# Televisão como Mito e Ritual



Apresentamos a seguir a continuação e última parte do artigo iniciado no número 1 da revista *Comunicação e Educação*, "Televisão como Mito e Ritual". Além da conclusão do tema, publicamos a bibliografia utilizada no trabalho e, também, endereços de pesquisadores da área.

### II: COMO A TELEVISÃO CONTA HISTÓRIAS

Silverstone e outros argumentam que a linguagem específica da TV, que os produtores devem dominar e o público aprender, é a narrativa<sup>11</sup>. As matérias-primas culturais que a TV usa - vidas pessoais e esforços de desenvolvimento de nações - já são "histórias" que as pessoas estão "escrevendo" em suas ações cotidianas, mas a TV reescreve o mundo em termos de uma trama (enredo) parecida com um conto popular com heróis, vilões, competições e resultados vitoriosos bem-definidos.

# 1. Por que a TV é uma linguagem narrativa?

O discurso narrativo da TV surgiu de uma tradição de conto popular, tão antiga quanto a humanidade, mas mais diretamente de uma transformação da mídia diária, de um fórum de debates elitistas para um *entretenimento* popular, no século XIX. Os fundadores do barato "jornal de um centavo", nos anos 30, criaram um mercado de massa, adaptando para o formato de jornal os entretenimentos populares orais, cara a cara, do horário de lazer. O intercâmbio de fofocas sobre os crimes sensacionais, a fraqueza humana da aristocracia, as principais dis-

<sup>11.</sup> Roger Silverstone desenvolveu e modificou suas análises da narrativa em uma série de publicações subseqüentes a The Message of Television (A Mensagem da Televisão) (1981): "Narrative Strategies in Television Science - A Case Study" (Estratégias Narrativas na Ciência da Televisão - Um Estudo de Caso). Media, Culture and Society (Mídia, Cultura e Sociedade), Vol 6/4 (out. 1984), pp. 377-410; Framing Science: the making of a BBC documentary (Ciência de Suporte: a produção de um documentário da BBC). Londres, British Film Institute, 1985; "The Agonistic Narratives of Television Science" (As Narrativas Agonísticas da Ciência Televisiva) de John Corner (ed.). Documentary and the Mass Media (Documentário e a Meios de Comunicação de Massa). Londres, Edward Arnold, 1986. pp. 81-106.

cussões políticas e as reportagens sobre as batalhas de guerra - tornaram-se "notícias" da imprensa popular. Todas as formas de histórias, das aventuras heróicas aos contos de terror, entraram para a imprensa popular como contos ou novelas seriadas. As novas tecnologias de comunicação - disco, filme, rádio e TV -, na sua busca por um mercado de massas, adotaram o mesmo formato divertido, o de contar histórias.

# 2. A linguagem oral tem uma estrutura narrativa

Em segundo lugar, a TV é transmitida para uma nação inteira e deve ser catalogada em uma linguagem de símbolos familiares, contos populares e mitos nacionais ou cósmicos que são instantaneamente reconhecíveis por todos que assistem. Na terminologia do sociolingüista britânico Basil Bernstein, a TV usa uma linguagem pública, "restrita", isto é, restrita a um discurso comum a todos. Como a conversação dentro de uma família ou uma comunidade folk12, a TV deve pressupor a memória cultural viva de uma audiência nacional ou internacional, e é cheia de alusões que não precisam ser explicadas, símbolos e referências icônicas não-verbais, que são dadas como certas.

# Como McLuhan e outros notaram, a TV é um meio *oral* e, como outros discursos orais, funda-se em fórmulas narrativas que podem ser memorizadas

 o exemplo clássico é o do cantor de uma balada épica que consegue recontar uma história longa, inteiramente memorizada, porque os detalhes são sugeridos pela estrutura da história completa. Já na mídia escrita ou impressa, contrariamente, a informação é armazenada e a memória dispensada. A mídia escrita possibilita o armazenamento de listas de dados precisos e longos argumentos abstratos que são impossíveis de memorizar. A TV atua como se fosse uma conversação em andamento dentro de uma comunidade local, nacional ou internacional em que as últimas notícias, dramas, esportes e modas são nada mais do que o último episódio de uma história cultural contínua.

