

sea pequeña. (...) No es el número por sí solo lo decisivo: tener muchos o pocos hijos no es suficiente para que una familia sea más o menos cristiana. Lo importante es la rectitud con que se viva la vida matrimonial” (CONV, 94).

El matrimonio y el amor conyugal están orientados naturalmente a la fecundidad. Por eso, “entre los cónyuges que cumplen así la misión que Dios les ha confiado, son dignos de mención muy especial los que (...) aceptan con magnanimidad una prole más numerosa para educarla dignamente” (GS, 50). Es lo que san Josemaría proclama también una y otra vez, en tertulias, reuniones y por escrito: “Bendigo a los padres que, recibiendo con alegría la misión que Dios les encomienda, tienen muchos hijos. E invito a los matrimonios a no cegar las fuentes de la vida, a tener sentido sobrenatural y valentía para llevar adelante una familia numerosa, si Dios se la manda” (ECP, 94).

Si viven con esa misma generosidad y con disposición a responder con fidelidad al querer de Dios, los esposos a los que “el Señor no les da hijos, no han de ver en eso ninguna frustración: han de estar contentos, descubriendo en este mismo hecho la Voluntad de Dios para ellos (...) no hay, pues, motivo para sentirse fracasados ni para dar lugar a la tristeza. Si los esposos tienen vida interior, comprenderán que Dios les urge, empujándoles a hacer de su vida un servicio cristiano generoso, un apostolado diverso del que realizarían en sus hijos, pero igualmente maravilloso. Que miren a su alrededor, y descubrirán en seguida personas que necesitan ayuda, caridad y cariño” (CONV, 96).

Voces relacionadas: Castidad; Celibato; Deberes de estado; Familia, Santificación de la; Sacramentos: Exposición de conjunto; Sagrada Familia; Santidad; Vocación.

Bibliografía: CONV, 91-92; ECP, 22-30; Marta BRANCANTISANO MANZI - Rosario PERIS (eds.), *Fami-*

lia y cultura de la vida, GVQ, VII, 2003, *passim*; Cormac BURKE, “El Beato Josemaría Escrivá y el matrimonio: camino humano y vocación sobrenatural”, *Romana. Estudios 1985-1996*, 1997, pp. 333-346; José Luis ILLANES, *Mundo y santidad*, Madrid, Palabra, 1986; *Id.*, “El matrimonio y la familia en la historia de la salvación. Consideraciones siguiendo la enseñanza de San Josemaría Escrivá de Balaguer”, en Enrique MOLINA - Tomás TRIGO (eds.), *Matrimonio, familia, vida. Homenaje al Prof. Dr. Augusto Sarmiento*, Pamplona, EUNSA, 2011, pp. 49-68; Alfonso MÉNDIZ - Juan Ángel BRAGE (eds.), *Un amor siempre joven. Enseñanzas de San Josemaría sobre la familia*, Madrid, Palabra, 2003; Pedro RODRÍGUEZ, *Vocación, trabajo, contemplación*, Pamplona, EUNSA, 1986; Augusto SARMIENTO, “El matrimonio, una vocación a la santidad”, en José Luis ILLANES *et al.*, *El cristiano en el mundo. En el Centenario del nacimiento del Beato Josemaría Escrivá (1902-2002). XXIII Simposio Internacional de Teología de la Universidad de Navarra*, Pamplona, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, 2003, pp. 347-365; Antonio VÁZQUEZ, *Como las manos de Dios. Matrimonio y familia en las enseñanzas de Josemaría Escrivá*, Madrid, Palabra, 2002.

Augusto SARMIENTO

MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Los medios de comunicación en la vida de san Josemaría.
2. Líneas generales de su enseñanza respecto a los medios de comunicación y a los agentes de la comunicación.
3. Libertad y responsabilidad.
4. Amor y servicio a la verdad.

