

S.O.S.



FAMILIA

BOLETIN

nº 4

Boletín Informativo S.O.S. Familia — Noviembre 1992

Campaña relámpago de S.O.S. FAMILIA

Contra la película blasfema "La última tentación de Cristo"

El 12 de agosto de 1988 se proyectaba, por primera vez, en los Estados Unidos el film "La última tentación de Cristo". La película fue producida por Universal Pictures, basándose en la novela del mismo nombre de Nikos Kazantzakis.

Un mes después, se proyectaba esa misma película en el Festival Internacional de Cine de San Sebastián e inmediatamente se lanzó simultáneamente en 49 cines de toda España.

Pasados cuatro años de la escandalosa proyección de la película en los cines y cuando la propia productora Universal Pictures se ha negado a conceder los derechos de proyección internacional en certámenes y festivales, con el fin de evitar que las numerosas protestas que se produjeron en 1988 se repitan de nuevo, la Dirección General de TVE incluyó en su programación del día 12 de noviembre, en la 2ª cadena, la proyección de dicho film blasfemo

Con ese motivo, S.O.S. Familia publicó un comunicado de prensa en el que afirmaba que la película de Scorsese tiene un contenido marcadamente blasfemo y, como tal, representa una calumnia grave contra la persona de Jesucristo.

Si cualquier particular tiene el derecho -decíamos en el comunicado- de que su nombre no sea difamado, con mucha mayor razón la persona sagrada de Nuestro Señor Jesucristo, que millones de católicos adoramos.

La proyección de la película constituye, además, una ofensa a la Iglesia Católica, violando incluso flagrantemente el derecho que todo católico tiene a que su religión sea respetada, según la propia constitución reconoce en el artículo 16.

Con fecha 10 de noviembre, el responsable de S.O.S. Familia, Carlos Moysa, se dirigió por carta al Director General de RTVE, Jordi García Candau y a Ramón Colom, Director de TVE, solici-

tándoles que fuese suspendida la proyección de dicha película, "a fin de evitar que miles de telespectadores se vean obligados a tener que renunciar a ver, de ahora en adelante, la cadena de Televisión Española, para no ser conniventes con un medio público que utiliza sus potentes recursos para propagar la blasfemia."

* * *

La táctica seguida por los propagadores de blasfemias, para conseguir el tan anhelado fin de silenciar las reacciones en contra de la película, ha sido precisamente valerse de la confusión.

Uno de los elementos más dinámicos de esa confusión, y que tiene como efecto más inmediato desmovilizar la reacción de los católicos, son ciertos eslóganes-trampa que circulan ampliamente en determinados ambientes.

Algunas personas, dejándose llevar por esos eslóganes-trampa, alegan que atacar la película sería hacer propaganda de ella y despertar la curiosidad de las personas para verla.

Entretanto, esto equivaldría a decir que el pueblo español ha caído tan bajo que la simple denuncia de las abominaciones que la producción de Scorsese contiene bastaría para atraerlo, en vez de causarle horror.

Según esta absurda argumentación, la Iglesia Católica se habría equivocado durante siglos denunciando la herejía.

Creemos que nuestro pueblo aún tiene suficientes reservas morales para reaccionar ante este brutal atentado moral contra la Divinidad de Nuestro Señor Jesucristo.

La prueba de ello es que Televisión Española, temiendo una verdadera avalancha de protestas (como de hecho se produjo, gracias a la rápida actuación de S.O.S. Familia y otras asociaciones) só-

»»»

■ Campaña de protesta contra la película blasfema "La última tentación de Cristo":

- Miles de llamadas bloquearon la centralita de TVE.
- Más de 300 llamadas telefónicas recibidas en la sede de S.O.S. Familia.

■ Petición al ministro de Justicia: 50.000 firmas conseguidas.

■ Resultados de la Encuesta, sobre la programación en TV.

