

Il dovere pastorale delle Comunicazioni Sociali

Nota della Commissione Episcopale per le Comunicazioni Sociali

La presente « Nota » su « Il dovere pastorale delle Comunicazioni Sociali » è pubblicata a firma della Commissione Episcopale per le Comunicazioni Sociali con l'approvazione del Consiglio Permanente (Sessione dell'11-14 marzo 1985).

Presentazione

Questa Nota pastorale che presentiamo alla comunità ecclesiale italiana e a quanti operano nel decisivo settore delle comunicazioni sociali, giunge a venti anni dal decreto conciliare « Inter Mirifica ».

Non si tratta di una tardiva commemorazione di quel documento, ma di uno strumento che, riprendendo i grandi temi che là erano sottolineati, li riproponga in forma di indicazioni pastorali e in prospettive d'impegno nel contesto della nostra comunità ecclesiale e nel nostro Paese, oggi.

Non v'è chi non riconosca nello sviluppo delle comunicazioni sociali un grande fattore d'incremento di quelle stesse potenzialità che, alle soglie del terzo millennio, costituiscono la caratteristica dell'uomo e della società. Potenzialità di progresso culturale, sociale, economico; in una parola: di progresso umano. Infatti è proprio attraverso le vie delle comunicazioni che il futuro si trova sempre più anticipato in quello che ancora costituisce il nostro presente.

Se questo è vero, come è vero, la Chiesa, per poter percorrere la strada che da Cristo la conduce all'uomo contemporaneo, deve intraprendere più decisamente la strada delle comunicazioni sociali. Ecco l'indicazione pastorale offerta da questa Nota.

Progresso umano, progresso, cioè, della verità dell'uomo. Questo ci si aspetterebbe dallo sviluppo di tante potenzialità sostenute da mezzi tecnici sempre più avanzati. Ma è così? Non si può ignorare che, così capaci di anticipare il futuro nel presente, mai come oggi teniamo il nostro futuro nelle nostre mani.

Compito prioritario della missione della Chiesa, anche ed in particolare attraverso l'uso dei mezzi della comunicazione, è la difesa e la promozione della verità integrale sull'uomo, creato ad immagine di Dio per un destino eterno e quindi non riducibile alle interpretazioni parziali e limitanti che ideologie e filosofie di varia natura ne fanno.

Se la Chiesa, giustamente, interviene per sostenere l'uomo nei suoi bisogni materiali e per alleviarne la sofferenza attraverso una fitta

rete di iniziative di carità, non può altresì dimenticare questo suo dovere di « carità intellettuale » come servizio alla verità.

Un servizio questo che si concretizza in una particolare attenzione per le giovani generazioni. Le loro domande devono incontrare risposte vere perché è nelle loro energie che il Vangelo si fa forza per il futuro. Cultura, cioè, crescita dell'umano nella sua verità. Anche da questo punto di vista un saggio e coraggioso uso dei mezzi della comunicazione, è condizione imprescindibile.

Ringraziando i Membri della Commissione Episcopale per le comunicazioni sociali, i Vescovi delegati delle regioni, gli esperti coordinati dall'Ufficio nazionale, auspico che questa Nota pastorale sia un utile strumento per una sempre rinnovata missione della Chiesa nel nostro Paese.

+ GIUSEPPE CASALE

*Vescovo di Vallo della Lucania
Presidente della Commissione Episcopale
per le Comunicazioni Sociali*

IL DOVERE PASTORALE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI

1. - *L'uomo e la comunicazione*

La comunicazione va considerata come componente fondamentale e vitale per le singole persone, per i gruppi e per la società. La storia dell'umanità è storia di comunicazione, cioè di sviluppo delle attitudini dell'uomo nel comunicare ad altri uomini intenzioni, desideri, sentimenti, conoscenze, esperienze.

Essa è vitale perché se viene a mancare questa dinamica si spegne l'uomo e la sua storia. La comunicazione è perciò un fatto intimamente legato alla natura umana, le appartiene. Siamo tanto più « umani » quanto più cresce la nostra capacità di comunicare.

Essa è infatti l'elemento che consente all'uomo di manifestarsi completamente, di esprimere soprattutto la sua libertà. Il comunicare sta dunque alla base della conoscenza e del progresso umano. E' comunicando tra loro che gli uomini entrano in contatto autentico, vale a dire sono e rimangono esseri sociali, si intendono, operano e progrediscono.