El hombre es, por naturaleza, un ser social, abierto a la comunicación, a la transmisión a otros de sus pensamientos, sentimientos y deseos. La condición espiritual y corporal del ser humano trae consigo que el mundo interior se manifieste a través de realidades materiales: gestos, palabras, signos, escritura, pintura, música... Con el transcurrir de la historia, el crecimiento de los pueblos, el desarrollo de la tecnología, la extensión de la alfabetización y la cultura, por citar sólo algunas de

las realidades que influyen en ese proceso, las sociedades se han ido haciendo más complejas, y en ellas la opinión pública, el parecer de la generalidad de la población, ha ido adquiriendo cada vez más importancia. En esa evolución ha estado implicada, a la vez como causa y como efecto, la aparición de nuevos modos y canales que cabe utilizar para comunicarse, hasta dar lugar, como ocurre en las sociedades modernas, a lo que suele designarse como *mass media* o medios de comunicación social, según la expresión que hizo suya el Concilio Vaticano II: la prensa, la radio, la televisión y, ya en nuestros días, internet y las redes sociales.

San Josemaría fue un gran comunicador. No es, sin embargo, de este aspecto general de su personalidad de lo que vamos ahora a ocuparnos. Se trata de una pretensión que reclamaría analizar su modo general de expresarse, su predicación, el conjunto de sus escritos y las grabaciones o filmaciones que se conservan de sus múltiples encuentros y reuniones, lo que excede el marco de la presente voz. Nuestro objetivo, en cambio, es dirigir la atención hacia su actitud y su doctrina respecto a los medios de comunicación social, dando a la expresión el significado técnico esbozado hace un momento. Con ese fin consideraremos primero algunos datos biográficos y luego pasaremos a ocuparnos de su doctrina.

1. Los medios de comunicación en la vida de san Josemaría

Desde joven san Josemaría se mostró interesado por el mundo que le rodeaba, no sólo por el inmediato, como ocurre en todo niño y en todo adolescente, sino también por el más alejado. Animado por el ejemplo de su padre, se acostumbró desde muy pronto a leer el periódico. Después de su ordenación sacerdotal en 1925 y de su llamada a ser fundador del Opus Dei en 1928, su interés por la lectura de los periódicos no disminuyó, sino que se

acentuó, pues su condición de sacerdote secular le impulsaba a estar informado de la realidad de su tiempo. Y así, en una de las anotaciones de sus *Apuntes íntimos*, que data del comienzo de los años treinta, después de declarar que consideraba en su oración lo que Dios le pedía, añade: "Considero delante de Dios N. Señor el negocio y veo que, dado el apostolado en que Él me ha metido, necesito estar al tanto de las cosas que pasan en el mundo" (AVP, I, p. 363).

En 1940 Josemaría Escrivá de Balaguer estableció contacto directo con el mundo de los periodistas a través de una propuesta que le hizo un antiguo compañero suyo durante sus estudios en la Facultad de Derecho de Zaragoza, Enrique Giménez-Arnau. Éste había sido nombrado director general de prensa en octubre de 1939 y estaba organizando unos cursillos de especialización para periodistas. Le pidió a san Josemaría que impartiera las clases de Ética general y Moral profesional. Después de considerarlo y de pedir parecer al obispo de la diócesis, que fue favorable, aceptó por la posibilidad que esas clases le brindaban para contribuir a que futuros periodistas fueran conscientes de la trascendencia de su trabajo y del bien que estaban llamados a aportar a la sociedad. Los cursillos tuvieron lugar entre octubre de 1940 y junio de 1941. Un cambio en la dirección del centro, que pasó a tener una orientación fuertemente política, trajo consigo la desaparición de las clases de Ética y por tanto su colaboración en esa tarea.

