



A televisão ao serviço da dignidade do homem

Ettore Bernabei

4.2.2010

Longe de um catastrofismo estéril, São Josemaria revela uma visão claramente evangélica, estimulando a um compromisso construtivo.

Há dois mil anos, os oradores da praça pública, desde Demóstenes a Cícero, eram os protagonistas da opinião pública. Por volta do ano mil, foi a vez dos copistas que transcreviam os textos gregos e latinos nos mosteiros; depois, também, os poetas, narradores e pintores da Idade Média e do Renascimento. Assim continuou até que, no século XX – com o desenvolvimento da rádio, e, sobretudo, com o aparecimento da televisão – os meios de comunicação multimédia se converteram em protagonistas da opinião pública.

Contudo, o papel preponderante assumido pelos profissionais dos meios de comunicação não tem sido determinado apenas pelo desenvolvimento da tecnologia. As causas são muito mais profundas. Até metade do século XX, a política, na cultura ocidental, era um guia efectivo da humanidade e, deste modo, só através da autoridade dos políticos – fossem leigos ou clérigos – e como a sua aprovação, os oradores e escritores podiam influir na opinião pública. Depois da Segunda Guerra Mundial, as finanças e a macroeconomia tomaram as rédeas – primeiro no Ocidente e, depois, em todo o planeta – exercendo um poder globalizado e absoluto através dos meios de comunicação telemática e relegando a política para funções subservientes, de natureza meramente administrativa. E assim surge o papel preeminente dos profissionais da comunicação.

Já no princípio desta era telemática, São Josemaria Escrivá tinha diagnosticado – com intuição profética – tanto o enorme bem que podia proceder das perspectivas que se abriam no campo da comunicação, como a perigosa influência que os novos meios de comunicação podiam exercer se dominados por pessoas que, com a mira no lucro, prescindindo dos valores morais,

fomentassem o hedonismo, a corrupção e a desonestidade.

E dizia também que o problema não está na novidade dos modernos meios de comunicação, mas sim nas pessoas, que são – como sempre – as únicas responsáveis do bem ou do mal. As descobertas científicas, os meios tecnológicos são um enriquecimento para a humanidade, sempre que estejam ao serviço da dignidade do homem.

São Josemaria alertava para os que se servem sectariamente dos meios de comunicação para desinformar e lesar a verdade: «Não vos escondo que me repugna o sensacionalismo de alguns jornalistas, que dizem a verdade a meias. Informar não é ficar a meio do caminho entre a verdade e a mentira. Isso nem se pode chamar informação, nem é moral, nem podem chamar-se jornalistas os que misturam, com poucas verdades a meias, não poucos erros e calúnias premeditadas: não se podem chamar jornalistas, porque não são mais que a engrenagem – mais ou menos lubrificada – de qualquer organização que propaga falsidades, que sabe que serão repetidas até à saciedade sem má fé, pela ignorância e a estupidez de muitos» 1.

Com a mesma nitidez com que se apercebia do perigo, indicava também o remédio: «Tarefa do cristão: afogar o mal em abundância de bem. Nada de fazer campanhas negativas, nem de ser anti-nada. Pelo contrário: viver de afirmação, cheios de optimismo, com juventude, alegria e paz; olhar para todos com compreensão: os que seguem Cristo e os que O abandonam ou não O conhecem.

- Compreensão, porém, não significa abstencionismo, nem indiferença, mas actividade». (2)

Não só me impressionou a visão de futuro de Josemaria Escrivá mas também a solução que propunha. Longe de um estéril catastrofismo, mais do que indicar uma via de escape, São Josemaria revela uma abordagem evangélica, convidando a assumir um compromisso construtivo, recordando que para o cristão qualquer situação é ocasião de encontro com Cristo, através do trabalho realizado com espírito de serviço.

Este modo de compreender, de unir, de viver com a alegria e a paz de Cristo, levando ao próprio trabalho a visão positiva de quem acredita que o mal foi vencido, é o que me animou a procurar soluções sem me deixar vencer pelo peso de situações difíceis ou de uma cultura dominante de sinal contrário.

