

GRANDEZA Y MISERIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Como en toda obra humana, la luz y la sombra, el bien y el mal, el trigo y la cizaña... crecen en los medios de comunicación social: prensa, radio, televisión, cine e internet. Debemos reconocerlo para erradicar su miseria y potenciar su grandeza.

Comencemos por lo negativo, constatemos los riesgos de los medios.

Aún resuena la preocupación de Juan Pablo II en el Mensaje de su sucesor, **Benedicto XVI**, para la misma Jornada dedicada a los Medios en 2008, en el que advierte del *“peligro de que los medios se transformen en sistemas dedicados a someter al hombre a lógicas dictadas por los intereses dominantes del momento... Con el pretexto de representar la realidad, se tiende de hecho a legitimar e imponer modelos distorsionados de vida personal, familiar o social”*. El **Compendio de la doctrina social de la Iglesia**, nº 416, alerta sobre el mismo problema: *“En el mundo de los medios de comunicación social las dificultades intrínsecas de la comunicación frecuentemente se agigantan a causa de la ideología, del deseo de ganancia, del control político, de las rivalidades y conflictos entre grupos, y otros males sociales”*.

Vayamos a lo positivo: los medios al servicio de la verdad, la persona y la comunidad.

1 – Los medios al servicio de la verdad

Juan Pablo II en su Mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones del año 2003, escribió: *“La exigencia moral fundamental de toda comunicación es el respeto y el servicio a la verdad”*. Y añadía: *“La libertad de buscar y decir la verdad es un elemento esencial de la comunicación humana, no sólo en relación con los hechos y la información, sino también y especialmente sobre la naturaleza y el destino de la persona humana... Los medios sirven a la libertad sirviendo a la verdad”*.

2 – Los medios al servicio de la persona

En su última encíclica, *Caritas in veritate*, **Benedicto XVI** vuelve a mostrar esta *“alta Vocación”* de los medios para servir a la verdad, el bien y la belleza. Señala, con su habitual hondura y claridad, el camino a seguir: *“El sentido y la finalidad de los medios de comunicación debe buscarse en su fundamento antropológico. Esto quiere decir que pueden ser ocasión de humanización no sólo cuando, gracias al desarrollo tecnológico, ofrecen mayores posibilidades para la comunicación y la información, sino sobre todo cuando se organizan y se orientan bajo la luz de una imagen de la persona y del bien común que refleje sus valores universales”*. El **Compendio de la doctrina social de la Iglesia**, nº 415, reitera: *“La cuestión esencial en este ámbito es si el actual sistema informativo contribuye a hacer a la persona humana realmente mejor, es decir, más madura espiritualmente, más consciente de su dignidad humana, más responsable, más abierta a los demás, en particular a los más necesitados y a los más débiles”*.

3 – Los medios al servicio de la comunidad

El mismo **Compendio**, nº 415, enseña: *“Los medios de comunicación social se deben utilizar para edificar y sostener la comunidad humana, en los distintos sectores, económico, político, cultural, educativo, religioso”*. Coincide con el **Catecismo de la Iglesia Católica**, nº 2494: *“La sociedad tiene derecho a una información fecunda en la verdad, la libertad, la justicia y la solidaridad”*. Y volvemos al **Compendio**, nº 416: *“En estas tres áreas –el mensaje, el proceso, las cuestiones estructurales- se debe aplicar un principio moral fundamental: la persona y la comunidad humana son el fin y la medida del uso de los medios de comunicación social. Un segundo principio es complementario del primero: el bien de las personas no se puede realizar independientemente del bien común de las comunidades a las que pertenecen”*.