

42^a GIORNATA MONDIALE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI

*"I mezzi di comunicazione sociale:
al bivio fra protagonismo e servizio.
Cercare la Verità per condividerla"*

« Al fine di rendere più efficace il multiforme apostolato della Chiesa con l'impiego degli strumenti di comunicazione sociale, ogni anno in tutte le diocesi del mondo, a giudizio dei vescovi, venga celebrata una "giornata" nella quale i fedeli siano istruiti sui loro doveri in questo settore, invitati a speciali preghiere per questo scopo e a contribuirvi con le loro offerte. Queste saranno debitamente destinate a sostenere le iniziative e le opere promosse dalla Chiesa in questo campo, secondo le necessità dell'orbe cattolico ».

(Decreto Conciliare INTER MIRIFICA n.18)

Per i momenti di preghiera si può fare riferimento alle indicazioni bibliche e alle preghiere dei fedeli predisposte dal Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali e reperibili direttamente sul sito www.pccs.it e su www.chiesacattolica.it il sito ufficiale della Conferenza Episcopale Italiana.

LETTURE BIBLICHE
SOLENNITÀ: ASCENSIONE DEL SIGNORE.
VII DOMENICA DI PASQUA

GIORNATA MONDIALE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI

Nella solennità dell'Ascensione del Signore si presenta dinanzi ai nostri occhi Cristo, che sotto lo sguardo dei discepoli ascende al cielo, si siede alla destra del Padre e tornerà alla fine dei tempi. Spetta ai suoi discepoli di ogni generazione annunciare la Buona Novella in tutto il mondo.

Atti 1,1-11. Fu elevato in alto sotto i loro occhi.

**Sal 46. Ascende Dio tra le acclamazioni,
il Signore al suono di tromba.**

Ef 1,17-23. Lo fece sedere alla sua destra nei cieli.

**Mt 28,16-20. Mi è stato dato ogni potere
in cielo e in terra.**

Cristo risuscitato ascende al cielo.
Nelle sue ultime raccomandazioni Cristo invia i suoi discepoli (Lettura 1) ad essere testimoni e messaggeri della buona novella (Vangelo). Il Signore è seduto alla destra del Padre (Lettura 2) e promette alla Chiesa la sua presenza tutti giorni, sino alla fine del mondo.

42^a GIORNATA MONDIALE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI

*"I mezzi di comunicazione sociale:
al bivio fra protagonismo e servizio.
Cercare la Verità per condividerla"*

4 maggio 2008



Supplemento al periodico trimestrale
di informazione Numero 1, Anno VII
Marzo 2008 Sovvenire
Registrazione al Tribunale di Padova
Numero 1779 del 15/02/2002

Direttore responsabile
Francesco Ceriotti

Stampa
Mediagraf Spa
Noventa Padovana (PD)

Supplemento al Numero 1, Anno VII - Marzo 2008 Sovvenire.
Contiene invio prop. per la raccolta fondi - Poste Italiane Spa -
Sped. in Abb. Post. DL 353/2003 (conv.to in legge 27/02/2004
n.46) - Art.1 comma 2 CNS Padova. Taxe percue - Tassa pagata.
In caso di mancato recapito inviare a CMP Padova
per la restituzione al mittente previo pagamento dei resi.

42ª GIORNATA MONDIALE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI

*"I mezzi di comunicazione sociale:
al bivio fra protagonismo e servizio.
Cercare la Verità per condividerla"*