■ Noticias breves:

- El obispo de Seo de Urgell escribe a S.O.S. Familia.
- El arzobispo de Málaga critica la explotación del sexo y del erotismo.
- El profesor Molina analiza la influencia de la TV en los niños.
- Luis Ramallo acusa a los responsables de TVE.
- Blas Camacho interpela a la ministro de Asuntos Sociales.

■ Campaña contra la propaganda de métodos anticonceptivos:

- 112.000 envíos realizados.
- Más de 10.000 telegramas de apoyo recibidos.
- En cuatro meses de campaña: 3.600 nuevos adherentes.

S.O.S. Familia recoge firmas contra la inmoralidad en la TV

En la festividad de la Patrona de Madrid

El pasado día 9 de noviembre, festividad de Nuestra Señora de la Almudena, patrona de Madrid, algunos propagandistas de S.O.S. Familia aprovecharon la ocasión para pedir, en los alrededores de la explanada de la Catedral, firmas contra la violencia y la inmoralidad en la TV, a los numerosos transeúntes que acudían a la Misa.

Una vez más, pudimos comprobar cómo la receptividad del público es cada vez mayor a la campaña de S.O.S. Familia. Las personas nada más ver los carteles que anunciaban la campaña con la frase: "Firme aquí contra la violencia y la inmoralidad en la TV", acudían a la mesa, sin necesidad de mayores explicaciones, para estampar su firma.

Muchas personas, al ver la campaña, manifestaban su indignación contra la degradación de la TV, diciendo: "Es una vergüenza, cada vez los programas son peores. No lo podemos consentir. La televisión es una basura." Otros afirmaban: "Todas las cadenas emiten inmoralidades. No se salva ninguna" y "para colmo -añadía otra persona- ahora nos quieren meter hasta la blasfemia dentro de casa."

En tres horas de campaña se pudieron recoger más de 3.000 firmas, respaldando el pedido que S.O.S. Familia hizo al Ministro de Justicia, para que elabore una ley que regule los programas de TV.

El número de firmas conseguidas hasta ahora, contra la violencia y la inmoralidad en la TV., suma ya casi 50.000.

Ese mismo día se repartió un volante, para que las personas protestasen contra la proyección de la película "La última tentación de Cristo", en la 2ª cadena de TVE, titulado: Español, ¿hasta cuándo tu indiferencia tolerará tanta infamia?



lamente dió a conocer la inclusión de la infame película, en la programación del día 12 de noviembre, con apenas una semana de anticipación.

Sin embargo, TVE no dudó en recomendar a los católicos ver el film, a través del presentador, el escritor Fernando Sánchez-Dragó. ¡Como si fuera necesario probar el veneno para saber si mata!

A pesar del escaso tiempo que se disponía para hacer algo, S.O.S. Familia organizó, con el apoyo caluroso de algunos de sus adherentes, una campaña relámpago, distribuyendo a la salida de las iglesias un volante en el que se invitaba a todos los católicos a sumarse a un pedido masivo, por medio de llamadas telefónicas, cartas y telegramas dirigidas a RTVE, para que retiraran la película de la programación.

Al mismo tiempo, nos comunicamos por teléfono con cerca de 400 adherentes de S.O.S. Familia, de diversas provincias, para invitarles a que, en sus respectivas ciudades, movilizasen a amigos y familiares para sumarse a esta campaña de protesta.

La reacción no se hizo esperar. Al día siguiente la centralita de Televisión Española reconocía que estaban recibiendo muchísimas llamadas y que había ocasiones en que los teléfonos quedaban bloqueados.

