

Rastreando o uso da categoria de ritual nos estudos de comunicação

Filipe Reis*

Resumo

O artigo apresenta um rastreio dos cruzamentos entre antropologia e teoria da comunicação, detendo-se, em particular, em textos onde esse encontro se produz a expensas do conceito de ritual. Entendido simultaneamente como um conceito e uma ferramenta analítica, o ritual está na origem de um vasto e multifacetado campo de estudos dentro da Antropologia e de aplicações fora da disciplina. Especificamente, serão analisados contributos provenientes da teoria da comunicação que definem como “rituais” ou da ordem do “ritual” os fenômenos de comunicação de massa contemporâneos.

Palavras-chave

Teoria do ritual. Teoria da comunicação. Antropologia dos *media*.

Abstract

This paper presents a tracking down of the intersections between anthropology and communication theory, focusing especially in texts where this gathering takes place at the expense of the concept of Ritual. Understood both as a concept and an analytical tool, ritual is the source of a vast and multifaceted field of studies within anthropology and also in its applications outside the discipline. Specifically, contributions from the communication theory will be analyzed: those who shape contemporary mass communication phenomena as “rituals” or pertaining from the order of “ritual”.

Keywords

Ritual theory. Communication theory. Anthropology of Media.

* Ph.D pelo Instituto Universitário de Lisboa, do Centro em Rede de Investigação em Antropologia (ISCTE-IUL/CRIA). Professor auxiliar e investigador do Instituto Universitário de Lisboa (Lisboa/Portugal). E-mail: filipe.reis@iscte.pt.

Introdução

O ritual – entendido simultaneamente como um conceito e uma ferramenta analítica – está na origem de um vasto e multifacetado campo de estudos dentro da Antropologia e de aplicações fora da disciplina¹. Não deixa de ser curioso que haja antropólogos que definem os rituais como “fenômenos comunicacionais” e teóricos da comunicação que definem como “rituais” ou da ordem do “ritual” os fenômenos de comunicação de massa. Há, de fato, cruzamentos entre ritual e comunicação de massas, pelo menos desde que Hegel fez a famosa comparação da leitura do jornal à oração matinal do homem moderno. A presciência de Hegel tem dado frutos, e hoje podemos falar de uma “perspectiva ritual da comunicação”, ou de um “modo ritual de comunicação” como uma corrente que, dentro dos estudos da comunicação, tem um lastro de produção com cerca de meio século (LIEBES & CURRAN, 1998:4).

Este artigo apresenta um rastreio dos cruzamentos entre antropologia e teoria da comunicação, detendo-se, em particular, em textos nos quais esse encontro se produz a expensas do conceito de ritual. Foi no decurso de uma pesquisa sobre radiodifusão local em Portugal (REIS, 2006) que comecei a me interessar pelo importante *corpus* de literatura na área dos estudos da comunicação, que, de forma mais ou menos elaborada, utiliza essa categoria. Durante o trabalho de campo, elegi como terreno um programa radiofônico interativo onde os ouvintes e o locutor rezam todas as manhãs “no ar” e organizam festa em santuários. Este texto não apresenta essa etnografia, mas gostaria de salientar que foi a partir do fato de estar colocado perante o desafio de interpretar esses dados da minha pesquisa etnográfica entre produtores e ouvintes do programa “Bom Dia Tio João”, que comecei a ler e a dar atenção aos estudos de comunicação, numa busca de pistas interpretativas. Este artigo não tem a preocupação de abordar a totalidade da produção dentro dos estudos de comunicação onde a teoria antropológica do ritual é convocada e utilizada; recobre, no entanto, um importante *corpus* de literatura que resulta de leituras realizadas nos últimos cinco a seis anos,

¹ Uma primeira versão deste artigo foi apresentada como comunicação ao GT Antropologia da Comunicação, coordenado por Isabel Travancas e Sílvia Nogueira, na Reunião Equatorial de Antropologia, realizada em Natal, em agosto de 2009. A pesquisa que está na base deste artigo foi financiada pela Fundação de Ciência e Tecnologia – FCT.

durante e após a realização do trabalho de campo entre os produtores e os ouvintes do referido programa radiofônico.

O artigo está organizado da seguinte forma: na seção seguinte procuro dar a perceber como essas categorias têm vindo a ser, na teoria social, ora segregadas, ora equacionadas, gerando noções como “ritual mode of communication” (CAREY *apud* COULDRY, 2005:59), “ritual communication” (ROTHENBULHER, 1998) “télévision cérémonielle” (KATZ & DAYAN, 1996), “media rituals” (COULDRY, 2003; 2005), “ritual media” (LARDELIER, 2005) e “mediatezed rituals” (COTTLE, 2006; COULDRY; ROTHENBUHLER, 2007). Essa profusão de equações entre *media* e ritual constitui aquilo que designo por modelo ritualista da comunicação, o qual será explicitado nas secções seguintes; nelas examino algumas das suas principais formulações e críticas, dentre estudos de comunicação e na antropologia dos *media*. Na seção final sugiro que, do ponto de vista de uma etnografia dos *media*, as articulações entre *media* e ritual constituem uma via para explorar as modalidades contemporâneas de interseção entre as duas categorias das quais resultam ações ritualizadas.

Ritual e *Media*: estratégias de articulação

Inspiro-me aqui nas observações de carácter epistemológico de Ronald Grimes (2002) sobre a utilização da categoria de ritual nos estudos de comunicação, propondo o exame de três possibilidades de articular *media* e ritual: os termos podem ser segregados, podem ser tratados como equivalentes ou podem ser intersectados. Sugiro, nessa linha, uma análise formal e esquemática que examina como cada uma das categorias se podem opor ou combinar (ver FIG. 1, 2 e 3). Tenho consciência de que esses esquemas simplificam a complexidade das articulações possíveis entre *media* e ritual, mas creio poderem ajudar a explorar, de forma mais sistemática, as relações entre teoria da comunicação e teoria do ritual.

O primeiro diagrama representa a estratégia de segregação: nesse caso, *media* e rituais não se confundem, remetem para domínios distintos, e a sua mistura, quando ocorre, é indesejável, seja por razões teóricas, seja por razões mais pragmáticas. O sermão de um padre ou pastor, no contexto de um serviço religioso, vituperando contra os malefícios espirituais da televisão, é um exemplo do uso da segregação como estratégia retórica. Mas os termos podem também ser segregados por razões teóricas, como se verá adiante.

