

S.O.S.



FAMILIA

BOLETIN

nº 5

Boletín Informativo S.O.S. Familia — Marzo 1993

En defensa de la moralidad y de la juventud

S.O.S. Familia lanza una campaña contra los telefonos eróticos

■ Campaña de S.O.S. Familia contra los teléfonos eróticos.

- En el 21º día de campaña: más de 20.000 tarjetas enviadas al Ministro de Obras Públicas y Transportes.

■ Resultados del anuncio de la propaganda en el ABC:

- 3.850 cupones.
- 1.464 cartas.
- 580 fax.

■ Cómo desconectarse de los teléfonos eróticos.

■ La Ministra de Asuntos Sociales responde a S.O.S. Familia.

■ Noticias breves:

- El PSOE defiende las líneas eróticas en el Senado.
- Crece el rechazo contra la pornografía y la violencia en la TV.
- Informe de la Asociación Española de Pediatría.
- Código ético para proteger al público infantil.
- La TV influye el comportamiento de los españoles.

■ Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales — La voz más reciente del Magisterio de la Iglesia.



Los teléfonos eróticos vuelven a la carga

A partir del mes de marzo, las líneas eróticas, incluidas en el servicio 800, simbolizadas por una cinta negra en el anuncio que Telefónica publicó en diversos periódicos nacionales, comunicando su decisión de suspenderlas, volverán a la carga con la intensidad del top.

Suspenso que Telefónica habiendo fundamentado en su día la decisión de suspender algunas de los servicios del 800, "motivado por la amplia contestación" del público (1), y "como fruto de la sensibilidad social" de la Compañía, resuende ahora dichas líneas eróticas, aparejadas en una normativa que está muy lejos de sustituir las legítimas aspiraciones de la mayoría de los usuarios de este servicio público.

¿Prevaldrán los intereses comerciales sobre la moralidad pública de la España pública y del bien general?

(Lector, si Ud. está en contra de la reanudación de las líneas eróticas, rellene hoy mismo el cupón y envíelo a la dirección que figura abajo).

Sumese, así, a la campaña de protesta que S.O.S. Familia está llevando a cabo, para levantar una indignación constante entre los buenos españoles, ante esta aberración que atenta contra la protección de la juventud y de la infancia.



Cupón-respuesta

Estimado Dn.

☐ Si quiero sumarme a la campaña de protesta de S.O.S. Familia contra los líneas eróticas.

☐ Deben recibir más información sobre la campaña que S.O.S. Familia está realizando, en defensa de la juventud y de la infancia.

Nombre: _____

Dirección: _____

C.P.: _____ Ciudad: _____ Prov.: _____

Si participo en esta campaña de protesta no es imprescindible para seguir al día de esta iniciativa. Por favor, envíenme urgentemente su cupón-respuesta a la dirección o al número de FAX indicado abajo.

S.O.S. Familia — Plaza de Reyes Magos, 2, 1º B — 28007 MADRID

Tel: (91) 502 78 23 — FAX: (91) 502 78 25

Adjunto a este cupón-respuesta encontrará un folio para distribuir entre sus amigos y familiares.

El anuncio de S.O.S. Familia en el periódico ABC alcanzó una gran repercusión. Sólo por fax nos llegaron más de 500 cupones.



El pasado día 6 de febrero, S.O.S. Familia publicó un anuncio de una página entera, en el ABC, en el que solicitaba a los lectores que se sumasen a la campaña de protesta contra la reanudación de los teléfonos eróticos, a fin de levantar una barrera de indignación constante en defensa de la moralidad pública.

El anuncio llamó vivamente la atención del público. Desde las primeras horas de la mañana de ese día, el fax de la sede oficial de S.O.S. Familia y los teléfonos comenzaron a sonar, transmitiéndonos el caluroso apoyo a esta nueva iniciativa, tan necesaria para preservar la formación moral de la juventud.

