

S.O.S.



FAMILIA

BOLETIN

nº 12

Boletín Informativo S.O.S. Familia — Abril 1995

Campaña de boicot a Antena 3 TV

Un éxito sin precedentes, en España

Desde que S.O.S. Familia comenzó el pasado día 6 de febrero su campaña de boicot a Antena 3 TV por el inmoral y degradante programa de Isabel Gemio, "Esta noche, sexo", la dirección de Antena 3 TV no ha hecho otra cosa que reafirmarse cada vez más en su obstinada postura de despreciar a una parte muy importante de su audiencia.

En realidad, dicha cadena, desde hace ya algún tiempo, por razones que no llegamos a comprender, pero que puede tener una explicación si consideramos el protagonismo que el Grupo Z está teniendo en la orientación de la misma, renunció a ser una cadena familiar, que fue lo que en realidad la convirtió en su día en una de las cadenas privadas más importantes, quitando incluso audiencia a Tele-Cinco. En cambio, ahora, con la incorporación de

Antonio Asensio en la dirección de la misma, parece querer ser la número 1 en el ranking de cadenas que más programas basura emite.

Basta para ello ver el recuadro que publicamos en la siguiente página, con algunos de los programas que dicha cadena está emitiendo desde el verano pasado, y el lector podrá comprobarlo por sí mismo.

De hecho, la oferta de Antena 3 Televisión, como muy bien recogió ABC, en su edición del día 3-2-95, *"ha ido poco a poco asimilando elementos de la publicación más emblemática del Grupo Z, 'Interviú' "*.

En esa misma crónica, ABC desvela que *"los programas de alto contenido erótico que rayan a veces con la ordinareiz o la procacidad, como el de Isabel Gemio, y otros de variedades en los que cabe la crónica erótica, aportan a la*

■ Campaña de boicot a Antena 3 TV

- Un éxito sin precedentes, en España

■ La nueva moral de las sexopredicadoras

■ Crece la presión sobre la TV

- Empresas importantes revisan las pautas publicitarias
- Procter & Gamble
- Bobadilla, Camp
- Polygram, Nestlé
- Peugeot, Lee Cooper
- El Corte Inglés
- Nutrexpa

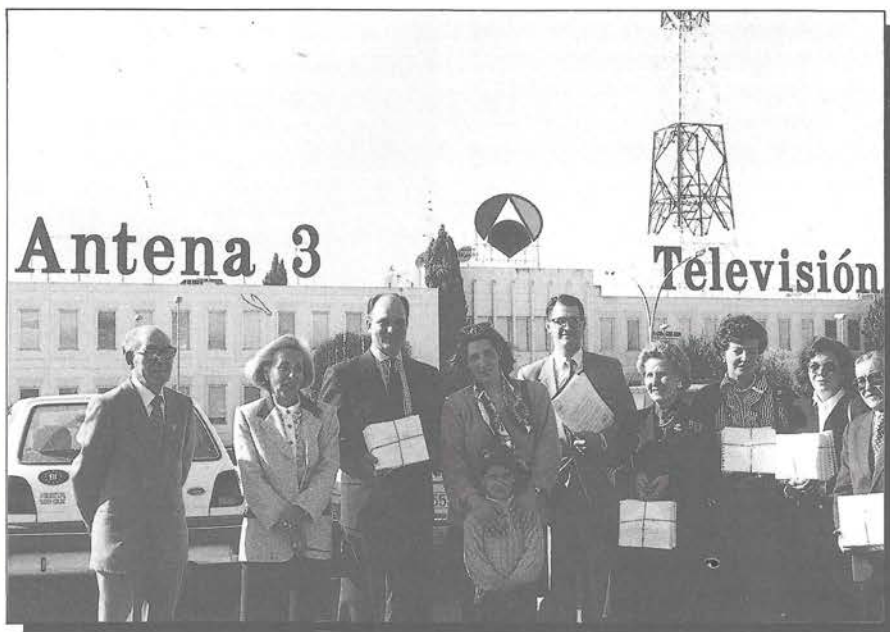
■ Las declaraciones de Antena 3 TV

■ Noticias breves:

- ¿A quién pertenece Antena 3 TV?
- 10.000 adherentes se suman a la campaña de boicot
- Próxima meta: distribuir 1 millón de folletos en contra de la telebasura
- Alerta a Banesto

■ Nueva encíclica de Juan Pablo II

- "Evangelium vitae" recuerda que los católicos no pueden votar a los partidos que promueven el aborto y la eutanasia



El pasado 21 de marzo, una comisión de S.O.S. Familia entregó a Antena 3 TV las primeras 5.000 cartas protestando por la emisión del programa "Esta noche, sexo".

emisora el esquema clásico de la revista insignia del Grupo Zeta".

Obstinación, malestar y nerviosismo en Antena 3 TV

Por esta razón, no es de extrañar que a la dirección de Antena 3 TV le importe cada vez menos una parte muy importante de su audiencia, permitiéndose el lujo de mantener un programa, como el de Isabel Gemio, que ha perdido ya casi 2 millones de telespectadores.

El responsable de S.O.S. Familia, Carlos Moya, levantaba en la carta que envió el 18 de enero a Ricardo Visado, en aquella fecha director adjunto de Antena 3 TV, algunos interrogantes a ese respecto (ver en la página 5).

¿Qué pautas marca la dirección de Antena 3 TV para contratar ese programa, a todas luces degradante, cuyo objetivo sólo es escandalizar, corromper y evilecer a los

telespectadores? ¿Qué imagen quiere transmitir Antena 3 TV al público, con tratando este tipo de programas?

Evidentemente, esas preguntas no obtuvieron respuesta por parte de la dirección de la cadena, pero los hechos confirmaron nuestros recelos.

Si realmente lo que Antena 3 TV quiere es que millares de telespectadores renuncien a conectar con su cadena, creemos que lo está consiguiendo.

Miles de adherentes y simpatizantes se suman a la iniciativa de boicot

Desde el primer momento, recibimos muestras de total apoyo y felicitaciones de nuestros adherentes por la campaña de boicot a Antena 3 TV. En poco tiempo, empezaron a llegar las primeras cartas de protesta dirigidas a Antonio Asensio, pidiendo que retira-

se el infame programa de la pantalla. En un mes escaso, recibimos 5.000 cartas por correo.

Una comisión de S.O.S. Familia entregó a la dirección de Antena 3 TV esta primera remesa de 5.000 cartas, en cuadernillos debidamente numerados, el día 21 de marzo pasado.

Como era de esperar, la reacción de Antena 3 TV no fue sólo de silencio, sino que a través de los periódicos, el director de comunicación de la cadena, Martí Perarnau, declaró que archivaría esta documentación "*sin tenerla en cuenta en ningún momento*", pues, "*realmente le prestamos más importancia a los cuatro millones de españoles que cada semana le son fieles al programa que a los 5.000 que lo confunden con la pornografía*". (El País, 25-3-95)

Sin embargo, Martí Perarnau en su deseo de ser fiel a sus —según él— 4 millones de audiencia se olvidó de dar un dato importante.

¡NO A LA TELEBASURA!

Antena 3 TV se coloca en el puesto nº 1 de cadenas que más programas basura emite. ¡Compruébelo! Los hechos hablan por sí solos.