CARI FRATELLI E SORELLE

1. Il tema della prossima Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali - *"I mezzi di comunicazione sociale: al bivio tra protagonismo e servizio. Cercare la verità per condividerla"* - pone in luce quanto importante sia il ruolo di questi strumenti nella vita delle persone e della società. Non c'è infatti ambito dell'esperienza umana, specialmente se consideriamo il vasto fenomeno della globalizzazione, in cui i media non siano diventati parte costitutiva delle relazioni interpersonali e dei processi sociali, economici, politici e religiosi. In proposito, scrivevo nel Messaggio per la Giornata della Pace dello scorso 1° gennaio: *"I mezzi della comunicazione sociale, per le potenzialità educative di cui dispongono, hanno una speciale responsabilità nel promuovere il rispetto per la famiglia, nell'illustrarne le attese e i diritti, nel metterne in evidenza la bellezza"* (n. 5).
2. Grazie ad una vorticoso evoluzione tecnologica, questi mezzi hanno acquisito potenzialità straordinarie, ponendo nello stesso tempo nuovi ed inediti interrogativi e problemi. È innegabile l'apporto che essi possono dare alla circolazione delle notizie, alla conoscenza dei fatti e alla diffusione del sapere: hanno contribuito, ad esempio, in maniera decisiva all'alfabetizzazione e alla socializzazione, come pure allo sviluppo della democrazia e del dialogo tra i popoli. Senza il loro apporto sarebbe veramente difficile favorire e migliorare la comprensione tra le nazioni, dare respiro universale ai dialoghi di pace, garantire all'uomo il bene primario dell'informazione, assicurando, nel contempo, la libera circolazione del pensiero in ordine soprattutto agli ideali di solidarietà e di giustizia sociale. Sì! I media, nel loro insieme, non sono soltanto mezzi per la diffusione delle idee, ma possono e devono essere anche strumenti al servizio di un mondo più giusto e solidale. Non manca, purtroppo, il rischio che essi si trasformino invece in sistemi volti a sottomettere l'uomo a logiche dettate dagli interessi dominanti del momento. È il caso di una comunicazione usata per fini ideologici o per la collocazione di prodotti di consumo mediante una pubblicità ossessiva. Con il pretesto

di rappresentare la realtà, di fatto si tende a legittimare e ad imporre modelli distorti di vita personale, familiare o sociale. Inoltre, per favorire gli ascolti, la cosiddetta *audience*, a volte non si esita a ricorrere alla trasgressione, alla volgarità e alla violenza. Vi è infine la possibilità che, attraverso i media, vengano proposti e sostenuti modelli di sviluppo che aumentano anziché ridurre il divario tecnologico tra i paesi ricchi e quelli poveri.

3. L'umanità si trova oggi di fronte a un bivio. Anche per i media vale quanto ho scritto nell'Enciclica *Spe salvi* circa l'ambiguità del progresso, che offre inedite possibilità per il bene, ma apre al tempo stesso possibilità abissali di male che prima non esistevano (cfr n. 22). Occorre pertanto chiedersi se sia saggio lasciare che gli strumenti della comunicazione sociale siano asserviti a un protagonismo indiscriminato o finiscano in balia di chi se ne avvale per manipolare le coscienze. Non sarebbe piuttosto doveroso far sì che restino al servizio della persona e del bene comune e favoriscano "la formazione etica dell'uomo, nella crescita dell'uomo interiore" (*ibid.*)? La loro straordinaria incidenza nella vita delle persone e della società è un dato largamente riconosciuto, ma va posta oggi in evidenza la svolta, direi anzi la vera e propria mutazione di ruolo, che essi si trovano ad affrontare. Oggi, in modo sempre più marcato, la comunicazione sembra avere talora la pretesa non solo di rappresentare la realtà, ma di determinarla grazie al potere e alla forza di suggestione che possiede. Si costata, ad esempio, che su talune vicende i media non sono utilizzati per un corretto ruolo di informazione, ma per "creare" gli eventi stessi. Questo pericoloso mutamento della loro funzione è avvertito con preoccupazione da molti Pastori. Proprio perché si tratta di realtà che incidono profondamente su tutte le dimensioni della vita umana (morale, intellettuale, religiosa, relazionale, affettiva, culturale), ponendo in gioco il bene della persona, occorre ribadire che non tutto ciò che è tecnicamente possibile è anche eticamente praticabile. L'impatto degli strumenti della comunicazione sulla vita dell'uomo contemporaneo pone pertanto questioni non eludibili, che attendono scelte e risposte non più rinviabili.