En ese sentido, los responsables de S.O.S. Familia se manifestaron esperanzados ante el elevadísimo número de llama-

das y cartas de apoyo que han recibido. Eso muestra claramente el gran descontento de la opinión pública con la actitud de Telefónica. Y es que, en contra de lo que muchos puedan creer, gracias a Dios, en España el respeto a los valores morales tradicionales es muy superior a lo que a primera vista pueda parecer.

En unas declaraciones a la prensa, Carlos Moya afirmó que "Si verdaderamente la Compañía Telefónica tuviese un poco de sensibilidad social, creo que nunca se hubiera planteado siquiera la posibilidad de facilitar estos vergonzosos servicios eróticos".

Hasta el momento de cerrar la edición de este boletín nos han llegado más de 500 fax y 1.464 cartas con el cupón-res-

▶▶▶

puesta de la propaganda, sumándose a esta campaña.

* * *

Por otra parte, S.O.S. Familia ha enviado a todos sus adherentes una carta explicativa sobre esta nueva campaña, junto con una tarjeta dirigida al Ministro de Obras Públicas y Transportes, como responsable por la nueva normativa, que legaliza la comercialización de los teléfonos eróticos, con el fin de que puedan sumarse a esta protesta, pidiendo la prohibición incondicional de este "servicio" infame.

Pasadas apenas tres semanas desde que mandamos la carta a nuestros adherentes, nos han llegado ya más de 3.000 respuestas, confirmandonos el envío de la tarjeta dirigida a José Borrell.

Teniendo en cuenta que la mayoría de nuestros adherentes se han sumado calorosamente a esta iniciativa, distribuyendo entre sus amigos y familiares numerosas tarjetas de protesta, calculamos que terminada la campaña podremos hacer llegar al despacho del Ministro más de 50.000 tarjetas firmadas, pidiendo la prohibición de los teléfonos eróticos.

Quizá a algún espíritu escéptico le pueda parecer inútil e ineficaz esta manifestación de protesta. Entretanto, la experiencia nos muestra que en la medida en que los responsables por el bien público favorecen la inmoralidad y la corrupción, las protestas aumentan en número e intensidad. Llegará, pues, un momento en que va a quedar claro a los ojos de todo el mundo que ellos no cuentan con el respaldo de la opinión pública. Dependerá, pues, de que nuestra presión sea cada vez más fuerte, para obligarlos, en un momento determinado, a retroceder.



La comercialización de las líneas eróticas provocó el rechazo generalizado de la opinión pública. La prensa publicó numerosos reportajes sobre el tema.

En ese sentido, es significativa la estrategia que Telefónica ha adoptado con relación al público.

Forzados por la enorme reacción e indignación del público, los responsables de Telefónica decían, a mediados de diciembre, en un anuncio de dos páginas, publicado en los principales periódicos nacionales, que iban a suspender las líneas eróticas y de tertulia, "como fruto de la sensibilidad social de la Compañía", hasta que se crease una normativa que regulase esos "servicios".

Con la intención evidente de desinflar la indignación popular y amortiguar así la reacción suscitada por la invasión de los teléfonos eróticos en los propios hogares, Telefónica hizo esta operación de maquillaje de imagen, para, transcurridos menos de dos meses, dar un nuevo paso con el cual pudiese "normalizar", a los ojos del público, su infame actitud, acogiéndose a una nueva normativa, elabo-

rada por la Secretaría de Comunicaciones del Ministerio de Obras Públicas y Transportes, con la cual legalizaría de nuevo la comercialización de las líneas eróticas.

Con el fin de debilitar y dividir una nueva reacción, Telefónica está presentando al público la posibilidad de desconectarse de estos servicios, para quien previamente lo solicite, como si se tratase de una gran concesión.

En realidad, no podemos contentarnos en absoluto con este medio paso atrás de Telefónica, pues, aparte de no ofrecer ninguna garantía seria, para esa hipotética desconexión, la Compañía, asegurando a priori la comercialización de las líneas eróticas, está haciendo con ello propaganda de un "servicio" que constituye una afrenta gravísima contra la moral católica, contra el bien general y contra la protección de la juventud y de la infancia.