Certamente o compromisso dos profissionais dos *media* pressupõe uma responsabilidade muito maior, pelo facto de através deles, principalmente através

da TV, se chegar a uma enorme quantidade de pessoas. De facto, nos seus primeiros 50 anos a TV conseguiu difundir modelos de vida e, lamentavelmente, com frequência foram modelos que não correspondem aos modos de pensar e de agir da maioria dos telespectadores. Modelos distantes de tradições e culturas das populações locais, que afinal servem os interesses de uma publicidade que quer deslumbrar o público com o fascinante “tudo é possível”, mas que acaba por provocar um distanciamento da parte do público. Trata-se, sem dúvida, de um abuso de poder que luta por impor os seus modelos que convêm a interesses nem sempre honestos, com uma violência mais eficaz do que a da força física.

São Josemaria via esse panorama à luz do Evangelho, como uma actualização da parábola do joio.

«Atravessamos uma época em que os fanáticos e os intransigentes - incapazes de admitir argumentos alheios - se refugiam, classificando de violentos e agressivos aqueles que são as suas vítimas. Enfim, chama-nos a atenção, quando se ouve tagarelar muito de unidade, e talvez seja difícil conceber quem possa tolerar maior desunião entre os próprios católicos, não já entre os homens em geral.

«Eu nunca faço considerações políticas, porque esse não é o meu ofício. Para descrever sacerdotalmente a situação do mundo actual, basta pensar de novo numa parábola do Senhor, a do trigo e do joio. «*O Reino dos Céus é semelhante a um homem que semeou boa semente no seu campo. Porém enquanto os homens dormiam, veio o seu inimigo, e semeou joio no meio do trigo, e foi-se*» (3). É claro, o campo é fértil e a semente é boa; o Senhor do campo lançou às mãos cheias a semente no momento propício, e com arte consumada, também, preparou uma vigilância para proteger a recente sementeira. Se depois apareceu o joio, é porque não houve correspondência – os cristãos especialmente - adormeceram, e permitiram que o inimigo se aproximasse .

“Quando os servidores irresponsáveis perguntam ao Senhor porque cresceu o joio no seu campo, a explicação salta aos olhos: *Inimicus homo hoc fecit* (4). Foi um inimigo que fez isto! Os cristãos, que deviam estar vigilantes para que as coisas boas, postas pelo Criador no mundo, se desenvolvessem ao serviço da verdade e do bem, adormecem - triste preguiça, esse sono! - enquanto o inimigo e todos os que o servem se moviam sem descanso. Bem vedes como cresceu o joio: que sementeira tão abundante espalhada por todos os sítios!» (5).

O panorama poderia ser desanimador: mas visto com os olhos da fé - como fazia São Josemaria – converte-se num desafio entusiasmante.

«O Senhor – repito – deu-nos o mundo por herança. Temos de ter a alma e a

inteligência despertas; temos de ser realistas, sem derrotismos. Só uma consciência cauterizada, só a insensibilidade produzida pela rotina, só o estouvamento frívolo podem permitir que se contemple o mundo sem ver o mal, a ofensa a Deus, o dano por vezes irreparável para as almas. É preciso sermos optimistas, mas com um optimismo que nasça da fé no poder de Deus – Deus não perde batalhas – com um optimismo que não proceda da satisfação humana, duma complacência néscia e presunçosa» (6).

Com efeito, a atitude cristã não se pode reduzir a lamentações estéreis nem a um abandono dos campos onde se disputam as batalhas a favor da verdade e da dignidade das pessoas. «Hoje não bastam mulheres ou homens bons. Além disso, não é suficientemente bom quem se contenta em ser quase... bom; é preciso ser “revolucionário”. Ante o hedonismo, ante a carga pagã materialista que nos oferecem, Cristo quer inconformistas! Rebeldes de Amor!» (7). Uma rebeldia que necessariamente alcança frutos espirituais e de justiça social. «O apostolado cristão não é um programa político, nem uma alternativa cultural; significa a difusão do bem, o contágio do desejo de amar, uma sementeira concreta de paz e de alegria. Desse apostolado, sem dúvida, derivarão benefícios espirituais para todos: mais justiça, mais compreensão, mais respeito do homem pelo homem». (8)

Quando nos finais dos anos setenta descobri a mensagem de São Josemaria, dirigia uma holding financeira que promovia projectos de infra-estrutura em vários continentes e não me ocupava já do jornalismo nem de emissões televisivas. Impressionou-me a precisão profissional com que o fundador do Opus Dei se referia ao apostolado da comunicação; é uma preocupação que está presente desde os começos do seu trabalho apostólico. São Josemaria preocupava-se com o bem das almas, também com os meios de comunicação, cujo enorme potencial de influência sobre a sociedade intuía de forma clara. Para este trabalho era necessária competência profissional e amor à verdade. Entre as demonstrações dessa preocupação pelo apostolado na opinião pública, é bom recordar a sua tarefa docente na incipiente Escola de Jornalismo de Madrid (em 1940), e a promoção de numerosas Escolas e Faculdades de Ciências da Informação.

