



*Santiago Cárdenas,
Libros, maracas y frutas,
1996,
óleo sobre tela, 131 x 151 cm.*

INTERDISCIPLINARIO

- **TEORÍA DE LA CULTURA MEDIÁTICA,
SEGÚN LAS ENSEÑANZAS DE JUAN
PABLO II**

TEORÍA DE LA CULTURA MEDIÁTICA SEGÚN LAS ENSEÑANZAS DE JUAN PABLO II

Wojciech Węckowski **

Resumen: una afirmación popular en nuestra época es que vivimos en la cultura mediática. A menudo se piensa que ella es sólo y negativamente una influencia de los medios de comunicación de masas. Juan Pablo II –el Papa de los medios–, a lo largo de su pontificado nos presentó su imagen de la cultura mediática que se puede reconocer como la teoría fundamentada en las verdades antropológicas. En el artículo quedaron expuestas las principales partes constitutivas que son elementos particulares de la teoría de la cultura mediática, y que sorprendentemente direcciona hacia el significado positivo.

Palabras clave: Juan Pablo II, cultura mediática, teoría de la cultura mediática, verdad, antropología

Abstract: Nowadays it is a rule of thumb to say that we live in a media culture. It is frequently thought that it is only and negatively a mass media influence. John Paul II –the “media Pope”– provided us his image of media culture and it can be acknowledged as a theory based on anthropological truths. The article shows the constitutive parts that are particular elements of the media culture theory and that amazingly lead us towards its positive sense.

Key words: John Paul II, media culture, media culture theory, truth, anthropology.

Sommaire: Une affirmation populaire de notre époque, est que nous vivons dans la culture médiatique. Fréquemment on pense qu'elle n'est qu'une influence et négative des médias de communication de masse. Jean Paul II- le pape des médias- tout au long de son pontificat, nous a présenté son image de la culture médiatique qu'on peut reconnaître comme la théorie fondée sur des vérités anthropologiques. Dans l'article se sont exposées les principales parties constitutives qui sont des éléments particuliers de la théorie de la culture médiatique, et qui de manière surprenante guide vers le signifiant positif.

Mots clés: Jean Paul II, culture, médiatique, théorie de la culture médiatique, vérité, anthropologie.

* Wyższe Seminarium Duchowne, Ogród Biskupi 1, 83-130, Pelplin, Polonia. pastores@bernardinum.com.pl

** Artículo original en polaco, escrito especialmente para *Pensamiento y Cultura*.

Recibido: 31- 8 - 06
Aceptado: 8 - 11 - 06

En el lenguaje contemporáneo aparecen cada vez con más frecuencia las palabras con las que podemos servirnos en relación casi con cualquier tema o problema. Son los llamados *slogan*, entre los cuales –refiriéndonos al vocabulario de sociología– se pueden distinguir los siguientes ejemplos: todo es global, todo se puede llamar cultura (la cultura de la vida, del sueño, de la comida), la causa de la caída del hombre contemporáneo son los medios de masas que crean la llamada cultura mediática sobre la cual caen frecuentemente los reproches de que su influencia es desastrosa. Sin embargo, muy pocos reflexionan sobre qué es, en efecto, esta forma de cultura.

Una de las características contemporáneas de la “cultura mediática” la encontramos en las enseñanzas del Papa Juan Pablo II, quien durante 27 años de su pontificado (1978-2005) también construyó una completa teoría de esta forma de cultura.

En sus enseñanzas Juan Pablo II hablaba a menudo de la relación cultura y comunicación, apoyándose sobre todo en los significados originales y subrayando, en primer término, la presencia de la persona. En nuestros estudios, para presentar adecuadamente el significado de la teoría de la “cultura mediática”, mostraremos en primera instancia los fundamentos de la “comunicación” y de la “cultura”.