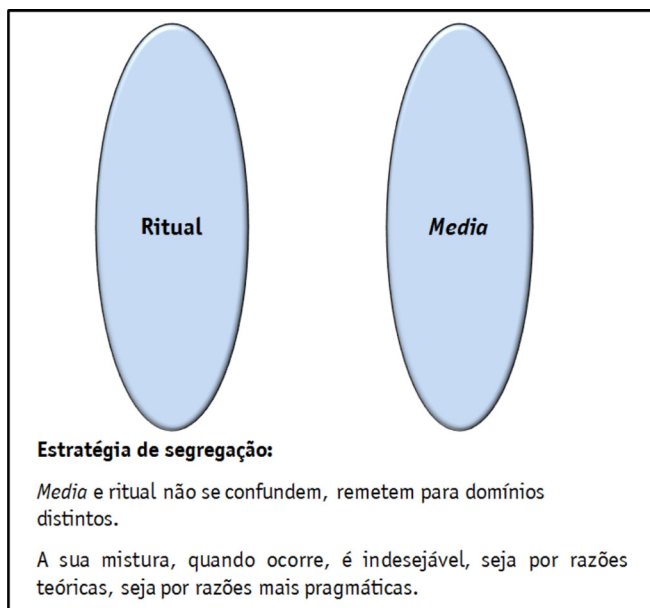


Figura 1

O segundo diagrama representa as estratégias de equação (*media* = ritual) e de equivalência (*media* é como o ritual). No primeiro caso, *media* e ritual confundem-se, ou fundem-se, uma articulação pouco interessante do ponto de vista teórico. A amálgama dos dois termos (por exemplo: assistir à televisão é um ritual quotidiano) normalmente esconde problemas definicionais com, pelo menos, um dos termos. Muitas dessas formulações, como tem sido assinalado por outros comentadores (GRIMES, 2002; COMAN, 2005), pura e simplesmente não definem o termo ritual; em muitos casos, revelam concepções limitadas, *ad hoc* (POSTILL, 2006), do termo ritual, que, ao ser usado de forma imprecisa e banal, se esvazia, perdendo a capacidade de designar uma classe específica de fenômenos ou um tipo particular de comportamento, uma forma de ação etc. Apesar de, do ponto de vista da teoria do ritual, essas formulações serem pouco estimulantes, o seu exame ajuda a perceber os motivos que levam os teóricos dos *media* a incluir o termo nos seus argumentos. A estratégia de equivalência usa o termo ritual de forma metafórica e uma parte significativa da literatura dos *media studies* e *communication studies* utiliza-a. Os *media* não são ritual, são como o ritual, ou desempenham funções na vida das sociedades e dos indivíduos equivalentes às dos rituais. Do ponto de vista da teoria do ritual, estamos, nesse caso,

perante concepções de rito e ritual mais sofisticadas, que se inspiram nos contributos de Durkheim e de Vitor Turner para uma antropologia do ritual. Se levarmos em conta os 50 anos de elaborações teóricas sobre ritual e *media* mencionados por Liebes e Curran, poder-se-ia dizer que trabalhos com essa sofisticação surgem já perto do fim do milênio, sendo a obra mais emblemática o livro de Eliu Katz e Daniel Dayan sobre os *media events* ou a *télévision cérémoniale* (consoante estejamos falando da recepção da sua obra em contextos anglófonos ou francófonos). De lá para cá, os argumentos de Katz e Dayan têm sido objeto de desenvolvimento, reavaliações e críticas. Em todos esses trabalhos se discute como e até que ponto o papel dos *media* nas sociedades contemporâneas passa por providenciar segurança ontológica, desempenhar o papel de mestre-de-cerimônias e até mesmo mobilizar o sagrado.

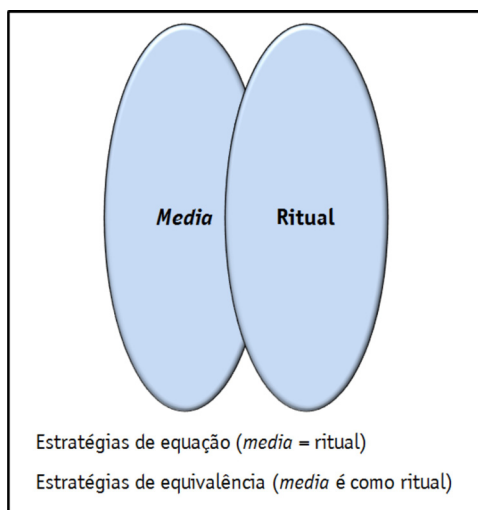


Figura 2

O terceiro diagrama representa a estratégia de interseção. Nesse caso, *media* e ritual surgem mais articulados do que equacionados; isso é possível, e do meu ponto de vista desejável, por duas razões: em primeiro lugar porque se parte de definições estáveis e atualizadas das categorias em jogo, mantendo entre elas relações de tensão que permitem que cada uma conserve a sua identidade: trata-se de observar e interpretar o que resulta da sua interseção, o que me conduz à segunda razão. A estratégia da interseção, ensinou-me a minha pesquisa, é particularmente apropriada para o processo

de interpretação e condução de pesquisa etnográfica sobre produção e consumo de *media*, como será mostrado na última seção do artigo.

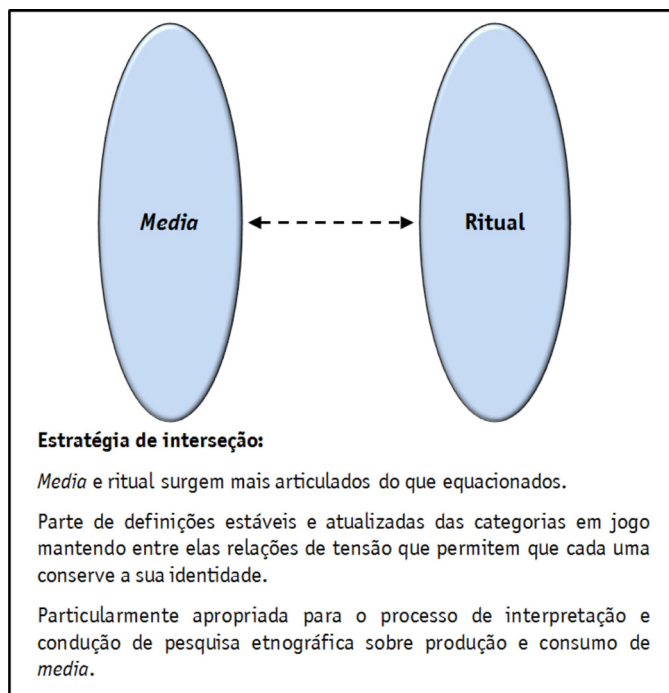


Figura 3

Mantendo a identidade de cada um dos termos

[...] Não há muito tempo os termos *media* e ritual foram considerados como categorias relativas a domínios culturais separados – o sagrado, o profano; o primeiro termo designa uma atividade religiosa, e o segundo indica ferramentas para transmitir informação. Os *media* não apenas se intrometeram no ritual, como até profanaram muitos ritos. Qualquer tentativa em postular uma conexão significativa entre ritual e *media* teria parecido forçada, uma vez que ambas eram categorias segregadas (GRIMES, 2002:219).²

² As citações de livros ou artigos em língua estrangeira foram traduzidas pelo autor.

Começar por pensar, como sugere Grimes, cada uma das categorias como “domínios separados” é, ao contrário do que se poderia pensar, um passo necessário para se perceber como e por que a sua equação produziu os sintagmas acima enunciados (*ritual mode of communication, ritual media, media rituals* etc.). Há várias formas de pensar, representar e imaginar *media* e ritual como domínios separados ou segregados e podemos pensar neles como dois conjuntos separados, representados graficamente por dois diagramas de Venn (FIG. 1), constituindo campos autônomos e delimitados. Como se afirma na citação em epígrafe, *media* e ritual têm sido vistos como designações para domínios culturais diferentes – secular e sagrado –, denotando respectivamente a atividade religiosa e os instrumentos ou meios para transferir ou transportar informação. Nesse caso, as fronteiras entre as categorias estão bem definidas: o ritual como atividade séria, com propósitos transcendentais, religiosos, pré-moderno; os *media* como entretenimento, com propósitos mundanos, profanos, como uma criação moderna fruto da evolução da tecnologia nas sociedades industriais.

Essa segregação ecoa, de resto, algumas das teses da teoria social e da teoria da comunicação até meados do século passado. De acordo com uma generalizada versão da teoria social clássica – derivada dos estudos de Marx, Durkheim e Weber –, a modernidade caracterizar-se-ia por um movimento de secularização, de destradicionalização e de progressiva caminhada em direção ao debate racional ancorado nos princípios da ciência, onde os meios de comunicação desempenham um papel fundamental (o conceito de *esfera pública* está em grande medida em sintonia com essas ideias) (cf. THOMPSON, 1998).