- **Curvas Peligrosas** — En julio de 1994 la serie obscena "Curvas Peligrosas", emitida a plena luz del día (17,30 hs) es suspendida después de una amplia campaña iniciada por S.O.S. Familia.
- **El Sexólogo** — El pasado mes de diciembre Antena 3 TV compra por 403 millones de pesetas la serie basura "El Sexólogo" que fue retirada de la programación de TVE-1 ante la avalancha de protestas. (ABC, 22-12-94)
- **Telecine** — "De todos los programas que se emiten en la franja de protección delimitada por la Directiva Europea, el que más y mejor incumple su contenido es el ciclo 'Telecine' que Antena 3 TV ofrece de lunes a viernes a partir de las 15,30 horas (...) cuyas características son: escasa calidad, fuertes dosis de agresividad, un toque erótico y un argumento para adultos". (ABC, 25-1-95)
- **Canguros** — La serie, emitida a las 21:30 horas, es denunciada ante la Fiscalía General del Estado por haber utilizado niños haciendo el papel de alcohólicos y a niñas haciendo el papel de prostitutas. (El País, 31-1-95)
- **Esta noche, sexo** — En enero empieza este programa basura de Isabel Gemio, en horario de máxima audiencia. Entre sus colaboradores fijos hay una prostituta, que da su opinión como "experta práctica". (Tiempo, 31-10-94)
- **Contragolpe** — "Serie emitida a las 17:30 hs, sobre las actividades de un grupo de agentes especiales que resuelve a sangre y fuego graves casos de delincuencia internacional y que propone a los espectadores de menor edad un tentador menú de violencia indiscriminada". (ABC, 25-1-95)
- **Cita con la vida** — "La pasada temporada este espacio semanal fue el principal escaparte erótico de la emisora privada. Cada siete días Nieves Herrero ofrecía un amplio surtido de historias, ilustradas con imágenes, sobre diferentes aspectos de las relaciones sexuales menos convencionales y sin ningún objetivo didáctico o puramente informativo: prostitución, triángulos amorosos, sadismo, exhibicionismo, ninfomanía ..." (ABC, 3-2-95)

Dos millones de telespectadores dejan de ver el programa de Isabel Gemio

Siempre hemos sido de la opinión de que los índices de audiencia no pueden equiparse con los índices de aceptación de un determinado programa, pues, lamentablemente, en nuestro país no existe prácticamente una variedad televisiva, ya que la mayoría de los programas son una copia del otro. Por eso, muchas veces los telespectadores no tienen posibilidad de acudir a otro canal y son víctimas de la mala programación. El resultado es que ya hay un número importante de telespectadores que han renunciado a ver la televisión, a la espera de que la calidad de los programas mejore.

Una vez que, por lo tanto, el esfuerzo de nuestros campañas está encaminando a mejorar la calidad de los contenidos televisivos y a que se respeten unos principios que protejan a la juventud y a la infancia, sería justo y razonable que los índices de audiencia se completasen con los índices de calidad de los respectivos programas.

En ese sentido, nos parece muy significativo el hecho de que el programa de Isabel Gemio, semana tras semana, esté perdiendo audiencia, habiendo perdido ya aproximadamente dos millones de telespectadores. El público ha sabido reaccionar castigando así el deplorable programa "Esta noche, sexo", cuyo contenido, obsceno y degradante, es la expresión característica del programa-basura.

Antena 3 TV reacciona con insultos y descalificaciones

Después de la respuesta calurosa de parte de los adherentes y simpatizantes de S.O.S. Familia, sumándose inmediatamente a la campaña de boicot contra dicha cadena, los responsables de Antena 3 TV y, en particular, el director de Comunicación, Martí Perarnau se sintió molesto y comenzó a hacer declaraciones a la prensa con insultos y descalificaciones.

Según Martí Perarnau, "campañas orquestadas por asociaciones como S.O.S. Familia y la Asociación de Telespectadores y Radioyentes, que califican 'Esta noche, sexo', de pornográfico, responde a una ideología ultraconservadora y proveniente de la caverna". (El País, 17-3-95)

Parece que los nervios le han traicionado al Sr. Perarnau y no ha caído en la cuenta de que con esas declaraciones, tan carentes de argumentos y razones, está insultando y descalificando a millones de telespectadores, que desde el primer momento decidieron no ver el programa de Isabel Gemio, además de los dos millones que excepcionalmente lo vieron en alguna ocasión, pero que no sintiéndose lo suficientemente "avanzados" renunciaron a ver un programa tan "progresista", en el que se muestra con complacencia y con aires de "normalidad" toda clase de aberraciones sexuales.

Efectivamente, Isabel Gemio sabía lo que decía cuando declaró a una conocida revista de programación que "particularmente, voy a llegar tan lejos como me dejen llegar, sin falsos pudores" (Tele-Indiscreta, 27-1-95).

Quizá, consciente de la reacción que el programa iba a provocar, dijo anticipadamente que "creo que hay que plantar cara en estos tiempos conservadores. No podemos retroceder lo que hemos ganado. En este terreno comparto las tesis de Almodóvar cuando dice que hay que dar caña, decir cosas y atrevernos a ser valientes" (Tiempo, 31-10-95).

Seguramente, por esa misma razón, afirma con el mayor desparpajo que "la sociedad española es poco erótica, y que en el programa hay mucho que hablar: erotismo, fetichismo, fantasías eróticas, cómo se produce la iniciación sexual" (Tiempo, 31-10-94).

Es curioso que precisamente los que quieren negar el derecho de promover campañas como la de S.O.S. Familia, para encauzar las protestas de miles de telespectadores contra ese tipo de programas



La nueva "moral" de las sexopredicadoras

Publicamos a continuación algunas declaraciones de Isabel Gemio, a respecto de su programa, "Esta noche, sexo", recogidas en periódicos y revistas.

• Tiempo, 31-10-94

"Yo creo que hay que plantar cara en estos tiempos conservadores. No podemos retroceder lo que hemos ganado".

"Hay que dar caña, decir cosas y atrevernos a ser valientes".

"La sociedad española es poca erótica. (...) Yo creo que se hace el amor poco y mal".

• Tele-Indiscreta, 21-27-1-95

Para Isabel Gemio ha llegado el momento de "que nos quitemos la careta y demos entrada en el plató a todo tipo de gente: heterosexuales, homosexuales, travestidos y demás. Particularmente voy a llegar tan lejos como me dejen llegar, sin falsos pudores".

• Lecturas, 3-2-95

"No tengo miedo al escándalo porque en mi mente no existe el escándalo".

"Yo creo que hay gente muy reprimida y eso les tiene que hacer muy infelices".

"La ignorancia es castradora y a veces hace cometer actos mucho más peligrosos que todo lo que pueda pasar en un programa de este tipo".

"Nos gustaría desdramatizar el tema de la sexualidad, que no hubiera tanto pudor, tanta vergüenza de hablar en voz alta sobre estos temas y eso es algo que estamos consiguiendo".

• Dunia, febrero, 95

"En el programa quiero sugerir que también es importante el sexo lúdico, romper la rutina"(...) "La masturbación está muy bien y cada uno se lo monta como puede".

"No creo ni en la reencarnación ni en la Iglesia, y menos en un Papa que dice cosas tan graves."

• Tele-Indiscreta

Según Isabel Gemio, el programa no va a cambiar ni un ápice. Continuará dando la oportunidad de hablar a "todo el que quiera contar cosas, por muy fuerte que sea su experiencia sexual. Soy batalladora y sé lo que quiero. Me considero tolerante y sin prejuicios".

• El Mundo, 18-1-95

"Las generaciones de nuestras madres y abuelas han sido 'castradas' por su educación".