D'altro canto tutto il patrimonio culturale si trasmette di generazione in generazione proprio attraverso la mediazione della comunicazione a tutti i livelli, dal segno scritto a quello parlato, dall'immagine fissa a quella in movimento. Inoltre per il fatto che l'uomo può stabilire una trama di rapporti, la società diventa paragonabile ad un complesso sistema nervoso di cooperazione e può essere considerata come un'amplessima rete di rapporti reciproci, la cui efficacia dipende dall'abilità degli uomini nel comunicare gli uni con gli altri.

E' quindi innegabile l'importanza della comunicazione, come d'altronde confermano quotidianamente le occasioni della vita nelle quali si sperimenta la continua necessità di stabilire relazioni con i nostri simili.

2. - *Comunicazioni di massa e promozione umana*

La ricerca sulla comunicazione non può essere condotta in astratto: essa va riferita al tempo in cui si vive ed ai modi tipici che lo contraddistinguono sotto il profilo comunicativo.

Nessuno mette in dubbio che i mass-media contribuiscono a marcare con un segno distintivo l'epoca in cui viviamo. E' questa l'epoca della società di massa, una società che si costruisce sui rapporti e quindi chiama in causa senz'altro la comunicazione.

Ma quale è il rapporto che la comunicazione oggi, che è prevalentemente comunicazione di massa, instaura con l'uomo e quali sono le sue possibilità di promozione umana?

Malgrado le ricorrenti polemiche, non si può disconoscere che le nuove tecniche comunicative, stampa, cinema, radio, televisione, telematica, se impiegate per favorire la crescita intellettuale e morale, rappresentano vere occasioni di arricchimento per l'uomo, per la sua vita interiore come per la sua vita di relazione.

Soprattutto gli strumenti della comunicazione audiovisiva, dotati di un grande potere di attrazione sono in grado di stimolare l'affermazione, in questo nostro mondo prevalentemente tecnologico, di una tangibile presenza di valori umani. Inoltre offrono l'opportunità di realizzare un efficace incontro fra uomini diversi, culture diverse, storie diverse, prospettive ideologiche diverse, avviando rapporti capaci di instaurare una maggiore misura di umanità, in un tempo in cui i problemi acquistano, anche in virtù di questi strumenti una dimensione planetaria.

I mass-media, poiché rappresentano oggi una fondamentale esperienza umana, vanno affrontati evitando tanto il pessimismo degli scandalizzati quanto l'ottimismo dei superficiali.

Le comunicazioni di massa hanno evidentemente un ruolo determinante sul piano della promozione umana. Sono conquiste dovute al progresso della scienza e della tecnica, che chiamano in causa come protagonista e centro di interesse l'uomo: perché l'uomo, malgrado l'incomunicabilità di cui oggi è spesso vittima, è destinato a comunicare.

E' un discorso questo dei mass-media che va assunto con il realismo di chi guarda a questi segni della civiltà come a risorse in grado di cooperare validamente al processo formativo, non solo perché intimamente idonei a disporsi a servizio dei valori, ma perché dotati di un linguaggio facilmente comprensibile.

3. - *La rivoluzione tecnologica*

L'arrivo e il diffondersi delle nuove tecnologie nel campo dell'informazione è indubbiamente un passo in avanti verso il miglioramento della comunicazione tra gli uomini e potrebbe esserlo anche della condizione umana. Sarebbe pertanto anacronistico ignorare una tale presenza che, più ancora dei mezzi tradizionali, offre « nuove vie e modi nuovi perché gli uomini incontrino il messaggio evangelico »¹.

Sarebbe altrettanto fuori luogo ignorare i problemi connessi alle radicali innovazioni tecnologiche nel campo della comunicazione. Con l'affermarsi delle nuove tecnologie comunicative, veniamo a trovarci di fronte ad una realtà (quella della comunicazione sociale) in continuo movimento e in un paese, come il nostro, in cui sono in discus-

¹ PONT. COMMISSIONE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI, Istr. Past. *Communio et progressio*, n. 128, Ench. Vat., vol. 4, Ed. Dehoniane, p. 585.

sione i punti di riferimento tradizionali e si registra il progressivo affermarsi dell'individualismo.

Allo stato attuale delle cose non si è ancora in grado di cogliere tutta la portata del fenomeno e di prevederne tutti gli effetti sui vari piani: psicologico, sociale, culturale. Si avverte che è in atto un complesso mutamento che influisce sulla formazione della mentalità dell'uomo e sulla stessa qualità della vita.