Significado de la comunicación

Según Juan Pablo II, el punto de partida en la definición de la comunicación es aceptar el mundo contemporáneo como la sociedad de la comunicación en que “los medios de información que la definen son efecto del plan de

la Providencia Divina”¹. De esta definición resulta que los medios tienen para el Papa un carácter positivo y un concepto de comunicación o significado muy amplio. Ella es “el proceso de transmisión de la información”, dice el Papa, o la capacidad de despertar emociones. En su significado más profundo, la comunicación es “el acto de amor, una noble entrega, un don del pensamiento y del corazón”². En esta definición, en el centro de la comunicación de masas hay entonces el lugar para el hombre con sus rasgos existenciales. Porque cada carácter de comunicación –sea personal, grupal, artístico, mediático– contiene una especie de invitación a alguien para participar en la verdad representada, en la belleza o el bien. El hombre desea comunicar, participar su inteligencia en cuanto a la concepción de su realidad del mundo, de sus interpretaciones y expresión³.

Juan Pablo II, en la mayoría de sus intervenciones, se apoya en la problemática y los argumentos que motivan antropológicamente el fenómeno de la comunicación de masas. En este contexto, el Papa habla de la “época tecnocrónica”, cuya exigencia consiste en percibir el nuevo carácter del proceso de comunicación que se fundamenta hoy en la universalidad de su acceso. Mientras más amplia sea la influencia de la comunicación de masas, es más necesario poner atención sobre los valores de la humanidad plena: de la verdadera dignidad y de los derechos del hombre, de la apertura a la solidaridad cultural, social y económica entre los individuos particulares, los grupos y las

- 1 Juan Pablo II, a los participantes del Congreso “Union Catholique Internationale de la Presse”, 25 de septiembre, en INS, *Enseñanzas Pontificias*, III-2, 1980, p. 730.
- 2 Juan Pablo II, XXI Simposio de la Administración de la Unión Europea para los Asuntos de Radiofonía: *Mass media en servicio a los valores humanos y espirituales*, marzo 10 de 1985, en INS, VIII, 2, 1985, p. 843.
- 3 Cfr. Juan Pablo II, Discurso en el encuentro en Rimini: *Comunicación de la verdad para servir al hombre*, en INS, IX, 6, 1986, p. 342.

naciones⁴. En otras palabras, se puede subrayar que Juan Pablo II insiste en que los medios de comunicación de masas presenten la verdad humana y del hombre que fue creado a imagen y semejanza de Dios⁵.

La comunicación social, teniendo en cuenta los fundamentos antropológicos, tiene también como objetivo la búsqueda del modo de representar la estructura real de la unidad de la sociedad:

Podemos ser unidos –dice el Papa– por medio de los medios de comunicación contemporáneos, unidos en la verdad de las experiencias comunes, unidos en diferentes aspectos comunes de la inspiración, unidos en la común respuesta a las necesidades humanas y en el profundo respeto común frente al heroísmo humano. Ahora, como nunca antes, se puede ser uno en la fe, en la esperanza y el amor⁶.

El primer “areópago” contemporáneo es el mundo de los medios masivos de comunicación que unifica la humanidad y hace de ella, como se dice, “la aldea global”. Los medios de comunicación social alcanzaron un significado tan grande que para muchos son el principal instrumento de información y de formación, el guía y la inspiración en los comportamientos individuales, familiares, sociales⁷.

El proceso de comunicación en las enseñanzas de Juan Pablo II es una cuestión muy compleja. El Papa no habla del aprovechamiento de los medios solamente para los fines de evangelización, sino que ve en ellos la oportunidad de realizar todas las necesidades de la sociedad. Recuerda los fundamentos que garantizan el éxito de su desarrollo: “El objetivo de la comunicación es servir a la vida, ofrecer la divinidad a la vida, apoyar la solidaridad de

la vida, recordar a todos el deber de construir el mundo digno de la grandeza del hombre y del amor infinito de Dios”⁸.

Después de esta presentación de la amplia visión de Juan Pablo II respecto a la comunicación social, pasemos al concepto de cultura.