• La Cartelera, de Valencia, 20-26-1-95

"Yo no tengo prejuicios ni pudor en mi programa. El sexo sigue siendo un gran tabú, y tenemos que quitarnos esos miedos".

"Padecen más represión las mujeres que tienen más educación".

basura, se erijan ahora en los sexopredicadores, entrando en los hogares sin el consentimiento de nadie para romper los tabús que, según la propia Isabel Gemio afirma, los españoles todavía tenemos sobre los temas del sexo.

¿Desde cuándo una televisión, pública o privada, puede otorgarse el mandato de decirnos a los telespectadores lo que tenemos que pensar o dejar de pensar sobre determinados temas? ¿Con qué derecho entran en la intimidad de nuestros hogares

ensuciando todo con mercancía del más bajo burdel?

Quizá algún espíritu aventajado argumentará con el estribillo de siempre, qué "a quien no le guste basta con cambiar de canal o apagar la televisión".

Pero, ¿es posible que todavía esos espíritus tan "abiertos" y "tolerantes" no se hayan dado cuenta de que esa minoría de sexopredicadores están queriendo imponernos su nueva "moral", ridiculizando valores como la virginidad, el pudor, la honestidad, la fidelidad conyugal, etc?

¿No se han enterado todavía los pro-

motores de la inmoralidad de que la televisión se ha convertido hoy en día en el enemigo público número un y que está presente no sólo en los hogares, sino que encuentra un lugar de destaque en cualquier local público, desde bares, hasta salas de espera de los hospitales, autobuses, etc?

¿O acaso ignoran los promotores de la modernidad que los tiempos de hoy exigen muchas veces que la madre de familia tenga ocupaciones fuera de su hogar y no pueda controlar todo el día a sus hijos para que no vean determinados programas en casa?

¿Quién está queriendo imponer a quién su moral y su ideología?

Sería bueno que los responsables de la programación y directores de las respectivas cadenas se hiciesen estas preguntas cuando salen al público con descalificaciones tan absurdas y vacías de contenido argumental, como las del Sr. Martí Perarnau y otros.

Es curioso que, hoy en día, que tanto se habla de libertad religiosa se está dando la gran paradoja de que en aras de un supuesto derecho de unas minorías marginales se está cometiendo la tremenda injusticia de que aquellos que constituimos mayoría en España (los católicos) veamos cercenados nuestros derechos de que se proteja a la juventud y la sociedad en general de la nociva influencia de la telebasura, vulnerándose así unos principios y unos valores morales, queridos por la casi totalidad de los españoles.

Pero resulta todavía más sorprendente y paradójica, por no decir cínica y vergonzosa, la actitud de la dirección de Antena 3 TV, que cuando tuvo que comparecer ante la comisión del Senado para estudiar los contenidos televisivos, manifestó, quizá para curarse en salud, su intención de crear la figura del Defensor del Telespectador, para encauzar las protestas y las quejas.

Por lo menos, de eso el Sr. Visado ya no tendrá que responder, pues como saben los lectores, ha dejado recientemente el cargo que ocupaba en la dirección de Antena 3 TV para dedicarse a cuestiones profesionales.

Mientras tanto, parece que todavía no han encontrado la persona idónea para cubrir la figura del Defensor del Telespectador, pero lo que no cabe duda es que, con la programación que han puesto en parrilla desde esa fecha, están consiguiendo multiplicar el número de quejas. Por algo se comienza. Esperemos que aún les dé tiempo de reconsiderar su actitud.

¿Cómo defenderse de algunos eslóganes-trampa?

Facilitamos a continuación varios argumentos contra uno de los eslóganes-trampa que más circula en determinados ambientes, y que tiene como finalidad paralizar o disminuir la reacción contra la violencia y la inmoralidad en la TV, restringiéndola al ámbito puramente individual.

Objección: Si no le gusta un programa, apague el televisor o cambie de canal.

Hoy en día, la televisión está presente en todos los ambientes, públicos y privados. Los programas, en la mayoría de las cadenas, tienen un fuerte contenido violento o inmoral. La televisión se ha convertido así en el instrumento más poderoso de descristianización de nuestra sociedad, penetrando no sólo en nuestros hogares, sino en todos los ambientes.

La obligación de toda persona, máxime los católicos, es combatir el mal y contribuir para el bien común. Los padres tienen, por lo tanto, la obligación de velar para que la televisión no dañe la formación moral de sus hijos o introduzca elementos que puedan perjudicar las relaciones familiares. Pero la reacción, no puede limitarse al ámbito puramente individual o familiar, pues los programas televisivos, muchas veces ejercen una influencia nociva en toda la sociedad. Esa obligación de velar por la formación de nuestros hijos tiene que ser secundada también por las autoridades y por los responsables de la programación.

En ese sentido, sería, incluso, egoísta por nuestra parte, y a la larga sería insuficiente, preocuparnos exclusivamente de nuestros hijos o de nuestro hogar. Hoy en día, la televisión, tal como está concebida, es como un cáncer que va destruyendo toda la sociedad. Si no luchamos contra es cáncer, con el tiempo se irá extendiendo hasta llegar incluso a amenazar con afectar a algún miembro de nuestras familias, como ya actualmente está pasando con la droga y con otros males de nuestra sociedad.

Así, pues, si queremos ganar la batalla contra la violencia y la inmoralidad en la TV, tenemos que aunar esfuerzos y asociarnos a alguna iniciativa, para que entre todos consigamos presionar a las autoridades y a los responsables de la programación.

Es muy importante, por lo tanto, que seamos conscientes de que nuestros derechos están siendo vulnerados y de que en nombre de la libertad de expresión se están atacando valores tan fundamentales como la familia, la educación de nuestros hijos, la religión, etc.

Por otro lado, el argumento que a veces se esgrime de que a quien no le guste un programa que cambie de canal es totalmente inaceptable. Los telespectadores no tenemos por qué renunciar a priori, siempre y cuando el canal no sea de pago, a poder ver la programación de un determinado canal. Así como una persona cuando compra algún producto lo hace con la intención de sacarle el máximo provecho, también el telespectador que compra un televisor lo hace con la esperanza de poder usar todos los canales. De lo contrario, nuestro derecho de "consumir" el producto estaría siendo seriamente perjudicado.

Los números de la campaña

- ✓ **138.755** hogares reciben nuestra propaganda
- ✓ **362.902** tarjetas distribuidas
- ✓ **10.000** adhesiones recibidas
- ✓ **2.371** nuevos asociados
- ✓ **90** repercusiones de prensa
- ✓ **9** empresas nos envían cartas: Procter & Gamble, Nestlé, Bobadilla, Peugeot, Nutrexpa, Camp, Lee Cooper, El Corte Inglés y Polygran.
- ✓ **10** empresas más se suman a la campaña: Pascual, Banesto, Coca-Cola, Playtex, Alcampo, Ford, Multiópticas, Johnson, Argentaria y Kellogg's.

El silencio de Antena 3

Desde el primer momento que S.O.S. Familia tuvo conocimiento del obsceno y degradante programa de Isabel Gemio, "Esta noche, sexo", se envió una carta al director-adjunto de Antena 3 TV, Ricardo Visedo, para pedirle que retirase el programa. No habiendo recibido ninguna contestación por parte suya, promovimos una campaña de boicot contra esta cadena.

