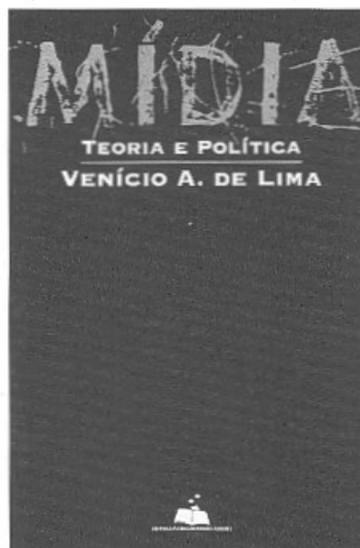


Uma obra de referência para os estudos de Comunicação no Brasil

LIMA, Venício A. de. **Mídia: teoria e política**. São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 2001 – 366 páginas

Laan Mendes de Barros

*Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA/USP
Docente na Graduação e Pós-Graduação
e Coordenador Geral de Pesquisa
da Faculdade Cásper Líbero
laan@terra.com.br*



A obra de Venício A. de Lima, lançada em novembro de 2001, apresenta uma coletânea de dez textos – inéditos ou reescritos e atualizados – que o autor produziu com base em sua larga experiência na docência e na pesquisa em Comunicação Social e Ciências Políticas. Trata-se de um material que, sem dúvida, deve ocupar um lugar de destaque na bibliografia do pensamento comunicacional brasileiro. Trata-se de uma obra de referência.

Já não é de hoje que a perspectiva de leitura do ex-professor da UnB, marcada por clara abertura dialética e instigante fomentação crítica, vem influenciando os estudos de Comunicação Social no Brasil. Na Cásper Líbero, por exemplo, os alunos de graduação e pós-

graduação já se familiarizaram com o nome de Venício de Lima, pois há dez anos a disciplina Teoria(s) da Comunicação tem como um dos textos de abertura do curso o trabalho que ele produziu no início dos anos 80, chamado “Repensando a(s) teoria(s) da comunicação”, que integra o livro “Teoria e pesquisa em comunicação: panorama latino-americano”, organizado por José Marques de Melo, lançado pela editora Cortez em 1983. Como propõe o próprio título do artigo, é necessário trabalhar de maneira plural a reflexão teórica de nossa área de conhecimento. Este é um desafio àqueles que iniciam um empreendimento de estudos em Comunicação.

O livro *Mídia: teoria e política* está organizado em quatro partes: *Teoria(s) da(s)*

comunicação(ções); Economia política das comunicações; Mídia e política; e Anexos – Telejornalismo. Os dez textos têm certa autonomia, mas articulam-se entre si, compondo oito capítulos e dois anexos. Dentre as articulações que o autor propõe, chama a atenção a aproximação que ele faz entre comunicação e educação, partindo das idéias de Paulo Freire, refletida no prefácio da obra, assinado por Ana Maria Araújo Freire, doutora em Educação pela PUC/SP.

No primeiro capítulo – *Breve roteiro introdutório ao campo de estudos da Comunicação Social no Brasil* – o autor retoma a discussão dos anos 80, ampliando sua classificação das teorias da Comunicação de quatro eixos para oito modelos. Tomando as palavras-chave de cada modelo teórico, ele os denomina em: Manipulação, Persuasão, Função, Informação, Linguagem, Mercadoria, Cultura e Diálogo. Um mapa detalhado é oferecido por Venício de Lima, cruzando esses oito modelos com 15 critérios de classificação, que incluem desde a definição da comunicação e a questão básica de pesquisa para cada um dos modelos analisados, até o contexto histórico no qual elas surgiram e seus principais autores. Ele remete o leitor para quatro textos básicos de Teoria(s) da Comunicação – assinados por Mauro Wolf, Melvin De Fleur e Sandra Ball-Rokeach, Armand e Michèle Mattelart e Bernard Miége – orientando a pesquisa na área.

Outros dois capítulos integram o bloco sobre Teoria(s) da(s) comunicação(ções), remetendo a discussão sobre Mídia para o plano político e cultural. Um deles fala da atualidade do conceito de comunicação de Paulo Freire; o outro, da proposta de uma comunicação dialógica, de Freire e Martin Buber. A comunicação dialógica assume o caráter dialético do pensar e fazer comunicativo, recuperando, em sua plenitude, a concepção original do verbo comunicar, do latim “communicare”, que tem o sentido de compartilhar, de tornar comum.

O segundo bloco aborda questões da economia política das comunicações, tomando em especial a situação brasileira, desde uma perspectiva histórica e crítica. Em *Comunicação no Brasil: velhos e novos atores* o autor analisa aspectos da legislação e do processo de concentração da propriedade no setor das comunicações, em especial no que se refere aos meios eletrônicos. No capítulo *Globalização e políticas públicas no Brasil – a privatização das comunicações: 1995-1998* Venício de Lima faz uma atenta crítica à mercantilização do Estado e à sobreposição das esferas pública e privada no processo de privatizações em vários setores da economia e, em especial, no das telecomunicações.

Três capítulos integram o terceiro bloco do livro: *A Rede Globo e a transição para a democracia: 1982-1985; Cenário de Representação Política (CR-P): um conceito de duas hipóteses sobre a relação da mídia com a política; e Televisão e política: hipótese sobre o 1º turno da eleição presidencial de 1989.* Neles, Venício de Lima faz uma análise política do contexto brasileiro em tempos recentes, desvendando fatos e situações que colocam a mídia no centro da análise do poder político contemporâneo. Articulando as questões de hegemonia e de imaginário social, o autor aponta o policentrismo da mídia como fator necessário para a constituição de uma democracia “em que a vontade da maioria não corra o risco de submergir diante da ‘competência’ de segmentos sociais que detêm o controle sobre a informação e a construção das imagens públicas”.

Mídia: teoria e política oferece ao leitor subsídios conceituais e conjunturais que permitirão o avanço do pensamento comunicacional brasileiro. Trata-se de uma leitura indispensável para estudantes, pesquisadores, docentes e profissionais que pretendam pensar/fazer comunicação de maneira coerente com a construção de uma sociedade mais justa e igualitária.