



La importancia de los medios de comunicación es una característica de nuestro tiempo. Algunos sociólogos y expertos en comunicación humana afirman que vivimos en una "sociedad mediática".

La ampliación del espacio de comunicación pública ha conseguido que los medios de comunicación no sólo hagan de informadores de la realidad, sino que actúen también como auténticos notarios de la misma realidad y sean capaces de seleccionar lo que ha de tener repercusión en los demás.

La reflexión sobre este fenómeno ha de huir de los maximalismos: considerar que los medios de comunicación son la verdad y plegarse absolutamente a su dictado, o bien ignorarlos despreciativamente como agentes sistemáticos de la deformación y de la mentira. No se puede olvidar que la comunicación es un asunto humano, y aunque los propios intereses de un mercado de la comunicación tiende a condicionar sus mensajes, los propios ciudadanos han de limitar esos criterios utilitaristas, recordando a los profesionales de los medios la grave y necesaria obligación de ser fieles a la verdad y de servirla con libertad.

Este recuerdo es urgente al tratar de la familia. Algunas familias consideran que hay una oposición insalvable entre familia y medios de comunicación, y se lamentan de ceder ante los medios de comunicación la esencia de la tarea educativa, porque los niños pasan más tiempo ante la televisión que con sus padres; o gran parte de los jóvenes siguen con mayor fidelidad los modelos del cine o la música que los propios valores familiares.

Ese tópico no hace justicia a la verdad. La *Carta de los Derechos de la Familia* considera un derecho de la familia «esperar que los medios de comunicación social sean instrumentos posibles para la construcción de la sociedad y que fortalezcan los valores fundamentales de la familia». Se trata de algo perfectamente posible. Podemos sostener dos principios que se interrelacionan: hoy, la familia puede ser fortalecida por los medios de comunicación, y los medios de comunicación pueden ser renovados por la familia.

En efecto, *la familia puede ser fortalecida por los medios de comunicación*. Si el mundo es una "aldea global" gracias al fenómeno comunicativo, la familia puede vivir con más plenitud su tarea socializadora si nada de lo humano le es ajeno, si la suerte de otras familias pasa a ser un suerte compartida. Los medios de comunicación pueden reforzar de un modo

extraordinario el papel de educación familiar en la solidaridad y en la fraternidad. Un niño puede sentir hoy una solidaridad próxima y real por lo que acontece a un niño en Burundi, en Colombia, en Bosnia o en Filipinas. Una familia puede abrir sus puertas a una solidaridad internacional sin fronteras con familias de cualquier parte del planeta. Esos lazos mediáticos pueden hacer cada vez más posible que se creen lazos entre las familias, y que junto a las formas tradicionales de adopción se desarrollen modos y maneras de adopción a distancia.

Pero no sólo eso. Fenómenos como los de Internet, las grandes autopistas de la información, pueden jugar su papel en favor de la familia, si gran parte del trabajo del padre y de la madre tiene vertiente pública sin salir del hogar, sin hurtar tiempo y cercanía entre los esposos y con los hijos. Una lógica del reparto del trabajo más humana y humanizante puede estar llamando a las puertas de gestores de la comunicación con capacidad y creatividad, y con sentido de la vocación familiar de los seres humanos.

Al mismo tiempo es verdad que *los medios de comunicación pueden ser renovados por la familia*. Prensa, radio, televisión, cine... son hechos comunicativos cuyo eco y repercusión es propiamente familiar. Los expertos en índices de lectura y audiencia no cuentan los usuarios de los medios de modo aislado, sino en racimo, formando grupos, propiamente, formando familias en las que los mensajes se discuten y comparten. Las fórmulas de más éxito son las que tienen en cuenta esta realidad, y la tarea educativa de la familia pasa en multitud de ocasiones por el análisis y comentario de lo que nos brindan los medios.

Eso pide un cambio de cultura mediática con respecto al matrimonio y la familia. No sólo protegiendo al matrimonio y la familia contra «los efectos negativos y los abusos de los medios de comunicación», sino promoviendo la dimensión de comunicación familiar como la más genuina de todas las comunicaciones. Hay que superar la inmadurez comunicativa de los medios que apuestan por lo morboso y disolvente de nuestra sociedad, para reflejar la verdad de los valores humanos, que en muchos matrimonios y familias se hacen vida cotidiana, merecedora también de ser noticia.

Con mi bendición y afecto,