# 3. A linguagem narrativa das imagens em movimento

Como o cinema, a TV tem uma "linguagem" específica para conduzir o significado, baseada em uma combinação de som, música e, especialmente, de imagens em movimento. Como aponta o estudioso francês da semiótica do filme, Christian Metz, as unidades da linguagem do filme - tais como tomada ou sequência - têm significado específico apenas através de sua integração com a narrativa completa. Ao contrário da linguagem natural, em que as palavras podem constar no dicionário com um significado do contexto de uso, as unidades da linguagem do filme são únicas e têm um significado conotativo, virtualmente infinito, dependendo de sua posição dentro da següência das imagens. O filme terminado dá, a cada tomada, seu significado particular.

# 4. Contar histórias é uma arte ilusoriamente complexa

Silverstone utiliza a análise estruturalista das lendas folclóricas e narrativas proposta por Vladimir Propp<sup>13</sup> e A.J.Greimas<sup>14</sup>, além

<sup>12.</sup> População considerada como unidade culturalmente homogênea e relativamente simples, principalmente comunidades campesinas. Não há termo equivalente em português, daí os autores usarem o termo original em inglês.

<sup>13.</sup> PROPP, Vladimir. Morfologia do Conto Maravilhoso. Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 1984.

<sup>14.</sup> GREIMAS, Julian. Semântica Estrutural. São Paulo, Cultrix, 1973.

por Vladimir Propp¹³ e A.J.Greimas¹⁴, além das interpretações da narrativa mítica, para explicar como a TV tem sucesso em construir uma história. Na visão de Silverstone existem três níveis na narrativa televisiva: 1) o conteúdo temático, tirado da vida cotidiana; 2) uma ordem cronológica, cheia de suspense, dos eventos que movem a ação através de um certo período de tempo, para a solução satisfatória de uma questão ou problema; 3) a lógica cultural, que faz de atores, eventos e situações da história construída, símbolos representativos das tensões e problemas vivenciados pelo público. Assim,

### a lógica das transformações simbólicas na história sugere soluções possíveis para questões culturais correntes.

Silverstone também inclui um quarto nível, a aplicação de fórmulas míticas arquetípicas do bem que triunfa sobre o mal, as quais são, freqüentemente, tentativas universais, transculturais, de se dar significado aos mistérios definitivos da existência humana.

Silverstone ilustra seu método de analisar histórias de TV, aplicando-o em um drama de TV de treze capítulos, intitulado **Intimate Strangers** (Estranhos Íntimos), exibido pelo canal comercial britânico, toda sexta-feira à noite, no outono de 1974, e assistido por um público que variou de 4.344 mil a 5.874 mil lares na Grã-Bretanha.

# 5. Nível 1: O conteúdo da vida cotidiana britânica

O tema de **Intimate Strangers**, apesar de não ser uma simples fórmula hollywoodiana de seriado de aventura, era potencialmente um drama atraente para muitos ingleses urbanos da classe média, porque tocava em problemas bastante típicos de suas vidas. No primeiro episódio, o apa-

rente herói, Harry, um editor de meiaidade de uma editora de Londres, devido às pressões de uma carreira competitiva em uma indústria competitiva, tem um ataque cardíaco e quase morre. O médico manda Harry largar o emprego. A destruicão de suas ambicões de vida traz uma crise econômica familiar: torna sua relacão superficial de casamento com Joan confusa; e cria tensões emocionais que alienam os filhos, que começavam a pensar sobre casamento. Nos episódios seguintes, os repetidos esforços de Harry para encontrar emprego são humilhantemente rejeitados. Harry e Joan separamse, e se entretêm com relações sexuais fora do casamento e planejam o divórcio. Sua casa está para ser vendida. Ironicamente, os argumentos emocionais de Joan e Harry e as tentativas desastradas de alternadamente culparem e ajudarem um ao outro trazem um novo nível de franca conversação entre eles. Gradualmente, com a ajuda de conversas com intermediários, tais como a médica de Joan, Harry e Joan reconstroem suas vidas juntos. Harry desiste de suas aspirações na carreira para tomar conta de uma pequena livraria, no subúrbio de Londres, que fora gerenciada, significativamente, por uma frágil velhinha, e Joan estabelece sua independência feminina arrumando um emprego fora de casa. Harry e Joan vendem sua casa em Londres e, na tomada final, de helicóptero, o casal é mostrado no meio de um campo aberto, demarcando os limites da cabana que eles planejam construir, em uma vila idílica nos subúrbios londrinos.