No cesó, sin embargo, su atención por el periodismo y por los medios de comunicación en general. El hito más significativo lo constituye, sin duda, la creación del primer centro universitario de enseñanza del periodismo en España: el Instituto de Periodismo que comenzó en 1958 dentro del entonces Estudio General de Navarra, erigido dos años después como Universidad de Navarra. Josemaría Escrivá, fundador

de esta universidad, fue el impulsor de la creación de ese centro cuando en España sólo se cursaban estudios de periodismo en la Escuela Oficial, que dependía del Ministerio de Información y Turismo y no poseía rango universitario. Fue una apuesta decidida por la elevación de la formación humanística e integral de los futuros profesionales del mundo de la comunicación (cfr. FONTÁN, 2002, pp. 203-204). De ese Instituto, que se transformó después en Facultad de Comunicación, han salido abundantes promociones de profesionales en el campo de la prensa, de la radio, de la televisión, de la publicidad, etc., no sólo españoles, sino también de otros muchos países.

Son también muy numerosas las personas a las que san Josemaría, tanto antes como después de la fundación de ese Instituto, animó de forma directa a dedicarse, si libremente lo deseaban, a tareas relacionadas con la comunicación, desde el trabajo personal como periodistas, guionistas, actores, etc., hasta la promoción de empresas de ese ramo. Su aprecio por los medios de comunicación y la conciencia de su importancia social y apostólica se manifestó también, y quizás especialmente, en su reacción ante personas que le manifestaban las dificultades, también espirituales, que encontraban en ese ambiente; su respuesta fue siempre la misma: no abandones fácilmente esa tarea, acude a Dios y, con su ayuda, intenta cambiarla desde dentro. Así lo hizo –es sólo un ejemplo, pues situaciones parecidas se dieron en otras ocasiones– dirigiéndose a una mujer inglesa preocupada por el ambiente de la televisión en la que trabajaba: “Puedes llegar, hasta donde Dios llegue contigo. Hasta donde no pierdas el contacto y la intimidad con Él. Si vas siempre con Él, no es el ambiente quien influirá, sino tú en el ambiente” (citado en SASTRE, 1991, p. 539).

Durante unos días de retiro espiritual que pasó en Segovia en octubre de 1932, en el convento de los carmelitas donde se encuentra el sepulcro de san Juan de la

Cruz, se planteó, entre otras cuestiones, si podría ser oportuno que, en orden precisamente a la promoción de la Obra que Dios le había encomendado, hiciera oposiciones a una cátedra de universidad o a otra ocupación de ese estilo. Su conclusión fue neta: lo que Dios le urgía no era eso, sino una disponibilidad total a la tarea que Dios le pedía: “ser sola y exclusivamente –y siempre– eso: sacerdote: padre director de almas, oculto, enterrado en vida, por Amor” (*Apuntes íntimos*, n. 1679: AVP, I, p. 473; sobre esa resolución, y sobre ese retiro en general, cfr. *ibidem*, pp. 464-476). Esa conclusión se extendía también a una posible actuación en medios de comunicación. Aunque era, como ya dijimos, un gran comunicador, y aunque tenía muy buena pluma, durante casi toda su vida quiso permanecer lejos de toda aparición en público, tanto personal como por escrito.

Llegó, no obstante, un momento en que advirtió que el servicio al Opus Dei y a la Iglesia le pedía romper ese silencio y lanzarse a la palestra. Fue en la década de 1960, en un periodo a la vez rico y difícil de la historia de la Iglesia y del proceso de configuración jurídico-canónica del Opus Dei. De ahí que en esos años, concretamente desde 1966 a 1968, concediera diversas entrevistas a periódicos tanto españoles como de otros países (desde *Le Figaro* y *The New York Times* hasta *L'Osservatore della Domenica*): en total las seis, que, junto a una homilía pronunciada en Pamplona en 1967, integraron el libro *Conversaciones con Mons. Escrivá de Balaguer*, publicado en 1968. En ese año descubrió otra forma de estar presente en el mundo de la información –seguía notando que Dios le pedía esa actividad–, que atrajo fuertemente su atención, hasta el extremo de que la mantuvo hasta el final de sus días: la revisión, con vista a la publicación en revistas o en colecciones de folletos, de textos provenientes de su predicación oral. De ahí nacieron otros dos libros: *Es Cristo que pasa*, aparecido en 1973, y *Amigos de*

Dios, publicado póstumamente en 1977, pero preparado durante su vida.