Noutro lugar (REIS, 2006) mostrei como essa segregação ocorre na Antropologia, nas discussões sobre se os rituais são ou não “fenômenos comunicacionais”. Essa situação é, poder-se-ia dizer, simétrica àquela da qual me ocupo aqui: em vez de teóricos da comunicação a equacionarem *media* e ritual, estamos perante teóricos do ritual equacionando comunicação e ritual. Uma definição de comunicação centrada na ideia de “transferência de informação”, próxima do que Yves Winkin (1996) designa por “modelo telegráfico da comunicação”, segregará, logicamente, comunicação e ritual, chegando à conclusão, algo paradoxal, de que a eficácia ritual decorre precisamente do fato de os ritos não serem fenômenos comunicacionais, uma vez que neles não se verificam as condições para que “aconteça” comunicação – um processo intencional que envolve um emissor, usando um *medium* para comunicar e um receptor que recebe e decodifica a mensagem (AAVV, 1994;

REIS, 2006). A maior parte dos teóricos, sejam antropólogos (por exemplo, LEACH, 1992) ou não, dispostos a equacionar comunicação e ritual, retêm normalmente uma noção mais alargada, menos restrita e menos próxima da engenharia e do marketing do que é a comunicação (ver FINNEGAN, 2002). Várias tentativas de articulação entre *media* e ritual podem ser vistas, em parte, como reações a essa influente forma de conceber a comunicação, numa tentativa de perceber os fenômenos comunicacionais para além das suas dimensões cognitivas. Na verdade, o modelo ritualista da comunicação é, desde as suas origens, uma tentativa de introduzir as dimensões simbólicas (a cultura) na análise dos meios de comunicação de massa.

O modelo ritualista da comunicação

[*Media* e Ritual] constitui um dos mais interessantes temas desenvolvidos nos últimos cinquenta anos, e foi intensamente enunciado e desenvolvido por Dayan e Katz em *Media Events...* [...] Os acontecimentos mediáticos são comunicação monopolista reproduzida acriticamente, que funcionam como ritos coletivos de comunhão (LIEBES & CURRAN, 1998:4).

Por modelo ritualista da comunicação entendo uma corrente (não necessariamente dominante nos estudos de comunicação) que, em primeiro lugar, partilha aquilo que Yves Winkin designa por perspectiva orquestral da comunicação. Numa tradição que remonta a Goffman, Birthwistle e Bateson, entre outros, a comunicação é uma atividade social em que “cada ato de transmissão de uma mensagem é integrado numa matriz bastante mais vasta, comparável na sua extensão à *cultura* (WINKIN, 1996:83, sublinhado no original). Uma formulação dessa posição pode ser encontrada na seguinte passagem de um livro coletivo dedicado à memória de Elyas Katz:

Os acontecimentos mediáticos não podem ser entendidos a partir de uma base cognitivista, mas exigem uma perspectiva cultural. Tal como Dayan e Katz referem (segundo Turner 1977), os acontecimentos midiáticos produzem uma mudança do modo “indicativo” para o modo condicional da cultura; isto é, da realidade tal como é para a realidade tal como deveria ser [...] (ALEXANDER & JACOBS, 1988:28).

O modelo ritualista, em segundo lugar, assenta numa concepção pós-racionalista e pós-cognitivista dos fenômenos da comunicação de massa. Pós-racionalista porque não olha para os *media* exclusivamente como agentes ao serviço de uma progressiva racionalização da vida social e de secularização das práticas quotidianas. Isso se traduz, por exemplo, na rejeição da ideia de que há uma clara demarcação entre a esfera religiosa-ritual e secular. Esse pós-racionalismo procura até certo ponto contrariar o diagnóstico sombrio e habermasiano da mercantilização, destruição e risco de extinção da esfera pública e do debate racional, dos quais os *media* são, na tradição que remonta a John Stuart Mill, os guardiães.

No seguimento da minha exposição procurarei mostrar quais as origens desse modelo ritualista e analisar algumas das suas principais formulações atuais. Nas suas primeiras versões, como se verá, essa perspectiva parte de uma aceção banal, de senso comum, de ritual usado como sinónimo de rotina quotidiana. Uma das versões mais elaboradas dessa vaga de estudos de comunicação encontra-se no livro de Elhiu Katz e Daniel Dayan, intitulado *Media Events*. Os autores inspiram-se na acumulação de reflexão teórica sobre o ritual, que vai dos escritos de Durkheim às contribuições de Vitor Turner, para desenvolver uma antropologia dos “cerimoniais televisivos”. Tais eventos mediatizados (visitas papais, os jogos olímpicos, as finais desportivas, ou os casamentos e funerais reais), ao serem televisionados por milhões de espectadores simultaneamente, tornam-se *fenômenos sociais totais* (MAUSS, 1986, *passim*), suscetíveis de revelar a essência das sociedades contemporâneas e de *contribuir para o reforço do sentido de pertença a um coletivo* (DURKHEIM, 1985). Entretanto, esse argumento foi objecto de revisão (veja-se Liebes & Curran 1998; Mesquita 2000; Grimes 2002) e criticado devido às suas premissas funcionalistas. Trabalhos mais recentes, como os de Nick Couldry (2003, 2005) reclamam-se pós-durkheimianos e pós-funcionalistas, defendendo a necessidade de enfatizar as questões do poder, especialmente tendo em conta a alta concentração de poder simbólico representada pelas instituições a que chamamos *media*. A apropriação do conceito de ritual nos estudos de comunicação só recentemente despertou a atenção dos antropólogos interessados na comunicação e nos *media*.

Se o ritual é um tipo particular de ação, em que situações de uso e consumo dos *media* ou de participação em eventos midiáticos, pode essa categoria tornar-se uma ferramenta pertinente para a etnografia da comunicação no quadro da emergente antropologia dos *media*? No final da minha comunicação, ensaiarei uma resposta a essa questão.

Origens do modelo ritualista sobre a comunicação de massas

A intersecção entre meios de comunicação, religião e ritual é provavelmente muito antiga, mas as mudanças e transformações sociais, culturais e tecnológicas das últimas três décadas têm tornado mais complexas, diversas e problemáticas as formas que essa intersecção pode assumir. Em *Imagined Communities*, Benedict Anderson (1993) evoca, a dado passo, uma observação de Hegel a propósito da natureza cerimonial da leitura do jornal. Os jornais, dizia Hegel, “são para o homem moderno os substitutos das orações matinais”. Anderson comenta a esse respeito o seguinte:

A cerimônia realiza-se numa intimidade silenciosa, no interior do cérebro. Mas cada comunicante está consciente de que a cerimônia está sendo repetida simultaneamente por milhares (ou milhões) de outras pessoas em cuja existência confia, ainda que não tenha a menor noção da sua identidade (ANDERSON, 1993:60-61).

Sem o saber, Hegel estava a fornecer aos teóricos da comunicação uma perspectiva para especular sobre o papel e os efeitos dos meios de comunicação nas formas de organização social e política nas sociedades contemporâneas. Depois de Hegel, e antes e depois de Anderson, vários autores vêm argumentando que os meios de comunicação de massa são, nas sociedades contemporâneas, os guardiães de uma nova e secular ritualização da vida quotidiana. James Carey, retomando a mesma passagem de Anderson inspirada em Hegel, comenta-a nos seguintes termos:

As nações não vivem apenas num tempo histórico, mas também num tempo mediático. A extraordinária confiança na ‘comunidade do anonimato’ de que fala Anderson refere-se aos hábitos comuns e diários através dos quais o mundo é confirmado na comunicação. Ele [Anderson] chama a atenção para a passagem onde Hegel afirma que os jornais são para o homem moderno os substitutos das orações matinais, insinuando que a linha divisória entre o moderno e o pré-moderno começou a desenhar-se quando as pessoas passaram a iniciar o dia prestando atenção ao Estado e à Nação, ao invés de ao seu Deus. Ele assinala o momento em que o tempo mediático, por oposição ao tempo litúrgico, começou a fornecer a arquitetura temporal do quotidiano; quando os ritmos dos *media* substituíram os ritmos da igreja e da sinagoga [...] (CAREY, 1998:44).