Según la normativa de la Secretaría de Comunicaciones, Telefónica estaba, además, obligada a informar a todos sus abonados, a partir de primeros de febrero, de la forma de cómo proceder a esta desconexión. Sin embargo, hasta el momento de cerrar la edición de este boletín, tal comunicación no se había producido. Por el contrario, Telefónica dijo a algunos adherentes de S.O.S. Familia, que llamaron para pedir la prohibición de dichas líneas eróticas y exigir la desconexión inmediata, que por el momento eso era técnicamente imposible.

Dependerá de nosotros, por tanto, de nuestra constancia en la protesta, el borrar esta ignominiosa laca.

Si conseguimos canalizar la indignada reacción de miles de españoles, para quienes la moral católica es todavía un valor a defender, tendrán que, tarde o temprano, batirse en retirada. Ese es propiamente el objetivo de la campaña emprendida por S.O.S. Familia.

Como desconectarse del teléfono erótico

A pedido de numerosos adherentes de S.O.S. Familia y, una vez que Telefónica no ha enviado a sus abonados ninguna comunicación hasta ahora, informando cómo deben proceder para pedir la desconexión de las líneas eróticas, facilitamos el número de teléfono al cual las personas pueden dirigirse para exigirla.

Esperamos, no obstante, que el Ministro de Obras Públicas y Transportes, José Borrell, atienda cuanto antes al pedido que millares de españoles le están haciendo, a través del envío de la tarjeta, en la que se solicita la prohibición incondicional de los teléfonos eróticos.

Número de teléfono para solicitar la desconexión:

5844 seguido de los tres primeros números del abonado

Ejemplo: Si el número del abonado es 552 78 23, entonces habría que llamar al 5844 552.

Escriben los lectores

Queridos amigos de S.O.S. Familia: ¡Esto es el colmo! (se refiere a la película "El año de las luces", que TVE 1 emitió el día 21-2-93, a las 21,30 horas) ¿No podemos hacer algo, para que no nos metan en nuestros hogares, a nuestros hijos, esta basura? ¿Hasta cuando podremos seguir con esta degradación del ser humano, sin que nadie haga nada para impedirlo? (M.S.P.G. Madrid)

A los accionistas de la Telefónica, la Compañía los ha convertido, sin ellos quererlo, en socios y colaboradores en ese sucio negocio del 903. No sé los medios legales a los que podrán recurrir para anular esa pornografía, pero hay uno que puede ser efectivo: Crear un colectivo de accionista que le represente en la "Junta General", y trate de cambiar el Consejo de Administración. (E.Q.E., Logroño)

Me sumo a esta transcendental campaña; no sólo por mi formación cristiana; por mi cultura -en gran parte hispánica- sino por ser testigo y víctima de la violencia, la inmoralidad, la pornografía, el paganismo, el sistemático ataque a la Iglesia Católica, a nuestros valores que la TV hace en mi país. (R.A.B., Córdoba, Argentina)

Aprovecho la ocasión para expresar mi total apoyo a vuestras campañas. Que el celo por la salvaguarda de la moral y la fe cristiana os siga impulsando a extender vuestra acciones. ¡Ojalá se extienda a toda España vuestra acción! ¡No pareis hasta conseguirlo! ¡¡La Virgen os bendiga!! (H.J.A.I., Zaragoza)

Agradezco la labor de lucha contra la inmoralidad que nos invade en esta sociedad.

Quería hacerles una pregunta: ¿Existe algún medio para que Telefónica desconecte de los teléfonos que tenemos en casa el 903? Si así fuera, sería bueno organizar una campaña, para que todo el mundo pidiera a Telefónica esa desconexión. (M.P.O.C., Madrid)

Díálogo con nuestros adherentes

En estos últimos meses, nuestra correspondencia ha aumentado considerablemente. Hemos recibido centenares de cartas con felicitaciones, sugerencias, preguntas, etc.

Nos gustaría responder a todas personalmente. No siendo esto posible, aprovecharemos este número del boletín para agradecer las palabras de estímulo y para responder algunas de las dudas y preguntas enviadas por nuestros adherentes.



