

LOS MEDIOS: EN LA ENCRUCIJADA ENTRE PROTAGONISMO Y SERVICIO. BUSCAR LA VERDAD PARA COMPARTIRLA

S.S. BENEDICTO XVI

Queridos hermanos y hermanas:

1. El tema de la próxima Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, «Los medios: en la encrucijada entre protagonismo y servicio. Buscar la Verdad para compartirla», señala la importancia del papel que estos instrumentos tienen en la vida de las personas y de la sociedad. En efecto, no existe ámbito de la experiencia humana -más aún si consideramos el amplio fenómeno de la globalización- en el que los medios no se hayan convertido en parte constitutiva de las relaciones interpersonales y de los procesos sociales, económicos, políticos y religiosos. A ese respecto escribía en mi [Mensaje para la Jornada Mundial de la Paz](#) del pasado 1 de enero: «los medios de comunicación social, por las potencialidades educativas de que disponen, tienen una responsabilidad especial en la promoción del respeto por la familia, en ilustrar sus esperanzas y derechos, en resaltar su belleza» (n.5).

2. Gracias a una vertiginosa evolución tecnológica, estos medios han logrado potencialidades extraordinarias, lo cual plantea al mismo tiempo nuevos e inéditos interrogantes. Es innegable la aportación que pueden dar al flujo de noticias, al conocimiento de los hechos y a la difusión del saber. Han contribuido de manera decisiva, por ejemplo, a la alfabetización y la socialización, como también al desarrollo de la democracia y al diálogo entre los pueblos. Sin su aportación sería realmente difícil favorecer y mejorar la comprensión entre las naciones, dar alcance universal a los diálogos de paz, garantizar al hombre el bien primario de la información, asegurando a la vez la libre circulación del pensamiento, en orden sobre todo a los ideales de solidaridad y justicia social. Ciertamente, los medios en su conjunto no solamente son medios para la difusión de las ideas, sino que pueden y deben ser también instrumentos al servicio de un mundo más justo y solidario. No obstante, existe el riesgo de que en vez de ello se transformen en sistemas dedicados a someter al hombre a lógicas dictadas por los intereses dominantes del momento. Éste es el caso de una comunicación usada para fines ideológicos o para la venta de bienes de consumo mediante una publicidad obsesiva. Con el pretexto de representar la realidad, se tiende de hecho a legitimar e imponer modelos distorsionados de vida personal, familiar o social. Además, para ampliar la audiencia, la llamada *audience*, a veces no se duda en recurrir a la trasgresión, la vulgaridad y la violencia. Puede suceder también que a través de los medios se propongan y sostengan modelos de desarrollo que, en vez de disminuir el abismo tecnológico entre los países pobres y los ricos, lo aumentan.

3. La humanidad se encuentra hoy ante una encrucijada. También para los medios es válido lo que escribí en la Encíclica [Spe salvi](#) sobre la ambigüedad del progreso, que ofrece posibilidades inéditas para el bien, pero abre al mismo tiempo enormes posibilidades de mal que antes no existían (cf. n.22). Por lo tanto, es necesario preguntarse si es sensato dejar que los medios de comunicación se subordinen a un protagonismo indiscriminado o que acaben en manos de quien se vale de ellos para manipular las conciencias. ¿No se debería más bien hacer esfuerzos para que permanezcan al servicio de la persona y del bien común, y favorezcan «la formación ética del hombre, el crecimiento del hombre interior»? (cf. *ibíd.*).

Su extraordinaria incidencia en la vida de las personas y de la sociedad es un dato ampliamente reconocido, pero hay que tomar conciencia del viraje, diría incluso del cambio de rol que los medios están afrontando. Hoy, de manera cada vez más marcada, la comunicación parece tener en ocasiones la pretensión no sólo de representar la realidad, sino de determinarla gracias al poder y la fuerza de sugestión que posee. Se constata, por ejemplo, que sobre algunos acontecimientos los medios no se utilizan para una adecuada función de informadores, sino para «crear» los eventos mismos. Este arriesgado cambio en su papel es percibido con preocupación por muchos Pastores. Justamente porque se trata de realidades que inciden profundamente en todas las dimensiones de la vida humana (moral, intelectual, religiosa, relacional, afectiva, cultural), poniendo en juego el bien de la persona, es necesario reafirmar que no todo lo que es técnicamente posible es también éticamente realizable. El impacto de los medios de comunicación en la vida de las personas contemporáneas plantea, por lo tanto, interrogantes ineludibles y espera decisiones y respuestas inaplazables.