4. Il ruolo che gli strumenti della comunicazione sociale hanno assunto nella società va ormai considerato parte integrante della questione antropologica, che emerge come sfida cruciale del terzo millennio. In maniera non dissimile da quanto accade sul fronte della vita umana, del matrimonio e della famiglia, e nell'ambito delle grandi questioni contemporanee concernenti la pace, la giustizia e la salvaguardia del creato, anche nel settore delle comunicazioni sociali sono in gioco dimensioni costitutive dell'uomo e della sua verità. Quando la comunicazione perde gli ancoraggi etici e sfugge al controllo sociale, finisce per non tenere più in conto la centralità e la dignità inviolabile dell'uomo, rischiando di incidere negativamente sulla sua coscienza, sulle sue scelte, e di condizionare in definitiva la libertà e la vita stessa delle persone. Ecco perché è indispensabile che le comunicazioni sociali difendano gelosamente la persona e ne rispettino appieno la dignità. Più di qualcuno pensa che sia oggi necessaria, in questo ambito, un'"info-etica" così come esiste la bio-etica nel campo della medicina e della ricerca scientifica legata alla vita.

5. Occorre evitare che i *media* diventino il megafono del materialismo economico e del relativismo etico, vere piaghe del nostro tempo. Essi possono e devono invece contribuire a far conoscere la verità sull'uomo, difendendola davanti a coloro che tendono a negarla o a distruggerla. Si può anzi dire che la ricerca e la presentazione della verità sull'uomo costituiscono la vocazione più alta della comunicazione sociale. Utilizzare a questo fine tutti i linguaggi, sempre più belli e raffinati di cui i *media* dispongono, è un compito esaltante affidato in primo luogo ai responsabili ed agli operatori del settore. È un compito che tuttavia, in qualche modo, ci riguarda tutti, perché tutti, nell'epoca della globalizzazione, siamo fruitori e operatori di comunicazioni sociali. I nuovi *media*, telefonia e internet in particolare, stanno modificando il volto stesso della comunicazione e, forse, è questa un'occasione preziosa per ridisegnarlo, per rendere meglio visibili, come ebbe a dire il mio venerato predecessore Giovanni Paolo II, i lineamenti essenziali e irrinunciabili della verità sulla persona umana (cfr Lett. ap. *Il rapido sviluppo*, 10).

6. L'uomo ha sete di verità, è alla ricerca della verità; lo dimostrano anche l'attenzione e il successo registrati da tanti prodotti editoriali, programmi o fiction di qualità, in cui la verità, la bellezza e la grandezza della persona, inclusa la sua dimensione religiosa, sono riconosciute e ben rappresentate. Gesù ha detto: "Conoscerete la verità e la verità vi farà liberi" (Gv 8, 32). La verità che ci rende liberi è Cristo, perché solo Lui può rispondere pienamente alla sete di vita e di amore che è nel cuore dell'uomo. Chi lo ha incontrato e si appassiona al suo messaggio sperimenta il desiderio incontenibile di condividere e comunicare questa verità: "Ciò che era fin da principio, ciò che noi abbiamo udito, ciò che noi abbiamo veduto con i nostri occhi - scrive san Giovanni -, ciò che noi abbiamo contemplato e ciò che le nostre mani hanno toccato, ossia il Verbo della vita [...], noi lo annunziamo anche a voi, perché anche voi siate in comunione con noi. La nostra comunione è col Padre e col Figlio suo Gesù Cristo. Queste cose vi scriviamo, perché la nostra gioia sia perfetta" (1Gv 1, 1-3).

Invochiamo lo Spirito Santo, perché non manchino comunicatori coraggiosi e autentici testimoni della verità che, fedeli alla consegna di Cristo e appassionati del messaggio della fede, "sappiano farsi interpreti delle odierne istanze culturali, impegnandosi a vivere questa epoca della comunicazione non come tempo di alienazione e di smarrimento, ma come tempo prezioso per la ricerca della verità e per lo sviluppo della comunione tra le persone e i popoli" (Giovanni Paolo II, Discorso al Convegno *Parabole mediatiche*, 9 novembre 2002).