Carlos Moya, responsable de S.O.S. Familia, contesta las preguntas y esclarece dudas.

1 ¿No sería natural que habiendo enviado S.O.S. Familia propaganda de nuestra campaña a tantos miles de hogares, hubiéramos recibido más respuestas de apoyo?

Estamos habituados a la idea de que en unas relaciones normales, cuando una persona escribe, el destinatario debe, aunque sólo sea por educación, responder. De hecho, en una correspondencia entre amigos lo normal es que eso sea así. Entretanto, cuando estamos dirigiéndonos a un público muy amplio, que desconocemos, esas reglas no funcionan así, pues, entre otras cosas, puede ser que en medio de las personas que reciben nuestra propaganda haya algunos que no piensen como nosotros, o que simplemente no se decidan a respondernos.

Hoy en día, los especialistas en mailing sitúan como un buen índice de respuesta un 1%, cuando la propaganda es dirigida a un público que no se conoce. Entretanto, S.O.S. Familia ha obtenido, como media de índice de respuesta, entre los 410.000 envíos que se han realizado hasta ahora, un 3%. Eso indica que nuestra propaganda es muy bien recibida y que el crecimiento de nuestra campaña está siguiendo un buen ritmo.

2 S.O.S. Familia se ha puesto como meta para este año realizar un millón de envíos. Ahora bien, si cada persona colaborase con 1.000 pesetas, conseguirían ni más ni menos que mil millones de pesetas, ¿Cómo dicen, entonces, que esta campaña no tiene fin de lucro?

Como ya vimos en la pregunta anterior, el índice de respuestas que normalmente este tipo de campañas por correo

alcanza se sitúa muy por debajo de lo que nuestro teórico objetante imagina. Por lo tanto, estamos muy lejos de conseguir la cantidad que él tan generosamente supuso.

Por otro lado, teniendo en cuenta que muchísimos de los que reciben la propaganda no responden, y los que lo hacen ni siempre colaboran, creo que no será difícil comprender que tengamos que pedir contribuciones económicas, pues sólo de ese modo podremos sufragar los gastos de cada envío y asegurar la continuidad de la campaña.

Cualquier actividad apostólica, que quiera hacerse de una forma seria y eficaz, tiene que mantener una continuidad, y eso necesita apoyos económicos, so pena de quedar en meros propósitos, máxime en nuestros días en que los vientos del desánimo son tan fuertes e insidiosos.

3 ¿Por qué no luchamos por un canal de televisión católico?

El objetivo prioritario de nuestra campaña es despertar las conciencias que duermen.

Para ello, antes de emprender nuevos pasos, es de la máxima conveniencia que consigamos el mayor número posible de adhesiones a nuestra iniciativa.

De esta manera, cualquier posición que tomemos en un futuro no será solamente la de un grupo de familias, sino que contará con el respaldo de toda una corriente de opinión.

Con ello, tendremos más posibilidades de alcanzar la victoria no sólo en un lance en concreto, sino en todos los lances que en el futuro podamos emprender.

4 ¿No sería mejor que S.O.S. Familia se ahorrara ciertos gastos como el Christma de Navidad y la tarjeta de Miembro Benefactor y lo aplicase en otras cosas más necesarias para nuestra campaña?

Somos una gran familia reunida en torno de un alto ideal: la protección de la juventud y de la infancia contra todas las formas de inmoralidad.

Es normal en una familia que se saluden en las grandes fiestas cristianas. S.O.S. Familia no podía dejar de felicitar a todos nuestros adherentes por ocasión de la fiesta máxima de la Cristiandad: el nacimiento del Niño-Jesús.

Con relación al carnet de Miembro

Benefactor fue un medio sencillo que encontramos para manifestar a nuestros colaboradores todo nuestro reconocimiento y estima por la confianza depositada en nosotros. Vemos en este pequeño gasto el cumplimiento de un deber de gratitud, que tenemos para con todos los adherentes que nos apoyan.