2. Líneas generales de su enseñanza respecto a los medios de comunicación y a los agentes de la comunicación

Las enseñanzas de san Josemaría acerca de los medios de comunicación social no provienen de una especulación teórica, sino de su experiencia humana y pastoral, que le llevó a una valoración de esos medios y a una aguda percepción de su incidencia en el vivir social, con la responsabilidad que de ahí deriva. De hecho puede decirse que su enseñanza no versa tanto sobre los medios de comunicación en sí mismos considerados como sobre los agentes de la comunicación (periodistas, escritores, artistas, locutores, directores de cine, productores de televisión, etc.) y sobre las actitudes que reclama el recto ejercicio de esas funciones. El especial poder difusor del pensamiento y estructurador de las mentalidades que poseen los medios de comunicación social hace que tengan una intensa repercusión en la vida de las personas y de las sociedades, de modo que la presencia en esos ámbitos de personas honestas, cristianas o no, posee particular importancia, también en orden a contribuir a realizar ese ideal que tantas veces evocaba el fundador del Opus Dei a modo de resumen de su espíritu: “colocar a Cristo Señor Nuestro en la cumbre de todas las actividades humanas”.

Entre los textos en que san Josemaría describe las aspiraciones que deben mover a los agentes de la comunicación social, podemos citar uno, referido directamente al periodismo, pero aplicable a otras tareas. Se trata de su respuesta a la pregunta “¿qué puede decirnos a los que trabajamos en la prensa universitaria?”, que le hizo el director de la revista *Gaceta Universitaria*: “Es una gran cosa el periodismo, también el periodismo universitario. Podéis contribuir mucho a promover entre vuestros compañeros el amor a los ideales

nobles, el afán de superación del egoísmo personal, la sensibilidad ante los quehaceres colectivos, la fraternidad. Y ahora, una vez más, no puedo dejar de invitaros a amar la verdad” (CONV, 86).

La promoción de esos ideales requiere, como base humana previa, ese saber hacer, esa competencia profesional que el fundador del Opus Dei reclamó siempre en referencia a todo tipo de actividades (cfr., entre otros muchos lugares, ECP, 50). A continuación una variada gama de virtudes: veracidad, justicia, respeto de la dignidad e intimidad de las personas, lealtad, sentido del pudor, disponibilidad para rectificar... Y, como fundamento de todo el edificio, honradez, rectitud de conciencia, sentido del deber y, en un cristiano, caridad, una apertura del corazón que se inspire en la del corazón de Cristo.

A san Josemaría no se le oculta que, aun poseyendo todas esas disposiciones, la tarea no será siempre fácil, y que en más de un momento podrán surgir dificultades. De ahí que, con frecuencia, mencione además otra virtud: la fe, la conciencia de que, a quienes actúen con sentido de responsabilidad y nobleza, no les faltará la gracia divina para poder santificar las propias tareas. Así recordaba en Sudamérica, en 1974, a una informadora que le pidió consejo sobre cómo mejorar en su profesión: “En la profesión tuya, el Gran Desconocido [expresión a la que acudía con frecuencia para referirse al Espíritu Santo] actúa como en todas las profesiones. Tú sientes, como siento yo, la vacilación, la duda: que puedo ir para la derecha, para la izquierda; que puedo hablar de esto o callarme. Yo lo noto perfectamente, en este mismo momento. Y tú también, cuando escribes o haces un reportaje, ¿verdad? Pues, déjate llevar del Espíritu Santo. Decídetes por lo más arduo, siempre que sea bueno y noble. Y entonces seguirás el empujón del Espíritu Santo, y Él te ayudará, y serás una buena periodista, y harás mucho bien a las criaturas» (citado en SORIA, 1993, pp. 154-155).