En ese sentido, es muy expresivo el titular de la noticia que la agencia Colpisa, de Madrid, transmitió, con fecha 11 de noviembre: *TVE hace oídos sordos a las protestas por la proyección de 'La última tentación de Cristo.'* - *La organización SOS-Familia y consejeros del PP en RTV habían pedido su retirada, por atentar contra el respeto a las libertades.*



No menos expresivo es el artículo, publicado en el Diario Montañés, de Santander, con fecha 14 de noviembre de los corrientes, en el que se afirma:

TVE ha tenido la ocurrencia de anunciar la emisión de la película 'La última tentación de Cristo', el film de Scorsese, y dicen que no hay palabras para narrar el caos de la centralita de TVE: miles de llamadas bloqueaban las orejas del Ente con imprecaciones de todo género.

Por su parte, la recepcionista de la Telefónica, que recogía los telegramas por teléfono, llegó a declarar que estaba recibiendo tantos telegramas, que no tenía tiempo material para despacharlos.

En la sede de S.O.S. Familia se recibieron en estos días más de 300 llamadas telefónicas, de personas que habían recibido nuestro volante en la calle, o que habían conocido la noticia a través de algún amigo. La tónica general de las personas era de indignación por la provocación de TVE al emitir esta película y un deseo de colaborar con la campaña, para intentar evitar que se consumase esa blasfemia pública.

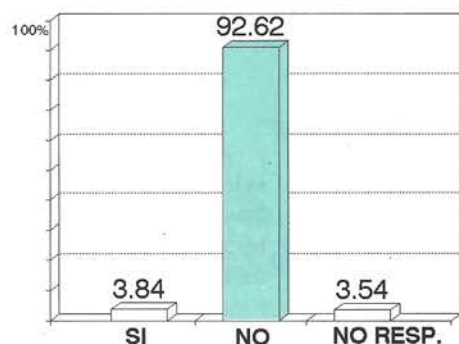
El anuncio de esa película fue como la gota de agua (casi que podríamos decir de veneno) que colmó el vaso, de una serie de barbaridades que TVE está emitiendo cada vez con más agresividad, en la línea de la corrupción moral y del "terrorismo" de blasfemias.

Televisión Española, habiendo proyectado esa película infame, a pesar de los numerosos pedidos que ha recibido para que no lo hiciera, ha tomado una actitud totalitaria y sectaria, alejándose del verdadero sentir de los españoles.

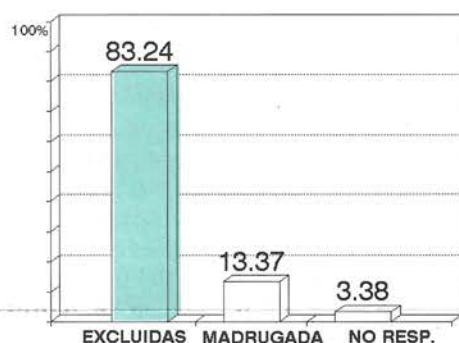
Con ese motivo, el arzobispo de Barcelona, Mons. Ricard María Carles, afirmó recientemente, en su carta dominical del domingo día 15 de noviembre, que "Televisión Española ha vilipendiado públicamente la figura de Cristo", emitiendo, en la segunda cadena, la película "La última tentación de Cristo".

Nos enteramos también con enorme alegría que, por iniciativa de algunos adherentes de S.O.S. Familia, en varias ciudades, hubo parroquias y conventos que organizaron exposiciones del Santísimo Sacramento, como acto de reparación por la ofensa cometida con la persona de Nuestro Señor Jesucristo.

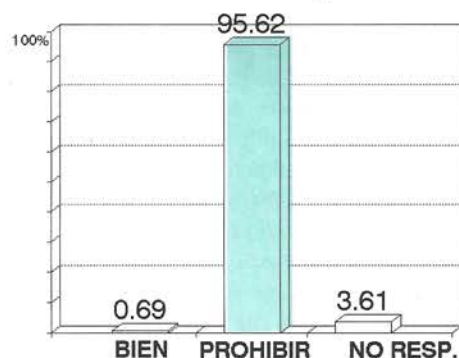
¿Debemos conformarnos con apagar la TV o cambiar de canal, cuando aparece alguna escena inmoral?