5 ¿Cuál es la diferencia entre TFP-Covadonga y S.O.S. Familia?

La Sociedad Española de Defensa de la Tradición, Familia y Propiedad (TFP-Covadonga) es una asociación cívico-cultural, dirigida por seglares católicos, de acuerdo con las enseñanzas de la doctrina tradicional de la Iglesia. Fue fundada en

España en 1971 y tiene en vista actuar en el campo temporal, en defensa de los valores básicos de la civilización cristiana, especialmente de la tradición, familia y propiedad. TFP-Covadonga se sujeta con filial obediencia a la vigilancia de la Sagrada Jerarquía en todo cuanto dice respecto a la fe, la moral y la disciplina eclesiástica.

S.O.S. Familia es el nombre de la campaña lanzada por TFP-Covadonga, que tiene como finalidad principal defender la institución de la familia ante los sistemáticos ataques de que está siendo objeto, en especial contra el creciente aumento de la inmoralidad y la violencia en la televisión.

¿Cómo defenderse de algunos slogans-trampa?

Facilitamos a continuación algunos argumentos para que nuestros adherentes puedan defenderse de algunos slogans-trampa, que circulan en determinados ambientes y que tienen como finalidad paralizar la reacción que la inmoralidad y la violencia en la TV está suscitando entre el público.

1 Este tipo de campañas contra la violencia y la inmoralidad en la TV no son necesarias, pues cada persona es libre de apagar la TV o cambiar de canal.

Las cadenas televisivas son concesionarias públicas. Por lo tanto los telespectadores tenemos derecho a que los programas respeten la intimidad de nuestros hogares, no atentando contra el pudor, la moral, las buenas costumbres y la protección de la juventud y de la infancia. Así está, expresamente dicho en la propia Constitución y en el estatuto de Radio-Televisión Española.

De la misma forma que nadie compra un coche para tenerlo guardado todo el día en el garaje, tampoco nadie compra un televisor para no conectarlo o tener que limitarse a unos pocos programas o canales.

Además, los programas de TV con su contenido violento o inmoral afectan no sólo a cada uno de nosotros individualmente, sino que ejercen una influencia nociva en toda la sociedad. Por lo tanto, independien-

temente de que cada uno vea la TV o no, los españoles, y máxime los católicos, no podemos permanecer impasibles ante la corrupción de la sociedad y de la juventud.

2 ¿Ustedes están, entonces, en contra de la libertad de expresión?

Nosotros estamos, sobre todo, en contra de que en nombre de la libertad de expresión no se respeten nuestros derechos y se vulnere constantemente principios tan fundamentales como la protección de la juventud, de la infancia y la defensa de la moral pública y las buenas costumbres.

Además, la libertad de expresión tiene sus límites y así está expresamente recogido en la Constitución en su artículo 20.4.

3 Entonces, ¿ustedes son favorables a la censura?

Si es para defender el derecho sagrado de la formación moral de nuestros hijos, estamos a favor de lo que Vd. llama censura. Además, toda actividad humana ¿no está siendo constantemente censurada? La propia Constitución, fijando un límite a la libertad de expresión ¿no está estableciendo una cierta forma de censura? ¿Las normas de Tráfico, por ejemplo, ¿no están censurando determinadas conductas prohibidas, estableciendo incluso penas y multas para quien las infringe?

La Ministra de Asuntos Sociales responde a S.O.S. Familia.

Con fecha 3 de febrero pasado, el responsable de S.O.S. Familia, Carlos Moya, dirigió un escrito a la ministra de Asuntos Sociales, Dña. Matilde Fernández, denunciando la mora en resolver la petición formulada en escrito anterior, fechado el 1 de octubre del pasado año, en la cual se solicitaba se suspendiese la campaña de prevención de embarazos, financiada y subvencionada por ese Ministerio.

Sustentando una tesis muy discutible, en la respuesta, fechada el 11 de febrero, la Ministra alega que "este Ministerio carece de competencia para acceder a lo solicitado", pues "el Consejo de la Juventud (es el organismo que promovió la infame campaña) es una entidad de derecho público con personalidad jurídica propia y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines".