Le nuove tecnologie comunicative, mentre accrescono le possibilità di informazione, possono dar luogo, a causa della grande massa di notizie che trasmettono, ad una specie di aggressione capace di condizionare lo sviluppo culturale. Tale pericolo non è solo teorico, è reale soprattutto se si tiene conto del ruolo delle grandi imprese operanti nel campo delle nuove tecnologie: padroni del mezzo, esse possono diventare facilmente padroni dei contenuti.

Le nuove tecnologie progredendo ed espandendosi per forza propria e sovente sotto spinte politiche ed esigenze economiche, si impongono ancor prima di essere convenientemente valutate ed assimilate in modo che il loro uso si traduca in un servizio per la crescita umana della società.

Non va perciò sottovalutato il pericolo dei danni che questi mezzi possono arrecare alla società, se piegati alla logica di poteri o di interessi o se usati contro la dignità della persona umana.

Al di là di queste considerazioni che non significano rifiuto del progresso, rimane il fatto che la comunicazione con l'avvento delle nuove tecnologie, entra in ogni aspetto della vita, perciò non può più essere considerata come un servizio marginale, secondario e il suo sviluppo non può essere lasciato al caso.

Resta anche il fatto che le nuove tecnologie possono facilitare la informazione riguardante la vita della Chiesa in modo tempestivo e in un raggio molto più vasto di quello attuale, mettendola a disposizione sia di quanti credono sia di quanti non credono, sia dei praticanti che dei non praticanti.

Tale possibilità, se si vuole che diventi realtà, impegna la Chiesa a dare le proprie notizie in modo nuovo, rispondente alle regole delle nuove tecniche e alle esigenze dell'utente « informatico ».

4. - *La comunicazione all'interno della Chiesa*

La Chiesa, comunità in comunione, popolo « che da Dio riceve la missione di instaurare e annunziare in tutte le genti il Regno di Cristo e di Dio e di questo Regno costituisce in terra il germe e l'inizio »² è « un organismo vivente che si alimenta nel dialogo tra le sue membra, condizione del progresso del suo pensiero e della sua azione »³.

² CONC. VAT. II, Cost. Dogm. *Lumen gentium*, n. 5.

³ *Communio et progressio*, n. 115.

La *Lumen gentium* sottolinea: « Dio volle santificare e salvare gli uomini non individualmente e senza alcun legame tra loro, ma volle costituire di loro un popolo che lo riconoscesse e fedelmente lo servisse »⁴.

La comunicazione tra i suoi membri è dunque un fatto fondamentale per la stessa vita della Chiesa ed è esigita dal piano di salvezza voluto da Dio.

Comunicazione che faciliti il rapporto tra le varie componenti la comunità ecclesiale, che favorisca lo sviluppo di una opinione pubblica all'interno della Chiesa⁵, che renda possibile ai singoli fedeli l'esercizio del « diritto di essere informati su tutto ciò che occorre per prendere parte attiva alla vita della Chiesa »⁶.

« Il ritmo naturale — inoltre — e lo svolgimento normale dei compiti nella Chiesa richiede che tra le autorità ecclesiastiche a tutti i livelli, le istituzioni cattoliche e gli stessi fedeli scorra un continuo flusso e riflusso di notizie e di opinioni... »⁷. Per il raggiungimento di un tale obiettivo sono richieste opportune e funzionali strutture ai vari livelli, ma ancor più e soprattutto, è necessario che si formi e si diffonda una mentalità della comunicazione sia tra i responsabili dell'azione pastorale che tra i componenti della comunità ecclesiale.

Occorrono uffici, attrezzature, operatori qualificati ma è necessario anche che la comunità ecclesiale si impegni a sviluppare nel suo interno un'azione che favorisca il formarsi di una capacità di critica in grado di ricevere e dare le informazioni in maniera funzionale alla crescita delle persone e delle comunità.

Le stesse strutture in cui si articola la comunità ecclesiale del nostro paese (parrocchie, diocesi, associazioni, movimenti) devono porre la comunicazione tra i fattori caratterizzanti la loro attività.

