

ou mística dentro de uma orientação religiosa corresponderam assim exactamente ao chamado «nerve of the time», marcado por uma certa interiorização do indivíduo.

No último capítulo, Kippenberg acentua mais uma vez a ambivalência que se esconde atrás do fenómeno da modernização. A partir de uma referência a Peter L. Berger, Kippenberg destaca que muitas pessoas entendem a modernização como uma possibilidade de se libertarem de algumas tradições velhas e muitas vezes sentidas como sufocantes. Por outro lado, o indivíduo moderno sofre logo um desassossego metafísico, ou seja, um receio de viver sem abrigo transcendental. Paralelamente a este processo, numa sociedade moderna o lugar e a função da religião mudaram fundamentalmente. E é especialmente este facto que determina hoje em dia o trabalho científico acerca das religiões: «The need for reliable knowledge of world-views and norms has grown as modernization has led to a break with the traditional world. The experience of the loss of certainty and self-evident truths demanded a reflection on what was remaining of past and foreign religions. Along with the disenchantment of all ways of life grew the individual's need for meaning» (p. 192).

Em termos das disciplinas científicas, o *Discovering Religious History in the Modern Age* é sobretudo um livro que devia ser considerado histórico. Por outro lado, encontra-

mos nestes notáveis ensaios, para além de uma interessante introdução à história das religiões, uma apresentação da situação histórica na qual nasceram disciplinas como a antropologia ou sociologia da religião. Finalmente, Kippenberg conseguiu escrever um livro interdisciplinar que ultrapassa de uma maneira admirável e extremamente informativa o simples horizonte histórico. Neste sentido, a leitura do livro pode ser aconselhada a historiadores da religião, bem como a antropólogos e sociólogos que concentram os seus estudos em fenómenos religiosos. Hans G. Kippenberg é professor da Ciência das Religiões na Universidade de Bremen e *fellow* no prestigiado Max Weber Center for Advanced Cultural and Social Studies da Universidade de Erfurt.

STEFFEN DIX

François Jost, Comprendre la télévision, Paris, Armand Colin, 2005; *Régine Chaniac e Jean-Pierre Jézéquel, La télévision*, Paris, La Découverte, 2005.

A centragem da comunicação global através da língua inglesa tem por consequência a primazia dada na academia e na edição aos estudos anglo-americanos, apagando-se involunta-

riamente a atenção sobre trabalhos de qualidade noutras línguas. Nos estudos televisivos, esse apagamento é evidente, tendo menor circulação do que trabalhos medianos em inglês, trabalhos de qualidade em francês, alemão, português e tantas outras línguas. Os autores nórdicos optaram por usar com frequência o inglês, publicando nessa língua na Internet (por exemplo, www.nordicom.gu.se) ou em livro, o que tem permitido uma justa visibilidade a autores como o norueguês Jostein Gripsrud (*Understanding Media Culture*, Oxford, Arnold, 2002). Seria muito positivo para a investigação em Portugal que houvesse uma política estruturada de tradução e divulgação em inglês dos trabalhos de referência de investigadores de língua portuguesa.

Em França, os estudos televisivos não têm esta denominação, estando englobados nos estudos comunicacionais, mediáticos e de imagem. François Jost, autor de *Comprendre la télévision*, é professor de Ciências da Informação e da Comunicação na Universidade de Sorbonne Nouvelle Paris III e director do Centro de Estudos das Imagens e dos Sons Mediáticos (CEISME), em Paris; os seus trabalhos mais importantes da última década dedicaram-se à televisão. Este livro de 2005 é um pequeno manual de 128 páginas que permite, em simultâneo, desenvolver ferramentas de análise da televisão e aplicá-las em casos práticos. Mas Jost consegue ao mesmo tempo in-

serir elementos sobre a evolução do *media* e dos seus géneros. O autor pretende também, ao longo do livro, estabelecer as características que distinguem a televisão, em especial do cinema, valorizando o «contexto» em que os programas existem enquanto produtos culturais. Nesse sentido, aproxima-se da pragmática dos estudos televisivos britânicos, que estabelecem uma análise dos conteúdos televisivos em três vertentes: o texto (valorizando-se a análise semiótica), a institucionalidade (permitindo explicar condicionantes do resultado final através da análise do canal, empresa, legislação, economia dos *media*, etc.) e as audiências (elemento decisivo não só nos conteúdos, como na sua colocação em «grelha» televisiva). Daí que, além do texto, cuja análise parece em geral sobrevalorizada em França, o autor acentue a necessidade do estudo da programação e ainda do género, a que já dedicou trabalhos anteriores, por considerá-lo fulcral no estudo dos programas.

