A "nova" televisão

Em muitos países da Europa ocidental e nos Estados Unidos completou-se a passagem para o sistema digital terrestre, na difusão do sinal televisivo; passagem que ainda está em caminho em grande parte da América Latina, da Ásia setentrional e da Oceania. No restante do planeta só a África, o Oriente Médio e a Ásia meridional não têm programada até o momento a transição, mas trata-se de um processo imprescindível, porque a nova tecnologia oferece a vantagem de um aumento sensível de canais disponíveis (com uma conseqüente ampliação do mercado publicitário) e uma qualidade melhor de transmissão e recepção áudio/vídeo.

Os aspectos tecnológicos porém são marginais à grande mudança que se verifica no uso da TV, tanto para quem produz, como para quem usufrui.

O primeiro fator, como já foi dito, é o considerável aumento do número de canais: cada emitente, nacional e local, agora tem à sua disposição um conjunto de freqüências que contém um número maior de canais, em comparação ao anterior. O "zapping" (isto é a passagem veloz dos canais) esta tornando-se cada vez mais o primeiro acesso à TV após a ascensão, a busca de um programa interessante. Se uma vez se ligava a TV sabendo o que se queria ver, agora a escolha do programa é, cada vez mais , confiada ao poder do controle: liga-se TV sem saber o que se vai encontrar e, passando de canal em canal, pára-se naquele que mais nos atrai.

Em síntese, o telespectador está se tornando (ou pelo menos, tem sempre maior esta percepção) o protagonista da TV construindo-se autonomamente o palco.

Economia de atenção: é a nova disciplina de estudo nascida da difusão dos novos meios de comunicação, nos quais a televisão tem ainda um papel fundamental. O tempo colocado à disposição por parte do ouvinte, em relação ao aumento exponencial de informações e mensagens, é cada vez menos. A quantidade dos conteúdos, facilmente disponíveis pela TV (e internet) hoje é superior a qualquer possibilidade humana de consulta. Por isso as estratégias de captura de escuta tornam-se sempre mais refinadas: como atrair a atenção do telespectador? Como desfrutar comercialmente desta atenção?

Uma primeira linha estratégica seguida pelas grandes emissoras é a especialização da oferta: canais que transmitem informações em tempo contínuo, eventos esportivos, musicais, filmes, ficção, variedade de entretenimento, sem esquecer os canais religiosos.

Em muitos lugares do planeta, já é possível escolher livremente de um arquivo de conteúdos, sem aguardar um dia ou um horário determinado.

Definitivamente, hoje a televisão mudou e exige uma nova e mais profunda consciência: os mecanismos para "captar" a audiência tornam-se sempre mais sutis, brincando com os sen-

timentos e com o sensacional; a abundância de conteúdos tem como contrapeso uma maior superficialidade; o controle familiar dos programas vistos pelas crianças está tornando-se praticamente impossível.

Antes, porém de julgar o fenômeno da nova televisão, ele deve ser conhecido. Como cristãos não podemos não acolher o mandato do Senhor: "Ide por todo o mundo e anunciai o meu Evangelho". Ao lado das novas tecnologias de comunicação, também a televisão digital é uma extensão daquele mundo ao qual somos enviados e no qual como "Igreja-sacramento de salvação", devemos estar presentes.

A partir da pequena experiência amadurecida dentro de uma diocese da Itália setentrional posso oferecer alguns critérios de trabalho:

A popularidade: comunicar com simplicidade, de modo direto, evitando a linguagem lodosa, que freqüentemente identifica o mundo eclesial.

La localidade: na nossa experiência é uma das grandes chaves. A Igreja vive num território preciso, com suas histórias, sua cultura, seus valores que raramente encontram espaço na televisão. Narrar histórias autênticas , próximas da experiência cotidiana, talvez, seja o melhor antídoto à televisão dos "format", aos programas sem tempo e sem lugar, que se repetem como fotocópias.

Evitar os guetos: a tendência aos canais especializados não deve fechar-nos automaticamente nos canais nos quais a nossa mensagem poderia soar como "inevitável". Não devemos desistir da possibilidade de entrar no debate público, de sujar as mãos, narrar a vida de fé como algo de relevante na vida da cidade e do mundo.

A liturgia: há muitos pedidos de transmissões litúrgicas, mas há também muitas ofertas, nos canais católicos. É preciso fazer as avaliações oportunas e sobretudo ter grande cuidado com a transmissão das celebrações.

A educação: é o empenho mais urgente e mais difícil. As novas tecnologias de comunicação constituem, hoje, um verdadeiro e próprio ambiente cultural que influi fortemente, não só na circulação das idéias, mas no modo de formular as próprias convicções. A este propósito os bispos italianos não duvidam em falar de "conversão pastoral" para indicar a necessidade de acolher a passagem epocal pela qual estamos passando em todos os níveis: da família, da paróquia, da diocese, aos movimentos e às comunidades religiosas.

Devemos todos amadurecer a sabedoria de que a "comunicação" não é apenas um espaço da pastoral, mas é o ambiente no qual vivemos.

don Juan Andrés Caniato