

Objetivos de la Jornada

El Concilio Vaticano II en su decreto Inter Mirifica ha dejado en su n.º 18 claramente señalados los objetivos de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales al establecerlos para toda la Iglesia:

- a) **La formación de las conciencias** ante las responsabilidades que incumben a cada individuo, grupo o sociedad en la formación de la opinión pública y en el uso y desarrollo de los medios de comunicación.
- b) **La invitación a la oración** para ofrecer el testimonio de que el hombre depende en todo de su Creador y para dar a los «medios» el carácter religioso que, como dones maravillosos de Dios, les es debido. También para que a todos se nos conceda el tomar conciencia de nuestro deber ante la variada problemática de estos medios y sus grandes responsabilidades.
- c) **La generosa colaboración económica** –signo de solidaridad– para «promover, sostener y fomentar las instituciones y las iniciativas promovidas por la Iglesia en esta materia».

Entre las actividades que promueve la Iglesia en España podemos destacar:

- Los cursos de formación en la comunicación social para sacerdotes, educadores, religiosos y religiosas, padres, seminaristas y agentes de pastoral.
- La creación de publicaciones religiosas.
- El fomento de la presencia de la Iglesia en emisoras diocesanas de televisión.

EL tema de la 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).

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.*)

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.

Benedictus PP XVI