Argumentos semelhantes acerca do papel dos *media* e sobretudo de certos acontecimentos midiáticos têm sido produzidos e reproduzidos por outros autores. Carey, inspirando-se em Anderson, que, por sua vez, se inspirou em Hegel e em Walter Benjamim, argumenta que os *media* vieram substituir o papel central que a Religião e o Ritual ocupavam nas sociedades pré-modernas.

Note-se que o argumento original de Anderson afirma que o “capitalismo-impresso” é uma condição necessária, ainda que não suficiente, para o surgimento da “consciência nacional” nos séculos XIX e XX tanto na Europa como nos territórios colonizados pelas monarquias europeias. Embora o estudo de Anderson sobre o nacionalismo seja muito sugestivo – seja, desde logo, porque o autor começa por considerar que o “nacionalismo” é um fenômeno histórico e social da mesma ordem do Parentesco ou da Religião, seja, ainda, porque concede uma atenção muito particular aos meios de comunicação –, o seu argumento, como salienta Thompson, deixa de fora questões centrais para os estudos de comunicação:

[Benedict Anderson] não analisa a forma como esses produtos mediáticos (jornais e livros) foram usados pelos indivíduos e as mudanças nas formas de ação e interação tornadas possíveis pelos novos meios de comunicação e as formas através das quais o seu desenvolvimento alterou gradualmente a natureza da tradição e as relações dos indivíduos com ela (THOMPSON, 1998:93).

Mas, se Anderson deixa de fora essas questões, o mesmo não se passa com vários teóricos da comunicação. Numa antecipação da famosa tese de Dayan e Katz sobre eventos midiáticos e a televisão cerimonial, o sociólogo da comunicação Paddy Scannel já chamara a atenção para o fato de certos acontecimentos midiáticos “chegarem a converter-se em [...] tradições, ritos, parte da vida nacional” (1988, *cit. in* MORLEY, 1996). No seu trabalho sobre a história das emissões da BBC, ele considera que a radiodifusão contribuiu largamente para a “crescente ritualização da nacionalidade”. Considerava também que, no processo de modernização, “o rito e a tradição se despojam da intimidade que os unia à religião, enquanto que, de modo veloz e prolífico, se inventam novas tradições seculares” (SCANNEL, 1988 *cit. in* MORLEY, 1996:46). Esses eventos unem estreitamente a esfera pública com a privada e, dada a sua periodicidade, marcam o calendário anual de festividades, ritos e celebração (note-se como aqui se salienta a importância que os *media* têm na estruturação do tempo nas sociedades contemporâneas; ver MORLEY,

1996:379). Na sua argumentação, Silvertone refere-se, tal como Morley, ao trabalho de Paddy Scannel sobre a história das emissões da BBC.

Mihai Coman, numa revisão mais recente da literatura sobre *media* e ritual, diz que o primeiro autor a abordar a relação da imprensa com as grandes cerimônias públicas foi Philip Elliott, num estudo de 1982, intitulado “Media Performances as Political Rituals”. Nesse trabalho, Elliott define “media rituals” como “as situações em que a sociedade está ameaçada, ultrapassa uma ameaça ou pura e simplesmente celebra a estrutura de autoridade existente” (ELLIOT *apud* COMAN, 2003:17). Isso significa, prossegue, que em situações desse género (como finais desportivas, catástrofes ou celebrações nacionais) “a cobertura midiática privilegia ‘os elementos simbólicos da atividade dos media’” (ELLIOT *apud* COMAN, 2003). Essa irrupção do simbólico e do irracional na comunicação – captada pela expressão “media rituals” – é, no entanto, vista como peculiar e associada ao jornalismo popular, e não como necessariamente desejável. Na verdade, Elliot, mais uma vez citado por Coman, afirma que essa situação *contrasta com o paradigma dominante, que trata a questão da imprensa em termos racionalistas encarando-a como um meio de informação* (ELLIOT *apud* COMAN, 2003, grifo meu). Estamos perante uma utilização da categoria de ritual que salienta as dimensões simbólicas de certos processos de comunicação (Coman designa-a por “*approche symbolique*” – perspectiva simbólica) identificando-as com práticas menores do jornalismo, que seriam acidentais e que ocorreriam apenas em determinados momentos históricos. Trata-se de uma perspectiva (de inspiração nas teses da indústria cultural da Escola de Frankfurt, segundo Coman) distante da de Katz e Dayan, como veremos adiante. Na seção seguinte, examino outra das aplicações do conceito de ritual no contexto dos *media studies*: de uma macrossociologia dos acontecimentos midiáticos movo-me agora para as teses sobre o consumo e a recepção dos produtos midiáticos onde, como se verá, se encontram algumas das menos elaboradas formulações do conceito de ritual aplicado à comunicação. Mas onde, como explicito na seção seguinte, os termos rito e ritual aparecem como tentativa de explicitar ou descrever as dimensões não cognitivas-rationais das práticas de recepção dos leitores ou espectadores.

O ritual como rotina, ou a versão banal do modelo ritualista

A versão banal do modelo ritualista usa os termos ritual e rito como sinônimos de hábito ou rotina. Talvez isso resulte da diminuição da importância

do ritual nas sociedades contemporâneas, conduzindo à perda de carga semântica da palavra. Por outro lado, também sabemos que, no quadro da psiquiatria, certas ações repetitivas e compulsivas – características de formas de desordem mental e psicológica – são designadas por ritual. Seja como for, a verdade é que se encontra com alguma frequência em textos de teóricos da comunicação o termo usado nessa acepção. Nesta seção darei alguns exemplos desse uso, mas terei o cuidado de dar a perceber como, no quadro da teoria da comunicação, essas formulações constituem uma forma de propor explicações para os fenômenos comunicacionais que se afastam do modelo dominante que desde os anos cinquenta dominou largamente o campo de estudos sobre a comunicação. Parece que, de repente, a teoria da comunicação descobriu o termo ritual como um “mot valise” (COMAN, 2003) para falar das dimensões simbólicas, irracionais, não intencionais, dos fenômenos da comunicação.

Repare-se no seguinte excerto citado por David Morley em *Television Audiences and Cultural Studies* e retirado das conclusões de um estudo intitulado “Policy for News Transmission”, levado a cabo em princípios dos anos 1970 por um investigador finlandês e publicado sob os auspícios de Don McQuail, em 1972:

[...] para a maior parte dos finlandeses, *acompanhar as notícias é um mero ritual, uma forma de dividir o ritmo do dia e uma manifestação de alienação* [...] muitas pessoas ouvem as notícias porque dessa forma conseguem estabelecer um ponto de contato com o mundo exterior [...] ainda que o próprio conteúdo das notícias lhes seja indiferente [...]. [Por isso] *os noticiários não cumprem a função de transmitir informação*; na realidade, servem outro propósito através do qual *o fato de seguir a emissão chega a converter-se num ritual, num costume que garante alguma segurança* (MORLEY, 1996:367, grifos meus).