Con questo auspicio a tutti imparto con affetto la mia Benedizione.

Dal Vaticano, 24 gennaio 2008, *Festa di San Francesco di Sales*.

I MEDIA AD UN BIVIO. E NOI?

L'immagine del bivio è di quelle che costringe a pensare. E quel che conta sprigiona un'insolita energia perché ingiunge di prendere posizione: di qua o di là. Non si può procedere oltre senza decidersi per l'una o l'altra possibilità. Nel caso dei media da tempo ormai l'alternativa non è più tra "apocalittici" o "integrati", cioè tra quelli che si ostinano a volerne evitare l'influsso o, al contrario, a subirlo fatalisticamente. In realtà coi media facciamo i conti ogni giorno: dai più piccoli dei nostri ragazzi spesso smaliziati ed avvertiti tecnologicamente ai più grandi tra di noi talvolta sprovveduti e letteralmente disorientati. E allora? Semplicemente non va dimenticato - come fa Benedetto XVI nel suo Messaggio per la 42 Giornata Mondiale delle comunicazioni sociali - che "questi mezzi hanno acquisito potenzialità straordinarie", ma stanno "ponendo nello stesso tempo nuovi ed inediti interrogativi, problemi".

In fondo - a pensarci - siamo dinanzi all'ambiguità di, sempre tipica di ogni esperienza, che può favorire "la crescita dell'uomo interiore" oppure modificarne in negativo la qualità dell'esistenza. Rispetto ai media la strada assolutamente da evitare è la voglia di determinare la realtà, al punto da arrivare "a creare" dal nulla gli eventi. Sarà capitato anche a voi di vivere da vicino qualcosa di cui s'interessano i media: un fatto di cronaca, una polemica su un film, o semplicemente un avvenimento sportivo. Ed accorgersi a volte della distanza abissale tra quello che si è letto o visto sui media e quello che è accaduto realmente. C'è sempre una sperequazione tra il dato reale e la "surrealtà" - come annota Solzenycyn - la quale è una parvenza di realtà che per fini ideologici o commerciali prende il posto della realtà autentica. Il protagonismo dei media sembra talvolta non aver limiti e finisce per oscurare la realtà che - tra l'altro - è sempre più interessante di come viene piegata puntualmente ad altri scopi.

Benedetto XVI dal canto suo non nasconde le grandi risorse della comunicazione, come quando riconosce che l'alfabetizzazione e la socializzazione dipendono da tale contatto, così come la comprensione tra le nazioni e gli stessi dialoghi di pace sono legati a doppio filo ad un'informazione libera. E tuttavia appare tutt'altro che ingenuo e avverte di "evitare che i media diventino il megafono del materialismo economico e del relativismo etico". La sua analisi assai lucida è soprattutto pro-positiva. Non si attesta sull'esistente, ma

spinge decisamente in un'altra direzione. La sua è una persuasione profonda: "L'uomo ha sete di verità, è alla ricerca della verità: lo dimostrano l'attenzione e il successo registrati da tanti prodotti editoriali, programmi o *fiction* di qualità, in cui la verità, la bellezza e la grandezza della persona, inclusa la sua dimensione religiosa, sono riconosciute e ben rappresentate". Come fare per imboccare decisamente questa strada? Non basta attendere dall'alto che si modifichino orientamenti e scelte, ma convincersi che quello dei media "è un compito che ... ci riguarda tutti, perché tutti, nell'epoca della globalizzazione, siamo fruitori e operatori di comunicazioni sociali". E aggiunge, quasi a dare concretezza alla sua osservazione, che "i nuovi media, telefonia e internet in particolare, stanno modificando il volto stesso della comunicazione e, forse, è questa un'occasione preziosa per ridisegnarlo". Non sappiamo se questa nuova stagione mediatica sia davvero capace di liberare una autentica partecipazione democratica, ma sicuramente l'interattività è sempre più evidente. Non siamo solo oggetti, ma anche soggetti di comunicazione e la stessa realtà del web dimostra che ci possono essere straordinarie possibilità per introdursi nel dibattito, allacciare legami, creare connessioni di ogni genere. Di qui forse la conseguenza più seria, se non vogliamo fermarci a detestare una strada senza proporre mai un'alternativa. Perché non tornare in forme nuove e con rinnovata convinzione a fare *media education*? È questo un segmento tutt'altro che scontato della più ampia 'emergenza educativa'. Perché non pensare che proprio le parrocchie che nel dopoguerra in Italia divennero l'occasione per imparare il linguaggio del cinema e sperimentarsi nelle capacità teatrali e musicali oltre che naturalmente in quelle calcistiche, possano essere anche spazi di apprendimento dei nuovi linguaggi? Non si vuol certo prefigurare una Chiesa solo 'on line' dal momento che il rapporto faccia a faccia non potrà mai essere saltato. Ma perché non provarci?