Entretanto, el Ministerio considera que los objetivos del Consejo de la Juventud son "dignos de apoyo por parte de este Departamento, razón por la que se concedió la correspondiente subvención."

Aunque la responsabilidad máxima de esta infame campaña sigue estando en manos del Ministerio de Asuntos Sociales, razón por la cual la propia Ministra tuvo que comparecer ante la comisión de Educación del Congreso para responder a una batería de preguntas formuladas por el diputado del Grupo Popular, Blas Camacho, la asesoría jurídica de S.O.S. Familia está estudiando, a fin de asegurar la vía legal más adecuada, la posibilidad de recurrir directamente en vía contenciosa-administrativa al Consejo de la Juventud, además de otras medidas paralelas.

Por otra parte, según declaraciones de los propios responsables del Consejo de la juventud de España, están encontrando muchas dificultades para llevar esta campaña a los colegios. En concreto, el gerente del Consejo de la Juventud de Madrid afirmó que hasta ahora no se habían cumplido las metas propuestas y que sólo habían podido ir a dos colegios.

Como recordarán, S.O.S. Familia, nada más enterarse de esta infame propaganda de métodos anticonceptivos, hizo una campaña de mailing alertando a miles de padres de familia, sacerdotes y directores de colegio de las intenciones del Consejo de la Juventud de extender esta iniciativa a los centros docentes.

NOTICIAS BREVES

El PSOE defiende en solitario en el Senado las líneas 903

El Grupo Popular presentó en el Senado, el día 10 de marzo, una proposición de ley pidiendo la contratación independiente de las líneas 903 de los servicios básicos.

En la exposición de motivos, el senador popular, José Manuel Molina, dijo que había que distinguir entre los servicios "que se califican de interés general, con acceso libre a todos los ciudadanos", y los de entretenimiento o eróticos "para los que deberá establecerse un contrato aparte, en el que el abonado, expresa y fehacientemente, comunique a Telefónica su deseo de acceder a estas líneas". (ABC - 11/3/93)

A pesar de las protestas generalizadas que han surgido contra la futura reanudación de las líneas eróticas y de que toda la oposición apoyó la propuesta del Grupo Popular, la mayoría socialista en el Senado impidió la aprobación de la proposición de ley, por una diferencia de 16 votos.

Con este tipo de actitudes, el PSOE se distancia cada vez más del sentir de la mayoría de la opinión pública, aislándose en una postura sectaria, que sólo puede favorecer la corrupción de menores y la propagación de la inmoralidad.

Crece el rechazo contra la pornografía y la violencia en TV.

Según datos facilitados por el Instituto de Medios y Audiencias (IMA) la mayoría de los españoles rechaza la pornografía y la violencia en TV.

El 73% de los encuestados por el IMA califican como violenta la programación infantil, siendo que el 65% piensan que no contribuye a su educación. Un 50,6% consideran además que la programación infantil es nociva. (ABC - 8/3/93)

Los pediatras españoles preocupados por el creciente aumento de violencia y sexo en los programas televisivos.

Según datos facilitados por la Asociación Española de Pediatría los niños ven al año unas 15.000 horas de televisión. En el informe que han elaborado, pidiendo la protección de los menores ante la agresión televisiva, se afirma que los ni-

ños y adolescentes observan al año en la televisión 12.000 actos violentos y unos 14.000 referentes al sexo.

Por su parte, el catedrático de Pediatría de la Universidad de Santiago de Compostela, Rafael Tojo, declaró a Efe que más de mil estudios, realizados en Estados Unidos y Europa, demuestran la relación entre la exposición a la violencia televisiva y la conducta agresiva. (ABC - 13/2/93)

Los recientes casos de violación y asesinato de niñas en diversos puntos de España corroboran la tesis del profesor Tojo.