As observações de Nordstreng parecem ecoar a célebre expressão de McLhuan “o meio é a mensagem”: a presença doméstica do televisor ligado à hora do telejornal torna-se, do ponto de vista fenomenológico, mais relevante do que o conteúdo das notícias que pode mesmo, como afirma Nordstrand, ser desprezado pelos telespectadores alienados: o meio torna-se então mensagem. Por outro lado, a questão levantada por Nordestrang também parece antecipar a ideia da “audiência ativa” que se tornou comum em muitos estudos de comunicação nos anos 1980. Todavia, a descrição do visionamento do telejornal em família como “mero ritual” deixa algumas

perplexidades e interrogações (em particular a utilização do termo “mero”). Na base da argumentação de Nordstrand está a ideia segundo a qual as pessoas podem ignorar ou desprezar o conteúdo das notícias; nessa medida, o visionamento do telejornal precisa ser explicado e analisado por recurso a outras variáveis que não apenas a quantidade de informação retida pelos telespectadores. O interesse do estudo de Nordstrang reside no fato de chamar a atenção para a possibilidade de os telespectadores poderem pura e simplesmente desprezar o conteúdo das mensagens difundidas pelos *media* – no caso, as notícias apresentadas diariamente nos telejornais. Essa posição, como já mencionei, constitui uma reação ao “modelo hipodérmico” – dominante nos estudos sobre comunicação a partir dos anos 50 –, cujo pressuposto era o de que os meios de comunicação exerciam um efeito direto na audiência. É significativo que o autor use o termo ritual como estratégia para chamar a atenção para as dimensões não explicitadas, não verbalizadas, dos processos de comunicação. O ponto é: assistir ao telejornal é mais do que receber informação ou decodificá-la; assistir ao telejornal é também um hábito quotidiano. Embora seja importante reconhecer e salientar a natureza contextual ou situacional de toda a atividade de recepção e consumo de bens midiáticos e, nessa medida, considerar que é no momento da apropriação dos seus conteúdos que as mensagens ganham significado e sentido para os ouvintes/telespectadores – em suma, o modelo da audiência ativa, heterogênea e dispersa que Hall, Fiske, Morley e Silverstone, entre outros, têm proposto –, parece-me discutível o sentido vago que Nordstrang atribui à noção de ritual. Em primeiro lugar, porque Nordstrang parece estar se referindo às rotinas da vida quotidiana, doméstica, e não parece que estabeleça qualquer diferença entre a noção de rotina e ritual; para ele, tais noções parecem poder ser aplicadas indistintamente.

Essa miscelânea entre ritual e consumo dos *media* conhece outras formulações, algumas mais sofisticadas em outros autores. Pessoalmente, acho muito mais interessantes e úteis para a etnografia dos *media* as teses sobre a domesticação da tecnologia e dos *media* como um processo de apropriação, objetificação, incorporação e conversão dentro da economia moral da casa (SILVERSTONE & HIRCSH 1992; BERCKER *et al.*, 2006) do que as tiradas metafóricas sobre a televisão, de alguns dos seus proponentes, à custa do conceito de ritual. O cume dessa amálgama é a aplicação do termo ritual à própria organização do fluxo televisivo e da programação, como surge na passagem que se segue:

O nosso costume de ver o noticiário à noite é um rito, tanto pelo seu carácter repetitivo, mecânico como [...], e isso é mais importante, porque nos apresenta o familiar e o estranho, o que nos tranquiliza e o que nos ameaça. Na Grã-Bretanha, nenhum serviço noticioso começa sem uma sequência de títulos transcendente [...] ou termina sem um paliativo: uma ‘nota de interesse humano’ que devolva os telespectadores, docemente, ao seu quotidiano. De fato, a cena final é quase sempre um plano dos leitores das notícias arrumando os seus papéis sobre a secretária e pondo-se a falar entre si em voz baixa, anunciando assim o retorno à normalidade (SILVERSTONE, 1988, *apud* MORLEY, 1996:391, tradução minha).

Comentando formulações semelhantes, Coman (2003:39-44) assinala que muitos autores “consideram que a dimensão cerimonial do consumo de certos programas se deve, sobretudo, à estrutura formal dos fluxos midiáticos: a difusão regular, nos mesmos dias da semana e no mesmo horário, de produtos e mensagens idênticas” (:39). Repare-se como essa leitura sobre o consumo ritual dos *media* é diametralmente oposta às teses sobre os *media events* ou televisão cerimonial, onde é justamente o carácter extraordinário ou excepcional dessas emissões, passíveis de interromper as rotinas do quotidiano, que é destacado; nessas formulações destaca-se, em vez disso, o carácter rotineiro ou habitual do consumo de televisão. É evidente que, nesses casos, o termo ritual perde todo o seu sentido e carga semântica, transformando-se numa mera “palavra contentor”, onde cabe tudo: lavar os dentes também é um ato repetitivo e mecânico, mas será um rito? A pergunta não é retórica. Veja-se isto:

[...] a leitura de notícias sobre a delinquência tem a mesma finalidade que o duche matinal, fazer a barba ou os exercícios físicos de rotina: oferece uma experiência de ordem ritual e não racional que é, num certo grau, chocante, desconfortável, autodestruidora, mas voluntariamente assumida pelos adultos conscientes do fato de assumirem o peso de acreditar e manter uma sociedade ordenada (KATZ, 1987, *apud* COMAN, 2003:41).

Começo por anotar as recorrências: o ritual é rotina – emprego banal – e a leitura rotineira de notícias sobre crime “oferece uma experiência com valor ritual e não racional”. O “valor ritual” das notícias sobre o crime traduzir-se-ia no consumo dessas notícias por “adultos conscientes que assumem o fardo de crer e suportar uma sociedade ordenada”. Para além de ser um exemplo do emprego pouco reflexivo do termo ritual, tais considerações sobre a leitura de notícias do crime revelam uma concepção desatualizada

(tendo em atenção a época em que foram escritos, final dos anos 1980) da vida social. É caso para dizer: a solidariedade mecânica de Durkheim estava, em contraciclo às principais correntes da teoria social da época (Katz escreve em final dos anos 1980), mais viva do que nunca.

Um uso mais sofisticado: televisão, temporalidade e segurança ontológica

A segurança ontológica sustém-se graças ao familiar e ao predizível. As nossas atitudes e crenças do senso comum expressam e apoiam a nossa compreensão prática do mundo, sem a qual a vida se tornaria intolerável. O senso comum, por sua vez, baseia-se no conhecimento prático e expressa-se e mantém-se através de toda uma série de símbolos e formações simbólicas [...]. Defensivos ou ofensivos, esses símbolos constituem para nós, enquanto seres sociais, tentativas de dominar a natureza, de dominar os outros, de nos dominarmos a nós próprios. As suas raízes encontram-se na experiência que o indivíduo retira das contradições básicas da vida social: o problema da dependência-independência, da identidade-diferença que Winnicott analisa; como também estão na experiência colectiva da sociabilidade, nas exigências da co-presença ou da interação cara a cara (Goofman, 1969), na carga emocional do sagrado (Durkheim, 1971) e nos requisitos de uma estrutura que se expressa em todas as nossas formas culturais, cujos protótipos são o mito (Levi-Strauss, 1968) e o rito” (Turner, 1969) (SILVERSTONE, 1996:43).

A noção de ritual surge com um tratamento mais sofisticado na perspectiva desenvolvida por Morley e Silvertone para analisar o consumo da televisão e que os próprios designaram por “duplo enfoque”, o qual consiste em atender simultaneamente à “dimensão vertical” – o poder e a ideologia – e à “dimensão horizontal” – a inserção da televisão em contextos de práticas quotidianas. Assim, por exemplo, poderíamos entender *simultaneamente* o visionamento do telejornal como um ritual cuja função é estruturar a vida do lar e providenciar um modo simbólico de participação na comunidade (cf. MORLEY, 1996:403). Formulações como essa permitem-nos pensar no emprego do termo ritual no estudo das formas de consumo dos *media*, que é, de resto, uma das áreas de estudo onde *media* e ritual se cruzam. Nas sociedades contemporâneas, a televisão transmite segurança, sendo uma espécie de paliativo (Norsdestrand vê nisso um potencial de alienação e

Elliott vê na ritualização a irrupção do irracional na comunicação, como já vimos). Vejamos como a ideia é desenvolvida por David Morley, que na passagem a seguir se refere à “dimensão horizontal”, ou seja, ao consumo dos *media*:

Em grandes traços, os tempos e espaços quotidianos poderiam considerar-se profanos. Podemos distingui-los [...] daqueles acontecimentos predizíveis ou manejáveis (como os aniversários, os casamentos, os nascimentos e as mortes) que constituem o foco de ritos domésticos mais ou menos agradáveis e também podemos distingui-los daqueles acontecimentos que são, ou bem predizíveis e manejáveis, ou dramaticamente inquietantes e atemorizantes, para cuja ritualização dependemos da televisão. O desvio para este mundo de ‘como se’ (Vaihinger, 1924) que a televisão oferece tanto na sua programação realista como na ficção faz parte e não faz parte do quotidiano [ver TURNER 1969, sobre esse aspecto de “entre um e outro” da liminaridade como caracterização do rito] (MORLEY, 1996:45).

