. Al terminar este Mensaje, no puedo dejar de animar a todos los que tienen a pecho el apostolado de la comunicación a empeñarse con ardor, respetando a cada uno, en la gran obra de la evangelización ofrecida a todos: "Vete a anunciar el reino de Dios" (Lc 9, 60). No podemos dejar de decir cuál es el mensaje nuevo, porque es al proclamar y vivir la Palabra como entendemos nosotros mismos las profundidades insospechables del don de Dios.

En la sumisión entusiasta a la voluntad de Dios y con confianza, os digo a todos, operadores y público, mi alegría ante el espectáculo impresionante de los vínculos creados más allá de las distancias y "desde los terrados" para tomar parte en la investigación y profundización de una "religión pura e intachable", e invoco sobre todos vosotros la bendición del Señor.

Vaticano, 24 de enero de 1989.

JOANNES PAULUS PP. II