El significado de cultura

Ya en el inicio podemos referirnos a la definición de cultura incluida en las enseñanzas de Juan Pablo II:

La cultura es el modo específico de la existencia y del ser del hombre. El hombre siempre vive según la cultura que le es propia, que formula a su manera la vinculación entre las personas particulares, la cual es propia solamente a ellos, a través de la definición del carácter intrahumano y social de la existencia humana⁹.

La presente definición sistematiza la cultura en la relación antropológica. En este contexto, “solamente el hombre es autor o creador de la cultura. El hombre y solamente el hombre se expresa en ella y en ella encuentra su propia armonía”¹⁰. El Papa trata a la persona como el único sujeto óntico de la cultura, y como su único sujeto y su único fin. Hay que afirmar, entonces, que la cultura es el hombre en sí mismo, es decir, existir como el ser humano significa simultáneamente comunicar de sí mismo y entender de qué modo representar todo su comportamiento y su pensamiento para que sean conformes con la verdad de sí mismo. La comunicación de masas es, entonces, hoy útil en afirmar la imagen antropológica en su verdad, y esto simultáneamente formula la cultura que se vuelve comunicación. Esto significa que la comunicación está inscrita en la cultura y por esta razón Juan Pablo II recuerda: “la cultura en sí es comunicación”¹¹.

4 Cfr. Juan Pablo II, XVII Día Mundial de los Medios de Comunicación Social, *Comunicación Social y Promoción de la Paz*, enero 24 de 1983, en F. J. Eilers, R. Giannatelli, *Chiesa e comunicazione sociale – I documenti fondamentali*, Elle di Ci, Torini, 1996, núm. 637.

5 Cfr. Juan Pablo II, XIX, Día Mundial de los Medios de Comunicación Social, ob. cit., núm. 646.

6 Juan Pablo II, Discurso a la Comisión Pontificia de Comunicación Social, *Mass media como medio de la unidad y del amor*, marzo 7 de 1985, en INS, XVIII, 1, 1985, p. 605.

7 Encíclica *Redemptoris Missio*, núm. 37c.

8 Juan Pablo II, A los periodistas católicos, *La Verdad tiene que ser la fuente y el criterio de la libertad también en la información*, febrero 10 de 1989, en INS, XII, 1, 1989, p. 333.

9 Juan Pablo II, Discurso ante la Comisión de la ONU de los Asuntos de Educación Ciencia y Cultura, París, abril 2 de 1980.

10 *Ibid.*

11 *Ibid.*

Después de haber presentado los conceptos de comunicación y de cultura, vemos que su parte común es la preocupación por el hombre. Aprovechando las breves presentaciones se puede formular la definición descriptiva del fenómeno que nos interesa, es decir, “de la cultura mediática”. Ella es el proceso de la formación de la imagen del hombre en relación con la verdad antropológica a través del uso de los medios de comunicación de masas y, sobre todo, a través de la televisión que en los tiempos actuales acerca la relación de la persona como sujeto y objeto de la cultura.

La palabra “proceso” empleada en la definición indica que la “cultura mediática” tiene carácter dinámico, lo cual significa que todo el tiempo hay que tender con atención hacia el modo adecuado de la representación de la verdad plena sobre el hombre. Entonces, si la “cultura mediática” tiene como objetivo influir sobre la formación de la existencia del hombre, tiene que respetar plenamente todo lo que corresponde a la humanidad. Por ende, en la información mediática las normas éticas representan un papel muy importante que también incluye la información a través de los medios de masas.

Ética de los medios

Los medios de comunicación masiva tienen la posibilidad de propagar de manera adecuada o errónea la “cultura mediática”. Naturalmente, esto no está condicionado por el desarrollo de las técnicas de información sino del hombre que emplea estos medios, tanto de parte del emisor como del receptor. Hablamos aquí del nivel de la responsabilidad interhumana en la esfera de la comunicación, en el proceso en que una persona es responsable por la otra. En esa dependencia nos encontramos en el nivel del contacto directo entre las personas y únicamente en este tipo de relación se puede hablar del condicionamiento ético. La ética, como la ciencia práctica, responde al hombre sobre su adecuada dimensión de existencia, sobre el bien de la vida en la comunidad social.

