

Comunicação e indústria cultural: a fortuna da teoria crítica nos estudos de mídia brasileiros¹

FRANCISCO RÜDIGER²

*(Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
e Universidade Federal do Rio Grande do Sul)*

Resumo

O artigo revisa a maneira como ocorreu a recepção da crítica à indústria cultural frankfurtiana entre os pesquisadores brasileiros da área de comunicação. Identificam-se e examinam-se pelo menos três momentos. Na década de 70, predomina uma leitura positiva em chave histórico-materialista. Em seguida, descobre-se e faz-se uso dos autores que procuraram renovar a abordagem. Nos últimos tempos, o enfoque tem sido alvo de diversas objeções, que levaram ao seu abandono pelos estudiosos. A conclusão propõe uma reavaliação desse referencial teórico.

Palavras-chave: Historiografia da comunicação no Brasil, Escola de Frankfurt - Brasil, Crítica à indústria cultural no Brasil

Resumo

El texto revisa la manera como ocurrió la recepción de la crítica a la industria cultural propuesta por los de Frankfurt entre los investigadores brasileños del área de comunicación. La conclusión del artículo defiende una reevaluación de este referencial teórico.

Palabras-clave: Historiografía de la comunicación en Brasil, Escuela de Frankfurt - Brasil, Crítica a la industria cultural en Brasil

Abstract

This article reviews the reception of Frankfurt culture industry critique among brazilian communication researchers since 1970. Three phases are identified and examined. The article's conclusion claims for a new evaluation of this theoretical tradition of media understanding.

Keywords: Brazilian communication historiography, Frankfurt School - Brazil, Culture industry critique in Brazil

¹ ORIGINAL RECEBIDO PELO CONSELHO EDITORIAL NO DIA 06/08/1998.

² Professor adjunto da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS) e da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Doutor em Sociologia pela Universidade de São Paulo (USP).

Recapitular a trajetória da crítica à indústria cultural na pesquisa em comunicação brasileira constitui tarefa que tem algo de insólito. Seriamente a Escola de Frankfurt foi pouco estudada por nossos especialistas nessa área de conhecimento. Escreve Lins da Silva que a maioria dos estudiosos interessados no tema o incorporaram de maneira acrítica. Entretanto isso vale tanto para aqueles vêm na indústria cultural uns "instrumentos de controle e manipulação do pensamento coletivo que apresentam monoliticamente a ideologia dominante absorvida de forma passiva e ordeira por uma ignara massa de espectadores alienados" - quanto para os que, como o autor citado, opõem-lhe a visão de que não somente "no seu interior também há espaço para contradições que se expressam nas relações de trabalho e no produto final da indústria" mas também de que esse produto "não é consumido pela audiência de forma uniforme e passiva" (Lins da Silva ([1984] 1985):19-21).

Considerando esses juízos extremos, bastante próximos dos com que nos deparamos no cotidiano acadêmico, podemos entender por que, embora costume ser referida em boa parte dos trabalhos, vários dos quais até mesmo inspirou, a perspectiva frankfurtiana encontra-se numa espécie de limbo, do qual só consegue ser chamada de maneira estereotipada. As tentativas de compreendê-la de maneira séria e fundamentada tiveram pouca continuação³ e não se traduziram em um programa de pesquisa conseqüente, conforme se pode constatar recorrendo à fortuna da obra pioneira de Gabriel Cohn: *Sociologia da Comunicação* ([1971] 1973).

Passado o período em que esteve na moda e - mal ou bem - chegou a se revelar um estímulo produtivo na pesquisa, a crítica à indústria cultural foi perdendo seu charme, e a compreensão de seu pensamento passou a ser dada como encerrada com a leitura superficial de um ou outro texto. Os frankfurtianos passaram a ser classificados como apocalípticos, de acordo com uma distinção bastante primária popularizada entre nós e que, válida - no máximo - como resumo de uma trama urdida de maneira muito mais complexa, terminou se tornando um esquema reificado e um código de contato entre os pesquisadores da comunicação.

Entretanto o pior ainda estava por vir em meados dos anos 80: aconteceu então de o contraponto esquemático entre apocalípticos e integrado evoluir para a dicotomia ainda mais simplista entre otimistas e pessimistas, exemplificada através da confrontação entre o enfoque elitista, idealista e imobilista de Adorno e a pretensa abordagem democrática, realista e pragmática de Benjamin.

Nesta época, o conceito de indústria cultural viu-se despojado de seu conteúdo crítico, tornando-se um termo descritivo, empregado sem nenhum cuidado teórico. Neutralizada por juízos estereotipados, a teoria

³ Confira sobretudo Gabriel Cohn [1971] 1973, Roberto Moreira [1977] 1979 e Renato Ortiz, 1986. As leituras mais recentes caracterizam-se pelo discurso monótono e linear, tomando-se por base Castanho, 1986, Guareschi, 1991 e Guimarães Costa, 1994. *Saber e melancolia* (Rio de Janeiro, Antares, 1994) de Alvaro de Sá e Antônio S. Mendonça, segundo nos disse um dos autores, também trata da matéria, mas não pode ser compulsado.

crítica foi dada como caduca, tornando-se denunciamento rancoroso e discurso depressivo, baseado em uma concepção superada da cultura e da mídia, metodologicamente desprovida dos meios para compreender as benesses da técnica e as contradições da sociedade, a cultura no plural e as mediações na comunicação.

Atualmente verifica-se que os pesquisadores brasileiros aderiram em sua maior parte à idéia de que seu tempo passou e de que insistir com ela é tornar-se prisioneiro de um enfoque que é ao mesmo tempo estreito e ultrapassado. A referência às suas teses transformou-se num procedimento ritual, através do qual eles preparam o terreno para expor outras concepções teóricas e metodológicas.

