

# I diritti della famiglia e i mezzi di comunicazione

Vaticano, 4 giugno 1993<sup>1</sup>

La famiglia ha il diritto ad essere aiutata da parte dei mezzi di comunicazione sociale nell'adempimento dei suoi compiti e delle sue finalità, e a non essere aggredita da spettacoli contrari alla dignità della persona, in particolare alla dignità della donna e dell'amore coniugale uno e indissolubile (cf. art. 5 della *Carta dei diritti della famiglia*). Inoltre le famiglie cristiane affermano il diritto ad essere sostenute dai mezzi propri di comunicazione sociale di ispirazione cristiana, e di avvalersi di programmi di evangelizzazione e che i mezzi di comunicazione sociale pubblici e privati, da parte loro, diano una informazione corretta e rispettosa sui fatti religiosi.

Queste sono le conclusioni a cui siamo arrivati, noi cinquanta esperti provenienti da diversi continenti, riuniti a Roma su iniziativa del Pontificio Consiglio per la famiglia e con la collaborazione del Pontificio Consiglio delle comunicazioni sociali.

L'incontro, si è svolto in Vaticano dal 2 al 4 giugno 1993, aveva come tema «I diritti della famiglia e i mezzi di comunicazione sociale».

Sua eminenza il cardinale Alfonso Lòpez Trujillo, presidente del Pontificio Consiglio per la famiglia, ha sottolineato le finalità dell'incontro: riflettere sull'immagine della famiglia come emerge dai mezzi di comunicazione sociale, su quale incidenza hanno i mezzi stessi nella vita interna della famiglia, nella crescita dei giovani e in modo speciale, dei bambini.

Ha aggiunto che i mezzi di comunicazione sociale, mentre racchiudono in sé tante possibilità di esercitare un'influenza positiva, hanno anche il potere di esercitare una manipolazione delle coscienze e della vita familiare. Ha indicato come scopo del convegno la ricerca delle migliori strategie per far convergere le possibilità positive a beneficio delle famiglie.

L'arcivescovo John Foley, presidente del Pontificio Consiglio delle comunicazioni sociali, ha sottolineato il diritto delle famiglie ad essere libere dalla invasione delle immagini pornografiche nelle loro case e inoltre ad avere accesso alla informazione religiosa. I mezzi di comunicazione sociale e la stessa società – ha detto – dovrebbero riflettere una posizione preferenziale a favore della famiglia. Le famiglie non devono essere indotte dalla pubblicità a stabilire l'equivalenza tra il possesso dei beni materiali e la felicità o realizzazione di sé.

Nel rivelare i grandi vantaggi insiti nei mezzi audiovisivi sul piano della comunicazione tra i popoli e le possibilità che possono essere sviluppate sul terreno della informazione, della istruzione (anche a sostegno della scuola) e della educazione civile e morale, abbiamo anche manifestato una serie di timori circa gli effetti di una cattiva utilizzazione della cultura dell'immagine e di un uso prolungato della televisione: dispersione del tempo, induzione alla passività, isolamento del soggetto dalla società, presentazione di una visione distorta della realtà, esaltazione del successo fondato sul denaro facile, eccesso di violenza e di sessualità deviata, forza di penetrazione emotiva per la fascinazione dell'immagine.

Abbiamo infine riflettuto sull'immagine di famiglia che di fatto emerge in molti programmi: spesso viene presentata una famiglia disunita, senza capacità di dialogo e integrazione fra i membri (genitori, figli, anziani), carica di tensione o priva di valori.

Una particolare attenzione è stata riservata al mondo della fanciullezza e dell'adolescenza. Da una parte le preferenze dei bambini sono orientate a spettacoli che presentano personaggi

---

<sup>1</sup> *Dichiarazione finale* dell'incontro su «I diritti della famiglia e i mezzi di comunicazione», svoltosi in Vaticano dal 2 al 4 giugno 1993: *L'Osservatore Romano*, 28-29.6.1993, p. 2.

«belli», «dolci», «gentili», «simpatici», «divertenti», ma anche «bravi», «forti», «intelligenti» e «coraggiosi».

D'altra parte, analizzando i dati a disposizione tratti da ricerche fatte in Italia, USA, America Latina, estensibili anche ad altri paesi, si è rivelato che la televisione tende a costituire una presenza sempre più rilevante nella loro vita (3 ore di visione giornaliera), con una presenza che diventa sempre più costante nell'arco della giornata (mattino, primo pomeriggio, ora del dopo –cena) e spesso in solitudine mentre gli adulti sono occupati nel lavoro.

Inoltre risultano preoccupanti i seguenti fatti, anche se sono limitati ad alcuni paesi: la presenza della violenza anche negli spettacoli per bambini il 70% dei cartoni animati contengono scene di violenza (negli USA, nei primi 8 anni di vita, assisterebbero a 15.000 omicidi in televisione); la pressione della pubblicità (18' al giorno); e infine, particolarmente allarmante, l'incidenza della pornografia e delle scene a carattere sessuale in un contesto prevalente di rapporti extra coniugali. Particolarmente pericolosa si rivela l'offerta commerciale della videocassetta a contenuto erotico.