La ética ofrece al hombre la claridad del camino vital que cada uno tiene que recorrer realizándose en el aprecio de todo lo que es auténtico.

La verdad informativa como la verdad del hombre

La esfera en que el hombre olvida la verdad con mayor frecuencia es hoy la comunicación mediática. Por medio de las diferentes técnicas ella evita muchos detalles de la verdad y, al mismo tiempo, alcanza el objetivo sea comercial, sea típico, para el emisor dado. La verdad sobre la información se llama también la verdad informativa, y esta debería respetar el dicho popular: “los hechos son santos pero las opiniones libres”¹². Este tipo de la verdad informativa se identifica de modo particular con dos formas de la verdad: la ontológica y la lógica, de las cuales Juan Pablo II habla de la siguiente manera:

La verdad ontológica se fundamenta en la concordancia de cada cosa existente en la intención del modelo del acto de la actuación del Creador; en este sentido, cada ser es verdadero y cada ser racional es libre. La verdad lógica consiste a su vez en la concordancia del concepto del pensamiento en cuanto a la realidad actual, sobre todo en el caso –subraya el Papa– de los individuos sin escrúpulos que buscan a través de los medios de comunicación la posibilidad de representar una realidad falsa. De este modo, la mente humana puede ser inducida en el error y al mismo tiempo controlada. La mente del hombre puede también no percibir el mundo como es sino como la minoría quisiera presentarlo erróneamente¹³.

En la segunda parte de la cita encontramos el problema de la objetividad en referencia a la verdad informativa. Nos damos cuenta perfectamente de las dificultades que surgen en la presentación de la verdad referente a la realidad completa. La búsqueda del objetivismo en la re-

12 Cfr. G. Galdón López, *Informazione e disinformazione. El método del giornalismo*, Roma, Armando Editore, 1999, p. 19.

13 Juan Pablo II, Discurso a la Comisión Pontificia de Comunicación Social, ob. cit., p. 606.

presentación, por ejemplo, de la información de prensa –de las noticias–, exige ciertamente de parte de los que la preparan una apertura y una neutralidad en cuanto a cualquier interés político y económico. La persona que comunica, comprometiéndose con el descubrimiento de la objetividad de los hechos, necesita una preparación adecuada en el campo de los problemas éticos. Sobre esta base es capaz de formar en su vida la autoconciencia de tal modo que, descubriendo la verdad, pueda verse a sí misma y a la verdad de la actuación del Creador¹⁴. Solamente en ese contexto se puede hablar de la verdad objetiva.

Juan Pablo II representa una clara opinión, según la cual los responsables de la comunicación mediática no pueden crear una especie de caparazón alrededor de lo que podría llamarse el “objetivismo posible”. La verdad objetiva necesita la apertura a todos los elementos de la realidad y, sobre todo, es un deber moral de todos los periodistas, inscrito en la naturaleza del hombre. Cada hombre, como subraya el Papa, depende de la verdad:

Existe una dependencia que es un honor, una dependencia que nos forma como hombres, como personas: se trata de la dependencia de la verdad. El hombre en su dimensión personal está formado por esta dependencia y depende de ella en esta dimensión de la verdad. No puede haber una dependencia opuesta. Esta breve explicación de conceptos –añade el Papa– es necesaria para no dejar eventuales confusiones¹⁵.

Efectivamente cada hombre, para sentirse respetado, necesita los valores de la verdad en la vida. Ella permite experimentar la realidad de sí mismo y del entorno en que se vive. El hombre, conociendo esas dos dimensiones, puede ampliar sus horizontes respecto al sentido de existencia en su unicidad¹⁶. La persona no podría ser persona sin respetar la verdad.