La comunicazione, ben intesa ed attuata, è da annoverarsi « tra i mezzi più validi di cui gli uomini dispongono per consolidare la carità frutto e causa, a un tempo, della comunione »⁸. Una comunicazione, ben intesa ed attuata, non può ignorare le modalità, i linguaggi, i canali attraverso i quali essa si realizza nella società in cui la comunità ecclesiale è posta e della quale è parte viva. Oggi le modalità della comunicazione sono profondamente cambiate; nuovi linguaggi si sono sostituiti a quelli tradizionali, i canali attraverso i quali passa l'informazione nel nostro paese, si sono grandemente moltiplicati così che ognuno se ne può servire con grande facilità.

⁴ *Lumen gentium*, n. 9.

⁵ Pio XII, « Mancherebbe qualcosa alla sua vita se l'opinione pubblica le venisse a mancare; la colpa di questa carenza ricadrebbe sui pastori e sui fedeli », *Discorso ai partecipanti al Convegno Internazionale dei giornalisti*, 17-2-1950, AAS 42 (1950), p. 256.

⁶ *Communio et progressio*, n. 119.

⁷ *Ivi*, n. 120.

⁸ *Ivi*, n. 12.

Dimenticare questo significa di fatto emarginarsi dalla società degli uomini e rendere più difficili gli stessi rapporti all'interno della comunità ecclesiale.

5. - *Comunicazione ed Evangelizzazione*

« La Chiesa, afferma la *Lumen gentium*, segno e strumento dell'intima unione con Dio e dell'unità di tutto il genere umano, intende con maggiore chiarezza illustrare ai suoi fedeli e al mondo intero la sua missione universale. Le presenti condizioni del mondo rendono più urgente questo dovere della Chiesa affinché tutti gli uomini oggi più strettamente congiunti da vari vincoli sociali, tecnici e culturali, possano anche conseguire la piena unità in Cristo » (n. 1). L'annuncio del messaggio della salvezza non può dunque ignorare « le presenti condizioni del mondo ».

Non tener conto della presenza dei nuovi mezzi della comunicazione e della loro espansione, può significare rendere più difficile la diffusione del messaggio evangelico e la conoscenza della proposta cristiana.

La proposta dei valori cristiani nel quadro dei profondi cambiamenti che caratterizzano la nostra comunità civile in cui i punti di riferimento culturali e di comportamento sono scossi anche a causa della sempre più ampia affermazione della dimensione informativa nella vita sociale, va decisamente ripensata e rinnovata.

L'uomo d'oggi sta cambiando e tra gli agenti del cambiamento vanno messi in primo piano i mezzi della comunicazione, quella audiovisiva soprattutto. « Gli uomini d'oggi, infatti, vengono come avviluppati e quasi sommersi dal cumulo delle comunicazioni divulgate da questi strumenti, i quali ne modellano continuamente le opinioni e il comportamento in tutti gli aspetti della vita, quello religioso compreso »⁹.

La proposta cristiana, per poter diventare formazione, entrare cioè nel patrimonio culturale della persona, deve perciò tener presenti le nuove modalità oggi seguite dalla comunicazione.

Ogni passo verso un potenziamento della comunicazione nella società dovrebbe essere un prezioso aiuto per il miglioramento dell'umanità ed un fatto che lavora a favore della Chiesa la cui missione è appunto di comunicare. Le nuove tecnologie a cui oggi si affida la comunicazione facilitano la conoscenza della vita della Chiesa e della sua missione ed offrono ad essa maggiori possibilità per la diffusione del messaggio della salvezza. Ma proprio per questo impegnano la Chiesa

a) innanzi tutto in una doverosa conoscenza dei linguaggi indotti dai nuovi mezzi,

⁹ *Communio et progressio*, n. 126.

- b) in secondo luogo in una più puntuale formazione dei pastori d'anime, degli operatori pastorali, dei catechisti perché sappiano usare della ricchezza informativa offerta dai moderni strumenti,
- c) indirizzandola al miglioramento del rapporto tra le persone.

L'impegno di evangelizzazione non è infatti semplice trasmissione di dottrina, ma impegno educativo di tutta la persona, curando lo sviluppo della maturità umana (che coinvolge il rapporto con gli altri) e il formarsi della mentalità di fede. Va tenuto presente che i mezzi della comunicazione sociale modificano le leggi di credibilità di ogni messaggio, di ogni istituzione: la personalità del testimone ha un peso maggiore del contenuto della sua testimonianza.

6. - *I mass-media oggi nella Chiesa in Italia*

La comunità ecclesiale italiana non è certo priva di mezzi della comunicazione sociale: può contare su un quotidiano a diffusione nazionale, su un quotidiano locale, su numerosi settimanali diocesani, su un notevole numero di emittenti radiofoniche locali, su un cospicuo numero di periodici di varie specializzazioni, su moltissimi bollettini e notiziari parrocchiali ed anche su qualche emittente televisiva locale.