Mentre gli studi e le ricerche confermano il dato positivo per cui una famiglia ben integrata e impegnata sul piano educativo può aiutare efficacemente i bambini e gli adolescenti ad un uso critico ed anche positivo della televisione, sono state anche sottolineate da molti relatori la decadenza e le crisi del tessuto familiare specialmente nelle nazioni economicamente più ricche: mentre i mezzi di comunicazione di massa aumentano la loro pressione, diminuisce in queste aree la coesione e la capacità educativa della famiglia stessa.

Abbiamo anche sottolineato che la concentrazione dei *mass media*, quando è finalizzata unicamente al profitto, si accompagna frequentemente alla cripto –disinformazione, che è strumentale ai fini perseguiti.

È stata sentita come particolarmente rilevante e realista la affermazione contenuta nel discorso del santo padre rivolto ai partecipanti: «La tentazione di cedere alla esclusiva preoccupazione di ampliare l'audience e il successo si presenta come un ostacolo grave che genera disastri, oggi denunciati con migliore conoscenza, anche quando si tratta di contenuti di per sé seri» (*L'Osservatore Romano*, 5 giugno 1993, p. 5)

Sono state presentate, durante l'incontro, le esperienze largamente positive di alcune riviste ed anche di radio e televisione, che in diverse parti del mondo diffondono cultura per la famiglia con un'ispirazione cristiana o anche con esplicita finalità di evangelizzazione. La radio, che accompagna spesso il lavoro domestico o agricolo di molte persone in tante zone del mondo, si è dimostrata una voce amica a sostegno della fede e della preghiera. Questo fatto dimostra le grandi possibilità che permangono aperte alla iniziativa del mondo cattolico. È stato sottolineato il valore educativo e la capacità di penetrazione anche delle iniziative a carattere locale, diocesano e parrocchiale e non soltanto di quello a livello nazionale. Alcuni giornali di ispirazione cattolica a larga diffusione ed anche la stampa diocesana e locale conservano grande attualità e capacità di penetrazione.

Paolo VI definiva nel suo testamento «meraviglioso e drammatico» il periodo storico che stiamo vivendo. I cristiani, perciò, devono impegnarsi per l'uso corretto dei mezzi di comunicazione sociale al fine di aiutare a riscoprire i valori positivi dell'etica che regola la vita familiare, in particolare i valori dell'unità della famiglia, della sua inderogabile necessità per la crescita della persona, della coesione e comunione della vita familiare, del suo compito educativo ed anche dell'apporto di ampliamento di orizzonti e arricchimento personale e sociale che la fede cristiana e la vita ecclesiale apportano alla famiglia.

Nel proporre una linea di impegno nel campo dei mezzi di comunicazione sociale, anche in occasione dell'Anno internazionale della famiglia, è stato richiamato il valore delle indicazioni contenute nel documento del concilio ecumenico Vaticano II *Inter mirifica*, nella *Carta dei diritti*

della famiglia e nel documento del Pontificio Consiglio per le comunicazioni sociali *Aetatis novae* (22 febbraio 1992).

In particolare è stato ricordato che la famiglia stessa ha non soltanto il diritto di essere protetto dalle aggressioni, ma anche il dovere di avere una coscienza retta e formata, capace di discernimento e di valutazione etica.

Per un uso positivo dei media, sono state suggerite diverse proposte: anzitutto l'educazione dei genitori e dei giovani all'ascolto critico; in secondo luogo è stato sottolineato il ruolo decisivo che devono svolgere le associazioni degli utenti – per migliorare il contenuto dei programmi, per stimolare il diffondersi di codici di autoregolamentazione tra gli operatori dei *mass media*, per esigere norme legislative che evitino la violenza e lo sfruttamento dei minori in televisione.

Come ha detto il santo padre nell'udienza: «È necessario che sia messa in atto una più stretta collaborazione tra i genitori, ai quali spetta in primo luogo il compito educativo, i responsabili dei mezzi di comunicazione a vario livello e le autorità pubbliche, affinché le famiglie non siano abbandonate a se stesse in un settore importante della loro missione educativa» (*L'Osservatore Romano*, 5 giugno 1993, p. 5).

Si è chiesto una maggiore impegno e presenza dei cattolici, purché dotati di una indispensabile preparazione professionale, nel campo dei *mass media*, a favore di una nuova evangelizzazione e della cultura cristiana. È stata sottolineata la necessità che tra gli organismi ecclesiali si costituiscono gruppi di lavoro per la formazione degli operatori, sia dal punto di vista professionale sia dal punto di vista culturale.

Noi partecipanti all'incontro, di fronte al problema posto allo studio «famiglia e mezzi di comunicazione sociale» mentre desideriamo ribadire la richiesta di «leggi serie che devono essere promulgate e leggi ambigue che devono essere cambiate e leggi esistenti che devono essere applicate» (*Aetatis novae*, 22 febbraio 1992), sottolineiamo anche l'invito fatto dal santo padre perché «la famiglia e la comunità possano e debbano esercitare una dignitosa pressione morale nei confronti dei grandi centri di produzione, non soltanto allo scopo di ottenere decisivi cambiamenti, ma anche per persuaderli che i contenuti validi offerti in modo adeguato possano riscuotere un'ampia accoglienza a anche un successo più grande» *L'Osservatore Romano*, 5 giugno 1993, p. 5).