El hombre, a través de su naturaleza, está condicionado por la verdad por medio de la cual puede descubrir y aceptar todo: quién es y qué manifiesta a través de su personalidad más oculta¹⁷. Si el hombre está dependiendo de la verdad, él mismo es la verdad, es decir, su dignidad depende de la verdad. Sobre este fundamento debería expresar la verdad del todo y de todos. El Papa llama la atención al peligro de la deformación y la manipulación de la verdad del sujeto que es sobre todo la verdad del hombre y sobre el hombre¹⁸. Hay que dirigir la atención particular en este contexto al adecuado respeto de la dignidad del hombre.

Dignidad humana en los *mass media*

En la formación de la “cultura mediática” el asunto más importante es la dignidad del hombre. Juan Pablo II, en sus exposiciones a los periodistas, subrayaba muy a menudo su significado:

En su trabajo en el campo de los mass media debe anunciar sin obstáculos y defender la dignidad de cada persona. Debemos unirnos conjuntamente con todos los hombres de buena voluntad para defender el derecho y la dignidad de cada ser humano: el derecho a la vida desde el momento de la concepción hasta la muerte natural, el derecho a una vivienda honrosa, a un salario justo por el trabajo satisfactorio, el derecho a la abierta declaración de pertenencia a la confesión de la fe¹⁹.

Los medios de comunicación masiva, acumulando un gran poder, muestran a menudo la dignidad del hombre reducida, y hasta intentan a veces olvidarla por completo. Como solución de tal problema el Papa propone en primer orden que los periodistas y los responsables por los medios pongan atención a su propia digni-

14 Cfr. T. Styczen, *Etyka Jana Pawła II. Aby człowiek poznał i uznał człowieka w człowieku*, en *Królowa Apostolów*, 1983, núm. 10, p. 3.

15 Juan Pablo II, *A los periodistas de la Unión de la Prensa Extranjera*, op. cit., p. 136.

16 Cfr. Juan Pablo II, Encíclica *Fides et Ratio*, núm. 1

17 Cfr. Juan Pablo II, Encíclica *Redemptoris Missio*, núm. 32

18 Cfr. Juan Pablo II, Día Mundial de los Medios de Comunicación Social, *Comunicación Social en servicio de la promoción del cristianismo entre la juventud*, abril 15 de 1985, en F. J. Eilers, R. Giannatelli, ob. cit., núm. 646.

19 Juan Pablo II, Encuentro con la Comisión Pontificia de Comunicación Social, ob. cit., p. 544.

dad. Recuerda que todo lo que reciben los receptores en la transmisión de los medios depende también de los mismos emisores. “Su dignidad humana es también la dignidad de ellos”²⁰. El éxito del trabajo de hoy en los medios no es sólo recibir una alta posición o hacer la carrera, sino un constante servicio hacia los demás:

Deben escuchar –dice el Papa acerca de las exigencias de las necesidades de la gente–, escuchar sobre todo la voz a través de la cual se expresa la dignidad de cada ser humano, de cada mujer, de cada hombre, de cada niño en todas las condiciones de vida. El periodista, como el testigo de la vida cotidiana del hombre, no puede dejar de dar testimonio a favor de su dignidad primaria, no puede separar el hombre de la divinidad que le es propia. El periodismo que no presta oído al hombre termina por no apreciarlo. Escuchar al hombre significa respetarlo sobre todo en relación con sus problemas individuales y sociales²¹.

En la preparación para el mejor desempeño del papel del periodista en relación con la dignidad del hombre sirve una adecuada formación interior de la vida derivada del Espíritu Santo²². De los que desempeñan esta profesión se espera también la vida y el cumplimiento de su función en la realidad del mundo en que van a ser reconocidos todos los valores ideales:

También son necesarios los profesionales de los medios, el ojo y el corazón del hombre abierto a los valores, a la verdad espiritual y religiosa, los hombres dispuestos para buscar todo esto. ... del operador de los medios de comunicación de masas se espera no solamente un buen conocimiento del manejo técnico sino que él sea ante todo el hombre de corazón y de conciencia, con una profunda capacidad de comprensión del otro hombre²³.