Nesse sentido, o consumo de televisão – ao menos certos gêneros televisivos – poderia ser visto como um rito de passagem que nos afasta do mundano. O surgimento da ideia de liminaridade é o que aqui gostaria de destacar. De fato a ideia de liminaridade, originalmente proposta por Arnold Van Gennep, é das noções que, no campo da teoria do ritual, mais tem sido explorada e mais frutos tem dado em campos diversos. Durkheim e Freud, como sabemos, concentraram-se sobretudo na questão da função do ritual: assegurar a coesão social, celebrar a coletividade foi a resposta do francês; servir de consolo e conforto pessoal, respondeu o austríaco. Van Gennep, ao concentrar-se nos “ritos de passagem”, introduziu um conceito novo na análise do ritual: a ideia de limiaridade. Muito para além das tipologias e terminologias clássicas, que cedo esbarraram com problemas de operacionalização teórica no quadro do processualismo manchesteriano (cf. PINA CABRAL, 2000), foi a questão da limiaridade, identificada por Van Gennep, que mais frutos deu até hoje em campos tão diversos como os estudos antropológicos sobre o jogo, a literatura, a performance, a criatividade, as celebrações, as peregrinações, as culturas urbanas (OVERING & RAPPORT, 2000) e os estudos de *media*. Essa ideia de liminaridade é central na obra de Vitor Turner, que, até certo ponto, lançou as bases para um entendimento pós-funcionalista do ritual. Repare-se como, mais uma vez, Ronald Grimes se refere ao seu contributo:

Turner não negou que o ritual poderia engendrar solidariedade ou que poderia trazer consolo, mas insistiu que esses aspectos eram apenas uma parte do trabalho efetivo do rito. O outro poder do ritual residia na dissolução temporária das hierarquias sociais, na reconstrução da identidade pessoal e no engendrar da criatividade cultural. *Communitas* e liminaridade constituíram as grandes forjas, os elementos sociais de formação utilizados pelo ritual na execução das suas energias transformadoras (GRIMES, 2002:229).

Essa perspectiva de Turner sobre o carácter transformativo e criador do ritual constitui um importante legado reflexivo que vem sendo utilizado nos estudos sobre os processos de comunicação de massas nas sociedades contemporâneas. Na linha turneriana, Silvertone argumentou que a televisão mobiliza o sagrado e cria, entre os telespectadores, o que os antropólogos chamaram *communitas*: a experiência partilhada, ainda que frágil, momentânea e sintética, de comunidade (SILVERSTONE, 1996:46).

Não há dúvida de que, com Morley e Silvertone, a miscelânea entre *media* e ritual alcança um patamar de sofisticação teórica e erudição, combinando psicanálise, interacionismo simbólico, sociologia clássica e antropologia. No entanto, a obra mais conhecida e influente da corrente ritualista é *Media Events*, publicada no início da década de 1990.

Os *media events* e a televisão cerimonial

Para além da construção do enquadramento semântico do acontecimento televisivo, a televisão constrói uma moldura dentro da moldura. Organiza as circunstâncias do acto de contemplar o acontecimento, rodeando-o de outros programas – antes e depois – que fazem o acontecimento surgir como a única realidade importante. A televisão submete assim os seus espectadores a um complexo rito de passagem, subvertendo a definição normal do que é “importante”, “real” ou “sério” (KATZ & DAYAN, 1999:104).

[...] Dayan e Katz têm um grande mérito pela atitude sempre crítica e matizada que lança uma “ponte entre as questões do simbólico e da comunicação”, recorrendo a contributos científicos muito diversos, nos campos da sociologia, da antropologia social, da semiologia (sobretudo Dayan) ou das ciências da comunicação. Para lá das mitologias do ‘quarto poder’, as suas análises mostram como os poderes mediáticos se cruzam com as formas de legitimação do político e do religioso nas sociedades contemporâneas (MESQUITA, 2000).

Katz e Dayan inspiram-se na acumulação de reflexão teórica sobre o ritual que vai dos escritos de Durkheim às contribuições de Vitor Turner para desenvolver uma antropologia do que chamam de “cerimoniais televisivos”. Os autores afirmam que o seu propósito é, em termos conceptuais, “uma tentativa de trazer a antropologia dos cerimoniais (Durkheim, 1915; Handelman, 1990; Levi-Strauss, 1963; Turner, 1985) para o processo da comunicação de massas” (KATZ & DAYAN, 1999:17).

Mario Mesquita (2000) produziu, em minha opinião, uma das mais interessantes e arrumadas sínteses críticas do legado dessa obra. Mesquita reconhece que o argumento de Katz e Dayan tem valor pela identificação de um gênero televisivo e de um fenômeno social que contribui para a construção de amplos consensos que ajudam a legitimar as formas de poder político e religioso nas sociedades contemporâneas: certas emissões televisivas como os grandes acontecimentos desportivos, as viagens do Papa, os casamentos reais ou as coroações constituiriam, como também se referem outros comentadores já mencionados, “collective rites of communion” (LIEBES & CURRAN, 1998:4). Mesquita organiza em cinco itens as principais críticas à tese de *Media Events*: a obra recebeu críticas de ordem lexical, sintática, semântica, pragmática e ideológica. O termo “media events” não é, para alguns autores, suficientemente específico para designar as emissões televisivas em questão, e na França, quando da tradução da obra, foi sugerido o termo “télécerimonie” como mais mais apropriado. Dayan acabou por introduzir, nessa linha, o termo “événements cérémoniels” (que Mesquita acha preferível a “événements médiatiques” ou “télécerimonie”). Repare-se que em Portugal se optou pela expressão “acontecimentos mediáticos”, sendo que o livro recupera como título principal, “A História em Directo”, o subtítulo original “The Live Broadcasting of History”.

Um segundo tipo de críticas discute a (in)capacidade estrutural da televisão para “recriar o fenômeno ritual”. Andamos aqui próximos de uma crítica que segrega os termos, ou que usa a retórica de segregação dos termos. A opinião de Serge Daney, que Mesquita parafraseia, é um exemplo do resultado da estratégia de segregação dos termos ritual e *media*:

[...] a televisão, cada vez mais global e permanente, destrói qualquer espécie de efeito simbólico. A aura da cerimônia – fazendo uso do conceito de Benjamin relativo à obra de arte – estaria perdida na medida em que se dispersaria num fluxo contínuo de imagens. A televisão seria portanto capaz de degradar a dimensão simbólica do cerimonial reduzindo-o a um divertimento tão banal quanto

os concursos televisivos ou as variedades que o espectador pode escolher através do telecomando (MESQUITA, 2000:2).