¿Las escenas de pornografía, sexo y violencia deben ser excluidas de la TV o relegadas a horarios avanzados de la madrugada?



¿Los anuncios publicitarios están bien o deberían prohibirse los que usan el sexo como reclamo publicitario?



¿Las novelas le parecen bien o son perjudiciales?



RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Sobre la programación en Televisión.

Como decíamos en la última carta, que enviamos a todos los adherentes de S.O.S. Familia, la opinión a respecto de la programación de la televisión nos servirá de base para nuestros futuros lances, en favor de la familia y de la juventud.

Tenemos ahora la satisfacción de ofrecer a los lectores del boletín los resultados de la encuesta, que hicimos en el pasado mes de septiembre.

En primer lugar, tenemos que destacar que la grandísima mayoría de los adherentes de S.O.S. Familia no se han dejado impresionar por determinados eslóganes-trampa, que los promotores de la inmoralidad lanzan constantemente en la mass media y que tiene como objetivo inmediato desmovilizar la reacción de los descontentos. Uno de esos esloganes que circula, por ejemplo, es: "Quien no quiera ver programas con escenas violentas o inmorales sólo tiene que apagar la TV o cambiar de canal".

Según la propia Constitución reconoce, en su artículo 20.4 y el Estatuto de Radiotelevisión, en su artículo 4, el límite a la libertad de expresión de los medios de comunicación está condicionada al respeto a los derechos al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la "protección de la juventud y de la infancia."

Por lo tanto, los telespectadores tienen el derecho de acceder libremente a todos los canales y de bene-

ficiarse de una programación que respete estos principios.

No obstante, ante la constante violación de estos principios por parte de la mayoría de los programas emitidos en televisión, un número significativo de los encuestados ha declarado que, o no ve la televisión, o solamente ve los informativos.

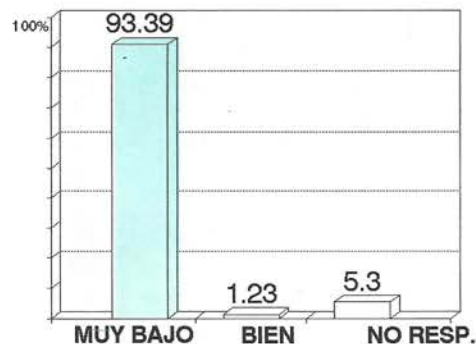
Con relación a la 2ª cuestión de si las escenas de pornografía, sexo y violencia debían ser excluidas de la TV, independientemente del horario o relegadas a horarios avanzados de la madrugada, un alto porcentaje (83.24%) señaló la primera opción, manifestando así no conformarse con la postura minimalista.

En el gráfico podemos ver reflejada la opinión de los adherentes de S.O.S. Familia, a respecto de los anuncios publicitarios. El 95.62% de los encuestados opinan que se deberían prohibir los anuncios que usan el sexo como reclamo publicitario.

En cuanto a las novelas, el 80.63% de los que respondieron la encuesta opinan que son perjudiciales, pues aprovechan los seriales para hacer apología de determinados comportamientos contrarios a la moral católica.

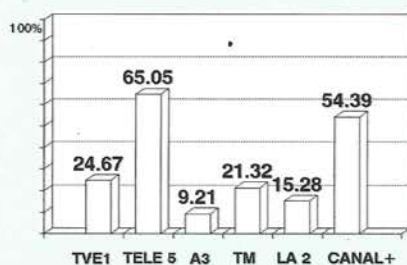
Muy significativa es la opinión de los encuestados sobre el nivel cultural de la TV: el 93.39% respondieron que es muy bajo. Sólomente a un 1.23 % les pareció que el nivel cultural de la televisión está bien.

¿Qué opina sobre el nivel cultural de los programas de TV?