El Papa advierte sobre las consecuencias que puede causar el aprovechamiento de las debilidades humanas y la violación de la conciencia sobre la dignidad humana. Esto es visible, por ejemplo, en situaciones como: “la representación inhumana de la temática sexual a través de la pornografía o a través del comportamiento prohibido en el sexo; la codicia de mostrar el materialismo, el consumismo y el individualismo irresponsable; la rabia y la venganza en mostrar la violencia y la autojusticia”²⁴. Los trabajadores en los medios tienen que ser los protectores y administradores de la vida humana:

Les ruego –subrayaba Juan Pablo II dirigiéndose a los trabajadores de los medios–, que escogjan el bien común. Esto significa que respeten la dignidad de cada hombre. Estoy convencido de que en el significado amplio podemos participar en la esperanza fundamentada en la visión de la humanidad, armoniosamente unida por medio de la comunicación²⁵.

En la preocupación por la dignidad del hombre, los medios pueden tener influencia sobre la socialización de la sociedad, la adecuada formación de los niños y de los jóvenes, y la evangelización. La “cultura mediática” se fundamentará sobre estas influencias, y los resultados ejercidos a través de ella formarán con atino la sociedad mediática. Hay que recordar que entre los defectos mediáticos aparecen diferentes formas de la cultura.

Culturas formadas por *mass media*

Juan Pablo II, en sus enseñanzas, indica dos culturas formadas a través de los medios: la cultura de masas y la nueva cultura, que no se excluyen mutuamente ni rivalizan entre sí. Son una realidad que existe en el mundo de los medios e influyen mancomunadamente sobre la formación de la “cultura mediática”.

20 Juan Pablo II, *A los trabajadores en los medios, Cumplan la tarea como los cocreadores de la verdad*, Los Ángeles, septiembre 15 de 1987, núm. 4, en INS, X, 3, 1987, p. 537.

21 Juan Pablo II, *A los periodistas de la Unión de Prensa Extranjera en Italia*, ob. cit., p. 134.

22 Cfr. Juan Pablo II, XXXI Día Mundial de los Medios de Comunicación Social, *Amparados por el Espíritu, comunicar la esperanza*, núm. 1.

23 Juan Pablo II, *A los trabajadores en los mass media, Los protectores de su técnica pero sobre todo los hombres de corazón*, Suiza, enero 16 de 1984, en INS, VII, 1, 1984, p. 1826.

24 Juan Pablo II, *A los trabajadores de los medios*, ob. cit., p. 535.

25 Ibid.

a) Cultura de masas

Para el Papa ella debería identificarse sobre todo con la cultura digna del hombre: “La cultura de masas es la cultura que forma el modo de ser del hombre y de la sociedad, es la cultura que con todas sus relaciones e influencias es capaz de formar la calidad superior de la vida”²⁶.

La cultura digna del hombre necesita una referencia al orden de la naturaleza humana específica. Se trata aquí principalmente del respeto de la dignidad del hombre con su verdad y la libertad. Porque el desarrollo humano depende del reconocimiento sincero del carácter de la creación del hombre que se hizo a imagen y semejanza del Creador. La sensibilización a estos factores será la garantía de que la cultura no será usada para los objetivos destructivos del “hombre de masas”, sino para su desarrollo personal. En este contexto, vale la pena referirse de nuevo a las palabras de Juan Pablo II:

No cabe duda de que el hecho cultural primero y fundamental es el hombre madurado espiritualmente, hay que subrayar educado plenamente y capaz de educarse a sí mismo y a los demás. No cabe duda de que la dimensión primera y fundamental de la cultura es una moral sana: la cultura moral²⁷.