### 6. Nível 2: A narrativa do conto popular

Vladimir Propp, em seu estudo da estrutura formal dos contos populares russos, funcionais, essenciais, que levam um enredo até o final. As prioritárias são: o problema - a infâmia ou a "necessidade", que rompem a ordem e o equilíbrio da vida e demandam uma solução; o herói e o vilão; o mediador, que dá ao herói o legítimo mandato da comunidade; os vários ajudantes e intermediários, que frequentemente representam a sabedoria, os valores e as fórmulas míticas da cultura; o objeto da busca do herói, que reflete valores prioritários da cultura; os testes e provações que identificam os valores dos heróis; o triunfo final do herói; a recompensa do herói com a princesa; a celebração final - o reestabelecimento da solidariedade e da ordem sociocultural.

Um drama psicossocial como

Intimate Strangers revela muito da estrutura dos contos populares, mas também tem profundas nuanças que refletem uma visão global contemporânea do bem e do mal.

A história desenrola-se a partir de três problemas intimamente relacionados: uma desordem física, o ataque cardíaco de Harry; uma desordem social, o rompimento de um relacionamento conjugal; e uma desordem cultural, o colapso na carreira de Harry. A infâmia nunca é personificada, mas é vagamente atribuída ao "sistema" socioeconômico. As desordens desse "sistema" são retratadas e interanalisadas nas personalidades de Harry e Joan, de maneira que estas duas pessoas são, ambas, heróis e vilões. Os testes também são psicológicos. Os intermediários sensatos são médicos e amigos pessoais que já vivenciaram traumas conjugais semelhantes. Os heróis nunca tentam desafiar o "sistema", mas simplesmente o rejeitam por um estilo de vida alternativo.

# 7. Nível 3: A lógica cultural dos símbolos da TV

Em suas análises das narrativas míticas,

Lévi-Strauss argumenta que as histórias aparentemente fantásticas de princesas que se transformam em sapos não são sonhos ao acaso, mas representações simbólicas de temas sociais e culturais básicos.

Os mitos pegam objetos comuns da vida das pessoas - animais, localizações geográficas, pessoas heróicas - e organizam estes símbolos, dentro de narrativas dramáticas, em oposições binárias, de maneira que estes símbolos representem os mais profundos conflitos de valores com significados que a cultura está vivendo. A história do mito, primeiro, apresenta as oposições e, então, através da ação de mediadores, leva estes símbolos à harmonia, indicando uma solução lógica na mais profunda construção do significado.

Um conflito cultural é, frequentemente, retratado simbolicamente, não apenas com um grupo de opostos binários, mas através de uma série de códigos paralelos:

códigos geográficos (perto-distante, altobaixo); códigos físicos (vida-morte); códigos sociais (masculino-feminino, *status* alto e baixo); códigos econômicos (produçãoconsumo) etc.

Portanto, em **Intimate Strangers**, a localização geográfica tem um significado simbólico, que o público britânico pode reconhecer e identificar a partir da experiência de suas próprias vidas. A "cidade" é a floresta selvagem, a fonte de conflito econômico, doentia e diluidora de famílias. O

"jardim", no fundo da casa, e a beleza natural do Distrito de Lake, no norte da Inglaterra, são lugares onde Harry descansa e repõe sua saúde e também onde Harry e Joan se encontram e iniciam a reconciliação. Nos códigos sociais, certos lugares e atividades são símbolos da masculinidade a cidade e o mundo da competição econômica - ou feminilidade - o lar, a cozinha, o jardim, onde Joan gosta de trabalhar, e uma pequena livraria gerenciada por uma senhora de idade. As transformações simbólicas a rejeição de Harry pela "cidade", o tempo gasto no jardim ou cuidando da livraria, a mudança de Harry e Joan para o interior são transformações de valores pessoais e papéis sociais apresentados neste drama como uma solução para tensões na sociedade britânica.