Después de dos meses de campaña, la dirección de Antena 3 TV se empeñó en su actitud de mantener

dicho programa, confirmándose así nuestros recelos de que a la dirección de dicha cadena le importa cada vez menos una parte importante de su audiencia y la mala imagen que está dando. Así se lo hicimos ver al presidente de la misma, Antonio Asensio, por medio de la carta que el responsable de S.O.S. Familia, Carlos Moya, le dirigió, con fecha de 22 de marzo, cuando le entregó las 5.000 primeras cartas de nuestros adherentes.

A continuación, publicamos ambas cartas para conocimiento de nuestros lectores.

Carta a Ricardo Visedo, director adjunto de Antena 3 TV

Madrid, 18 de enero de 1995

Sr. Director:

Le escribo como responsable de la campaña S.O.S. Familia, que desde hace más de tres años está realizando una labor, a nivel nacional, en defensa de la familia y la juventud y, muy especialmente, en contra de la violencia y la inmoralidad en la TV.

En nombre de nuestros asociados, quiero presentarles mi más enérgica protesta por el inmoral, obsceno y degradante programa titulado "Esta noche, sexo", emitido a las 22,30 hs. en la cadena de TV que Vd. dirige.

En la misma noche que comenzó ese indeseable programa recibimos numerosas llamadas de nuestros adherentes, manifestando su intención de hacer llegar su queja a la dirección de Antena 3 TV y su propósito de no conectar con esa cadena, hasta que sea cancelado el referido programa.

El espectáculo que ofreció la presentadora Isabel Gemio parecía mercancía del más bajo burdel: sexo y erotismo presentado de la forma más desvergonzada.

Me parece totalmente inadmisibles que Antena 3 TV use de sus potentes recursos de comunicación para introducir en los hogares de los españoles, y máxime en un horario que todavía muchísimos niños están delante de la TV, escenas propias de un prostíbulo. Quizá por ello el programa contará con la presencia habitual de una prostituta, que, según la prensa, abordará la materia desde su punto de vista.

¿Qué pautas marca la dirección de Antena 3 TV para contratar ese programa, a todas luces degradante, cuyo objetivo parece que sólo es escandalizar, corromper y envilecer a los telespectadores?

¿Qué imagen quiere transmitir Antena 3 TV al público, contratando ese tipo de programas?

Si Vds. quieren que una parte muy importante de su audiencia renuncie a ver la programación de Antena 3 TV, creo que lo están consiguiendo.

Por mi parte, como responsable de S.O.S. Familia, que ya en el verano pasado hizo una campaña contra la serie "Curvas Peligrosas", emitida también por esa cadena, por considerarla obscena y provocativa, en el caso de que el programa no sea retirado de la parilla, movilizaré a los miles de asociados que tenemos en todo el territorio nacional a una campaña de boicot a Antena 3 TV. Al mismo tiempo, pienso también dirigirme a todas las empresas que anuncian sus productos durante la emisión de dicho programa, para que retiren sus anuncios.

Esperando que Vd. sea sensible a este pedido y suspenda inmediatamente la emisión del programa "Esta noche, sexo", que sin duda es el deseo, no sólo de los miles de asociados de S.O.S. Familia, sino también de una parte muy importante de la audiencia de esa cadena, le saluda, atentamente

Carlos Moya

Carta a Antonio Asensio, Presidente de Antena 3 TV

Madrid, 22 de marzo de 1995

Muy Señor mío:

Como seguramente será de su conocimiento, S.O.S. Familia, se dirigió, el pasado día 18 de enero, al director adjunto de Antena 3 TV, Ricardo Visedo, protestando por el programa "Esta noche, sexo", de Isabel Gemio, emitido los martes, a las 22,30 horas, por considerarlo inmoral, degradante y obsceno.

Al mismo tiempo, anunciábamos nuestra intención de emprender una campaña de boicot a Antena 3 TV, aconsejando a los miles de adherentes y simpatizantes de S.O.S. Familia que no conectasen con dicha cadena, en el caso de que el programa no fuese retirado.

Le hacemos llegar hoy, a través del registro de esa casa, las primeras 5.000 cartas de personas que se han sumado a nuestra campaña de protesta por la emisión del referido programa.

Paralelamente, nos hemos ido dirigiendo a todas las empresas que se han anunciado en el programa de Isabel Gemio, notificándoles que nuestros asociados no comprarán sus productos hasta que retiren los anuncios de ese espacio televisivo.

Hasta la fecha, hemos recibido cartas de siete empresas importantes, notificándonos que han dado orden a la dirección de esa cadena, para que no anuncien sus productos en el programa "Esta noche, sexo". Otras empresas, a su vez, se han dirigido a nuestros adherentes, pidiéndoles disculpas y mostrando su voluntad de que los productos que comercializan no figuren en ese programa, para no perjudicar la buena imagen de la marca anunciada.

En una nueva fase de nuestra campaña, nos hemos dirigido a 100.000 hogares más, para que se sumen a nuestra iniciativa de boicot a Antena 3 TV, a propósito del referido programa.

Esperando que reconsidere la actitud que esta cadena está tomando, despreciando las justas aspiraciones de una parte muy importante de su audiencia, le saluda, atentamente

Carlos Moya

Procter & Gamble

Procter & Gamble, S.A.
Avda. del Partenón, 16-18
Campo de las Naciones
28042 Madrid

Madrid, 9 de febrero de 1995
Estimado Sr. Moya:

Tal como le comenté ayer por teléfono, nuestra compañía no quiere ofender a ninguna persona, por lo que evita incluir sus anuncios en programas que puedan ofender por su contenido a los telespectadores.

Dentro de los miles de spots que emitimos puede incluirse accidentalmente, debido a la contratación por franjas horarias y no por programas específicos, alguno en un programa poco apropiado, pero inmediatamente se reacciona informando a la cadena para que lo evite, como hemos hecho en el caso de la publicidad de Fairy.

Le agradeceré que informe a sus asociados de dicha situación.

Un cordial saludo,
Pilar Saura
Relaciones Externas

El Corte Inglés

El Corte Inglés
Hermosilla, 112
28009 MADRID

Madrid, 4.4.95
Estimados Sres:

Sirvan estas líneas como confirmación a las conversaciones que hemos mantenido, referente al rechazo por parte de nuestra compañía a los programas de televisión de alto contenido sexual o violentos.

Como ya le hemos anticipado, en el programa "Esta noche, sexo", que se emite en la actualidad a través de la Cadena Antena 3 TV, hemos indicado a nuestra agencia nuestro deseo de no estar presentes con nuestra publicidad en el mencionado espacio.

Sin otro particular, aprovechamos la ocasión para enviarles un cordial saludo,
Fernando Antolín
Jefe de Medios

Los anunciantes se suman

A continuación, reproducimos las cartas que hemos recibido de las empresas, notificándonos su decisión de no anunciarse en el programa de Isabel Gemio, "Esta noche, sexo", así como en general en todos los programas que tengan un contenido violento e inmoral y que puedan perjudicar la imagen de la marca.



Nestlé España, S.A.
Avda. Países Catalanes, 25-51
08950 Espugles de Llobregat

21 de febrero de 1995
Estimado Sr. Moya:

Hacemos referencia a su carta del 16 de febrero, la cual ha merecido nuestra mejor atención.

Respetamos las opiniones que nos traslada así como la labor que viene realizando esa Asociación, pero hemos de manifestarle que, como muy bien puede suponer la contratación de nuestra publicidad en televisión no se realiza en función del contenido de los programas sino de las audiencias que los mismo generan, lo cual aconseja estar en su entorno, siguiendo criterios de eficacia y de rentabilidad económica.

