

VOLUMEN 23

ANALES
DE MORAL SOCIAL
Y ECONOMICA

Los medios
de comunicación
de masas
ante la moral

MADRID 1970

CENTRO
DE ESTUDIOS SOCIALES
DEL VALLE DE LOS CAIDOS

AUTORES DE ESTE VOLUMEN:

ANDRES ROMERO.

RAMON CUNILL.

CESAR VACA CANGAS, O. S. A.

RODOLFO ARGAMENTERIA GARCIA.

JOSE LUIS MARTIN DESCALZO.

MANUEL OLIVENCIA RUIZ.

JOSE MARIA SANCHEZ DE MUNIAIN Y GIL.

CARLOS STAEHLIN, S. J.

RELACION DE PARTICIPANTES A LA MESA REDONDA SOBRE
«LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS ANTE LA MORAL»,
CELEBRADA EN EL CENTRO DE ESTUDIOS SOCIALES
DEL VALLE DE LOS CAIDOS

- Don Rodolfo ARGAMENTERÍA GARCÍA, Catedrático de la Universidad de Madrid.
- Doña María de los Dolores ASÍS GARROTE, De las Comisiones Asesoras de TVE.
- P. Francisco BELDA ALCARAZ, S.J., Rector de la Universidad de Comillas.
- P. Angel BERNA QUINTANA, del Cabildo Metropolitano de Zaragoza y profesor del Instituto Social León XIII, de Madrid.
- Don Amando de la CRUZ Y TOMÉ, Profesor de la Universidad Autónoma de Madrid.
- P. Ramón CUNILL, Director de la Escuela Oficial de Periodismo de la Iglesia.
- P. Jorge ESCUDE HERNÁNDEZ, S.J., Profesor de la Facultad de Teología de San Gugat del Valles (Barcelona).
- Don Antonio GONZÁLEZ CONEJERO, Redactor-Jefe del diario «La Verdad» de Murcia.
- Don Luciano GONZÁLEZ EGIDO, Redactor del diario «Pueblo» de Madrid.
- Don Carlos GONZÁLEZ FERIA.
- P. Javier GOROSQUIETA REYES. De Fomento Social. Madrid.
- Don Juan Antonio GRACIA GIMENO, Canónigo, de Radio Zaragoza.
- P. Gonzalo HIGUERAS UDIAS, S.J., Profesor de la Universidad de Comillas.
- Don Antero HOMBRÍA TORTAJADA. De Radio Zaragoza.
- Monseñor Jesús IRIBARREN RODRÍGUEZ, Secretario General de la Unión Católica Internacional de la Prensa.
- Don Francisco Javier LÓPEZ TELLO.
- Don Alberto MARTÍN ARTAJÓ, Secretario del Consejo de Estado.

- P. José Luis MARTÍN DESCALZO, Asesor Religioso de «A B C».
- Don Julio MATHÍAS LACARRA, Jefe del Tercer Programa de Radio Nacional de España.
- Don Germán OEHLING RUIZ, Profesor de la Universidad de Madrid.
- Don Manuel OLIVENCIA RUIZ, Catedrático de la Universidad de Sevilla.
- Don Rafael de OLMOS VEROS.
- P. Jorge PIQUER QUINTANA.
- P. José M.^a RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ.
- Don Manuel RODRÍGUEZ ZUASTI, Director de Programas y Emisiones de Radio Centro, de Madrid.
- Don Andrés ROMERO RUBIO, Secretario de la Escuela Oficial de Periodismo, de Madrid.
- Don Luis SÁNCHEZ AGESTA, Catedrático de la Universidad de Madrid y Secretario General del Centro de Estudios Sociales del Valle de los Caídos.
- Don José María SÁNCHEZ DE MUNIÁIN, Catedrático de la Universidad de Madrid.
- Don José María SETIEN ALBERO, Profesor del Seminario de Vitoria.
- Don Emilio SOLDEVILLA GARCÍA, Profesor de la Universidad de Bilbao.
- Don Carlos SORIA HEREDIA, O.P.
- Don José María SOLOZÁBAL BARRENA, Profesor de la Universidad de Deusto y del Seminario de Bilbao.
- Don Carlos STHAELIN SAAVEDRA, S.J., Profesor de la Universidad de Valladolid.
- Don Adolfo TORNOS CAFRANGA, Profesor de la Universidad de Madrid.
- Don Antonio TORRES DEL MORAL. Profesor de la Universidad de Madrid.
- Don Eugenio ULL PONT. Profesor de la Universidad de Madrid.
- P. César VACA, O.S.A.
- P. Florentino del VALLE CUESTA, S.J., de Fomento Social.
- Don Juan VIDAL GIRONELLA.
- Señorita María Luisa VILLARRUBIA GONZÁLEZ, Licenciada en Filosofía y Letras.

INDICE GENERAL

	<u>Páginas</u>
LA LIBERTAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS, por <i>Andrés Romero</i>.	3
I. Libertades públicas	4
II. Los condicionamientos	6
III. Liberales y autoritarios	8
IV. Derechos y medios	14
V. Concepción cristiana	16
VI. Conclusiones y recomendaciones finales	17
Bibliografía	18
 LA VERACIDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS, por <i>Ramón Cunill</i>.	 19
I. Hacia un código de ética de la información	19
II. Breve anotación teológica sobre la variedad informativa	22
III. Algunos condicionamientos de la objetividad informativa	26
IV. La veracidad en el comentario	27
V. Veracidad, participación y secreto	29
VI. Casuística de las fuentes turbias	33
VII. Sensacionalismo y desconocimiento del lenguaje	36
VIII. Títulos fraudulentos y mal uso de la estadística	41
IX. Veracidad y crónica negra	43
X. El medio más exigente: la Prensa	44
XI. Dignidad y responsabilidad de un magisterio	44
XII. La fortaleza y el amor	46
 LA INTEGRIDAD DE LA INFORMACIÓN, por <i>César Vaca Cangas, O.S.A.</i>	 49
I. Importancia de la información	49
II. Derecho a la información	50
III. Sujetos de la información	51
IV. La realidad	52
V. Objetividad informativa	53
VI. La subjetividad	57
VII. Clima	59
VIII. Predisposiciones	61