4. El papel que los medios de comunicación han adquirido en la sociedad debe ser considerado como parte integrante de la cuestión antropológica, que se plantea como un desafío crucial del tercer milenio. De manera similar a lo que sucede en el campo de la vida humana, del matrimonio y la familia, y en el ámbito de los grandes temas contemporáneos sobre la paz, la justicia y la tutela de la creación, también en el sector de la comunicación social están en juego dimensiones constitutivas del ser humano y su verdad. Cuando la comunicación pierde las raíces éticas y elude el control social, termina por olvidar la centralidad y la dignidad inviolable del ser humano, y corre el riesgo de incidir negativamente sobre su conciencia y sus opciones, condicionando así la libertad y la vida misma de las personas. Precisamente por eso es indispensable que los medios defiendan celosamente a la persona y respeten plenamente su dignidad. Más de uno piensa que es necesaria en este ámbito una «info-ética», así como existe la bio-ética en el campo de la medicina y de la investigación científica sobre la vida.

5. Se ha de evitar que los medios se conviertan en megáfono del materialismo económico y del relativismo ético, verdaderas plagas de nuestro tiempo. Por el contrario, pueden y deben contribuir a dar a conocer la verdad sobre el hombre defendiéndola ante los que tienden a negarla o destruirla. Se puede decir incluso que la búsqueda y la presentación de la verdad sobre el hombre son la más alta vocación de la comunicación social. Utilizar para este fin todos los lenguajes, cada vez más bellos y refinados, de los que los medios disponen, es una tarea entusiasmante confiada, en primer lugar, a los responsables y operadores del sector. Es una tarea que, sin embargo, nos corresponde en cierto modo a todos, porque en esta época de globalización todos somos usuarios y a la vez operadores de la comunicación social. Los nuevos medios, en particular la telefonía e Internet, están modificando el rostro mismo de la comunicación y tal vez ésta es una maravillosa ocasión para rediseñarlo y hacer más visibles, como decía mi venerado predecesor Juan Pablo II, las líneas esenciales e irrenunciables de la verdad sobre la persona humana (cf. Carta ap. [El rápido desarrollo](#), 10).

6. El hombre tiene sed de verdad, busca la verdad; así lo demuestran también la atención y el éxito que tienen tantos productos editoriales y programas de ficción de calidad en los que se reconocen y son adecuadamente representadas la verdad, la belleza y la grandeza de la persona, incluyendo su dimensión religiosa. Jesús dijo: «Conoceréis la verdad y la verdad os hará libres» (Jn 8,32). La verdad que nos hace libres es Cristo, porque sólo Él puede responder plenamente a la sed de vida y de amor que existe en el corazón humano. Quien lo ha encontrado y se apasiona por su mensaje, experimenta el deseo incontenible de compartir y comunicar esta verdad: «Lo que existía desde el principio, lo que hemos oído, lo que hemos visto con nuestros propios ojos -escribe San Juan-, lo que contemplamos y palparon nuestras manos: la Palabra de Vida [...], os lo anunciamos para que estéis unidos

con nosotros en esa unión que tenemos con el Padre y con su Hijo Jesucristo. Os escribimos esto para que nuestra alegría sea completa» (1 Jn 1, 1-3).

Invoquemos al Espíritu Santo para que no falten comunicadores valerosos y testigos auténticos de la verdad que, fieles al mandato de Cristo y apasionados por el mensaje de la fe, «se hagan intérpretes de las actuales exigencias culturales, comprometiéndose a vivir esta época de la comunicación no como tiempo de alienación y extravío, sino como un tiempo oportuno para la búsqueda de la verdad y el desarrollo de la comunión entre las personas y los pueblos» (Juan Pablo II, [Discurso al Congreso Parábolas mediáticas](#), 9 noviembre 2002, 2).

Con estos deseos os imparto con afecto mi bendición.

Vaticano, 24 de enero 2008, Fiesta de San Francisco de Sales.

BENEDICTUS PP. XVI