Lamentamos que esta forma de actuación, que consideramos totalmente lícita, pueda ser interpretada en ocasiones como un apoyo tácito a cierto tipo de programas, lo cual se aparta totalmente de nuestra intención.

Por tal motivo, podemos manifestarle que se han tomado las medidas oportunas para evitar que se repitan situaciones como la que nos ha comentado.

En la confianza de haber dado satisfacción a los miembros de S.O.S. Familia, aprovechamos esta circunstancia para manifestarle nuestra mayor consideración. Atentamente.

Ana María Pascual
Comunicación al Consumidor

PolyGram

PolyGram Ibérica, S.A.
Suero de Quiñones, 38
28002 Madrid

Madrid, 17 de febrero de 1995
Muy Señor nuestro:

Acusamos recibo de su carta del 16 de febrero de 1995.

Le comunicamos que hemos solicitado a Antena 3 TV que excluyan publicidad de nuestra compañía de la franja horaria y día de la semana del programa que Vd. menciona en su carta.

Atentamente,
Ele Juárez



Lee Cooper España S.A.
La Granja, 35
Pol. Ind. Alcobendas
28100 Alcobendas (Madrid)

Madrid, 28 de marzo de 1995
Estimados señores:

Tan pronto hemos tenido conocimiento, a través de su carta del día 23, sobre la aparición de nuestra publicidad en la banda horaria correspondiente al programa "Esta noche, sexo", hemos dado instrucciones a nuestra Agencia de Publicidad y, a través de ellos a nuestra central de compra de medios, de retirar cualquier anuncio de pueda coincidir con ese u otros programas.

Como Vds. bien saben en la contratación de Campañas publicitarias tanto nosotros, anunciantes, como las agencias, buscamos la mejor utilización de nuestros recursos en base a nuestro target-objetivo y niveles de audiencia horaria sin entrar en detalles específicos sobre la programación. Este y no otro ha sido el motivo de la aparición de nuestro anuncio en dicho programa.

Queremos, por tanto, disculparnos por nuestra involuntaria participación en el programa, al tiempo que alentarle para que, con su información y campañas, continúen contribuyendo en la defensa de la juventud, la familia y la sociedad española.

Les saludamos muy cordialmente

Francisco Álvarez Goyos
Director General

Crece la presión sobre la TV

Empresas importantes revisan las pautas publicitarias

Uno de los síntomas más elocuentes del enorme impacto de la campaña promovida por S.O.S. Familia de boicot a la telebasura, respaldada calurosamente por los miles de adherentes que tenemos en todo el territorio nacional, ha sido el eco obtenido en las empresas que se anunciaron en el programa de Isabel Gemio, "Esta noche, sexo" y otras que no se anunciaron, pero quisieron sumarse a la rebelión contra la telebasura, como es el caso de Ford España.

En el momento en que tomábamos conocimiento de que alguna empresa anunciaba sus productos en el referido programa, S.O.S. Familia se dirigía por carta a la dirección de la misma, pidiéndole que retirasen su "spot" publicitario, para no dar la impresión al público que estaban contribuyendo con su publicidad al sostenimiento del programa y causar así un daño a la imagen de la marca ofrecida.

Al mismo tiempo, nuestros adherentes pedían a las empresas anunciantes, por medio de una tarjeta, que retirasen sus "spots" publicitarios del programa y adelantaban su intención de no comprar las marcas anunciadas, en el caso de no hacerlo.

El Corte Inglés, Procter and Gamble, Bobadilla y Nutrexpa, los primeros en reaccionar

La reacción no se hizo esperar. Varias empresas importantes nos llamaron inmediatamente. Procter & Gamble, por ejemplo, que comercializa productos muy conocidos de consumo para el hogar y que está considerada la número 1 en varios países en volumen de gastos en publicidad, nos llamó nada más comenzar a recibir las primeras tarjetas de nuestros adherentes, para informarse de la envergadura de nuestra campaña y disculparse. Según el texto de la carta que nos enviaron, la referida empresa dice que *"dentro de los miles de spots que emitimos pueden incluirse accidentalmente, debido a la contratación por franjas horarias y no por programas específicos, algunos en un programa poco apropiado, pero inmediatamente se reacciona informando a la cadena para que lo evite, como hemos hecho en el caso de la publicidad de Fairy"*.

La empresa Bobadilla, con fecha 9 de febrero, nos enviaba también una carta comunicándonos que *"hemos podido comprobar con desagrado como nuestro*

anuncio aparecía en una de las emisiones del programa de Isabel Gemio, 'Esta noche, sexo' ".

En la misma carta nos aseguraban que *"a partir de ahora, intentaremos controlar al máximo las emisiones de nuestros anuncios para evitar que éstos aparezcan en programas con fuerte contenido en sexo o violencia"*. La misiva terminaba pidiéndonos que *"hiciéramos llegar el contenido de esta carta a todas las personas miembros de sus asociaciones que igualmente se han tomado la molestia de avisarnos de lo ocurrido"*.

Destacamos y agradecemos la rápida respuesta de El Corte Inglés. Bastó que unas cuantas personas llamaran avisándonos de que se había incluido un spot publicitario de su firma en el programa de Isabel Gemio, para que inmediatamente dieran órdenes tajantes a la dirección de Antena 3 TV, para que lo retiraran.

Otras empresas, como Nutrexpa, Nestlé, Camp, Peugeot, Lee Cooper, PolyGram (si bien que esta última siguió anunciándose) nos enviaron cartas notificándonos que habían excluido la publicidad de sus productos del referido programa.

En el momento en que verificábamos que las empresas retiraban su propaganda del infame programa y nos lo comunicaban oficialmente, S.O.S. Familia publicaba una nueva relación de anunciantes para que las personas ya no se dirigiesen a esas empresas.

Los anunciantes se retiran del programa

Poco a poco, el programa de Isabel Gemio se fue vaciando de anunciantes importantes teniendo que acudir reiteradamente a la repetición de algunos anuncios y a rellenar el espacio publicitario con marcas comercializadas por empresas del Grupo Z, como la revista Tiempo, Man, Adelgazar, o entidades con accionariado en Antena 3.

Eso no fue óbice para que el Sr. Perarnau declarase a la prensa *"que la cadena no tiene problemas para cubrir los bloques publicitarios que se emiten durante el programa de Isabel Gemio"* (El País, 12-3-95). Lo que evidentemente no ha dicho Perarnau es con qué artimañas y

Las omisiones y medias verdades de Martí Perarnau

• El Mundo, 3-3-95

Pese a toda la evidencia de los hechos, el director de Comunicación de Antena 3, Martí Perarnau, afirma *"no tener constancia alguna de anunciantes que hayan retirado expresamente su publicidad de este espacio"* (Esta noche, sexo).

"Algunas asociaciones pretender decidir sobre los programas y están ejerciendo casi el papel de censor. Están cobrando un protagonismo inaudito. La audiencia siempre tiene razón. No vamos a retirar este programa ni vamos a retrasar su horario".

• El País, 12-3-95

"La cadena no tiene problemas para cubrir los bloques publicitarios que se emiten durante el programa de Isabel Gemio".

• El País, 17-3-95.

"Campañas orquestadas por asociaciones como S.O.S. Familia y la Asociación de Telespectadores y Radioyentes, que califican 'Esta noche, sexo', de pornográfico, responde a una ideología ultraconservadora, proveniente de la caverna".