En ese sentido, el doctor José Miguel López Ibor manifestó recientemente a ABC, refiriéndose a los sucesos ocurridos en Alcácer (Valencia) que "la sociedad en la que vivimos también puede condicionar las acciones de estas personas, ya que las permisividad y los contenidos violentos o pornográficos que se utilizan en los medios de comunicación audiovisuales pueden agravar estos comportamientos anormales." (ABC - 31/1/93)

El MEC y las cadenas de TV elaborarán un código ético para proteger al público infantil.

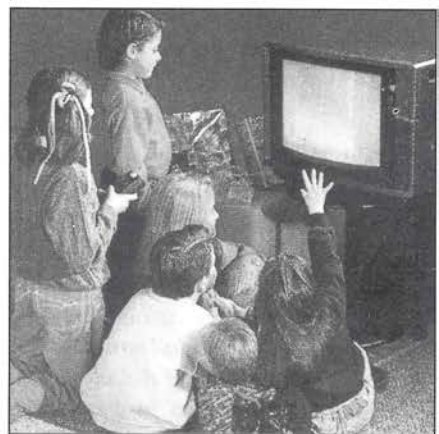
El Ministerio de Educación y Ciencia y las cadenas de televisión han llegado a un acuerdo para elaborar un código ético que proteja al público infantil y juvenil de las escenas de sexo y violencia en los programas de TV. El código será elaborado por las propias cadenas y el MEC prestará su asesoramiento a través de expertos en educación.

Vemos que esta medida recoge la preocupación de millares de padres de familia que ven como constantemente la TV está vulnerando el principio fundamental de la protección de la juventud y de la infancia.

Entretanto, nos tememos que, tenien-

do este código deontológico una carácter meramente moral, sin poder ser exigido como normativa legal, la eficacia de su cumplimiento va a ser prácticamente nula.

Desconocemos cuál será el contenido exacto de dicho código. Ahora, si realmente recoge medidas serias para proteger a la juventud y a la infancia y refuerza el carácter educativo de la televisión, creemos que debería exigirse a todas las cadenas de TV su obligatoriedad.



La TV influencia el comportamiento de los españoles.

Según una encuesta del Centro de Investigaciones sobre la Realidad Social, los españoles reconocen que sus opiniones, su estilo de vida, hábitos de consumo y moda están regidos por los medios de comunicación.

Un 95% de los hogares poseen televisión y un tercio posee dos o más televisores.

Más de dos terceras partes de los españoles opinan que la televisión es responsable de que cada vez se hable menos en la familia, y que la televisión, el vídeo y los videojuegos están volviendo a las nuevas generaciones más incultas e introvertidas. (El País, 21-3-93).

El boletín informativo **S.O.S. Familia** lo edita 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.

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

Responsable: Carlos Moya Ramírez

Imprenta: Fototrampa Gráfica — Coslada (Madrid)

Depósito legal: M-30124-1991

Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales

La Voz más reciente del Magisterio de la Iglesia

En el número 3 de nuestro boletín, transcribimos algunos textos de alocuciones pontificias, a respeto de los medios de comunicación social. Como complemento, publicamos ahora lo que nos dice el Magisterio de la Iglesia sobre este asunto tan importante, en un Documento del Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales, fechado el 7-V-1989, a respecto de la pornografía y la violencia en las comunicaciones sociales.

No disponiendo de espacio suficiente para publicar todo el documento, nos limitaremos a reproducir aquellas partes que, a nuestro juicio, nos pareció que podrían ser de mayor interés para nuestros lectores.

Los títulos no son del texto original. Los hemos incluido solamente para diferenciar los diversos puntos del documento y facilitar así su lectura.

Efectos de la pornografía y la violencia.

Uno de los fenómenos alarmantes de estos años ha sido la creciente difusión de la pornografía y la generalización de la violencia en los medios de comunicación social. Libros y revistas, cine y teatro, televisión y videocasetes, espacios publicitarios y las propias telecomunicaciones muestran frecuentemente comportamientos violentos o de sexualidad permisiva que casi llegan al umbral de la pornografía y que son moralmente inaceptables.