In fondo "le reti" ci appartengono per esperienza genetica sin dagli inizi e forse si tratta solo di 'riassettarle' (Mt 4,21). Come quel giorno in cui i primi amici del Maestro furono trovati sulla riva del lago, tutti intenti a predisporle per la pesca. Ricordate?

Don Domenico Pompili
Direttore Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali



On line il sito internet dell’Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali

Dal 24 gennaio 2008 all’indirizzo www.chiesacattolica.it/comunicazione è on line il nuovo sito internet dell’Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali della CEI (Ucs).

La data scelta per varare il sito internet dell’Ucs è stata la memoria liturgica di San Francesco di Sales (1567 - 1622), patrono dei giornalisti. Su www.chiesacattolica.it/comunicazione è possibile leggere quotidianamente le notizie dal mondo delle comunicazioni sociali, collegarsi alla diretta della televisione satellitare *Sat 2000* e ascoltare i programmi di *RadioInBlu*, consultare i lanci dell’*Agenzia Sir* e leggere il quotidiano *Avvenire*. Tra le novità la community alla quale è possibile accedere attraverso l’area riservata ai direttori degli Uffici diocesani per le comunicazioni sociali e ai partecipanti ai percorsi formativi promossi dall’Ucs.



F.A.Q. SU INFO-ETICA ^[1]

a cura del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali



1.- Come considera la Chiesa i mezzi della comunicazione sociale?

«L’approccio della Chiesa ai mezzi di comunicazione sociale è fondamentalmente positivo e incoraggiante. Essa non giudica e condanna soltanto. Piuttosto considera questi strumenti non solo prodotti del genio umano, ma anche grandi doni di Dio e segni autentici dei tempi. Desidera sostenere quanti sono impegnati professionalmente nella comunicazione, stabilendo principi positivi per assisterli nella loro opera, promuovendo un dialogo al quale possano partecipare gli interessati, ossia gran parte dell’umanità al giorno d’oggi.» (ECS, 4)

«L’impegno nei mass media, tuttavia, non ha solo lo scopo di moltiplicare l’annuncio: si tratta di un fatto più profondo, perché l’evangelizzazione stessa della cultura moderna dipende in gran parte dal loro influsso. Non basta, quindi, usarli per diffondere il messaggio cristiano e il Magistero della Chiesa, ma occorre integrare il messaggio stesso in questa “nuova cultura” creata dalla comunicazione moderna. E un problema complesso, poiché questa cultura nasce, prima ancora che dai contenuti, dal fatto stesso che

esistono nuovi modi di comunicare con nuovi linguaggi, nuove tecniche e nuovi atteggiamenti psicologici.» (Giovanni Paolo II, *Redemptoris missio*, 37)

2.- Cosa significa etica nella comunicazione sociale?

«Il Concilio Vaticano II dichiarò: “Per usare rettamente questi strumenti è assolutamente necessario che tutti coloro che li adoperano conoscano le norme dell’ordine morale e le applichino fedelmente in questo settore” (*Inter Mirifica*, 4). L’ordine morale cui il Concilio fa riferimento è la legge naturale alla quale tutti gli esseri umani sono tenuti perché è scritta nei loro cuori e incorpora gli imperativi dell’autentica realizzazione della persona umana.