	<u>Páginas</u>
IX. Preparación informativa	63
X. Formalización	65
XI. La presentación	68
XII. Libertad informativa	70
XIII. Justicia y caridad	74
XIV. Información y secreto	77
XV. La publicidad comercial	79
DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CIUDADANOS Y DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS, por <i>Rodolfo Argamentaría García</i> .	83
I. Naturaleza de la comunicación de masas	84
II. La información, el bien común y el desarrollo	89
1. Sujetos de la información: defensores del bien común	89
2. La información y el desarrollo económico y social	94
3. El ocio y los medios de comunicación	101
4. Los medios de comunicación y la opinión pública: Acción sobre ésta	104
III. El Estado ante la información	107
IV. Los ciudadanos ante la información	115
1. Obligaciones del Estado	121
2. Derechos del Estado	122
3. Obligaciones de los ciudadanos	123
4. Derechos de los ciudadanos	123
INFORMACIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA EN LA IGLESIA, por <i>José Luis Martín Des- calzo</i>	125
I. Cuatro pasos por la historia	128
1. El tiempo de los recelos	133
2. El viento de la libertad	137
3. La hora de la verdad	140
4. De la «opinión» a la «contestación»	148
II. El papel de la «opinión pública» a la luz de la Teología de la Iglesia	149
1. La Iglesia como verdadera comunidad	150
2. La opinión pública como parte del elemento carismático de la Iglesia	153
3. La opinión pública en la «Ecclesia Semper Reformanda»	155
4. La Iglesia, signo y presencia de la libertad	157
III. Extensión y límites de la opinión pública en la Iglesia	160
1. El derecho a la información en la Iglesia y sus límites	161
2. El derecho a la expresión de la propia opinión y sus límites	168
3. El derecho a la crítica en la Iglesia y sus límites	171
4. ¿Existe un derecho a la «contestación»?	175
5. El «cómo» de la opinión pública en la Iglesia	176
6. Tensión autoridad-libertad	179

Páginas

LAS EMPRESAS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS, por Manuel Olivencia Ruiz 181

- I. Introducción. Aspectos jurídicos del fenómeno de comunicación de masas 181
- II. El derecho a ejercitar una actividad de comunicación 183
 - 1. Planteamiento 183
 - 2. Formulaciones positivas 184
 - a) España 184
 - b) Derecho Constitucional comparado 184
 - c) Derecho Internacional 185
 - d) Iglesia Católica 185
- III. La «libertad de empresa» en el derecho positivo interno 186
 - 1. Planteamiento 186
 - 2. Derecho español 187
 - a) Prensa 188
 - b) Radio 189
 - c) Televisión 192
- IV. Conclusiones 194

TENSIONES ÉTICAS DEL ARTE EN LA CULTURA ACTUAL, por José María Sánchez de Muniáin y Gil 199

- I. Introducción 199
- II. Principios sobre la aporía arte-moral 202
 - 1. Conceptos generales 202
 - a) La realidad actual de la tensión 202
 - b) El arte, instrumento universal de seducción 204
 - c) Los niveles de la seducción 205
 - d) Las raíces anímicas 206
 - 2. Algunos grandes momentos históricos 209
 - 3. La polémica de «el arte por el arte» 213
 - 4. Las posiciones doctrinales: O. Wilde y Santo Tomás 214
 - a) Textos de Oscar Wilde 215
 - b) Textos de Santo Tomás de Aquino 216
 - 5. La tensión entre los criterios teóricos y los prácticos 218
 - 6. La clave del equívoco 220
 - 7. El paraíso artificial del arte 223
- III. Conclusión 224

PROBLEMAS MORALES ESPECÍFICOS DE LA CINEMATOGRAFÍA Y LA TELEVISIÓN, por Carlos Staehlin, S. I. 229

- I. Introducción 230
- Proceso histórico de humanización del cine. Exigencias éticas en el contenido fílmico y en el ambiente cinematográfico. Cuestiones seleccionadas 230

	<u>Páginas</u>
II. La producción de películas	234
Los tres profesionales, principales responsables del cine. Dictadura de la taquilla. Competencia de la Televisión. Corrientes demoledoras	234
III. La exhibición de películas	237
Importancia y distribución. Discriminación de públicos: categoría de espectadores. Clasificación por edades. Salas especiales. Criterios equivocados al juzgar la moralidad de la película ...	237
IV. La vigilancia sobre el espectáculo	245
Su razón de ser y sus procedimientos. Adecuación del espectáculo al espectador y habituación del espectador al espectáculo. Diferencias entre la censura del Estado y la calificación de la Iglesia. Las normas presentes de censura y calificación	245
V. La formación de los espectadores	255
El espectador exigente, como solución eficaz. Campaña a corto plazo: cine-clubs y cineforos. Campaña a largo plazo: la asignatura Cine en la Enseñanza Media. Formación de profesores: la Cátedra de Cine en la Universidad	255
RELACIÓN DE ASISTENTES A LA MESA REDONDA SOBRE «LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS ANTE LA MORAL», CELEBRADA EN EL CENTRO DE ESTUDIOS SOCIALES DEL VALLE DE LOS CAÍDOS	259
INDICE DE NOMBRES	261
INDICE DE MATERIAS	265