### 8. Nível 4: A fórmula mítica

Intimate Strangers fornece um enredo característico da contracultura do começo dos anos 70, com uma reversão dos papéis masculinos e femininos e uma rejeição às ambições competitivas do capitalismo. E também reafirma a busca mítica, transcultural e arquetípica, pela unidade familiar e retorno à natureza. Silverstone também sugere que "a história de Harry tem, embora no seu jeito inteiramente mundano, algo do mito de Cristo em si. É a história de sua (quase) morte e ressurreição, da construção de uma nova vida e os passos no caminho certo em direção à utopia". Todos esses níveis são unidos em uma única narrativa entrelaçada, sem costuras, que Silverstone chama de "retórica" da TV, o convite persuasivo para se aceitar a plausibilidade da história, porque resolve contradições, e ajuda tanto produtores como espectadores fora de sua situação cultural.

Se algum desses níveis estiver de algum modo faltando ou malconstruído, então a história é menos satisfatória, menos convincente e menos convidativa

para representar a história de nossas próprias vidas.

### III: A TELEVISÃO COMO EXPERIÊNCIA RITUAL

NEWCOMB, Horace e ALLEY, Robert. The Producer's Medium: conversation with creators of American TV (O Meio do Produtor: conversas com os criadores da TV Americana). Nova York, Oxford University Press, 1983.

TURNER, Victor. From Ritual to Theatre: the human seriousness of play. (Do Ritual ao Teatro: a seriedade humana da peça). Nova York, Performing Arts Journal Publications, 1982.

Em meados dos anos 70, a Escola de Estudos Culturais da Pesquisa de Mídia começou a questionar a análise, então dominante, da mídia como veículo de mensagens de uma fonte com o objetivo de inculcar efeitos em receptores relativamente passivos, e o propósito de socialização e controle social. Os pesquisadores começaram a ver o público como muito mais ativo, com capacidade para registrar seletivamente símbolos e temas da mídia, no processo de compreensão da vida, e construindo seus próprios mundos de significado cultural. 15 James Carey propôs

que a mídia poderá ser melhor compreendida como um *ritual* coletivo, que atrai artistas criativos, produtores, críticos e vários setores do público nacional,

<sup>15.</sup> SILVERSTONE, Roger. The Message of Television (A Mensagem da Televisão). Londres, Heinemann Educational Books, 1981. caps. 5 e 6.

em um esforço comum para expressar, refletir e celebrar as crenças compartilhadas de uma cultura. George Gerbner também sugere que hoje a TV, em sua dramatização repetitiva e ritualizada de símbolos, normas e valores, desempenha um papel semelhante ao da religião popular. Desde os anos 70, os pesquisadores da mídia têm explorado a experiência subjetiva da TV em termos de conceitos de experiência ritual, desenvolvida por antropólogos, tais como Victor Turner.

# 1. A ligação entre ritual e teatro

Na visão de Victor Turner,

as artes performáticas contemporâneas, tais como o teatro, concertos de rock e entretenimento da mídia de massa, desenvolveram-se a partir da celebração ritual e comunal das sociedades préindustriais

e fornecem uma experiência cultural semelhante. Turner insistiu que o significado do ritual não significa ação repetitiva, mas um mecanismo para a mudança ou a transição nas vidas pessoais ou nas comunidades.

Turner e outros descobriram, por exemplo, que, em ritos de iniciação para a idade adulta ou liderança monárquica, existem três estágios: 1) os iniciantes são tirados da rotina das preocupações mais práticas do dia-a-dia, com objetivos de curto prazo; 2) eles entram no mundo simbolicamente criado, da história mítica e dos valores : 3) eles retornam à comunidade para assumir novos papéis, com uma nova visão. Turner descreve o segundo estágio da experiência de transição como "liminar", do latim limem ou limiar, porque ele leva os iniciantes para um "limiar" entre dois mundos: um mundo da comunitas ou de compartilhamento co-munal utópico, com igualdade e amor humano, em contraste com societas ou sociedade, isto é, um mundo de autoridade, status sociais e competitividade econômica. O estado liminar é de livre-arbítrio, expressividade subjetiva, às vezes profundamente poético e extasiado, em contraste com o enfrentamento racionalista e centralizado dos problemas imediatos da vida.