Per i cristiani, inoltre, la legge naturale ha una dimensione più profonda, un significato più pieno. Cristo è il Principio che, avendo assunto la natura umana, la illumina definitivamente nei suoi elementi costitutivi e nel suo dinamismo di carità verso Dio e il prossimo. Qui si esprime il significato più profondo della libertà umana, che rende possibile, nella luce di Gesù Cristo, un’autentica risposta morale, che chiama a formare la coscienza, a renderla oggetto di continua conversione alla verità e al bene. In questo contesto, gli strumenti di comunicazione sociale hanno due alternative e due soltanto. O aiutano l’uomo a crescere nella comprensione e nella pratica della verità e del bene, o si trasformano in forze distruttive che si oppongono al benessere umano.» (EP14)

«I mezzi di comunicazione sociale sono chiamati a servire la dignità umana aiutando le persone a vivere bene e a essere attive nella comunità. Fanno questo incoraggiando gli uomini e le donne a essere consapevoli della propria dignità, a entrare nei pensieri e nei sentimenti

degli altri, a coltivare un senso di responsabilità reciproca e a crescere nella libertà personale, nel rispetto per la libertà degli altri e nella capacità di dialogo.» (ECS, 6)

«Il principio etico fondamentale è il seguente: la persona umana e la comunità umana sono il fine e la misura dell’uso dei mezzi di comunicazione sociale. La comunicazione dovrebbe essere fatta da persone a beneficio dello sviluppo integrale di altre persone.» (ECS, 21)

3.- Quali sfide prospettano le nuove tecnologie nel campo etico della comunicazione?

«Fra i mezzi di comunicazione, quali il telegrafo, il telefono, la radio, la televisione, che durante lo scorso secolo e mezzo hanno progressivamente eliminato il tempo e lo spazio come ostacoli alla comunicazione fra un gran numero di persone, Internet è il più recente e per molti aspetti il più potente. Il suo impatto sugli individui, sulle nazioni, e sulla comunità delle nazioni è già enorme ed aumenta di giorno in giorno. (...)

Internet sta facendo del bene e promette di farne ancora di più. Tuttavia è anche certo che può fare del male. Il bene o il male che ne deriverà dipenderà da alcune scelte, per la messa in atto delle quali la Chiesa offre due contributi molto importanti: il suo impegno a favore della dignità della persona umana e la sua lunga tradizione di saggezza morale. » (EI, 2).

«I nuovi *media*, telefonia e internet in particolare, stanno modificando il volto stesso della comunicazione e, forse, è questa un’occasione preziosa per ridisegnarlo, per rendere meglio visibili, come ebbe a dire il mio venerato predecessore Giovanni Paolo II, i lineamenti essenziali e irrinunciabili della verità sulla persona umana» (Benedetto XVI, 42^a MGMCS).

«Occorre rompere le barriere e i monopoli che lasciano tanti popoli ai margini dello sviluppo, assicurare a tutti - individui e nazioni - le condizioni di base, che consentano di partecipare allo sviluppo. Le tecnologie della comunicazione e dell’informazione, insieme alla formazione nel loro uso, è una di queste condizioni di base». (ECS, 14).

4- Esiste un’etica del guardare, dell’ascoltare, del partecipare?

L’uso dei nuovi mezzi, come il cellulare ed Internet, suscita una grande creatività soprattutto tra i bambini ed i giovani; e deve orientarsi in primo luogo al rispetto della dignità di ogni persona, alla sua intimità e al suo buon nome. (cfr. ECS, 21).

«La comunità, conscia dell’influsso dei mezzi di comunicazione sociale, si educa a utilizzarli per la crescita personale e comunitaria con la chiarezza evangelica e la libertà interiore di chi ha imparato a conoscere Cristo. Essi, infatti, propongono e spesso impongono una mentalità e un modello di vita che va in costante contrasto con il Vangelo. A questo riguardo da molte parti si richiede un’approfondita formazione alla recezione e all’uso critico e fecondo di tali mezzi» (ECS, 25).