A propósito disto podemos recordar também um episódio narrado num dos livros sobre São Josemaria. Depois de seguir na televisão uma transmissão desportiva, reflectiu em voz alta: «Todos estes progressos, grandes e pequenos, têm de nos levar a dar muita glória a Deus. Todo o trabalho humano, nobre, bem realizado e bem empregado, é um instrumento prodigioso para servir a sociedade e para ser santificado... Penso que vos terá sucedido a mesma coisa que a mim: há um

momento, enquanto víamos a televisão, era-me fácil elevar o coração ao céu, agradecendo a perfeição técnica das imagens, do colorido. Em seguida - porque é uma ideia que me vem sempre à cabeça - pensava no bem e no mal que se pode fazer com a televisão e com todos os meios de comunicação. Bem? Sim, porque são um veículo admirável para chegar a muitas pessoas, captando a sua atenção de um modo muito atractivo. Mal? Também, porque com as imagens e com o texto podem ir metendo doutrina enganosa, moral deturpada. E as pessoas engolem esses erros e essas falsidades sem se darem conta, como se fosse ouro puro. Por isso insisto tanto que o apostolado através dos meios de comunicação será sempre de muita importância. E os católicos que tenham essa vocação profissional, os jornalistas, os comunicadores de imprensa, rádio e televisão, devem estar aí, presentes e bem activos: ausentar-se seria desertar».

(9)

Nos finais dos anos 80, reflectindo sobre estas sugestões de São Josemaria no âmbito do apostolado nos meios de comunicação, dei-me conta da necessidade de entender os processos utilizados pela televisão, desde há cerca de quinze anos, para se ter introduzido em todo o mundo, até ao ponto de propor modelos de vida praticamente ateus.

Talvez seja interessante percorrermos juntos esse caminho de investigações e reflexões

Até meados do séc. XVIII, a cultura humanista – clássica e cristã – estava na base de todas as grandes civilizações. E, assim, inspirava a política e a comunicação em todas as suas manifestações. Mas no decurso do séc. XX, com o aparecimento das ideologias totalitárias na Europa – fascistas e comunistas – o culto da força física e do poder militar superou a cultura humanista. As democracias ocidentais, para se defenderem desses perigos, propuseram à opinião pública as maravilhas da ciência e da técnica, até estabelecerem duas categorias absolutas, apresentadas cada vez mais frequentemente pelos meios de comunicação como estrelas polares para alcançar a felicidade individual.

A persistência destas ilusões, ao longo dos anos setenta e oitenta, fez com que os interesses financeiros e da macroeconomia – na mira de lucros sem limites – tenham superado toda a razão de Estado e toda a lei moral. Após a queda do muro de Berlim, os interesses económicos dos países mais desenvolvidos exerceram um poder globalizador e hegemónico através da comunicação (na imprensa, na televisão ou na Internet). Simultaneamente, um materialismo desenfreado reduziu e marginalizou o papel da moral na vida das pessoas, e atribuiu um valor último e absoluto ao dinheiro, ao êxito e ao interesse pessoal.

A comunicação televisiva desenvolveu-se neste ambiente. O entretenimento

televisivo, de modo particular, foi-se submetendo, cada vez mais, aos negócios publicitários. Assim, a preparação de qualquer filme, espectáculo, concurso, jogo ou *talk-show*, está direccionada unicamente para conseguir o maior número possível de telespectadores, considerados como meros consumidores. Tendo em conta que a violência e o sexo atraem, também na TV, os instintos básicos das pessoas comuns, na ficção televisiva continuam a mostrar-se cenas de assassinatos, de opressões físicas e psicológicas, amplamente condimentadas com pornografia. A difusão da permissividade consumista e do relativismo moral, fez com que toda a programação televisiva se tenha convertido a um agnosticismo religioso persuasivo, que se apresenta e se exalta como "respeito pelos não crentes". Assim, pouco a pouco, toda a programação televisiva chegou a ser etimologicamente atea; até ao ponto de se tornar ofensiva para a população mundial que é e se declara crente.