Podemos percibir aquí que la cultura de masas es comparada con la cultura moral que expresa no sólo la moral cristiana, sino la aceptada generalmente: la humana. Por ende, la cultura de masas debe desarrollarse de acuerdo con las reglas de ética para poder formar el adecuado ethos, conveniente para el “hombre de masas”.

b) Nueva cultura

Este tipo de cultura está relacionado con las nuevas tecnologías de los medios de comunicación social que son actualmente el elemen-

to decisivo en muchas cuestiones de la vida humana: “Hoy –dice Juan Pablo II– las nuevas tecnologías informativas, la informática, la telemática influyen de manera sorprendente sobre la conciencia del hombre, son ellas un medio ventajoso para la formación de la cultura”²⁸.

Al usuario de las nuevas tecnologías le puede parecer que su papel quedó significativamente reducido. Sin embargo, es importante llamar la atención sobre la gran necesidad de la inteligencia en el uso de los nuevos medios. El Papa subraya en particular un buen reconocimiento de estos medios entre la juventud. El objetivo de los medios es responder a la nueva cultura con los valores humanos plenos a fin de poder formar el bien común²⁹. Para Juan Pablo II, si el objetivo de la nueva cultura es servir al hombre, puede ser la fuente de muchas ventajas en distintos campos de la actividad humana. Uno de ellos, subraya el Papa, es la unión de las naciones:

Con el uso de las nuevas tecnologías como los satélites, la comunicación entre las personas separadas a través de los océanos o continentes puede ser inmediata y personal. Es un medio poderoso que puede servir a la humanidad. Su poder puede ser usado no para limitar sino para ampliar los horizontes de las personas de las naciones que buscan la posibilidad para cumplir su finalidad humana³⁰.

La nueva cultura fundamentada en los computadores, satélites, informática, debería ser incluida en cada cultura del hombre, siendo para él simultáneamente una ayuda en el desarrollo del mundo para que este último se vuelva cada vez más una familia común.

Juan Pablo II ve también las grandes oportunidades para una cultura nueva en la vida espiritual:

26 Juan Pablo II, Homilía en el estadio de Cosenza, *La actual labor pastoral es capaz de medirse con la realidad social*, octubre 6 de 1984, núm. 6, en INS, VII, 02, 1984, pp. 802-803.

27 Juan Pablo II, Intervención ante la Comisión de la ONU de los asuntos de Educación, Ciencia y Cultura, ob. cit., p. 1654.

28 Juan Pablo II, Al Movimiento del Desarrollo de la Cultura, Ofrecer a la gente la “verdad de la vida”, Roma, febrero 9 de 1985, núm. 4, en INS, VII, 7, 1985, p. 459.

29 Cfr. Juan Pablo II, XXIV Día Mundial de los Medios de Comunicación Social, *Mensaje cristiano en la actual cultura informática*, enero 24 de 1990, en Eilers y Giannatelli, ob. cit., núm. 678.

30 Juan Pablo II, El Mensaje a los participantes del Religious Communications Congress, *Fundamentos de la ética de la comunicación social, Nesville*, mayo 17 de 1980, en INS, III, 1, 1980, p. 1394.

En la nueva cultura de computarización, la Iglesia puede informar al mundo más rápidamente de su confesión de fe y explicar las razones de sus decisiones concernientes a todos los problemas y manifestaciones. Puede también escuchar más precisamente la voz de la opinión pública y entrar en la continuidad del debate en la búsqueda de soluciones comunes de los numerosos problemas presentes³¹.

Al mostrar la “cultura mediática” como una teoría, Juan Pablo II presenta una propuesta original llena de la aceptación de los mass media, por medio de los cuales existe la posibilidad de formar una cultura fuerte en el mundo contemporáneo. En cuanto a los fundamentos estables y concretos que hemos mostrado en el presente trabajo, esta teoría de comunicación va a ser siempre segura, sin ninguna amenaza para el hombre ni para la sociedad. Su punto de partida es el descubrimiento de la verdad del hombre y su respeto en la información mediática. Sin embargo, los participantes en el proceso de participación mediática deben acogerse a las normas éticas.