Alla cospicua quantità numerica dei mezzi non sembra tuttavia corrispondere un adeguato peso sull'opinione pubblica; al contrario si ha l'impressione che la Chiesa in Italia sia emarginata presso la pubblica opinione o quanto meno non le venga riconosciuto il ruolo che le compete come forza sociale e interprete dei valori del popolo italiano.

Quali le cause di tale situazione? Sono tutte da attribuire ad una voluta disattenzione degli altri (evidente in tante occasioni ma non sufficiente a spiegare l'emarginazione tenuto conto della quantità numerica dei mezzi a disposizione della Chiesa) o non vanno ricercate anche all'interno della stessa comunità ecclesiale, nel suo atteggiarsi verso i problemi della comunicazione che finisce per incidere profondamente anche nel modo di usarne i mezzi?

Una attenta analisi rivela che l'atteggiamento della Chiesa in Italia nel campo della comunicazione, è segnato da alcune connotazioni che possono incidere negativamente sulla sua presenza in questo settore.

La Chiesa che è in Italia intende, come suo dovere e diritto, inserirsi nei processi della comunicazione sociale, per renderla più autentica, rispettosa della verità dell'informazione e della dignità della persona umana, e servirsi della medesima per annunciare la fede. Entrambe le prospettive sono legittime e doverose, ma vanno tra loro armonizzate: in caso diverso si darebbe luogo ad un atteggiamento ambiguo, pendolare tra l'uso strumentale dei mezzi ed una presenza esorcizzante. In realtà l'interesse della Chiesa per gli strumenti della comunicazione, ben lontano da mire paternalistiche e da tentativi di strumentalizzazione, appartiene in maniera propria alla sua missione: an-

nunciando l'evento della salvezza (Dio che si comunica in Gesù Cristo) la Chiesa annuncia un evento che fonda, purifica, rinnova tutta l'esperienza comunicativa dell'uomo, quindi anche la comunicazione di massa.

E' su questa linea che va trovata l'armonizzazione delle due prospettive sopra accennate.

Una seconda connotazione: nella nostra comunità ecclesiale, accanto a chi ritiene di risolvere i problemi della comunicazione della fede nella nostra società, dominata dai mass-media, con la semplice gestione di tali mezzi, coesiste una riflessione sul linguaggio della fede e sui suoi rapporti con la struttura linguistica dell'uomo che non sempre riesce a proporre in modo efficace il messaggio della salvezza attraverso i moderni mezzi della comunicazione.

Va segnalata, in terzo luogo, la mancanza di collegamento tra le varie iniziative che danno vita nella comunità ecclesiale del nostro paese alla suaccennata quantità numerica dei mezzi: ognuno agisce ignorando gli altri, a volte contraddicendo gli altri.

Forse non poca parte dell'emarginazione presso l'opinione pubblica di cui soffre la Chiesa che è in Italia, è da attribuirsi a queste fratture. Ricomporle è il primo passo da compiere perché i numerosi mezzi di comunicazione a disposizione possano dare maggior aiuto alla missione della Chiesa.

7. - Alcune indicazioni pastorali

Alla luce delle precedenti riflessioni sembra opportuno raccomandare quanto segue.

1) I cattolici italiani devono prendere coscienza della vastità e del peso dei mass-media nell'attuale condizione di vita. Le comunità ecclesiali, le associazioni, i movimenti a livello diocesano, regionale, nazionale, chiamati ad approfondire la conoscenza del fenomeno della comunicazione nei suoi vari aspetti, studino i cambiamenti culturali da esso indotti, adeguino la propria azione alle mutate esigenze della società.

