



San Josemaría Escrivá

Fundador del Opus Dei

Portada - Noticias - "San Josemaría es un gran comunicador porque se nota que habla de lo que vive"

“San Josemaría es un gran comunicador porque se nota que habla de lo que vive”

10.11.2008

Juan Martín Ezratty, ha realizado una serie de documentales en los que se muestra el mensaje de San Josemaría en diálogo con los argentinos. “Con el impulso de sus palabras”, “Amor a la libertad” y “Aprender a querer”, incluyen imágenes originales del fundador del Opus Dei en Buenos Aires durante su estancia en Argentina en 1974, con el contrapunto del testimonio de personas que le han conocido personalmente y a través de sus enseñanzas.

¿Cuál es la lógica de esta serie de documentales sobre San Josemaría, cómo se conectan?

Esta serie de cortometrajes me hace acordar a la séptima Sinfonía de Beethoven, en concreto el segundo movimiento en el que una nota se repite en un crescendo de intensidad. Primero la solidaridad, luego la libertad, y ahora la caridad, que es el centro de la vida cristiana.

Me gusta ver estos documentales como un desafío. En el primero se trataba de mostrar algunas de las tantas iniciativas que promueven la dignidad de la persona en Argentina, impulsadas por el mensaje de San Josemaría. Esto era complicado por la cantidad y la diversidad; pero después de mucho tiempo de trabajo surgió “Con el impulso de sus Palabras”.

Después, me propusieron un nuevo tema: la libertad, un aspecto amplio y difícil de abarcar. Se concretó en los testimonios de personas que manifestaran con hechos que como fieles del Opus Dei son libres y autónomos en sus actividades sociales, profesionales....

Cuando presentamos “Amor a la libertad” en la Biblioteca Nacional, uno de los asistentes comentó que lo que más le había gustado era cómo San Josemaría enfatizaba la caridad, cómo se centraba en el amor. Ese fue el despertador para el nuevo tema, que es una continuación de la libertad. Sin libertad no se puede amar, lógicamente. Al terminar esa presentación ya teníamos lo que vendría después: “Aprender a querer”

La caridad también es un tema muy amplio, ¿cómo lograste encontrar el

foco?

Leí muchos pasajes del Evangelio donde Jesús habla del tema del amor al prójimo, también la encíclica *Deus Caritas est*, algunos capítulos de *Camino* de San Josemaría,... Siempre encontré la idea de olvidarse de uno mismo y amar a Dios y a los demás en Dios. Además pregunté a muchas personas qué entendían por caridad y concluí: la caridad más que en dar está en comprender. Finalmente, en el equipo de trabajo surgió la presentación de la caridad como la solución a un conflicto. De estos tres ejes, obtuvimos el marco que encuadra el documental.

¿Cómo fue el proceso de selección de los testimonios y la grabación?

Al principio resultó difícil definir qué personas incluir para dar su testimonio. Como primera aproximación buscábamos a personas muy santas, que vivieran la virtud de la caridad en circunstancias de vida muy diversas. Así pensamos, además de en San Josemaría, en la Madre Teresa y Juan Pablo II.

Pero luego llegamos a la conclusión de que era importante mostrar a personas “comunes”, que se esfuerzan por vivir la caridad y le piden ayuda a Dios cuando les resulta muy costoso. Esto me encantó. Considero que a veces uno ve a los santos como superhéroes y no quería mostrar eso, que además no refleja la realidad de la existencia diaria.

Grabamos entrevistas en varias ciudades de Argentina. En cada caso, uno conversa un poco antes con la persona para que se relaje y se sienta cómoda para hablar. De ese diálogo espontáneo y desestructurado fue surgiendo lo que se ve en el resultado final. Lo que más me llamó la atención fue que quienes tenían una cruz muy importante -como Silvana López Gabeiras y Guillermina de Gallo- me comentaban: “Soy más feliz ahora que antes”. Confieso que sigo dándole vueltas al misterio de la Cruz.

¿Por qué cada uno de los documentales ha sido más corto que el anterior?

Mi madre siempre se enoja porque dice que los videos son cortos, que quiere más. No puedo esperar que todo el mundo sea como mi madre, lógicamente... Por esto, hago los videos pensando en la lógica de un ensayo: tomar un tema, buscar un enfoque interesante y que esto sirva de disparador para que cada uno se quede pensando y reflexionando. Es como incoar una canción que luego cada uno debe cantar por sí mismo, con su propio estilo y su propia entonación. En cuanto a la estética, la música, la duración, busco que mi estilo se entrelace con los nuevos lenguajes de los medios de comunicación. Hoy, con la lógica de *youtube*, el videoclip y la publicidad, la premisa es que “menos es más”.

¿Qué rasgos destacarías en San Josemaría como “comunicador”?

Un prestigioso publicista argentino, que también trabaja en España y Europa en general, cuando vio el primero de los documentales dio su veredicto: “Acá el que

vale es San Josemaría”. Creo que es un gran comunicador porque se nota que habla de lo que vive, que sus comentarios son auténticos. Por eso, las personas se animaban a plantearle sus problemas personales ante gente que no conocían, porque escuchaban una respuesta profunda y personal. Debo decir que comunicar a San Josemaría facilita mucho el trabajo.

¿Lleva mucho trabajo hacer un documental de San Josemaría?

Si bien el espectador ve el video terminado en poco tiempo; un documental es un conjunto de muchos elementos El cuidado de la fotografía, el tipo de encuadres, la coordinación y producción, la dirección de arte, la musicalización... Por eso, para este último cortometraje quiero destacar el trabajo de mis socios Martín Gutierrez y Eugenio Marzorati.

¿Hace cuánto que te dedicás a dirigir documentales?

Aunque estudié Comunicación en la universidad, comencé al filmar mucho antes, ya en el colegio secundario. Comencé haciendo videos para amigos, para familiares, para viajes de colegios. En el 2003 puse la productora. Ese fue el año en que filmamos el primer documental. Desde entonces, ha crecido mucho. Ahora somos tres socios y tenemos clientes de diversas empresas y también de fundaciones y centros educativos. Es apasionante poder mostrar lo bueno que hace mucha gente y así ayudar a que se difunda y crezcan los proyectos. Ésa es la fuerza de los videos.