• El País, 25-3-95

"Antena 3 TV archivará esta documentación sin tenerla en cuenta en ningún momento" (sobre las 5.000 cartas de protesta).

cobertura están logrando mantener los espacios publicitarios.

En esa misma línea de retahíla de medias verdades y, en algunas casos, restricciones vergonzosas, el director de Comunicación de Antena 3, declaró *"no tener constancia alguna de anunciantes que hayan retirado expresamente su publicidad de este espacio"*. (El Mundo, 3-3-95)

Kellogg's se suma al boicot de los anunciantes a la telebasura

Así titulaba ABC, en su edición del día 5-4-95, la noticia de otra empresa que se había sumado a la iniciativa que han emprendido varias empresas que han prohibido a las cadenas de televisión insertar sus anuncios en programas con contenidos violentos o de sexo.

La misma noticia señalaba que *"con ésta son ya casi veinte las empresas que se han sumado al boicot a la telebasura"*.

Al mismo tiempo, la noticia recordaba que *"la reacción de estas empresas se inscribe dentro de la campaña organizada por S.O.S. Familia, con la que la organización pretende erradicar la telebasura de las distintas cadenas de televisión de nuestro país"* y que según el director de esta campaña, Carlos Moya, *"nuestra iniciativa con las empresas anunciantes de TV está teniendo un éxito rotundo, más aún que la llevada a cabo el pasado verano con la serie 'Curvas Peligrosas'"*.

Los anunciantes se niegan a pagar los "spots" emitidos en espacios de sexo y violencia

Pero lo que realmente ha debido dejar nerviosos y preocupados a los responsables de la programación de Antena 3 TV fue la noticia que dio el ABC, con fecha 1-4-95 de que la empresa Johnson no abonará el importe de un anuncio emitido en *"Esta noche, sexo"*.

Según la noticia, *"después de que S.O.S. Familia enviara las primeras cinco mil cartas a Antena 3 en contra del programa 'Esta noche, sexo', los anunciantes comienzan a tomar medidas complementarias al aviso de no incluir sus anuncios en los programas que vulneran los derechos de los espectadores, para evitar que la audiencia llegue a dejar de consumir sus productos"*.

En respuesta a una de las cartas de protesta enviadas después de la aparición del anuncio de uno de sus productos durante el programa de Isabel Gemio, un comunicado hecho público por la empresa dice que *"Johnson Wax Española tiene prohibido, y así lo ha hecho constar de forma repetida a la agencia que contrata en nuestro nombre los espacios publi-*

tarios, el anunciarse en programas denominados 'de adultos' o en la programación de películas o programas de reputación dudosa o polémica."

"El producto anunciado —continúa el texto de la carta— no ha contratado con Antena 3 el 'spot' en el anteriormente citado programa, sino que se ha insertado sin el preceptivo permiso por nuestra parte".

Termina la carta diciendo que *"nuestra agencia, Media Planning, S.A. ha manifestado nuestro descontento ante la cadena Antena 3, a fin de que no vuelva a producirse otra situación similar que pueda causar el desagrado de nuestros consumidores habituales. Por supuesto que no hemos abonado a la cadena el importe de dicho pase, pero no es el dinero lo más importante, sino el descrédito que ante nuestros usuarios nos puede ocasionar."*

S.O.S. Familia agradece a todas las empresas que han sabido reaccionar a tiempo

Confiamos en que la benéfica reacción de estas empresas hagan recapacitar a los directivos de Antena 3, haciéndoles ver que los productos más entrañablemente familiares y de consumo masivo no quieren perjudicar su imagen mezclándose con programas-basura como el de Isabel Gemio.

Sin duda, esto es una muestra de cómo, poco a poco, las empresas van tomando conciencia de que, al contratar publicidad, deben tomar en consideración no sólo los índices de audiencia y las franjas horarias, sino también el contenido de los programas.

S.O.S. Familia aprovecha estas páginas para agradecer, en nombre de los miles de adherentes y simpatizantes que tenemos en toda España, a todas y cada una de las empresas que han sabido reaccionar a tiempo, quitando sus "spots" publicitarios del programa de Isabel Gemio y renovar nuestra confianza en sus productos. De esta manera, entre todos, asociaciones, empresas, consumidores y telespectadores, esperamos conseguir que la televisión respete valores tan importantes como la familia, la educación de la juventud y unos principios morales, base fundamental de toda sociedad civilizada.

Estimulamos, pues, a todos nuestros adherentes a que escriban a las empresas que han retirado su publicidad del referido programa, para felicitarles por esta medida, así como para animarles a que sigan en esta misma línea a fin de que consigamos entre todos "limpiar" la TV.

Carta enviada a las empresas que se anunciaron en el programa de Isabel Gemio

Sr. Director:

Seguramente Vd. habrá podido notar que la orientación que la cadena Antena 3 TV está tomando desde hace ya algún tiempo es cada vez más claramente a favor de una programación con fuertes contenidos de sexo y violencia.

En este sentido, la emisión del programa de Isabel Gemio, *"Esta noche, sexo"*, emitido los martes, en un horario de máxima audiencia, ha sido la gota que ha desbordado el vaso.

En el momento en que S.O.S. Familia está realizando una labor en defensa de la juventud y de la familia y, especialmente, en contra la violencia y la inmoralidad en la TV. Hoy en día, contamos con miles de asociados y simpatizantes en los puntos mas diversos de nuestro territorio.

A primeros de febrero, escribimos a todos nuestros asociados pidiéndoles que se sumaran a la campaña de boicot a Antena 3 TV. Como suponemos que entre ellos hay muchos compradores de su periódico, quería ponerle al par de esta decisión que hemos sido obligados a adoptar, para que Vd. tome en consideración a la hora de contratar sus anuncios publicitarios.

Por otro lado, hemos tenido constancia que sus productos se anunciaron en uno de los programas de Isabel Gemio. Creo que esto, además de contribuir a perjudicar la imagen de su empresa y la propia marca del producto, favorece económicamente al sostenimiento del nocivo y degradante programa *"Esta noche, sexo"*.

Por esa razón, rogaríamos que su empresa no anunciase más sus productos en ese programa o se excusase por el hecho de haberlo pasado en alguna ocasión, de manera que nosotros podamos hacer llegar esta decisión a nuestros asociados, para que vuelvan a comprar sus productos.

Esperando que Vd. sea sensible a nuestro pedido, que estoy seguro es compartido por miles de potenciales clientes suyos, le saluda,

Atentamente

Carlos Moya

NOTICIAS BREVES

¿A quién pertenece Antena 3 TV?

En vista de la actitud de total desprecio que la dirección de Antena 3 TV está manteniendo con relación a las protestas de una parte muy importante de su audiencia, por el programa de Isabel Gemio, "Esta noche, sexo", quisimos saber si realmente esa cadena se guía por los intereses de los telespectadores o, por el contrario, su programación está hipotecada a otros intereses.

Nos pareció, pues, interesante que los lectores de nuestro boletín conociesen cuáles son los principales accionistas de Antena 3 TV.

Según noticias publicadas por la prensa, las empresas dirigidas por Antonio Asensio (Renvir y Grupo Zeta, esta última publica las revistas pornográficas "Interviú" y "Man", entre otras) controlan una parte muy importante de las acciones de Antena 3 TV.

El banco BANESTO, el productor de cine José Frade, y el norteamericano Arnon Milchan, son también accionistas importantes. (El Mundo, 30-11-94 y 10-2-95; El País, 4-2-95).