2) Poiché una presenza nel campo della comunicazione sociale che sia anche partecipazione attiva, esercizio di autentica carità intellettuale e funzionale contributo alla soluzione dei problemi, esige una profonda competenza:

a) si dia vita a livello nazionale ad una sistematica ricerca dei rapporti tra l'evangelizzazione e la cultura determinata dai mezzi della comunicazione sociale con particolare riferimento ai nuovi linguaggi indotti da tali strumenti; si approfondisca lo studio dell'uso dei mass-media nella catechesi e nell'azione pastorale in genere e si curi, in sedi opportune, la formazione in tal senso dei catechisti e degli operatori pastorali. Si creino inoltre opportune iniziative per la formazione teologica degli operatori della comunicazione sociale;

b) nella formazione dei sacerdoti si abbia cura di porre in risalto il dovere di approfondire la conoscenza dei problemi della comunicazione sociale come conseguenza dell'impegno di carità verso l'uomo. Si sottolineino i molti risvolti pastorali del fenomeno della comunicazione e la sua incidenza sulla dimensione esistenziale dell'uomo d'oggi;

c) nelle singole diocesi o regioni pastorali si promuovano iniziative di formazione per le varie categorie di persone (inserendole eventualmente in istituti di formazione per laici già esistenti) che permettano di conoscere i problemi della comunicazione sociale e di affrontarli nel modo più funzionale, con particolare attenzione ai genitori e agli educatori.

3) Per realizzare una tale presenza nel campo della comunicazione sociale in un quadro generale della pastorale, si creino a livello nazionale, regionale, diocesano appositi uffici adeguatamente organizzati (e coordinati da esperti), che si occupino, nei loro diversi aspetti dei vari mezzi della comunicazione, in conformità alle direttive del magistero ecclesiastico.

Anche questi uffici vengano considerati, nel loro funzionamento, come un autentico servizio di carità all'uomo ed alla società contemporanea la cui vita è sempre più condizionata, in bene o in male, dalla massiccia presenza dei mezzi della comunicazione sociale.

4) In una società pluralista, come la nostra, è molto utile creare luoghi di confronto e di scambio tra la fede dei cattolici e le culture contemporanee, così come è necessario che i cattolici abbiano strumenti adatti con cui esprimere alla luce del Vangelo le loro valutazioni dei problemi e dei fatti che accadono.

E' perciò di fondamentale importanza nel campo ecclesiale la presenza di una propria stampa (quotidiana e periodica), di editrici, di librerie, di emittenti radiotelevisive, di centrali di produzione di dischi e di materiale audiovisivo, di centri culturali, di luoghi dove i membri della comunità possano incontrarsi e vivere meglio, anche attraverso l'uso dei mezzi della comunicazione sociale, la dimensione ecclesiale.

Vanno pertanto incoraggiati aiutati e sostenuti quanti già operano in tali settori (quotidiano cattolico, settimanali diocesani, riviste e periodici, editrici, sale della comunità, emittenti radiotelevisive, ecc.).

Costoro abbiano costantemente la preoccupazione di svolgere la loro azione in comunione con il Vescovo e la comunità, di non transigere sulla qualità professionale, di fare della loro attività un servizio di carità intellettuale finalizzato alla crescita umana e cristiana di quanti vi partecipano.

Abbiano inoltre cura di creare tra loro la più ampia collaborazione per rendere più efficace la loro azione, facendo riferimento per

questo agli Uffici « Comunicazioni Sociali » nazionale, regionale, diocesani.

5) Per facilitare una corretta informazione sulla vita della Chiesa sia all'interno della comunità ecclesiale che al di fuori di essa, gli Uffici « Comunicazioni Sociali », nazionale, regionali, diocesani, curino in modo particolare con costanza e periodicità i rapporti con i professionisti dell'informazione fornendo loro le notizie necessarie per lo svolgimento del loro lavoro.

Si tenga presente che da questi rapporti dipende in gran parte l'immagine che l'opinione pubblica avrà della Chiesa e della sua presenza nella società.

6) Nel nostro paese sono numerosi i cattolici impegnati professionalmente nel campo della comunicazione sociale. La loro presenza è molto importante e può validamente contribuire a migliorare la qualità della comunicazione. Occorre, a tale scopo, che la loro azione sia costantemente ispirata al messaggio evangelico e sorretta da una chiara visione della verità sull'uomo, da una fedeltà all'uomo nel porgere ciò che è veramente utile alla sua crescita personale, da una « sapienza di linguaggio » che sia rispettosa del livello di apprendimento dei destinatari, da una seria professionalità che renda efficace il loro servizio.

7) Gli insegnanti, gli educatori cattolici, la scuola cattolica, le associazioni e i movimenti ecclesiali giovanili, consapevoli della grande importanza che i mezzi della comunicazione sociale hanno nella formazione della mentalità, li tengano sempre presenti nello svolgimento della loro azione, li inseriscano nei programmi di studio e al riguardo si impegnino in una seria ricerca pedagogica.

Roma, 15 maggio 1985