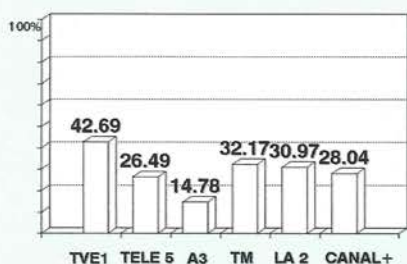


Nuestros adherentes clasifican la programación de la TV.

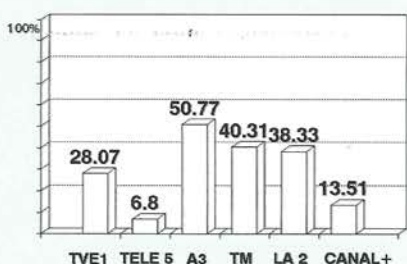
PESIMA



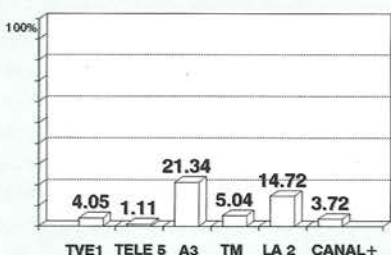
MALA



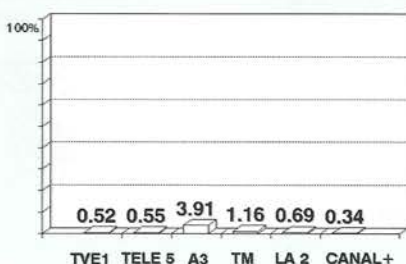
REGULAR



BIEN



MUY BIEN



Mis observaciones sobre la programación en TV:

"Ante lo que ofrece la televisión, nuestra opción ha sido renunciar a ella y no la echamos de menos en absoluto (todo lo contrario: se vive mejor sin TV). Tenemos por norma no comprar productos anunciados utilizando el erotismo como reclamo, pero lamentamos no disponer de una lista más completa y actualizada de estos productos y empresas". (MVS, Lérida)

"Deberíamos escribir algo sobre esta inmoralidad televisiva en las "Cartas al Director" de los periódicos". (VGR, Barcelona)

"Considero que deben excluirse totalmente las escenas de sexo y violencia de la TV, ya que los niños tienen mil posibilidades de verlas, aún cuando sus padres no se lo permitan. Lo mismo ocurre con el teléfono erótico que es un grave peligro para la formación de la juventud". (FBB, Binéfar, Huesca)

"¡Animo! Esto va bien. Cuenten con mi apoyo para todas las campañas. A través de los colegios, este asunto se puede hacer llegar a muchas familias. Creo que deberían intentarlo". (TPG, Pamplona)

"La TV, por ser un medio que entra en todos los hogares, debería ser un medio para formar al pueblo y no para embrutecerlo (...) Menos basura y más cultura". (MAIS, Valencia)

"Hace muchos meses hemos optado por cerrar la televisión, y así no contribuir con ella, mientras dure este ciclón de auténtica BASURA que nos están espetando". (JGS, La Felguera, Asturias)

"¿Por qué no se hace una campaña dirigida a los televidentes, de que no adquieran los productos que se anuncian en TV, cuando tales anuncios atentan contra la moral". (AGM, Cartagena, Murcia)

"Se debería denunciar en los medios de comunicación todas las agresiones que sufra la familia, poniendo en evidencia a los Responsables". (MRSM, Alcorcón, Madrid)

"Hace 2 años que saqué el televisor de mi casa con lo que, gracias a Dios, he conseguido más paz y tranquilidad. ¡Animo y adelante con la campaña!". (PMCH, Madrid)

"La televisión la encuentro en general desastrosa en el aspecto moral e ideológico y está siendo desde hace años un formidable instrumento de descristianización de España y de perversión de la sociedad, especialmente de los jóvenes y adolescentes". (JSC, Barcelona)