Turner também observou os estágios de desligamento, liminaridade e retorno, nas celebrações sazonais comunais de sociedades agrárias, em romarias religiosas, iniciações religiosas e em "retiros" (sentido de retirada, aposentadoria). Ele as denominou de comunidades monásticas e os papéis de artistas cria-

<sup>16.</sup> CAREY, James W. "Mass Communication Research and Cultural Studies: an American view" (Pesquisa de Comunicação de Massa e Estudos Culturais: uma visão americana) In: CURRAN, J.; GUREVITCH, n; WOLLACOT, 5. (eds.). Mass Communication and Society (Comunicação de Massa e Sociedade). Londres, Edward Arnold Open University Press, 1977. pp. 409-426.

<sup>17.</sup> GEBNER, George e GROSS, Larry. "Living with television: the violence prolife" (Vivendo com a televisão: o perfil da violência) In: Television: the critical view (Televisão: a visão crítica). 1ª ed. Nova York, Oxford University Press, 1979. pp. 363-393.

<sup>18.</sup> TURNER, Victor W. The Ritual Process (O processo do ritual). Londres, Routledge. Reimpresso da Penguin de 1974. Kegan Paul, 1969; TURNER, Victor e Edith. Image and Pilgrimage in Christian Culture: anthropological perspectives (Imagem e Peregrinação na Cultura Cristã: perspectivas antropológicas). Nova York, Columbia University Press, 1978; TURNER, Victor. Dramas, Fields and Metaphors: symbolic action in human society (Dramas, Campos e Metáforas: a ação simbólica na sociedade humana). Nova York, Ithaca, Cornell University Press, 1974.

tivos, ou o mundo acadêmico, de liminar. O teatro tem muito da essência da liminaridade, a saber: "Uma região livre e experimental da cultura, uma região onde não apenas novos elementos, mas também novas regras de combinação podem ser introduzidos."

### 2. Lazer como um espaço para o liminar

As sociedades industriais, observa Turner, dividem nossas vidas precisamente em: períodos de *trabalho*, quando atendemos às fábricas e às burocracias, e *lazer*, quando o tempo é nosso e a imaginação e as emoções podem vagar livres.

Pesquisas atuais correntes mostram que o lazer não é apenas descanso físico do trabalho, mas a hora em que nós temos liberdade para relações mais íntimas com familiares e com a comunidade

e, especialmente, tempo para explorar alternativas de valores e identidades pessoais. Por exemplo, o período da "juventude", quando nós estamos decidindo sobre carreira, casamento e valores de vida, é culturalmente um período de maior lazer. Hoje, o entretenimento público, turismo, artes perfomáticas e, especialmente, a TV são as principais atividades de lazer, que proporcionam um espaço imaginativo, deixando-se para trás as rotinas cotidianas e permitindo examinar sentidos mais amplos da vida.

Bernice Martin, nos seus estudos dos movimentos contraculturais utópicos dos anos 60, concluiu que os estados permanentes de pura liminaridade são difíceis de se manter, e que a maioria das culturas "formula" as experiências liminares em períodos de feriados festivos ou de lazer, quando a expressividade imaginativa e emocional é permitida.<sup>20</sup> Martin, assim como os pesquisadores da mídia Elihu Katz e Horace Newcomb, vê a TV como uma das principais formas de experiência liminar "formuladas" hoje em dia.

### 3. Como a TV é liminar?

Newcomb observa que a TV é um mundo fictício ou uma apresentação construída, altamente seletiva, de documentários e notícias que nos distanciam da vida real, mas também oferecem uma discussão e um comentário correntes desta vida.

Na experiência da TV, relaxamos nossas expectativas estabelecidas de racionalidade, entramos em outros mundos possíveis de significados, e então retornamos para o nosso mundo "real", com perspectivas, de algum modo mudadas, que nos permitem modificar esse mundo.

Turner sentiu que as artes perfomáticas, das sociedades modernas, fornecem uma experiência liminar que é muito mais diversa, opcional e crítica da cultura. O liminar, hoje, é também mais subjetivo e divertido do que as celebrações comunais e rituais prescritas nas sociedades pré-industriais. Ele, por isso, denominou a experiência da performance contemporânea e a mídia de massas de "liminóide", ao invés de estritamente liminar.

KELLY, John R. Leisure Identities and Interactions (Identidades e Interações do Lazer). Londres, George Allen and Unwin, 1983.

