Morin, E., Schaeffer, P., Hall, S., Cherias, T., Teoplitz, J., Andrade, R. de, Estrada L. P., Hopen, D. & Affleck, R. T. *Cultura e comunicação de massa*. trad. de C. N. Coutinho, do original francês, de 1971, Rio de Janeiro, Fundação Getulio Vargas, 1972. 166 p.

A obra, *Cultura e comunicação de massa*, é recomendada a estudantes de cursos de comunicação, artes, sociologia e psicologia, participantes de cineclubes e teleclubes, artistas e produtores de cinema e televisão, e àqueles que, de modo geral, estão preocupados com o papel do cinema e da televisão na cultura.

O livro consta de sete capítulos, cada um escrito por um autor, exceto o penúltimo. A compreensão dos dois primeiros capítulos exige conhecimentos de sociologia, o que não acontece com os demais.

O capítulo 1, de Pierre Schaeffer, relaciona-se ao problema da pesquisa dos meios de comunicação de massa. Ele critica o "sistema fechado" da cultura, a tendenciosidade dos meios de comunicação e o cientificismo moderno. Propõe que não haja apenas preocupação com a evolução da técnica, mas com a compreensão do próprio homem. Comenta a visão poética e confusa dos meios, citando McLuhan e Abraham Moles, e propõe o esquema de Birmingham, que é intermediário entre os dois escritores citados. Schaeffer considera, ainda, as implicações do homem-cultural, do homem-político e do homem-econômico. Finalmente, refere-se aos problemas de definição do objeto e do método dos meios de comunicação, apresentando sugestões de solução.

O capítulo 2 é escrito por Edgar Morin. Trata das novas correntes que surgiram no estudo de comunicações de massa, que procuram reunificar a cultura e a comunicação em um campo, atribuindo importância ao intelectual e ao artista. Mas, o autor acha que ainda falta enfatizar a função do artista, como situada em operação competitiva com a produção. Nesse capítulo é apresentada a concepção da cibernética sobre a cultura e os meios de comunicação de massa, de Abraham Moles, e o ponto de vista de McLuhan sobre os meios. No final, o autor comenta a expansão da lingüística estrutural e da semiologia.

O capítulo 3, da autoria de Stuart Hall, refere-se à televisão britânica, especialmente quanto aos programas culturais. Sugere a elaboração de pesquisas por equipes interdisciplinares e que os pesquisadores levem os produtores a considerarem a evolução cultural e social renovando seus programas e utilizando novas técnicas na televisão. São apresentados dados sobre os programas culturais e sobre o público desses programas, sendo alguns desses dados fornecidos pela *British Broadcasting Corporation* (BBC), e outros pela *Independent Television Authority* (ITA). Stuart Hall arrola vários tipos de críticas à televisão, e sobre o ensino através das técnicas de cinema e televisão; apresenta novo modelo de transmissão cultural. Este texto é particularmente interessante para o psicólogo educacional e para o escolar.

Tahar Cherias é o autor do capítulo 4, que versa sobre o aspecto cultural do cinema na sociedade árabe. Ele se refere ao curso de história

da língua e da religião árabe e à situação do cinema nessa cultura. Em seguida, o autor comenta as mudanças na língua, hábitos e religião por influência do cinema, o qual possibilitou o intercâmbio com outros países. Trata-se de capítulo que certamente interessa a psicólogos e sociolingüistas.

O cinema e a televisão na Europa Oriental é o assunto do capítulo 5, tratado por Jerzy Teoplitz. Ele focaliza a ajuda do Estado para o desenvolvimento da cultura e a preocupação com o caráter educativo dos meios de comunicação de massa. Mais uma vez, psicólogos escolares e pedagogos encontrarão aqui assunto particularmente interessante para o desempenho de suas funções.

O capítulo 6 é um texto de Rudá de Andrade, Luís Pico Estrada e Daniel Hopen, que versa sobre o cinema e a televisão na América Latina. Os autores discutem o fato de que nem os próprios latino-americanos conhecem os seus filmes, de que os valores expressos nestes não são próprios dos latino-americanos e que seus filmes são prejudicados pela dependência destes povos aos países mais desenvolvidos. Os autores comentam as tendências, influências políticas e valores culturais do cinema argentino, brasileiro, mexicano, cubano e, generalizadamente, dos outros países da América Latina. Esta análise muito interessa ao psicólogo social.

Finalmente, o capítulo 7, de Roy T. Affleck diz respeito às exposições e feiras internacionais como técnicas de comunicação de massa. Trata das contribuições que tornaram possível as exposições e faz uma avaliação delas.

Como se vê, a natureza e variedade dos assuntos tratados nesta obra são de grande interesse para muitos que trabalham, não apenas no campo da comunicação de massas, mas também para outros profissionais, como, por exemplo, o psicólogo.

ELZA MENDONÇA DE MACEDO