Durante el último cuarto de siglo han adquirido (la pornografía y la violencia) una amplitud nueva y han pasado a constituir un serio problema social. Mientras crece la confusión respecto de las normas morales, las comunicaciones han hecho la pornografía y la violencia accesibles al gran público, incluidos niños y jóvenes. (...)

Nadie puede considerarse inmune a los efectos degradantes de la pornografía y la violencia. (...) Los niños y los jóvenes son especialmente vulnerables y expuestos a ser víctimas. La pornografía y la violencia sádica desprecian la sexualidad, pervierten las relaciones humanas, explotan los individuos —especialmente las mujeres y los niños—, destruyendo el matrimonio y la vida familiar, inspiran

actitudes antisociales y debilitan la fibra moral de la sociedad.

Es evidente que uno de los efectos de la pornografía es el pecado. La participación voluntaria en la producción y en la difusión de estos productos nocivos ha de ser considerada como un serio mal moral. (...)

Además, la violencia sádica en estos medios puede condicionar a las personas impresionables, sobre todo a los jóvenes, hasta el punto de que la lleguen a considerar normal, aceptable y digna de ser imitada.

Se ha dicho que puede haber una vinculación psicológica entre la pornografía y la violencia sádica. (...)

La pornografía —como la droga— puede crear dependencia y empujar a la búsqueda de un material cada vez más excitante y perverso. La probabilidad de adoptar comportamientos antisociales crecerá en la medida que se vaya dando este proceso.

La pornografía favorece insalubres preocupaciones en los terrenos de la imaginación y el comportamiento.

Uno de los motivos básicos de la difusión de la pornografía y de la violencia sádica en el ámbito de los medios de comunicación, parece ser la propagación de una moral permisiva, basada en la búsqueda de la satisfacción individual a todo coste.

La responsabilidad de las autoridades

La responsabilidad pública de promover el bien moral de los jóvenes, de organizar el respeto a las mujeres, de la vida privada y de la decencia pública muestra claramente que la libertad no puede equipararse al libertinaje. (...)

Hay que salvaguardar el derecho de los individuos, de las familias y de la sociedad a la vida privada, la decencia pública y a la protección de los valores esenciales de la vida.

Los legisladores, los encargados de la administración del Estado y de la justicia están llamados a dar una respuesta al problema de la pornografía y de la violencia sádica difundidas por los medios de comunicación. Se han de promulgar leyes sanas, se han de clarificar las am-

biguas y se han de reforzar las leyes que ya existan.

Las leyes y los agentes de la ley tienen el deber sagrado de proteger el bien común, especialmente el que concierne a la juventud y a los miembros más vulnerables de la comunidad.

El papel de los padres y educadores

Se invita a los padres que multipliquen sus esfuerzos en orden a una completa formación moral de niños y jóvenes. (...)

Los niños y jóvenes de nuestro tiempo necesitan la educación que les permita discernir los programas y madurar en su condición de usuarios responsables de la comunicación. El ejemplo de los padres es determinante en esta materia. La pasividad o la autoindulgencia de cara a ciertos programas será fuente de malentendidos perjudiciales para la juventud.

Hay que subrayar la importancia de que las escuelas sepan poner de relieve el respeto a la persona humana, el valor de la vida familiar y la importancia de la integridad moral personal.

La voz de la Iglesia

La primera responsabilidad de la Iglesia consiste en la enseñanza contante y clara de la fe y, asimismo, de la verdad moral objetiva, incluidas aquellas verdades referentes a la moral sexual. Una era de permisividad y de confusión moral como la nuestra pide que la voz de la Iglesia sea profética, lo que la hará aparecer a menudo como signo de contradicción. (...)

La educación a la vida familiar y a la inserción responsable en la vida social exige la formación a la castidad y la autodisciplina. La pornografía y la violencia generalizada tienden a ofuscar la imagen divina en cada persona humana, debilitan el matrimonio y la vida familiar y dañan gravemente a los individuos y a la sociedad.

(Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales. Ciudad del Vaticano, 7 de mayo de 1989. XXIII Jornadas Mundiales de las Comunicaciones Sociales).