



La Santa Sede

**DISCORSO DEL SANTO PADRE PAOLO VI
AI PARTECIPANTI AD UN CONVEGNO
DELL'UNIONE CATTOLICA PUBBLICITÀ**

Sabato, 21 maggio 1977

Illustri Signori,

Siamo lieti di accogliere nella nostra casa i partecipanti al Seminario Internazionale, opportunamente promosso dall'«Unione Cattolica Pubblicità» alla vigilia dell'XI «Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali», e ringraziamo di cuore il suo presidente Prof. Luigi Gedda per il devoto indirizzo che ci ha rivolto a nome dei presenti.

Il tema della Giornata, che si celebrerà domani, è appunto la pubblicità nella comunicazione sociale, e noi abbiamo già illustrato e spiegato, con uno speciale Messaggio, quale sia l'interesse della Chiesa Cattolica, come degli uomini di buona volontà, di fronte al contributo che la pubblicità può e deve offrire allo sviluppo integrale dell'uomo, in ragione della diretta incidenza che questa tipica realtà dei tempi moderni ha sul piano spirituale e morale.

Siamo sicuri - ed i codici di deontologia professionale delle Associazioni ed Enti, da voi qui rappresentati, ce ne danno conferma - che la nostra sollecitudine sarà condivisa sia dai protagonisti del fatto pubblicitario come dai destinatari, dagli agenti cioè e dai recettori, i quali sono tutti insieme coinvolti in tale complesso fenomeno economico, sociale e culturale.

Non possiamo, infatti, rimanere indifferenti dinanzi al retto progresso umano, ed apprezziamo il servizio che la pubblicità rende al pubblico, facendo conoscere l'esistenza di determinati prodotti ed informando circa i servizi atti a soddisfare le necessità dei singoli o delle comunità. Ci piace, tuttavia, insistere, secondo la natura del nostro ministero pastorale, sulla dimensione spirituale della vostra professione. Non solo i beni materiali, ma anche le attività culturali sono giustamente oggetto della pubblicità, mentre i messaggi, che essa diffonde, si rivolgono all'uomo dotato di

anima e di destino immortale, all'uomo che, al di là di appannamenti temporanei e nonostante, talora, le negazioni formali, reca sempre impressa in se stesso l'immagine di Dio Creatore. Da questo punto di vista sono evidenti le responsabilità connesse con la pubblicità; e le responsabilità si aggravano quando - come sta avvenendo in misura crescente - la pubblicità ricorre agli strumenti di comunicazione sociale, e raggiunge, tramite i loro efficacissimi stimoli visivi e sonori, la quasi totalità degli uomini. È naturale allora che il ricorso ai mezzi di comunicazione sociale crei nuovi equilibri all'interno di tutta la convivenza sociale. Non si tratta, quindi, soltanto di assicurare che la pubblicità sia veritiera nelle sue promesse, rispettosa specialmente nel presentare valori morali, familiari e religiosi: essa dovrà tener conto, altresì, dei legittimi interessi economici e delle esigenze del bene comune (Cfr. *Inter Mirifica*, 11), perché siano garantite l'autonomia di scelta, la libertà di quei mezzi di comunicazione sociale come pubblico servizio, e l'ordinato progresso della società.

Vi troveremo certamente solidali con il nostro insistente richiamo, ispirato alla stima per l'utile funzione della pubblicità nella vita moderna, se nell'esercizio della vostra professione terrete presenti, per evitarli e farli evitare ai vostri collaboratori più giovani, alcuni pericoli ed abusi che possono snaturarla. Sarebbe, ad esempio, «disinformazione» del pubblico collegare artificiosamente la vendita di prodotti ad aspirazioni futili, o inconsistenti, o disordinate; sarebbe grave valersi dei mezzi pubblicitari per invitare chi vede e ascolta a spese superflue, per creare falsi bisogni, ignorando le vere, concrete, più nobili esigenze personali e sociali. In questa nostra epoca, in cui l'umanità e le singole comunità sono alla ricerca di nuovi indirizzi economici, sociali e culturali, è di prevalente interesse dedicarsi ad una migliore distribuzione delle ricchezze materiali, alla promozione ed alla larga diffusione dei beni culturali degni di questo nome, onde tutti partecipino all'opera di comunione e di sviluppo.

Questi nostri pensieri, che potrete ritrovare nel predetto nostro Messaggio e che vi abbiamo riproposto a testimonianza del nostro compiacimento per il vostro Convegno e per la vostra visita, vi siano di sostegno e conforto nel compimento dei vostri doveri professionali, sicché una sempre più alta ispirazione morale contraddistingua l'attività pubblicitaria. È questo un augurio sincero che avvaloriamo con la Benedizione Apostolica per le vostre Persone e le rispettive Associazioni.