Más de 10.000 adherentes de S.O.S. Familia se han sumado ya a la campaña de boicot a Antena 3 TV

La campaña de boicot de S.O.S. Familia a Antena 3 TV, por el obsceno y degradante programa de Isabel Gemio, "Esta noche, sexo", sigue recibiendo por correo diariamente cientos de adhesiones. Hasta ahora ya son más de 10.000 personas las que se han dirigido a Antonio Asensio, para que retiren el programa.

El pasado 21 de marzo, una comisión de S.O.S. Familia entregó a Antena 3 TV las primeras 5.000 cartas protestando por la emisión del programa.

Nueva meta de la campaña de boicot a la telebasura: distribuir 1 millón de folletos

La campaña de boicot a la telebasura ha entrado en una nueva fase. Para que el mayor número de personas puedan sumarse a nuestra campaña, hemos impreso los primeros 100.000 folletos de protesta contra la telebasura, que pensamos distribuir en campañas de calle y en los buzones de las casas.

En la medida en que contemos con las colaboración de nuestros adherentes, imprimiremos más folletos, hasta completar el millón de ejemplares.

Las personas que quieran ayudarnos a difundir este nuevo folleto, entre sus amigos o familiares, o depositarlo en buzones de su vecindario, pueden pedirnos ejemplares, rellenando el cupón-respuesta o llamando al teléfono (91) 552 78 23.



S.O.S. Familia alerta a Banesto

Desde el comienzo de nuestra campaña en 1991, facilitamos a nuestros adherentes el número de una cuenta corriente, abierta en una sucursal del Banco Español de Crédito, para aquellos que quisiesen enviar sus contribuciones voluntarias por medio de un ingreso o de una transferencia.

Sin embargo, al tomar conocimiento ahora de que Banesto es uno de los accionistas de Antena 3 TV, cadena que actualmente está emitiendo unos de los programas más inmorales y perniciosos, y que más reiteradamente ha incumplido la nueva normativa europea y el horario de protección del menor, por deber de conciencia, no podemos continuar como clientes suyos, hasta que la referida cadena no cambie la orientación de sus programas o la dirección de Banesto tome medidas.

En ese sentido, el responsable de S.O.S. Familia, Carlos Moya, envió una carta al director de la sucursal de Banesto, donde tenemos nuestra cuenta corriente, en la que manifestaba que esta situación "nos pone un problema de conciencia muy serio: no podemos depositar el dinero que nuestros adherentes aportan a las campañas de S.O.S. Familia en una cuenta de una entidad financiera que tiene una parte importante de las acciones de Antena 3 TV. Como Vd. comprenderá, sería una incongruencia de nuestra parte y una falta de fidelidad hacia los miles de adherentes de S.O.S. Familia que han depositado en nosotros su confianza".

"Por esa razón" —continúa la carta— "y teniendo en cuenta que, según noticias aparecidas en la prensa, Banesto ha manifestado en alguna ocasión su intención de no anunciarse en ese tipo de programas, les rogaría que la dirección tomase las medidas oportunas a fin de que esa entidad no contribuya ni directa ni indirectamente al sostenimiento de una cadena que está apostando cada vez más por los contenidos violentos e inmorales".

La misiva terminaba diciendo que, "tan pronto como sea informado por parte de la dirección de Banesto de las medidas que ha adoptado, para sanar este problema, volveremos a tener una actividad normal con esa entidad bancaria. De lo contrario, tendría que verme obligado a cancelar definitivamente las cuentas que mantenemos con Vds".

Nota: aquellos adherentes o simpatizantes de S.O.S. Familia que tengan cuenta corriente en alguna sucursal del Banesto y quieran secundar esta iniciativa, pueden escribir una carta semejante al director de la entidad.

S.S. Juan Pablo II anima a los padres de familia a asociarse para combatir la telebasura

A continuación transcribimos una parte del Mensaje de Juan Pablo II, sobre la "Televisión y Familia", tema escogido por Su Santidad para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales del año pasado, en la que invita a los padres de familia a unirse y asociarse para protestar por la telebasura:

"Para garantizar que la industria televisiva salvaguarde los derechos de los familiares, los padres deberían expresar sus legítimas preocupaciones a los productores y a los responsables de los medios de comunicación social. A veces, será útil unirse a otros, formando asociaciones que representen sus intereses con relación a los medios de comunicación, a los anunciantes, a los 'sponsors' y a las autoridades públicas".

Nueva encíclica de Juan Pablo II

La "Evangelium vitae" recuerda que los católicos no pueden votar a los partidos que promueven el aborto y la eutanasia.

Dada la transcendental importancia y la gran actualidad que la nueva encíclica de Juan Pablo II, "Evangelium vitae" tiene, especialmente para el caso concreto de España, ante una posible ampliación de la ley del aborto, que agravaría aún más la situación, publicamos a continuación algunos de los apartados que nos han parecido más significativos.

Esperamos que ante este nuevo documento de Juan Pablo II, reiterando solemnemente la doctrina de la Iglesia a respecto del aborto, el actual gobierno renuncie definitivamente a ampliar su despenalización.

Por nuestra parte, aprovechamos esta ocasión para renovar nuestra incondicional sumisión a la doctrina y al Magisterio de la Santa Iglesia Católica, Apostólica y Romana y deseamos ardientemente que esta nueva encíclica de S.S. Juan Pablo II encuentre un amplio eco en los corazones de los católicos y de todos en general.

Introducción

2. Todo hombre abierto sinceramente a la verdad y al bien puede llegar a descubrir en la ley natural escrita en su corazón el valor sagrado de la vida humana desde su inicio hasta su término, y afirmar el derecho de cada ser humano a ver respetado totalmente este bien primario suyo. En el reconocimiento de este derecho se fundamenta la convivencia humana y la misma comunidad política.

5. Los Cardenales, con voto unánime, me pidieron ratificar, con la autoridad del Sucesor de Pedro, el valor de la vida humana y su carácter inviolable, con relación a las circunstancias actuales y a los atentados que hoy la amenazan.

Capítulo I Actuales amenazas a la vida humana

11. Nuestra atención quiere concentrarse, en particular, en otro género de atentados, relativos a la vida naciente y terminal, que presentan caracteres nuevos respecto al pasado y suscitan problemas de gravedad singular, por el hecho de que tienden a perder en la conciencia colectiva, el carácter de "delito" y a asumir paradójicamente el "derecho", hasta el punto de pretender con ello un verdadero y propio reconocimiento legal por parte del Estado y la sucesiva ejecución mediante la intervención gratuita de los mismos agentes sanitarios. (...)

13. Para facilitar la difusión del abor-

to, se han invertido y se siguen invirtiendo ingentes sumas destinadas a la obtención de productos farmacéuticos, que hacen posible la muerte del feto en el seno materno, sin necesidad de recurrir a la ayuda del médico. (...)

17. Estamos ante una objetiva "conjura contra la vida" que ve implicadas incluso a Instituciones internacionales, dedicadas a alentar y programar auténticas campañas de difusión de la anticoncepción, la esterilización y el aborto. (...)



Gianna Beretta Molla, heroica madre que ofreció su vida para salvar a su hija. Beatificada por Juan Pablo II, el 24 de abril de 1994, es el símbolo de la campaña contra el aborto, que S.O.S. Familia promovió a partir de septiembre del año pasado.