MARTIN, Bernice. A Sociology of Contemporary Cultural Change (Uma Sociologia da Mudança Cultural Contemporânea). Oxford, Basil Blackwell, 1981.

Newcomb, ao contrário de Turner, argumenta que a TV, como uma arte popular, é melhor quando é uma experiência *comunal* nacional.<sup>21</sup> Newcomb admitiria que as sociedades ocidentais, desde a era do Romantismo, tenderam a caracterizar o artístico como uma inovação ousada e uma expressão lírica dos sentimentos subjetivos e exclusivos do artista. A TV, entretanto, tem um papel cultural similar ao do coro no teatro grego. O coro tinha a função de fornecer um comentário à ação dramática, de modo que representasse as idéias, emoções e questões do público.

A TV faz o papel de coro quando apresenta experiências e memórias culturais amplamente compartilhadas, em que o público pode entrar, questionar e criticar,

porque é, em graus diversos, a *sua* vida. Na visão de Newcomb, a "TV lírica", que enfatiza a experiência subjetiva do artista, não faz, freqüentemente, muito sucesso junto aos críticos ou ao público, porque não fala a linguagem pública da TV.

# 4. O futuro da análise da TV como mito e ritual

Até recentemente, a pesquisa em mídia utilizava os conceitos da antropologia cultural, primariamente, para estudar o conteúdo da programação e os processos de produção da TV.

O "texto" da TV é tido como um produto cultural coletivo da sociedade e uma reflexão sobre a dinâmica da produção cultural nessa sociedade.

Há, relativamente, pouca pesquisa de nível de audiência, para testar a apropriação que o público realmente faz da TV, em termos míticos ou como uma forma de ritual. Isso requereria a utilização não só dos conceitos de antropólogos culturais, mas também métodos de pesquisa de campo de descrição etnográfica, observação participante e entrevistas de profundidade. Na verdade, uma tendência significativa na pesquisa da mídia é o uso de questionários de etnografia de audiência. Pode-se citar, por exemplo, as observações participantes de como as famílias usam a TV22 ou uma coleção de histórias de vida aprofundadas dos seguidores de um programa de TV, a fim de determinar como os espectadores escolhem os elementos desse programa para construir suas próprias visões de mundo culturais.23 Isso promete um novo estágio importante na pesquisa de TV, que irá equilibrar a insuficiência dos métodos quantitativos de pesquisa de audiência.

> Robert A. White Editor

SILVERSTONE, Roger. "The Right to Speak: on a poetic for television documentary" (O Direito de Falar sobre uma Poética para o Documentário de Televisão) In: Media, Culture and Society (Mídia, Cultura e Sociedade). Vol. 5/2, abr. 1983. pp. 147-149.

<sup>22.</sup> MORLEY, David. Family Television: cultural power and domestic leisure (Televisão Familiar: poder cultural e lazer doméstico). Londres, Comedia Publishing Group, 1986; LULL, James. World Families Watching Television (Famílias Mundiais Assistindo a Televisão). Newbury Park, CA, Sage Publications, 1988.

<sup>23.</sup> HOOVER, Stewart. Mass Media Religion: the social sources of the electronic church (A Religião da Mídia de Massas: as fontes sociais da igreja eletrônica). Newbury Park, CA, Sage Publications, 1988.

### PESQUISA ATUAL SOBRE A TV COMO MITO E RITUAL<sup>24</sup>

### **AUSTRÁLIA**

Myles Breen (School of Commu-nication and Liberal Studies, Mitchell College of Advanced Education, Bathhurst, NSW 2795) tem estudado a expressão da mitologia nacional australiana na TV.

John Hartley (School of Communications, Murdoch Univ., Murdoch, Western Australia 6150) continua com a pesquisa que demonstra que o telejornal usa a mesma estrutura narrativa e o repertório de dispositivos semióticos que o drama de ficção da TV. Suas publicações recentes incluem, com Martin Montgomery, "Representações e Relações: ideologia e poder na notícia da imprensa e TV". DIJK, Teun van (ed.). **Discourse and Communication** (Discurso e Comunicação), Berlim e Nova York, Walter de Gruyter.

