

POSICION JURIDICA DE LA IGLESIA EN ESPAÑA ANTE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

I.—INTRODUCCION

I.1. Los medios de comunicación en la Sociedad moderna.

Hay anécdotas que valen por un tratado completo. Una de ellas nos puede dar la clave de todo este estudio. En este mes de abril de 1978, en que escribimos, los informadores gráficos y literarios del Congreso de Diputados decidieron, para protestar de determinadas trabas que se ponían a su misión, no proporcionar información en sus respectivos medios. Así se dió cuenta España entera de lo poco que era el Congreso en sí, falto de la resonancia que le dan los medios de comunicación social. Las discusiones parlamentarias continuaban como antes, pero su efecto había quedado reducido al mínimo. ¿De qué servía hablar si la opinión pública no iba a saber nada de todo aquello? La experiencia no era nueva. El origen de la Editorial Católica, ¿no está en la dolorosa comprobación de que un acontecimiento grandioso como el Congreso eucarístico internacional estaba siendo silenciado? El fracaso del «maquis» en la posguerra española, ¿no se debió en gran parte el férreo silencio mantenido en torno a él por los medios de comunicación social? Para desmoralizar un país hacía falta que se supiese lo que estaba ocurriendo. Y si eso no se lograba más que muy a medias, desde el extranjero, era lógico que cundiera el desaliento. Pero acaso la más dolorosa constatación de lo que suponen los medios de comunicación social esté en el trágico porvenir del cristianismo en los países socialistas, en los que la mera edición de la Biblia está prohibida, como está prohibido todo acceso de lo religioso a los medios de comunicación social. Sin el apoyo mínimo de un pobre catecismo o de un folleto con uno de los evangelios; sin el aliento que pueda dar una emisión de radio