5.- Quale è il ruolo della Chiesa nel campo etico delle comunicazioni sociali?

«La pratica ecclesiale della comunicazione dovrebbe essere esemplare, rispecchiando i più alti modelli di veridicità, affidabilità, sensibilità ai diritti umani e altri principi e norme rilevanti (...). I mezzi di comunicazione sociale propri della Chiesa dovrebbero impegnarsi a comunicare la pienezza della verità sul significato della vita umana e della storia, in particolare così com’è contenuto nella Parola rivelata di Dio ed espresso dall’insegnamento del Magistero». (ECS, 26)

«Là dove le strutture giuridiche e politiche favoriscono il dominio dei media da parte di gruppi di pressione, la Chiesa deve insistere sul rispetto del diritto a comunicare, e in particolare sul rispetto del proprio diritto di accesso ai media» (AN, 15)

«È importante che la formazione ai media diventi parte integrante dei piani pastorali della Chiesa e dei diversi programmi pastorali ed educativi intrapresi dalla Chiesa, comprese le scuole cattoliche». (EP, 22).

«La Chiesa riceverebbe un servizio migliore se quanti detengono cariche e svolgono funzioni a suo nome venissero formati nella comunicazione. Ciò non vale solo per i seminaristi, per le persone in formazione nelle comunità religiose, e per i giovani laici cattolici (...). Se i media sono neutrali, aperti e onesti offrono a cristiani ben preparati un ruolo missionario in prima linea.» (ECS, 26).

6.- Quale è il compito della famiglia e della scuola nella società mediatica?

«Come l’educazione in generale, quella ai media richiede formazione nell’esercizio della libertà. Si tratta di una responsabilità impegnativa. Troppo spesso la libertà è presentata come un’instancabile ricerca del piacere o di nuove esperienze. Questa è una condanna, non una liberazione! La vera libertà non condannerebbe mai un individuo - soprattutto un bambino - all’insaziabile ricerca della novità. Alla luce della verità, l’autentica libertà viene sperimentata come una risposta definitiva al “sì” di Dio all’umanità, chiamandoci a scegliere, non indiscriminatamente ma deliberatamente, tutto quello che è buono, vero e bello. I genitori sono i guardiani di questa libertà e, dando gradualmente

una maggiore libertà ai loro bambini, li introducono alla profonda gioia della vita». (Benedetto XVI, 41^a MGMCS)

7.- È necessaria una “info-etica”?

«Il ruolo che gli strumenti della comunicazione sociale hanno assunto nella società va ormai considerato parte integrante della questione antropologica, che emerge come sfida cruciale del terzo millennio. In maniera non dissimile da quanto accade sul fronte della vita umana, del matrimonio e della famiglia, e nell’ambito delle grandi questioni contemporanee concernenti la pace, la giustizia e la salvaguardia del creato, anche nel settore delle comunicazioni sociali sono in gioco dimensioni costitutive dell’uomo e della sua verità. (...) Quando la comunicazione perde gli ancoraggi etici e sfugge al controllo sociale, finisce per non tenere più in conto la centralità e la dignità inviolabile dell’uomo, rischiando di incidere negativamente sulla sua coscienza, sulle sue scelte, e di condizionare in definitiva la libertà e la vita stessa delle persone. Ecco perché è indispensabile che le comunicazioni sociali difendano gelosamente la persona e ne rispettino appieno la dignità. Più di qualcuno pensa che sia oggi necessaria, in questo ambito, un’“info-etica” così come esiste la bio-etica nel campo della medicina e della ricerca scientifica legata alla vita» (Benedetto XVI, 42^a MGMCS)

[1] Abbreviazioni di documenti del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali:

AN	(Aetatis Novae)
ECS	(Etica nelle comunicazioni sociali)
EP	(Etica nella pubblicità)
EI	(Etica in Internet)
CI	(Chiesa e Internet)
MGMCS	(Messaggio per la Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali)