John Tulloch (Macquarie Univ., North Ryde, NSW 2113) terminou um livro sobre o programa australiano, **Uma Prática Interiorana**, examinando como os códigos da produção da mídia profissional influenciam a apresentação dos temas sociais, tais como o desemprego, de uma maneira que questiona muitos mitos públicos, mas ainda atrai uma grande parte da audiência.

### CHILE

Valerio Fuenzalida, Maria de Luz Hurtado, Giselle Munizaga (CENECA, Santa Beatriz 106, Santiago) conduziram análises estruturalistas (Greimas) das séries de TV americanas, chilenas e venezuelanas, e de como os espectadores chilenos reconstroem os temas míticos dos seriados policiais de acordo com a percepção chilena de lei e ordem.

### DINAMARCA

Kim Christian Schroder (Roskilde Univ Centre, Postbox 260, DK-4000 Roskilde) utilizou os conceitos de liminaridade de V. Turner para analisar como os espectadores dinamarqueses interpretam e apreciam o programa americano **Dinastia**.

### **FRANÇA**

Jean Bianchi (Départment de Communication, Institut Catholique de Lyon, 10, 12 rue Fochier, F-69002 Lyon) conduziu uma pesquisa sobre as interpretações das dimensões míticas das telenovelas americanas (**Dallas**) e francesas pelos espectadores franceses e ajudou a organizar uma rede de pesquisa européia sobre séries de TV.

### **ALEMANHA**

Rothar Mikos (Institut für Semiotik und Kommunikations Theorie, Free Univ. of Berlin, Altensteinstr. 40, D-1000 Berlin 33 Dahlem) tem analisado o mito popular nas

Embora nem todos sejamos fluentes em espanhol e/ou inglês e/ou francês, sempre haverá, em nosso convívio, um amigo, um professor, um profissional que colaborará conosco, se decidirmos enviar a correspondência. Se os leitores preferirem, podem enviar a correspondência a Comunicação e Educação que a revista providenciará o encaminhamento.

Essa relação foi publicada em 1987. Caso os pesquisadores tenham mudado de instituição, o novo endereço, com certeza, será fornecido. (N.E.)

<sup>24.</sup> A revista Comunicação e Educação publica a relação das pesquisas em andamento (algumas concluídas), com o nome e endereço dos pesquisadores, com o objetivo de fazer ver que a preocupação com relação ao papel da TV não é específica de cada um de nós; de levar o leitor a quebrar o isolamento em que, muitas vezes, nos encontramos: afinal, o mundo todo compartilha com cada educador brasileiro preocupações assemelhadas; de possibilitar ao leitor que ele se dirija diretamente aos pesquisadores.

séries de TV e propagandas, e está agora estudando como os mitos da TV são interpretados pelos espectadores, e integrados aos rituais da vida quotidiana - trabalho, lazer, vida familiar etc.

Wolfgang Preikschat (Deutsches Archiv für experimentelle Videokunst, Schumannstr. 15, D-6000 Frankfurt) acaba de publicar Video - Poesie der Neuen Medien, um estudo da qualidade metafórica da imagem eletrônica, e está fazendo uma pesquisa sobre os padrões das representações simbólicas na transformação do conhecimento ou da informação em expressão audiovisual, em outros campos, tais como a ciência.

### ÍNDIA

Usha V. Reddi (Dept. of Comm and Journalism, Osmania Univ., Hyderabad 500 007) e J S Yadava (Indian Inst of Mass Comm, D-13 Ring Road, New Delhi 110 049) utilizaram a etnografia de audiência para estudar como as famílias usam a TV.

### ISRAEL

Elihu Katz (Faculty of Social Sciences, Hebrew Univ., Mount Scopus, Jerusalem) e Daniel Dayan (Hebrew Univ., agora na Annenberg School of Communications, Univ. of South California, University Park, Los Angeles CA 90089) desenvolveram conceitos de eventos da mídia (notícias, programas etc.) como celebrações rituais, usando a teoria de liminaridade de Turner.

### **JAPÃO**

T. Makita (Radio & TV Culture Research Inst., NHK, 2-1-1 Atago, Minato-Ku, Tokyo 105) terminou uma análise de conteúdo dos dramas de TV japoneses.