En el mensaje de san Josemaría sobre la misión y sobre la formación profesional y ética de los agentes de la comunicación destacan, presuponiendo el conjunto que acabamos de esbozar, dos aspectos que podemos comentar más despacio: el aprecio por la libertad y la responsabilidad personales, y el amor la verdad, unido al deseo de contribuir a una convivencia libre, pacífica y solidaria entre los ciudadanos. Para el fundador del Opus Dei, sin verdad y sin libertad no hay auténtica comunicación, sino apariencia de comunicación, y por tanto injusticia.

3. Libertad y responsabilidad

La promoción del amor a la libertad como elemento constitutivo de la convivencia entre los hombres fue uno de los rasgos más característicos del mensaje del fundador del Opus Dei. “Estamos obligados a defender la libertad personal de todos, sabiendo que *Jesucristo es el que nos ha adquirido esa libertad* (Ga 4, 31); si no actuamos así, ¿con qué derecho reclamaremos la nuestra? (...) Hemos de sostener el derecho de todos los hombres a vivir, a poseer lo necesario para llevar una existencia digna, a trabajar y a descansar, a elegir estado, a formar un hogar, a traer hijos al mundo dentro del matrimonio y poder educarlos, a pasar serenamente el tiempo de la enfermedad o de la vejez, a acceder a la cultura, a asociarse con los demás ciudadanos para alcanzar fines lícitos, y, en primer término, a conocer y amar a Dios con plena libertad, porque la conciencia –si es recta– descubrirá las huellas del Creador en todas las cosas” (AD, 171).

De hecho la afirmación y valoración de la libertad fue “uno de los temas más queridos y tratados” por san Josemaría, cuya “actitud permanente –tantas veces a contrapelo de las circunstancias históricas de su tiempo- fue «estar siempre al lado de la legítima libertad de todos los hombres», luchando por evitar la «aversión a la libertad personal, que es verdaderamente algo

patológico»” (SORIA, 1993, p. 116). Afirmar la libertad tiene repercusiones inmediatas en el tema de la comunicación: no hay en efecto comunicación verdadera si las personas no pueden expresar noble, libre y sinceramente su propio pensamiento. De ahí que pueda decirse en referencia a la libertad de información, y de comunicación en general, lo que san Josemaría afirma en una de sus entrevistas tratando de la libertad de enseñanza: esa libertad “no es sino un aspecto de la libertad en general” (CONV, 79).

La defensa de la libertad de prensa, de radio, de televisión, etc. constituye uno de los temas recurrentes en la historia de los medios de comunicación. En conformidad con la enseñanza de san Josemaría esa defensa debe estar unida a la defensa de la libertad de los demás –si no actuamos así, acabamos de leer en texto recién citado, “¿con qué derecho reclamaremos la nuestra?”– y por tanto a la responsabilidad. La realidad es que, en su predicación y en sus escritos, fundió “dos palabras hasta hacerlas en su vida y en su pensamiento una aleación inseparable: libertad y responsabilidad. Una libertad personal unida siempre a una responsabilidad también personal” (SORIA, 2002, p. 72).

No concebía el ejercicio del periodismo sin responsabilidad: “considero que es un deber grave del periodista documentarse bien, y tener su información al día aunque a veces eso suponga cambiar los juicios hechos con anterioridad” (CONV, 30). Y lo mismo vale para los demás medios de comunicación social, aunque aquí el marco se amplía, porque no se trata sólo de informar con rigor, sino también de fomentar todo lo que promueva la dignidad de la persona, la formación de la conciencia moral, el sentido de la vida y, desde otra perspectiva, la convivencia.

4. Amor y servicio a la verdad

En san Josemaría el amor a la libertad corre parejo con su amor a la verdad.