La cultura, como efecto del mensaje de la actuación de los medios de masas, en el futuro cercano puede ser sometida a incesantes cambios. Quizás va a recibir diferentes nombres como cultura informática, cibernética, etc. No obstante, cada forma de cultura en los medios va a formar la “cultura mediática” solamente cuando cuide el respeto del hombre en toda su dimensión. Porque esto es condición sine qua non para la garantía del desarrollo de la verdadera forma de la cultura. Cada otra estructura en los medios, dirigida en contra de la imagen antropológica, no será nunca cultura, sino la anticultura. En consecuencia, en la aplicación de los principios contrarios frente a la teoría de la “cultura mediática” demostrada en las enseñanzas de Juan Pablo II, hay que hablar no de otra cosa sino de la “anticultura mediática”. ■

Traducido por Bogdan Piotrowski

31 Juan Pablo II, XXIV Día Mundial de los Medios de Comunicación Social, ob. cit., núm. 677.

Bibliografía

Galdón López, G., *Informazione e disinformazione. El método del giornalismo*, Roma, Armando Editore, 1999.

Juan Pablo II, A los participantes del Congreso “Union Catholique Internationale de la Presse”, 25 de septiembre, en INS, Enseñanzas Pontificias, III-2, 1980.

_____, A los periodistas católicos, *La Verdad tiene que ser la fuente y el criterio de la libertad también en la información*, febrero 10 de 1989, en INS, XII, 1, 1989.

_____, A los trabajadores en los mass media, *Los protectores de su técnica pero sobre todo los hombres de corazón*, Suiza, enero 16 de 1984, en INS, VII, 1, 1984.

_____, A los trabajadores en los medios, *Cumplan la tarea como los cocreadores de la verdad*, Los Ángeles, septiembre 15 de 1987, núm. 4, en INS, X, 3, 1987.

_____, Al Movimiento del Desarrollo de la Cultura, *Ofrecer a la gente la “verdad de la vida”*, Roma, febrero 9 de 1985, en INS, VII, 7, 1985, núm. 4.

_____, Discurso a la Comisión Pontificia de Comunicación Social, *Mass media como medio de la unidad y del amor*, marzo 7 de 1985, en INS, XVIII, 1, 1985.

_____, Discurso ante la Comisión de la ONU de los Asuntos de Educación Ciencia y Cultura, París, abril 2 de 1980.

_____, Discurso en el encuentro en Rimini, *Comunicación de la verdad para servir al hombre*, en INS, IX, 6, 1986.

_____, El Mensaje a los participantes del Religious Communications Congress, *Fundamentos de la ética de la comunicación social*, Neshville, mayo 17 de 1980, en INS, III, 1, 1980.

_____, Encíclica *Fides et Ratio*,
núm. 1.

_____, Encíclica *Redemptoris Mis-*
sio, núm. 32.

_____, Encíclica *Redemptoris Mis-*
sio, núm. 37c.

_____, Homilía en el estadio de
Cosenza, *La actual labor pastoral es capaz de me-*
dirse con la realidad social, octubre 6 de 1984, en
INS, VII, 02, 1984, núm. 6.

_____, XVII Día Mundial de los
Medios de Comunicación Social, *Comunicación*
Social y Promoción de la Paz, enero 24 de 1983, en

F. J. Eilers, R. Giannatelli, *Chiesa e comunica-*
zione sociale – I documenti fondamentali, Elle
di Ci, Torini, 1996, núm. 637.

_____, XXI Simposio de la Admi-
nistración de la Unión Europea para los Asun-
tos de Radiofonía, *Mass media en servicio a los*
valores humanos y espirituales, marzo 10 de 1985,
en INS, VIII, 2, 1985.

_____, XXXI Día Mundial de los
Medios de Comunicación Social, *Amparados por*
el Espíritu, comunicar la esperanza, núm. 1.

Styczen, T., *Etyka Jana Pawla II. Aby czlo-*
wiek poznal i uznal czlowieka w czlowieku, en
Królowa Apostolów, 1983, núm. 10.