### MÉXICO

Jorge Gonzalez (Programa Cultural, Univ. de Colima, Apdo Postal 294, Colima, 2800) e Gabriel G. Molina (Dept. of Comm. Studies, Univ. de Las Américas, Apdo 100, Puebla, 72820) estão estudando: 1) a análise estruturalista de expressões da *folk* comunicação na arte e costumes religiosos, festas e contos populares; 2) como a produção de telenovelas na TELEVISÃO incorpora temas de cultura *folk*; 3) como diferentes segmentos da audiência da TV reconstroem o significado das telenovelas em termos de sua própria cultura *folk*.

### PAÍSES BAIXOS

Uta Meier (Inst. for Mass Comm., Katholieke Univ., 6500 HK-Nijmegen), como parte de um estudo maior da "TV como Criação de Cultura" dessa Universidade, está analisando de que modo códigos audiovisuais intermedeiam concepções particulares dos papéis femininos no drama televisivo e talk-shows.

### PERU

Max Tello Charun (Facultad de Ciencias de la Comunicacion, Univ. de Lima, Apdo Postal 852, Lima 100) está estudando como as telenovelas expressam a tradição latino-americana do melodrama, e como o público se identifica com personagens, situações e ideais míticos.

### **REINO UNIDO**

Sonia Livingstone (Dept. of Experimental Psychology, Oxford Univ., Oxford OX1 2JD) tem usado uma combinação de análise semiótico-estruturalista e conceitos da Psicologia Social sobre a personalidade para estudar a interpretação dos espectadores com relação ao gênero, poder social e moralidade, manifestados nos personagens retratados nas telenovelas americanas (Dallas) e britânicas (Coronation Street).

Roger Silverstone (Dept. of Human Sciences, Brunel Univ., Uxbridge, Middx UB8 3PH) estendeu seus estudos dos aspectos retóricos e míticos da TV para a etnografia de audiência, analisando como as famílias usam os materiais da TV para construir suas próprias interpretações culturais, no contexto da vida cotidiana.

### **ESTADOS UNIDOS**

Elizabeth Buck (Inst. of Culture and Communication, East-West Ctr, 1777 East-West Road, Honolulu, HI 96848) está preparando um livro sobre como as representações mítico-narrativas da identidade nativa havaiana, na música havaiana (chant, hula e música pop contemporânea), foram modificadas com as mudanças nas condições socioeconômicas. Ela também está procurando patrocinadores para um livro editado sobre o papel da mídia nas identidades míticas nacionais.

Farrel Corcoran (Dept. of Communication Studies, Northern Illinois Univ., De Kalb, IL 60115) continua os estudos da TV como mito e ideologia.

Stewart Hoover (School of Communications, Temple Univ., Philadelphia, PA 19122) terminou recentemente Mass Media Religion: the social sources of the

electronic church (A Religião nos Meios de Comunicação: as fontes sociais da igreja eletrônica), baseado no uso do ponto de vista da história de vida para a etnografia de audiência e interpretando o fenômeno das igrejas não-oficiais de acordo com a concepção de V. Turner de liminaridade ritual e communitas.

Douglas Kellner (Dept. of Philosophy, Univ. of Texas, Austin, TX 78712), em artigos recentes, examina como a TV está desenvolvendo uma identidade mais profunda com os mitos dominantes da sociedade capitalista, e está destruindo a possibilidade de uma decodificação crítica, alternativa, através das estruturas intermediárias da identidade da comunidade, da classe social e dos grupos étnicos.

Jake Lule (Faculty of Communication, Univ. of Tulsa, Tulsa, OK 74104) está utilizando o ponto de vista da hermenêutica de Ricoeur, a dramaticidade de Burke e a interpretação de mito de Lévi-Strauss para analisar a estrutura mítica do noticiário internacional.

Eric Rothenbuhler (Dept. of Communication Studies, Univ. of Iowa, Iowa City, IA 52242) conduziu uma pesquisa sobre "celebrações da sala de estar", a respeito de eventos nacionais ritualísticos da mídia de "religião cívica", tais como as Olimpíadas, usando a teoria de evento da mídia de Katz e Dayan e o conceito de liminaridade de Turner.

David Thorburn (Diretor do Film and Media Studies, M.I.T., Cambridge, MA 02139) está desenvolvendo uma teoria estética da TV baseado nas análises do mito tradicional e sistemas de histórias consensuais de nossas culturas.