Evocando el dicho evangélico la “verdad os hará libres” (cfr. Jn 8, 32), insistía en la importancia que para cada hombre tiene descubrir la verdad, especialmente la que versa sobre el sentido de la existencia humana, y sobre la misión que incumbe al cristiano para difundir la verdad del Evangelio entre los demás hombres, de modo que todos puedan alcanzar a Cristo con la inteligencia y la voluntad. “No basta –escribía su hermano Santiago, recordando palabras que le había oído pronunciar– aceptar personalmente, en el fuero de la propia conciencia, las exigencias de la verdad. Hay que saber proclamarla, llevarla a los demás. No nos ha dado Dios la inteligencia, y luego la luz sobrenatural de la fe, para nuestro exclusivo beneficio, sino para que hagamos llegar su fe hasta los últimos confines de la tierra” (S. ESCRIVÁ DE BALAGUER, 1992, pp. 62-63).

Los medios de comunicación social tienen una amplia gama de finalidades, que cabe, sin embargo, reducir a dos: la información y, junto a ella, especialmente en el caso de la radio y la televisión, la diversión y el descanso. La enumeración podría completarse con una tercera, que es a la vez una finalidad y un medio de subsistencia: la publicidad. En los tres casos, debe estar presente la verdad: la publicidad puede cantar las excelencias de un producto, pero debe evitar la mentira y el engaño moral, es decir, la publicidad perjudicial; la diversión ha de tener presente la verdad y la dignidad del ser humano; y la información tiene en el servicio su razón de ser.

La transmisión y comentario de noticias, la información periodística, encuentran su naturaleza y su constitutivo esencial en la verdad. Sólo la verdad hace posible que haya una información real, que es lo que todo lector o auditor espera. “Con la información, el hombre busca conocer a fondo la situación –el medio– en que tiene que vivir y trabajar, para evitar que circunstancias imprevistas o datos desconocidos

le impidan dirigirse libremente hacia la consecución de los fines que se propone; con el conocimiento de las opiniones de las personas que le parecen autorizadas y veraces, pretende disponer de una guía para valorar la realidad en todos sus aspectos y dominarla mejor, superando las limitaciones impuestas por el ambiente pequeño en el que vive” (SORIA, “El Beato Josemaría y su lógica divina de la libertad”, en GVQ, XII, pp. 24-25).

Este servicio a la verdad obliga al periodista a alejar de sí no sólo la falsedad y la calumnia, sino también la actitud irresponsable de “quien escribe sin informarse” (CONV, 64), la mentalidad deformada de quienes “imaginan, antes que nada, el mal” y propalan apreciaciones injustas (ECP, 67); así como la mentira que se camufla bajo la apariencia de la mera transmisión de un rumor, o bajo una verdad dicha a medias, omitiendo u ocultando facetas que influyen en la valoración de la realidad. “De acuerdo –se lee en *Surco*–, dices la verdad «casi» por entero... Luego no eres veraz” (S, 330); y algo después, en el mismo libro: “Dices una verdad a medias, con tantas posibles interpretaciones, que puede calificarse de... mentira” (S, 602).

La información verdadera es aquella “que no tiene miedo a la verdad y que no se deja llevar por motivos de miedo, de falso prestigio, o de ventajas económicas” (CONV, 86). Los buenos periodistas son aquellos que no se contentan con aproximaciones o con rumores no comprobados, sino aquellos que informan “con hechos, con resultados, sin juzgar las intenciones, manteniendo la legítima diversidad de opiniones en un plano ecuánime, sin descender al ataque personal” (*ibidem*). Así como los que “no se creen infalibles, y tienen la nobleza de rectificar cuando comprueban la verdad” (CONV, 64).

En alguno de sus escritos san Josemaría califica a la ignorancia como uno de los mayores males que pueden aquejar al hombre, ya que lo esclaviza impidiéndole

conocer la verdad (cfr. AD, 171; S, 359). De ahí su aprecio a la enseñanza y a la cultura, así como a los medios de comunicación social. Desde una perspectiva cristiana la obligación de difundir la verdad –el ser humano no es dueño de la verdad, sino su servidor– forma una sola cosa con el apostolado, con la misión, recibida en el Bautismo, de dar a conocer a Cristo, de difundir y defender su fe, con conciencia de la gran luz que proyecta sobre la existencia humana.