"Me parece muy acertada y urgentísima esta campaña. La TV ha entrado en nuestros hogares y no hay forma de evitar sus estragos". (JVM, Barcelona)

"Lo peor, los anuncios, desde un punto de vista moral, incitando a los instintos más bajos, a través de escenas eróticas. (...) Aconsejen que no se compren los productos cuya propaganda es inmoral". (FM, Cartagena, Murcia)

"Es totalmente intolerable la basura que nos están metiendo en casa. No hay derecho a que estos bodrios, esos indecentes "culebrones" llenos de erotismo, adulterio, odio, matanzas, vocabulario soez y repugnante nos lo quieran hacer tragar". (JLST, Valladolid)

"Estoy en contra de la programación de la TV. Como madre de familia tengo que hacer una verdadera lucha para que mis hijos la vean lo menos posible. Otra cosa es el peligro de cuando estoy fuera y ellos solos en casa. No estoy tranquila. Luchen para conseguir cambiarla". (JJES, Barcelona)

"Las campañas organizadas de protesta por la inmoralidad pública son muy beneficiosas, fructíferas y necesarias". (MCE, Madrid)

"Aprovecho para felicitarles por su campaña de protesta. Es vergonzoso el ejemplo que estamos dando los españoles. Y no tanto los que realizan este ultrajes por televisión, sino los que los consentimos". (CG, Piedras Blancas, Asturias)

NOTICIAS BREVES

El Obispo de Seo de Urgell escribe a S.O.S. Familia

Con fecha 21 de julio, el Obispo de Seo de Urgell, Monseñor Martí Alanís, Presidente de la Comisión Episcopal de Medios de la Comunicación Social, envió una carta al responsable de S.O.S. Familia, agradeciendo la información que se le enviaba sobre las actividades contra la inmoralidad y la violencia en la TV. y dándole su bendición.

El arzobispo de Málaga critica la explotación del sexo y del erotismo.

El arzobispo administrador apostólico de Málaga, monseñor Fernando Sebastián, publicó el pasado mes de septiembre una "Carta desde la Fe", en la que criticaba el uso del sexo y del erotismo.

En su Carta Pastoral, el arzobispo de Málaga apuntaba síntomas cada vez más alarmantes de la invasión del sexo en todos los campos: "pornografía en la televisión o en las salas de cine, explotación del erotismo, espectáculos escandalosos, discotecas permisivas y de mal gusto."

Entre las diversas sugerencias que Mons. Fernando Sebastián da a los cristianos ante esta situación, figura la de "saber juzgar las cosas y llamarlas por su nombre. Hay entre nosotros -decía en su Carta- una tendencia extraña a evitar los juicios morales y disimular lo que es pecaminoso."

El prof. Molina analiza la influencia de la TV en los niños.

El profesor de la Facultad de Medicina de Granada, José Antonio Molina Font, pronunció el pasado mes de octubre una conferencia sobre "el niño y su entorno. Influencias sobre la salud infantil".

En el transcurso de su lección inaugural del curso académico 1992-93, el profesor Molina Font explicó la influencia de la televisión en los niños y los problemas más comunes a los que se enfrentan los pediatras ante este fenómeno.

El referido profesor afirmó que "los padres utilizan la televisión para que los hijos no molesten y estos suelen pasar varias horas diarias delante de la pantalla". A su juicio, a los niños les llegan

mensajes que no están adaptados a su mentalidad y que en un futuro pueden producirles trastornos en la personalidad. ("El Ideal", 18/10/92)

Luis Ramallo acusa a los responsables de TVE.

Con motivo de la escandalosa emisión de la película "La montaña del dios canibal", en horario infantil, el pasado mes de septiembre, en la que aparecían escenas de canibalismo, intento de violación y un primer plano de una castración, el presidente de la comisión de control parlamentario de Radiotelevisión Española (RTVE), Luis Ramallo, acusó a los responsables de Televisión Española de incumplir su obligación estatutaria de proteger a la juventud y a la infancia.