A televisão surge nesse caso como oposto do ritual senão mesmo a causa da degradação e banalização da dimensão simbólica do ritual nas sociedades contemporâneas. Ora, para Dayan, e para muitos outros teóricos que citamos, é a não separação do simbólico e do comunicativo que, justamente, torna certas emissões televisivas cerimônias massivas de consumo televisivo equivalentes a rituais. O argumento de Dayan e Katz enfatiza o fato de o gênero de emissões que analisam constituir uma forma de ruptura com a programação cotidiana (com os principais canais a transmitirem as mesmas imagens/acontecimentos por períodos longos de tempo), assim reforçando o significado histórico extraordinário do evento e instaurando uma “rupture temporelle propre du phénomène rituelle” (KATZ & DAYAN, 1999:2). Repare-se como na teoria dos “media events” a televisão assume uma função ritual quando o fluxo de programação regular, a pauta de programação cotidiana (o caráter rotineiro e repetitivo da programação que, para alguns, parece ser suficiente para falar de ritual), é interrompido; é a ruptura dessa temporalidade hiperestruturada da programação televisiva que, para Dayan e Katz, torna essas emissões televisivas um momento especial, uma vez que instauram a ruptura com o cotidiano que é característica do ritual.

A teoria dos acontecimentos midiáticos conheceu outros desenvolvimentos dentro dos *media studies*, de modo particular nos estudos que abrem a discussão sobre a tese central da obra *Media Events*: a ideia de que essas emissões contribuem para o reforço de consensos sobre questões fundamentais para a sociedade, seja no terreno político, social ou religioso. No volume já anteriormente mencionado, *Media, Ritual and Identity* (LIEBES & CURRAN, 1998) várias das contribuições prolongam e redefinem a teoria dos acontecimentos midiáticos. As emissões televisivas, que supostamente unem a sociedade em torno de valores comuns supostamente partilhados por todos, representam também a imposição de leituras e de modos de interpretação dominantes (ALEXANDER & JACOBS, 1998); James Carey (1998), por seu turno, analisa um tipo de emissão que, em rigor, deixa de poder ser considerada como acontecimento midiático: os rituais de excomunhão. Carey e também Tamar Liebes – que analisa a cobertura televisiva dos atentados no conflito israelo-palestino sintetizada no termo “disaster marathons” – põem em causa a tese de que os acontecimentos midiáticos celebram e reforçam consensos; pelo contrário, o tipo de emissões que esses autores

analisam parece dividir, mais do que unir, os telespectadores e, nos casos mais dramáticos, instalar na opinião pública uma mentalidade de vingança e linchamento.

Outro aspecto que tem sido salientado e criticado na teoria dos *media events* diz respeito ao modelo de recepção que o suporta, que é, tal como a teoria do consenso, profundamente funcionalista. O modelo pressupõe um espectador que adere de forma acrítica ao significado da cerimônia transmitida, a qual, por sua vez, é resultado de uma negociação, ou contrato, entre a entidade que organiza o evento e os *media* (a televisão ou cadeia de televisão) que o emitem. Entre organizadores, *media* e público, não há, no entanto, uma verdadeira paridade, e a negociação entre estes três polos é marcada, como é evidente, por relações de poder. Ora, o espectador cerimonial – uma espécie de ideal-tipo – ao qual as cerimônias se dirigem parece estar mudando graças às enormes mudanças na paisagem mediática contemporânea. Mesquita, sobre esse aspecto, pergunta-se, de forma certa, o seguinte:

Podemos perguntar-nos se, numa paisagem televisiva global e cada vez mais fragmentada pelo satélite e pelo cabo, a figura do cidadão cerimonial e o modelo do “comitê de recepção” são ainda pertinentes, ou se, pelo contrário, o “ideal-tipo” do espectador de televisão não é mais um consumidor de “entretenimento” – telenovelas, info-entretenimento, variedades, etc. – do que um potencial aderente aos acontecimentos mediáticos herdeiros da tradição (aqui pode fazer sentido a distinção entre as celebrações, mais afastadas das notícias, e as conquistas e as competições, mais próximas da actualidade informativa). Será o modelo dos “comitês de recepção” ainda válido e dominante fora do quadro da televisão generalista quando se tem acesso a uma multiplicidade de “canais” especializados, o telecomando convida ao *zapping* e a existência de vários aparelhos nas casas permite uma escolha individualizada dos programas? (MESQUITA, 2000:4).

Em síntese, e do ponto de vista de uma etnografia do consumo do *media* e da recepção, o modelo de espectador proposto por Katz e Dayan necessita ser cuidadosamente avaliado em função dos contextos sociais e culturais e dos momentos históricos. A pulverização da paisagem mediática (com o cabo e também as plataformas digitais) está provavelmente mudando de forma substancial o papel da televisão cerimonial nos tempos que correm.

A intersecção entre ritual e *media* e os desafios da antropologia dos *media*

Nesta última seção, irei dar conta de alguns desenvolvimentos recentes da teoria do ritual aplicada ao *media* realizados no quadro da emergente antropologia dos *media*. No contexto da recente vaga de publicações nessa área, têm surgido propostas novas, algumas das quais em ruptura com a linha de estudos a que temos feito fazer referência. O contributo mais interessante e substancial é, em meu entender, o de Nick Couldry (2005, 2003, 2002). Assumindo-se como pós-durkheimiano e antifuncionalista, Couldry parte do contributo de Turner, combinado com a perspectiva de Bourdieu, Maurice Bloch e Foucault sobre o poder e a legitimação. Um ponto central na sua argumentação é a ideia de que o ritual é uma forma de ação, mais do que um texto que expressa ideias culturais (sendo essa uma perspectiva mais próxima de Geertz). Couldry começa por examinar as várias acepções de ritual em uso nos *media studies*: 1. a noção de ritual como hábito ou rotina, noção que ele descarta como pouco interessante e nada operacional; 2. a noção de ritual como uma ação formalizada (uma perspectiva mais interessante, tendo em vista muitos dos rituais civis, sem carácter religioso, que celebram, por exemplo, a nação); 3. a noção de ritual como uma ação formalizada com propósitos transcendentais (isto é, compatível com 2, mas, para além da mera questão da forma ou direcionalidade da ação, enfatiza os valores que a ação ritual envolve). Para Couldry, os “media rituals” são ações que reproduzem o que ele designa por “myth of the media as privileged access points to the centre of society” (mito dos *media* como pontos de acesso privilegiados ao centro da sociedade) (COULDRY, 2005:64). Essa reprodução mítica do acesso ao centro de poder ocorre através de categorias tácitas (por exemplo, a distinção entre pessoas midiáticas, ou celebridades, e pessoas não midiáticas, ou comuns), explicando, por exemplo, a razão por que, face a uma celebridade, as pessoas comuns, ou os fãs, agem de forma extraordinária, ou de forma ritualizada. Couldry aplica o conceito de *media rituals* a três áreas principais de investigação: os acontecimentos midiáticos, a televisão realidade (*reality television* – por exemplo, o *Big Brother*) e as peregrinações a *media sites* (como estúdios ou locais de filmagem de filmes e séries televisivas, tornados sítios importantes, em alguns casos monumentalizados).

O contributo de Couldry é muito relevante para o campo que tenho rastreado nesta comunicação, uma vez que articula de modo consistente os

termos (ritual e *media*), permitindo a aplicação da noção de *media rituals* [não confundir com *ritual media* de Lardelier (2005), que apenas contribuiu para reproduzir a tese funcionalista] a contextos específicos. Em suma, Couldry trabalha uma noção que tem grandes potencialidades heurísticas para uma etnografia dos *media* (ver POSTILL, 2006). Basta, por exemplo, confrontar a interpretação do *Big Brother* como rito de passagem levada a cabo por Eduardo Cintra Torres (2002) e a de Nick Couldry (2002), para se perceber a diferença entre o *tour de force* de Torres para aplicar, a todo custo, a teoria de Van Gennep ao programa televisivo, e a cuidadosa análise de Couldry sobre a construção televisiva da realidade e seus efeitos nas ações das pessoas (participantes e audiências).