Capítulo II Mensaje cristiano sobre la vida

39. La vida del hombre proviene de Dios, es su don, su imagen e impronta, participación de su soplo vital. Por tanto, Dios es el único señor de esta vida: el hombre no puede disponer de ella. (...) La vida y la muerte del hombre están, pues, en las manos de Dios, en su poder. (...)

42. Defender y promover, respetar y amar la vida es una tarea que Dios confía a cada hombre. (...)

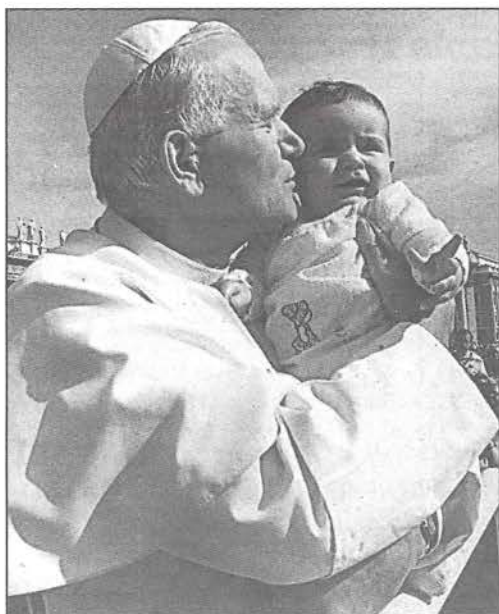
Capítulo III No matarás La ley Santa de Dios

53. Dios se proclama Señor absoluto de la vida del hombre, creado a su imagen y semejanza. Por tanto la vida humana tiene un carácter sagrado e inviolable, en el que se refleja la inviolabilidad misma del Creador. (...)

54. A lo largo del tiempo, la Tradición de la Iglesia siempre ha enseñado unánimemente el valor absoluto y permanente del mandamiento "no matarás".

55. No debe sorprendernos: matar a un ser humano, en el que está presente la imagen de Dios, es un pecado particularmente grave. (...)

57. En efecto, el absoluto carácter inviolable de la vida humana inocente es una verdad moral explícitamente enseñada en la Sagrada Escritura, mantenida constantemente en la Tradición de la



Iglesia y propuesta de forma unánime por su Magisterio. Esta unanimidad es fruto evidente de aquel "sentido sobrenatural de la fe" que, suscitado y sostenido por el Espíritu Santo, preserva de error al pueblo de Dios, cuando "muestra estar totalmente de acuerdo en cuestiones de fe y de moral".

Por tanto, con la autoridad conferida por Cristo a Pedro y a sus Sucesores, en comunión con los Obispos de la Iglesia católica, confirmo que la eliminación directa y voluntaria de un ser humano inocente es siempre gravemente inmoral. Esta doctrina es corroborada por la Sagrada Escritura, transmitida por la Tradición de la Iglesia y enseñada por el Magisterio ordinario y universal.

La decisión deliberada de privar a un ser humano inocente de su vida es siempre mala desde el punto de vista moral y nunca puede ser lícita ni como fin, ni como medio para un fin bueno.

En efecto, es una desobediencia grave a la ley moral, más aún, a Dios mismo, su autor y garante; y contradice las virtudes fundamentales de la justicia y de la caridad. "Nada ni nadie puede autorizar la muerte de un ser humano inocente, sea feto o embrión, niño o adulto, anciano, enfermo incurable o agonizante. Nadie además puede pedir ese gesto homicida para sí mismo o para otros confiados a su responsabilidad ni puede consentirlo explícita e implícitamente. Ninguna autori-

dad puede legítimamente imponerlo ni permitirlo".

58. Entre todos los delitos que el hombre puede cometer contra la vida, el aborto procurado presenta características que lo hacen particularmente grave e ignominioso. (...)

62. Ninguna circunstancia, ninguna finalidad, ninguna ley del mundo podrá jamás hacer lícito un acto que es intrínsecamente ilícito, por ser contrario a la Ley de Dios, escrita en el corazón de cada hombre, reconocible por la misma razón y proclamada por la Iglesia. (...)

71. En ningún ámbito de la vida la ley civil puede

sustituir a la conciencia ni dictar normas que excedan la propia competencia, que es la de asegurar el bien común de las personas, mediante el reconocimiento y la defensa de sus derechos fundamentales, la promoción de la paz y de la moralidad pública. (...)

72. Las leyes que autorizan y favorecen el aborto y la eutanasia se oponen radicalmente no sólo al bien del individuo, sino también al bien común y, por consiguiente, están privadas totalmente de auténtica validez jurídica. (...) Cuando una ley civil legitima el aborto o la eutanasia deja de ser, por ello mismo, una verdadera ley civil moralmente vinculante.

73. Así, pues, el aborto y la eutanasia son crímenes que ninguna ley humana puede pretender legitimar. Leyes de este tipo no sólo no crean ninguna obligación de conciencia, sino que, por el contrario, establecen una grave y precisa obligación de oponerse a ellas mediante la objeción de conciencia. (...)

En el caso de una ley intrínsecamente injusta como es la que admite el aborto o la eutanasia, nunca es lícito someterse a ella, ni participar en una campaña de opinión a favor de una ley semejante, ni darle el sufragio del propio voto.

74. Los cristianos, como todos los hombres de buena voluntad, están llamados, por un grave deber de conciencia, a no prestar su colaboración formal a aquellas prácticas que, aun permitidas por la legislación civil, se oponen a la Ley de Dios. En efecto, desde el punto de vista moral, nunca es lícito cooperar formalmente en el mal. (...)

El rechazo a participar en la ejecución de una injusticia no sólo es un deber moral, sino también un derecho fundamental. (...)

Capítulo IV Por una nueva cultura de la vida humana

86. A este heroísmo cotidiano pertenece el testimonio silencioso, pero a la vez fecundo y elocuente, de "todas las madres valientes, que se dedican sin reservas a su familia, que

sufren al dar a luz a sus hijos y luego están dispuestas a soportar cualquier esfuerzo a afrontar cualquier sacrificio para transmitirles lo mejor de sí mismas". Al desarrollar su misión "no siempre estas madres heroicas encuentran apoyo en su ambiente. Es más, los modelos de civilización, a menudo promovidos y propagados por los medios de comunicación, no favorecen la maternidad. En nombre del progreso y la modernidad, se presentan como superados ya los valores de la fidelidad, la castidad y el sacrificio, en lo que han distinguido y siguen distinguiéndose innumerables esposas y madres cristianas. (...)

101. No puede haber verdadera democracia, si no se reconoce la dignidad de cada persona y no se respetan sus derechos.

No puede haber siquiera verdadera paz, si no se defiende y promueve la paz.

**Nada ni nadie
puede autorizar
la muerte de un
ser humano
inocente, sea
feto o embrión,
niño o adulto,
anciano,
enfermo
incurable o
agonizante**

**Cuando una ley
civil legitima
el aborto o la
eutanasia
deja de ser,
por ello mismo,
una verdadera
ley civil
moralmente
vinculante**

La campaña **S.O.S. Familia** es una iniciativa de la Sociedad Española de Defensa de la Tradición, Familia y Propiedad (TFP-Covadonga), asociación civil sin fin de lucro, inscrita en el Reg. Nac. Asc. núm. 10.610, que edita este boletín informativo.

Pl. Reyes Magos, 2 - 1ª B - 28007 Madrid - Tef. (91) 552 7823

Responsable: Carlos Moya Ramírez

Imprenta: Henargraf, S.L. — Coslada (Madrid)

Depósito legal: M-30124-1991

Tirada: 30.000 ejemplares.