Um inquérito exaustivo, realizado recentemente nos Estados Unidos entre telespectadores e profissionais da televisão, revelou uma realidade cuidadosamente ocultada pelos meios de comunicação. Perguntou-se a um amplo 'universo' de homens e mulheres: "Acredita em Deus; frequenta alguma igreja?" 96% dos telespectadores respondeu que crê em Deus e 47% que frequenta uma igreja. Entre os profissionais de televisão 25% respondeu que crê e 7% que frequenta uma igreja. O que quer dizer que a televisão é concebida e realizada por um grupo minoritário de intelectuais "não crentes" e transmitida a telespectadores, na sua grande maioria, crentes.

Com tudo o que expliquei, quero dizer que não é fácil fazer programas de êxito na TV com transmissões de inspiração cristã; não é fácil, mas também não é impossível.

Faço esta afirmação com base numa experiência pessoal, que seguidamente tentarei sintetizar.

Levado pela premência e pelo zelo apostólico que São Josemaria transmitia, há doze anos alguns amigos italianos, com desejos de influenciar o ambiente de forma cristã, pensámos: deixemos de nos lamentar de uma televisão nociva, banal, consumista, vulgar; e não alimentemos a ilusão de enfrentar o elefante das grandes emissões televisivas – hedonistas e permissivas – com as pequenas emissoras locais, tecnicamente inadequadas, cheias de boas intenções, mas sem recursos financeiros e artísticos. Com os recursos financeiros e intelectuais, que consigamos arranjar, vamos conceber e realizar programas de boa qualidade, que realmente possam competir no mercado mundial da emissão televisiva – seja ela qual for -, e vamos propor aos telespectadores programas interessantes, baseados na vida quotidiana ou nos textos da grande cultura humanística, mesmo da que foi divinamente inspirada.

Assim nasceu *Lux Vide*, sociedade anónima com um capital de oito milhões de liras, destinada à produção de ficção televisiva de boa qualidade e do agrado das famílias. Há dez anos *Lux Vide*, além de outros programas de ficção, planeou a realização de uma Bíblia televisiva, considerada como a pedra angular, sobre a qual se reestruturaria o edifício de uma audiência televisiva, não contaminada pela antropologia iluminista nem pelos paroxismos da violência e do sexo reduzido a mera actividade física, desligado do amor pessoal.

O projecto de uma série de vinte episódios está hoje praticamente concluído, com a realização e emissão de 16 episódios do Antigo Testamento e 3 do Novo Testamento. Trabalha-se agora na edição do último episódio da série: *Apocalipse*.

Foi possível realizar um projecto tão complexo graças à concepção inteligente e harmoniosa que um grupo de peritos biblistas (católicos, protestantes, ortodoxos, judeus e muçulmanos) aplicou, em primeiro lugar, ao desenho geral da obra e depois ao desenvolvimento de cada episódio, proporcionando a guionistas, a realizadores e a produtores os elementos chave para interessar ao grande público. Tratava-se, neste caso, de um público composto na sua maioria por pessoas sem cultura bíblica específica; mas também por conhecedores da Bíblia e, por fim, por exegetas altamente especializados. O grupo de peritos – encabeçado por Mons. Gian Franco Ravasi, professor de exegese bíblica e membro da Comissão Pontifícia Bíblica – soube escolher os temas essenciais do argumento de cada episódio; e conseguiu, sobretudo, transpor o texto bíblico – sem o falsear – para cenas sintéticas de tal modo que, respeitando o espírito e a letra da “revelação”, tivessem a capacidade de envolver o público num atraente espectáculo de ficção dramatizada.

Qual o impacto destes episódios nos homens e mulheres que vêem televisão mas tinham perdido – depois de decénios de “secularização” da sociedade materialista e hedonista – o sentido profundo da fé em Deus?

Pretendemos no nosso projecto – de acordo com os peritos – apoiar os nossos filmes na Bíblia, que nos revela o sentido constante da presença de Deus na vida do Universo; do Deus que criou o homem e a mulher. Portanto, a partir de Abraão – o primeiro episódio da série – tentámos apresentar a vida das principais personagens numa escuta constante da voz do Criador, dispostas a cumprir, sempre e a todo o custo, a Sua suprema Vontade.

Tentámos desenvolver, em todos episódios da série, uma narração, não filológica do texto, evitando cair também – como por vezes aconteceu no cinema americano – numa espectacularidade moderna, de personagens isoladas do contexto bíblico.