Tendo em consideração as revisões e críticas a esses argumentos neodurkheimianos e à banalização do conceito de ritual por parte de muitos teóricos dos *media*, interessa-me menos a ideia de que os *media* eventualmente substituem ou funcionam como ritual nas nossas sociedades e mais explorar como os *media* intersejam o campo do ritual e geram ações ritualizadas. Interessa-me, sobretudo, explorar como, de tal interseção, podem surgir novas formas de interação social e de consumo dos *media* e de performance ritual. A sugestão de Grimes, tal como a interpreto, mostra que ganhamos em ver cada um dos termos – *media*, ritual – como categorias com relativa autonomia e mantendo entre si relações de tensão e articulação. Parto, portanto, do princípio de que cada um dos termos deve ser capaz de designar uma classe específica de fenômenos e de que, como etnógrafo, estou interessado em perceber o que resulta da sua interseção em contextos particulares.

O contexto específico onde essas questões se me colocaram foi o de um programa radiofônico. O programa tem um formato interativo e é emitido por uma rádio local sediada em Bragança; existe desde 1990 e é ouvido e consumido por uma audiência, consideravelmente vasta, majoritariamente composta por população rural espalhada pelas aldeias e vilas do nordeste do país. O meu estudo etnográfico desse *talk show* (realizado entre 1999 e 2003) analisa o que acontece quando certas práticas religiosas (como a oração matinal, ou a romaria a santuários) se tornam objeto de mediação (no sentido que Martín-Barbero e outros dão ao termo) e de mediatização, dando origem a novas formas de consumo da rádio e de santuários, e a um processo de espetacularização/mediatização da prática religiosa que fideliza a audiência e cria, à sua escala, celebridades. A ideia de que os *media* (mesmo os locais/regionais) representam altas concentrações de poder simbólico que é produzido e reproduzido através da sua ação (a tese de Couldry desenhada a

partir de um entendimento pós-durkeimiano da vida social, onde as questões do poder e da legitimação são cruciais) é de grande valor para a investigação etnográfica dos *media*, quer nos centremos apenas na produção, no consumo e recepção, ou em ambos os polos (como na minha própria investigação).

Referências

- A.A.V.V.
(1994) "Rito". *Enciclopédia Einaudi – Religião-rito*. Lisboa: Imprensa Nacional, v. 30, p. 325-359.
- ALEXANDER, Jeffrey C. & JACOBS, Ronald N.
(1998) "Mass communication, ritual and civil society". In: LIEBES, Tamar & CURRAN, James (Eds.). *Media ritual and identity*. London; New York: Routledge, p. 23-41.
- ANDERSON, Benedict
(1993) *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económico.
- BERKER, Thomas et al. (Eds.)
(2006) *Domestication of media and technology*. New York: Open University Press.
- CAREY, James W.
(1998) "Political ritual on television. Episodes in the history of shame, degradation and excommunication". In: LIEBES, Tamar & CURRAN, James (Eds.). *Media ritual and identity*. London; New York: Routledge, p. 42-69.
- COMAN, Mihai
(2005) "Cultural Anthropology and Mass Media: a processual approach". In: ROTHENBUHLER, Eric W. & COMAN, Mihai (Eds.). *Media Anthropology*. Thousand Oaks. London; New Delhi: Sage Publications, p. 46-55.
- (2003) *Pour une anthropologie des médias*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- COTTLE, Simon
(2006) "Mediatezed rituals: beyind manufacturing consent". *Media, culture & society*, v. 28, nº. 3, p. 411-432.
- COULDRY, Nick
(2005) "Media rituals: beyond functionalism". In: ROTHENBUHLER, Eric W. & COMAN, Mihai (Eds.). *Media Anthropology*. Thousand Oaks. London; New Delhi: Sage Publications, p. 59-69.
- (2003) *Media rituals. A critical approach*. Routledge: London; New York.
- (2002) "Playing for celebrity. Big Brother as ritual event". *Television & New Media*, Sage Publications, v. 3, nº. 3, Aug., p. 283-293.
- COULDRY, Nick & ROTHENBUHLER, Eric W.
(2007) "Review essay. Simon Cottle on 'mediatezed rituals': a reponse". *Media Culture & Society*, v. 29, nº. 4, p. 691-695.
- DURKHEIM, Émile
(1985) *Les formes élémentaires de la vie religieuse*. Paris: Presse Universitaires de France.
- FINNEGAN, Ruth
(2002) *Communicating – The multiple modes of human interconnection*. London; New York: Routledge.
- GRIMES, Ronald
(2002) "Ritual and the media". In: HOOVER, Stewart M. & CLARK, Lynn S. (Eds.). *Practicing religion in the age of media. Explorations in media, religion, and culture*. New York: Columbia University Press, p. 219-234.
- LARDELIER, Pascal
(2005) "Ritual media: Historical perspectives and social functions". In: ROTHENBUHLER, Eric W. & COMAN, Mihai (Eds.). *Media anthropology*. Thousand Oaks. London; New Delhi: Sage Publications, p. 70-78.

- KATZ, Elihu & DAYAN, Daniel
(1999) *A história em directo. Os acontecimentos mediáticos na televisão*. Coimbra: Minerva.
- (1996) *La Télévision Cérémonielle*. Paris: PUF.
- LEACH, Edmund
(1992) *Cultura e comunicação. A lógica da conexão dos símbolos. Introdução ao uso da análise estruturalista em antropologia social*. Lisboa: Edições 70.
- LIEBES, Tamar
(1998) "Television disaster marathons: a danger for democratic process?" In: LIEBES, Tamar & CURRAN, James (Eds.). *Media ritual and identity*. London; New York: Routledge, p. 71-84.
- LIEBES, Tamar & CURRAN, James
(1998) "The intellectual legacy of Elihu Katz". In: LIEBES, Tamar & CURRAN, James (Eds.). *Media ritual and identity*. London; New York: Routledge, p. 3-20.
- MAUSS, Marcel
(1986) *Ensaio sobre a dádiva*. Lisboa: Edições 70.
- MESQUITA, Mario
(2000) La "construction" télévisuelle d'"événements heureux". In: *Dossier des Audiovisuel (La télévision de l'événement)*, nº. 91, La Documentation Française/INA, p. 58-61.
- MORLEY, David
(1996) *Televisión audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- OVERING, Joanna & RAPPORT, Nigel
(2000) "Liminality". In: _____. *Social and cultural anthropology: the key concepts*. London; New York: Routledge, p. 60-65.
- PINA CABRAL, João de
(2000) "A difusão do liminar: margens, hegemonias e contradições". *Análise Social*, v. XXXIV, nº. 153, p. 865-892.
- POSTILL, John
(2006) *Media and nation building. How the Iban became Malasian*. New York: Berghahn Books.
- REIS, Filipe
(2006) *Comunidades radiofónicas. Um estudo etnográfico sobre a radiodifusão local em Portugal*. Tese – Doutoramento, ISCTE, policopiado.
- ROTHENBUHLER, Eric W.
(1998) *Ritual communication. From everyday conversation to mediated ceremony*. New Delhi: Sage Publications.
- SILVERSTONE, Roger
(1996) *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- SILVERSTONE, Roger & HIRSH, Eric (Eds.)
(1992) *Consuming technologies. Technology and information in domestic spaces*. London; New York: Routledge.
- THOMPSON, John B.
(1998) *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona; Buenos Aires: Paidós.
- TORRES, Eduardo Cintra
(2002) *Ritos de passagem na sociedade do espectáculo*. Lisboa: Minerva.
- TURNER, Victor
(1969) *The ritual process: structure and anti-structure*. Aldine: Chicago.
- VAN GENNEP, Arno
(1909) *Les rites de passage*. Paris: Nourry.
- WINKIN, Yves
(1996) *A nova comunicação. Da teoria ao trabalho de campo*. São Paulo: Papirus.

Recebido em
abril de 2010

Aprovado em
agosto de 2010