Tal como autores de língua inglesa, como Jason Mittell¹, o autor considera que o género é definido também pela audiência e pela instituição, e não apenas pelo texto quando analisado pelos especialistas. Jost usa o conceito feliz de «promessa de género» (p. 43) como âncora para essa

¹ Jason Mittell (2004), «A cultural approach to television genre theory», in Robert C. Allen e Annette Hill, *The Television Studies Reader*, Londres, Routledge, pp. 171-181.

definição: o canal promete um programa de um certo género, a apreciação pelos especialistas e pela audiência permitirá confirmar se a promessa é cumprida. O capítulo sobre o género é um dos mais conseguidos, embora o autor não explique a afirmação pressuposta do «directo» como género. Apesar da sua importância fundamental para a «ontologia» do *media*, o directo é um tipo de comunicação transversal a vários géneros, não sendo auto-suficiente quanto a conteúdos e até à inserção neles: por exemplo, além da informação e dos programas de entretenimento de variedades, não só houve programas ficcionais (teatro) em directo nos primeiros anos da TV, como se voltou a esse tipo de transmissão recentemente (por exemplo, episódio da novela *Anjo Selvagem* em directo, TVI).

Jost considera que os programas de televisão se inserem num de três «mundos» — o do real, o da ficção e o do jogo — ou na sua intercepção. Na sua análise não recorre apenas a conceitos da literatura, da antropologia e da sociologia. De facto, Jost é um autor que nunca deixa de lado o contexto social como chave explicativa dos programas, sendo este seu trabalho um exemplo de aplicação de uma definição ampla de cultura. A ferramenta analítica dos três mundos (pp. 62-103) torna-se útil para o estudo concreto de casos, passo que o autor exemplifica no último capítulo deste livro.

646 O facto de Jost se apresentar desde a primeira página como «tomando

o partido do espectador» (p. 5) não significa que este livro se destina apenas ao público em geral que possa querer iniciar-se na literacia dos *media* (ou «educação para os *media*», p. 7), mas antes representa uma atitude analítica independente não só das instituições mediáticas, mas também do que parece ser a corrente maioritária nos estudos televisivos franceses, de «oposição» às indústrias culturais *tout court*. Neste aspecto, Jost aproxima-se dos seus colegas anglo-americanos, que pouco cita, aliás, preferindo dar ao leitor portas de acesso apenas a estudos quase todos franceses. Essa opção é aceitável num livro de iniciação e por se tornar necessário um conhecimento dos conteúdos analisados: muitas vezes é complexo estudar televisão quando os estudos se reportam apenas a programas que o leitor desconhece. No caso específico do leitor português, essa bibliografia serve como índice de um *corpus* a par do anglo-americano. Este livro, em geral, tem como outro interesse para o leitor português as muitas semelhanças da história da televisão em França e em Portugal, não só do ponto de vista institucional, como de conteúdos e audiências.

Este livro serve como ponto de situação da televisão no início do século XXI. Todavia, falha na ausência da consideração sobre a evolução do *media*: nada diz quanto a novas técnicas de transmissão de conteúdos, novas técnicas de interactividade, fragmentação crescente de canais e de audiências, sobre a diminuição do

peso social do *media*. Desta forma, *Comprendre la télévision* é um manual quase exclusivamente sobre a televisão generalista e as suas formas de apresentação.

Como que colmatando essa falha, também em 2005 uma socióloga e um economista franceses publicaram um pequeno manual cuja característica determinante é a atenção prestada à evolução recente do *media*, a par de um enquadramento histórico. O pequeno livro (122 páginas) faz um acompanhamento correcto da evolução da televisão, mostrando quanto o envolvimento institucional e comercial determinou em boa parte o modelo de televisão estatal para a comercial, hoje ainda em torno da televisão generalista (capítulos I e II), mas já em mudança para um modelo que ainda se desconhece na sua inteireza. A evolução técnica também influi, mas os autores desde o início rejeitam uma interpretação determinista a este respeito.

Apesar de a maior parte dos exemplos sobre a televisão generalista no livro serem dos anos 80, o que revela alguma paragem no tempo da sua investigação, eles são ilustrativos e Chaniac e Jézéquel avançam sem falhas para o tema da multiplicação dos canais e da introdução da televisão paga (III) e daí para a «emergência de um novo modelo de televisão» (IV): a diversificação da oferta, mas com uma programação «regida pela penúria», a fragmentação dos públicos e as interrogações sobre o «fim dos canais generalistas». Sobre o futuro da televisão (V), os autores

interrogam-se ainda sobre as novas possibilidades resultantes da convergência de técnicas de informação e da «polivalência das redes e terminais» e ainda sobre a interactividade. Terão estas evoluções necessariamente consequências sobre o género de programas que a televisão oferece aos espectadores? Embora o texto do último capítulo e o da conclusão sejam claros e bem justificados, é pena que os autores não tenham desenvolvido o conceito promissor de «desprogramação» (pp. 89 e seg.), isto é, sendo a programação essencial à definição de televisão (como também refere Jost), o seu esvaziamento poderá levar ao próprio desaparecimento do que definimos como *televisão*: «A questão central para o futuro da televisão, quaisquer que sejam os modos de difusão, mantém-se a sua capacidade de criar programas susceptíveis de conquistarem os públicos e de constituírem assim um património à sua medida» (p. 114).

EDUARDO CINTRA TORRES

Zygmunt Bauman, Confiança e Medo na Cidade, Lisboa, Relógio d'Água, 2006.

Zygmunt Bauman, um dos mais prolíficos sociólogos da actualidade,