A este respecto san Josemaría, que excluyó de forma radical todo fanatismo, puso de relieve la íntima relación que debe reinar entre verdad y caridad: “Debemos tener una caridad maravillosa, «veritatem facientes in caritate», defendiendo la verdad, sin herir” (F, 559). Y añadía: “No se puede ceder en lo que es de fe: pero no olvides que, para decir la verdad, no hace falta maltratar a nadie” (F, 959). La verdad, repitámoslo, no esclaviza, sino que libera y debe por tanto ser transmitida en un ambiente de pleno respeto a la libertad. Su acción sacerdotal y apostólica estuvo acompañada de la convicción de que todos los bautizados están llamados a colaborar en la misión de dar a conocer a Cristo también a través de la convivencia, compartiendo las vicisitudes del vivir de cada día, con mutuo respeto los unos de los otros, en un ambiente de concordia y fraternidad.

El amor cristiano, leemos en una de sus homilías, “no se confunde con una postura sentimental, tampoco con la simple camaradería, ni con el poco claro afán de ayudar a los otros para demostrarnos a nosotros mismos que somos superiores. Es convivir con el prójimo, venerar –insisto– la imagen de Dios que hay en cada hombre, procurando que también él la contemple, para que sepa dirigirse a Cristo”. Por eso, continúa el texto, “universalidad de la caridad significa, por eso, universalidad del apostolado; traducción en obras y de verdad, por nuestra parte,

del gran empeño de Dios, *que quiere que todos los hombres se salven y lleguen al conocimiento de la verdad*” (AD, 230). De esa forma, el cumplimiento del deber, el testimonio de una vida ordinaria vivida de acuerdo con la fe, será “vehículo para que otros descubran la honradez cristiana, fruto del amor divino, y encuentren a Dios” (S, 322).

Voces relacionadas: Apostolado de la opinión pública; Cultura; Educación y enseñanza; Libertad; Libertad en las cuestiones temporales; Veracidad.

Bibliografía: AVP, I y II, *passim*; Carlos BARREIRA, “Notas para una Historia del Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra (1958-1971)”, *Comunicación y Sociedad*, XV, 1 (2002), pp. 237-268; *Id.*, *Historia de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Medio siglo de enseñanza e investigación (1958-2008)*, Pamplona, EUNSA, 2009 (Prólogo de Antonio Fontán); Cesare CAVALLERI, “Il Beato Josemaría & Mass Media”, *Revista Pensamiento y Cultura*, número especial (2002), pp. 13-24; Santiago ESCRIVÁ DE BALAGUER, “Mi hermano Josemaría”, *ABC*, 17-V-1992, Madrid; Antonio FONTÁN, “Periodistas en la Universidad: del Edificio de Comptos al de Ciencias Sociales”, en Onésimo DÍAZ - Federico REQUENA (eds.), *Josemaría Escrivá de Balaguer y los inicios de la Universidad de Navarra (1952-1960)*, Pamplona, EUNSA, 2002, pp. 203-204; Pablo PÉREZ LÓPEZ, “Josemaría Escrivá de Balaguer, profesor de ética para periodistas: Madrid 1941”, *SetD*, 3 (2009), pp. 335-368; Ana SASTRE, *Tiempo de caminar. Semblanza de Monseñor Josemaría Escrivá de Balaguer*, Madrid, Rialp, 1991; Carlos SORIA, “Un Santo en la Sociedad de la Información”, *Nuestro Tiempo*, 468 (1993), pp. 114-124; *Id.*, “El Beato Josemaría y su lógica divina de la libertad”, en *GVQ*, XII, pp. 75-77.

María Francisca GREENE GONZÁLEZ

Aviso de Copyright

Cada una de las voces que se ofrecen en esta Biblioteca Virtual forma parte del *Diccionario de San Josemaría Escrivá de Balaguer* y son propiedad de la Editorial Monte Carmelo, estando protegidas por las leyes de derecho de autor.