Concordámos com os guionistas e realizadores quanto ao uso das técnicas de

comunicação televisiva, experimentadas nas telenovelas e nos telefilmes. Conseguimos, com esses métodos, envolver o grande público, através das emoções, dos sentimentos e do apelo à fantasia. Simultaneamente, procurámos transmitir um conhecimento essencial da mensagem bíblica que suscitasse a curiosidade de ir ler o texto escrito.

Depois da experiência da Bíblia televisiva, não estou pessimista.

Pensem bem: estes vinte episódios do Antigo e do Novo Testamento tiveram sempre, em 143 países de todos os continentes, uma audiência superior à de qualquer outra emissão. Na Itália, por exemplo, o episódio de José teve a mesma audiência que o Festival da Canção de São Remo e, na América, superou os Emmy, os Óscares da televisão. O episódio de Jesus – visto em Maio de 2000, nos Estados Unidos, por 40 milhões de espectadores – duplicou a audiência da CBS e bateu, nessa mesma tarde, o *share* que outra emissora americana detinha desde há dois anos, com a transmissão de “*Milionário*”, concurso que atribui todos os dias um prémio de um milhão de dólares.

É errado, pois, dizer que as pessoas queiram o “tele-lixo”, cheio de violência e de sexo; pelo contrário, a nossa experiência tornou claro, com a objectividade dos índices de audiência, como o público – o grande público – tem uma expectativa cultural mais elevada do que aquela que a televisão habitualmente lhe propõe e, também ainda, como o argumento do sagrado se agradece e é compreendido. Posso dizer que, como consequência da programação da Bíblia e do seu êxito, se abriu uma nova perspectiva a nível mundial: uma ficção de carácter religioso que conta já com dezenas de títulos.

Certamente, é necessário que os filmes culturais e de argumento sagrado sejam concebidos e realizados cuidadosamente e com grande profissionalismo, e por bons realizadores, interpretados por bons actores. Não se deve ter a presunção de pensar que, para narrar a verdade revelada ou a vida dos santos, basta boa intenção sem preciso ter em conta a expectativa justa do público de uma alta qualidade técnica e artística.

Quis citar esta experiência levada a cabo pela *Lux*, embora circunscrita, não para celebrar um feliz êxito de comunicação em televisão, mas para indicar métodos e comportamentos de concepção e produção de programas, capazes de estabelecer uma relação activa com o grande público das audiências televisivas e que – é necessário salientar – permitam aos trabalhadores da distribuição, da emissão e da publicidade, fazer bons negócios. Isto revela que as propostas culturais e o recurso a valores humanos e transcendentais não são factor de risco nem de fracasso.

Julgo, portanto, poder afirmar que esta é uma via profissional possível, aberta a quem, no futuro, queira dedicar-se à concepção e transmissão de boa comunicação.

Chegou o momento de os católicos abandonarem os caminhos da passividade, da escuta e da discussão teórica sobre o uso dos meios de comunicação. Estas actividades propedêuticas têm a sua utilidade, mas há já cinquenta anos que os católicos discutem sobre a importância da comunicação. O que têm a fazer é arregaçar as mangas, fazer uso das suas capacidades intelectuais e culturais, descobrir recursos empresariais, formar bons escritores, bons guionistas, bons realizadores, enfim, aventurar-se no mercado livre, apontando para cima, sem provincianismos nem preguiças minimalistas, sem ciúmes nem protagonismos. O Santo Padre João Paulo II, no encerramento do Ano Santo, repetiu uma expressão muito cara a São Josemaria e que constitui um motivo de esperança e de empenho nos diversos campos da evangelização: *Duc in altum!*¹⁰.

Notas

(1) *Temas Actuais do Cristianismo*, 86

(2) *Sulco*, 128

(3) *Mt* 13, 24-25.

(4) *Mt* 13,28.

(5) *Cristo que passa*, 123.

(6) *Ibidem*, 123.

(7) *Sulco*, 128.

(8) *Cristo que passa*, 124

(9) Recolhido por Pilar Urbano. *O homem de Villa Tevere: Os anos romanos de Josemaria Escrivá*, São Paulo, Quadrante, 1996.

(10) *Lc* 5,4; Cf. João Paulo II, Carta Apost. *Novo Millenio Ineunte*, 1; *Caminho*, 792; *Amigos de Deus*²¹, 23; *Cristo que passa*, 159.

Actas do Congresso "A grandeza da vida corrente", Vol. XII Comunicação e cidadania, EDUSC, 2004.