Por su parte, el portavoz de TVE afirmó que "los niños están acostumbrados a ver ese tipo de películas." ("El Mundo", 10/9/92)

Haciendo referencia a esas declaraciones, José Javier Esparza, publica un artículo, titulado "Los niños están acostumbrados", en el que afirma que "un portavoz del servicio público nos dice que, al fin y al cabo, 'los niños ya están acostumbrados'. Si esto no justifica dimisiones —incluso acciones legales—, Vd. me contará qué demonios significa el artículo 20.4 de la Constitución, que señala como límite de la libertad de expresión la 'protección de la juventud y de la infancia'." ("El Ideal", 12/9/92)

Blas Camacho interpela a la ministra de Asuntos Sociales.

Con relación a la Campaña de prevención de embarazos en adolescentes, subvencionada por el Ministerio de Asuntos Sociales y dirigida a los jóvenes de 13 a 18 años, el diputado del Grupo Popular, Blas Camacho ha formulado ocho preguntas a la Ministra de Asuntos Sociales,

para que sean respondidas oralmente en la Comisión de Educación del Congreso.

Entre las preguntas, figuran las siguientes: ¿Cuáles son los objetivos pretendidos por la Excm. Sra. Ministra de Asuntos Sociales con la campaña dirigida a menores de edad con el título "Es divertido, pero no un juego"? ¿Cuál ha sido el total de la subvención concedida para la campaña y cuál ha sido el coste total de la misma? ¿Considera la Excm. Sra. Ministra de Asuntos Sociales que es labor del Estado y de su Ministerio la educación sexual de los menores de edad prescindiendo de la participación de todos los padres?

Invasión de teléfonos eróticos.

Según un reportaje publicado en la revista "Panorama", está cundiendo la alarma e indignación entre los padres de familia ante la invasión, en España, de las líneas de teléfonos eróticos.

Muchas madres ven con preocupación cómo sus hogares se encuentran totalmente desprotegidos, ante esta nueva amenaza contra la formación de los niños y adolescentes.

Los datos facilitados por la revista hablan por sí solos:

"Actualmente hay alrededor de 15.000 líneas audiotext, de telefonía inteligente instaladas en España, que generan en torno a 100.000 llamadas diarias. De éstas, 60.000 corresponden a teléfonos eróticos del 903, lo que supone unos ingresos diarios de 27.360.000 pesetas, adjudicando como media seis minutos por llamada. El 66% del total, se lo embolsa Telefónica. El resto, 9.302.400 se reparte entre las empresas del teléfono erótico.

Un servicio con el que también cuenta la empresa que preside Luis Solana, Teleinfo, en la que tienen invertidos diez millones de pesetas" ("Panorama" 26/10/92)

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 - 1ª B - 28007 Madrid - Tef. (91) 552 7823

Responsable: Carlos Moya Ramírez

Imprenta: Fototrampa Gráfica — Coslada (Madrid)

Depósito legal: M-30124-1991

Más de 10.000 telegramas recibidos contra la campaña de propaganda de anticonceptivos.

La denuncia de S.O.S. Familia, contra la infame campaña de propaganda de anticonceptivos, promovida por el Consejo de Juventud de España, está consiguiendo un resultado alentador.

Hasta el presente, se han recibido en nuestra sede más de 10.000 telegramas, apoyando la denuncia de S.O.S. Familia. El número de personas que llaman por teléfono o visitan la sede para interesarse por esta campaña es cada vez mayor.

El pasado 1 de octubre, el responsable de esta campaña, Carlos Moya, entregó en el Ministerio de Asuntos Sociales, acompañado de una comisión de S.O.S. Familia los primeros 6.000 telegramas, junto con una carta en la que se denuncia la propaganda infame del Consejo de Juventud de España y se pide a la ministro que la suspenda inmediatamente.

