



La Santa Sede

**MESSAGGIO DEL SANTO PADRE GIOVANNI PAOLO II
PER LA XXX GIORNATA MONDIALE
DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI**

**"I Media: moderno areopago per la
promozione della donna nella società"**

[Domenica, 19 maggio 1996]

Cari fratelli e sorelle,

quest'anno, il tema della Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali "I 'Media': moderno areopago per la promozione della donna nella società", riconosce che i mass media hanno un ruolo speciale non solo come promotori della giustizia e dell'uguaglianza per le donne, ma anche come fautori dei doni specificatamente femminili, che in altra occasione ho definito il "genio" della donna (cf. *Mulieris Dignitatem*, 30; *Lettera alle Donne*, 10).

L'anno scorso nella mia "Lettera alle Donne" cercai di iniziare un dialogo, in particolar modo con loro stesse, su cosa significasse essere donna nel mondo d'oggi (*Ivi*, 1). Indica i anche alcuni tra "gli ostacoli che tuttora impediscono alle donne di essere pienamente integrate nella vita sociale, politica ed economica di tante parti del mondo" (*Ivi*, n. 4). Questo è un dialogo che le persone che lavorano per i mass media possono, ed in verità ne hanno l'obbligo, promuovere e sostenere. Gli operatori della comunicazione sociale, diventando spesso, lodevolmente, gli avvocati di coloro che non vengono ascoltati e degli emarginati, sono in una posizione unica per stimolare la coscienza pubblica a prestare attenzione a due seri problemi concernenti la situazione della donna nel mondo d'oggi.

Innanzitutto, come ho scritto nella mia Lettera, la maternità viene spesso penalizzata invece di essere premiata, anche se l'umanità deve la propria sopravvivenza a quelle donne che hanno scelto di essere mogli e madri (*Ivi*, n. 4). È certamente un'ingiustizia che nei riguardi di queste

donne venga fatta una discriminazione sia economica che sociale, per aver esse seguito una vocazione fondamentale. Analogamente ho indicato l'urgente bisogno di raggiungere una effettiva pari dignità con l'uomo, in ogni ambito: uguale guadagno per uguale lavoro, difesa delle madri che lavorano, imparzialità negli avanzamenti di carriera, uguaglianza per le spose nei diritti di famiglia e riconoscimento di tutto ciò che fa parte dei diritti e doveri del cittadino in uno Stato democratico (*Ivi*, n. 4).

In secondo luogo, il progredire dell'emancipazione reale delle donne è una questione di giustizia, che non può essere ulteriormente trascurata; è una questione di benessere per la società. Fortunatamente c'è una crescente consapevolezza sull'esigenza che la donna sia messa in grado di avere la sua parte nella soluzione dei seri problemi della società e del suo futuro. In ogni ambito, "una maggiore presenza delle donne nella società si rivelerebbe più preziosa perché aiuterebbe a rendere manifeste le contraddizioni che sono presenti in una società organizzata unicamente secondo il criterio dell'efficienza della produttività costringendo a riprogettare i sistemi in modo da favorire il processo di umanizzazione che contraddistingue la 'civiltà dell'amore' " (*Ivi*, n. 4)

La "civiltà dell'amore" consiste, in definitiva, in una radicale affermazione del valore della vita e del valore dell'amore. Le donne sono particolarmente qualificate e privilegiate in entrambi i casi. Riguardo alla vita esse, sebbene responsabili non da sole dell'affermazione del suo valore intrinseco, godono di una funzione unica grazie all'intima connessione che le lega al mistero della trasmissione della vita. Riguardo all'amore, poi, sanno apportare ad ogni aspetto dell'esistenza, ivi compresi i momenti decisionali di più alta responsabilità, quell'essenziale qualità del genio femminile che consiste nell'obiettività di giudizio temperata dalla capacità di comprendere a fondo le esigenze proprie di ogni relazione interpersonale.

I mass media (stampa, cinema, radio, televisione, industria musicale, reti informatiche), rappresentano il moderno areopago dove le informazioni si ricevono e si trasmettono rapidamente ad un "audience" universale, dove vengono scambiate idee, dove si forgiavano comportamenti e dove di fatto va delineandosi una nuova cultura. Essi sono quindi destinati ad esercitare una potente influenza nel far sì che la società riconosca ed apprezzi non solo i diritti ma anche le specifiche qualità delle donne.

Con tristezza, spesso, assistiamo allo sfruttamento delle donne nei mass media invece che alla loro esaltazione. Quante volte le vediamo trattate non come persone con una dignità inviolabile ma come oggetti destinati a soddisfare la sete di piacere e di potere di altri? Quante volte vediamo sottovalutato e perfino ridicolizzato il ruolo della donna come moglie e madre? Quante volte il ruolo delle donne nel lavoro o nella vita professionale viene dipinto come una caricatura dell'uomo, con il rifiuto delle qualità specifiche dell'intuito femminile, la compassione e la comprensione, contributo essenziale alla "civiltà dell'amore"?

Le donne stesse possono fare molto per favorire un trattamento migliore della donna nei mass media: promovendo tramite i mezzi di comunicazione sociale programmi educativi, insegnando agli altri, specialmente ai propri familiari, ad essere consumatori critici nel mercato dei media, manifestando alle compagnie di produzione, agli editori, alle emittenti radio televisive, agli inserzionisti pubblicitari il proprio punto di vista circa i programmi e le pubblicazioni che insultano la dignità delle donne o che sviliscono il loro ruolo nella società. Inoltre, le donne possono e dovrebbero prepararsi ad assumere esse stesse posizioni di responsabilità e creatività nel mondo delle comunicazioni sociali, non in conflitto o ad imitazione dei ruoli maschili, ma imprimendo il loro personale "genio" nel proprio lavoro e nell'attività professionale.

I mass media farebbero bene a mettere in luce le autentiche eroine della società, ivi comprese le donne Sante della tradizione cristiana, come modelli da seguire per le nuove generazioni e per quelle future. Né possiamo dimenticare, a questo riguardo, le tante donne consacrate che hanno sacrificato tutto per seguire Gesù e per dedicare se stesse alla preghiera ed al servizio dei poveri, dei malati, degli analfabeti, dei giovani, degli anziani e dei portatori di handicap; ve ne sono che operano nei mass - media e lavorano per "annunziare ai poveri un lieto messaggio" (cf. *Lc 4, 18*).

"L'anima mia magnifica il Signore" (*Lc 1, 46*). La Beata Vergine Maria riconoscendo le "cose grandi" che Dio aveva fatto per lei, pronunciò queste parole in risposta al saluto di sua cugina Elisabetta. L'immagine della donna che ci viene comunicata dai mass media dovrebbe comportare il riconoscimento che ciascun dono femminile proclama la grandezza del Signore, sorgente della vita e dell'amore, della bontà e della grazia, fonte della dignità e dell'uguaglianza tra uomo e donna, e dello specifico "genio" di lei.

Io prego perché la trentesima Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali incoraggi tutti coloro che operano nei mass media, specialmente i figli e le figlie della Chiesa, a promuovere un reale miglioramento nel rispetto della dignità e dei diritti della donna, presentando un'immagine vera e rispettosa del suo ruolo all'interno della società così da mettere in luce "l'intera verità sulle donne" (*Lettera alle Donne*, n.12).

Dal Vaticano 24 gennaio 1996.

IOANNES PAULUS PP. II