TELEGRAMA URGENTE

INDICACIONES, DESTINATARIO Y SEÑAS:

CARLOS MOYA RAMIREZ
PLAZA REYES MAGOS, 2 - 1º B
28007 MADRID

TEXTO:

APOYO SU INICIATIVA DE PRESENTAR LAS ACCIONES LEGALES QUE
VD. CREA CONVENIENTES, CONTRA LOS RESPONSABLES DE LA CAMPAÑA DE
PREVENCIÓN DE EMBARAZOS EN ADOLESCENTES, QUE LLEVA COMO LEMA "ES
DIVERTIDO, PERO NO ES UN JUEGO", PROMOVIDA POR EL CONSEJO DE LA
JUVENTUD DE ESPAÑA, A FIN DE CONSEGUIR LA SUSPENSIÓN CAUTELAR
DE LA MISMA.

ESTOY TOTALMENTE DE ACUERDO CON VD. EN QUE DICHA CAMPAÑA

Gracias a la denuncia que S.O.S. Familia hizo, nada más anunciarse la intención del Consejo de la Juventud de España de repartir esta infame propaganda en los colegios, muchos centros de enseñanza, asociaciones e incluso partidos políticos se han manifestado en contra.

Hasta ahora, nuestra voz de alerta ha llegado ya a más de 100.000 hogares.

Como anunciaba en su carta el responsable de esta campaña, nuestra correspondencia fue enviada a sacerdotes, directores de colegios, padres de familia y, en general, a responsables por la formación de la juventud.

Uno de los mejores efectos de nuestra lucha es precisamente darnos a conocer y articular en una protesta común a todos los españoles que están en contra de la inmoralidad en la TV y la corrupción de la juventud.

En ese sentido, esta campaña está proporcionando una excelente ocasión para que muchos españoles puedan exteriorizar su indignación y su protesta contra la corrupción de la juventud, que desde las más altas instancias del Estado se está llevando a cabo.

A pesar de las dificultades que el Consejo de la Juventud está teniendo en hacer llegar su propaganda inmoral a los colegios e institutos, debido a la reacción causada por la denuncia de S.O.S. Familia, sus promotores no han cesado en su empeño.

Así se manifestó, por ejemplo, recientemente el gerente del Consejo de la Juventud de Cataluña, Joaquín Royo: "La primera fase de la campaña (ya concluida) consiste en la formación de unos 40

monitores y dará paso a partir de noviembre a la segunda. Esta consiste en la divulgación en centros de enseñanza, escuelas taller, asociaciones y barrios." ("El Periódico", 14/10/1992)

Más significativas y sorprendentes aún fueron las declaraciones del presidente del Consejo de Valencia, Joan Navarro, para quien la campaña está totalmente justificada, pues "la función del padre como educador no existe, la estamos sustituyendo nosotros, entre otras razones porque nos lo exigen los propios jóvenes". ("Las Provincias", 13/6/92)

Por su parte, la ministra de Asuntos Sociales, Matilde Fernández, justificó la campaña, en una rueda de prensa, diciendo que "el Consejo de la Juventud aprobó por unanimidad un texto que han elaborado contrastados expertos (sic). Los jóvenes se responsabilizaron de llegar a ellos mismos con su propio lenguaje." ("ABC", 22/10/92).

Sin embargo, hasta en la propia prensa sueca, país conocido por su liberalismo, según escribe la corresponsal del ABC en ese país, ha causado extrañeza y sorpresa que España se haya convertido en la "Reina del erotismo internacional". ("ABC", 17/11/92)

Como recordarán los lectores del boletín S.O.S. Familia, el proyecto de campaña, presentado el pasado 22 de mayo, con el apoyo de los 17 consejos juveniles de las comunidades autónomas, fue aprobado con una dotación de 23,5 millones de pesetas por el Ministerio de Asuntos Sociales.



Una comisión de S.O.S. Familia entregó los telegramas en el Ministerio de Asuntos Sociales