O propósito do presente trabalho é marcar os principais momentos e discutir ainda que brevemente a recepção da teoria crítica na pesquisa em comunicação brasileira. O pressuposto não é o do trabalho de luto nem o da visita ao cemitério. Segundo meu modo de ver, a crítica à indústria cultural constitui um programa de pesquisa que, embora marginal, possui ainda hoje um conteúdo vivo e um potencial de estímulo que não se encontra exaurido. A reconstrução empreendida nessas páginas pretende contribuir para sua possível reavaliação no País.

Distinguirei três momentos nesse percurso. O primeiro refere-se à fase de descoberta e incorporação da teoria crítica aos estudos de mídia por parte da chamada escola paulista de ciências sociais durante os anos 70. O aproveitamento da contribuição do que se tem convenido chamar de segunda geração frankfurtiana é apresentado em seguida, através de uma breve discussão dos trabalhos iniciais de Ciro Marcondes Filho. Finalmente, procede-se a uma resenha das críticas que a perspectiva frankfurtiana passou a receber nos anos 80.

Uma observação: a resenha crítica que segue não pretende ser exaustiva em relação às pesquisas que se valeram da teoria crítica. Consulte basicamente os trabalhos publicados. Outrossim, o leitor nada achará sobre a fortuna desse marco teórico na obra de seus antigos simpatizantes, muitos dos quais nunca pertenceram academicamente à área de comunicação.

1 - A contribuição da escola paulista de ciências sociais

O processo de instituição dos estudos de mídia ocorrido em nosso país durante os setenta caracterizou-se por uma busca de conceitos capazes de permitirem a análise da comunicação na sociedade. Devemos a Gabriel Cohn o esforço mais sério até hoje tentado de transformar a perspectiva frankfurtiana em base de um programa de pesquisa sustentado nessa área.

Sociologia da Comunicação, produto de sua tese de doutorado, apresenta de fato um importante momento na recepção da teoria crítica, tendo se tornado uma referência bastante influente em diversos estudos elaborados durante a década de 70.

Conforme sabemos a Escola de Frankfurt chegou ao Brasil no final dos anos 60. A conjuntura vivida era a da contestação estudantil. Marcuse despontava como filósofo da contracultura. A popularidade do filósofo levou a que se publicasse não apenas seus escritos, mas também os do grupo de onde provinha. Pertencem pois a essa época *A ideologia da sociedade industrial* (1968) e as coletânea de Luis Costa Lima (*Teoria da cultura de massa*, 1969) e Vamireh Chacon (*Humanismo e Comunicação de massa*, 1970).⁴

Gabriel Cohn não só prosseguiu esse trabalho de documentação (*Comunicação e indústria cultural*, 1972, com textos de Adorno, Habermas e Lowenthal) como deu início à discussão de suas principais idéias, desdobrando na crítica à indústria cultural os fundamentos para desenvolver uma análise científica dos fenômenos culturais contemporâneos. A abordagem frankfurtiana serve então para embasar um programa de pesquisa cuja principal preocupação é transcender as categorias do senso comum e dos advogados da mídia. A contribuição que ela pode dar - sugere-se - não se encontra tanto no plano da crítica social da mídia quanto da produção do saber na área da comunicação.

Segundo o autor, a pesquisa em mídia ainda era uma área muito incipiente, precisando proceder a um exame do valor teórico de seus conceitos de análise, se quisesse avançar cientificamente. As comunicações estavam se tornando a cada dia um fenômeno mais importante. Entretanto sua abordagem era insuficiente. A tendência verificada era de os estudos que se faziam nessa área serem palco da atuação de concepções ideológicas, que procuravam intervir na realidade sem transcendê-la criticamente.

Para Cohn, a leitura analítica dos antecedentes conceituais da análise crítica serve pois para chegar à conclusão de que o foco da análise não se deve centrar nas formas de difusão e recepção das mensagens mas na estrutura do produto cultural.

Acredito que esse entendimento, segundo o qual a sociologia da comunicação deve se centrar no produtos e na maneira como eles objetivam o sistema social de produção, visto que eles regem a sua difusão e consumo, constitui o programa básico do que podemos chamar de contribuição da escola paulista de ciências sociais aos estudos de comunicação.

Conforme esse programa, "a categoria teórica básica para a análise da comunicação é a da ideologia", e os chamados bens culturais devem ser entendidos como mercadorias". Conseqüentemente o trabalho de pesquisa deve "apanhá-los simultaneamente como resultados de um modalidade dada de produção e como condicionamentos de modalidades correspondentes de consumo" (161-162).

⁴ Horkheimer e Adorno: "A Indústria cultural - O iluminismo como mistificação das massas", Benjamin: "A obra de arte na era de suas técnicas de reprodução" e Marcuse: "A dimensão estética" encontram-se em *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro, Sagra, 1969. As concepções estéticas desses pensadores foram apresentadas e discutidas em conjunto, pela primeira vez, por José Guilherme Merquior: *Arte e Sociedade em Marcuse, Adorno e Benjamin*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1969.

Embora deixando bem claro que a culminação da análise deve centrar-se no modo como essa produção se reflete na estrutura dos bens culturais, a proposta conheceu uma fortuna distinta no trabalho de investigação. A aplicação do enfoque não seguiu a letra do programa. Os estudos que se fizeram a partir de sua recepção concentraram-se nas condições de produção e difusão das expressões da cultura industrial, deixando de fora a análise de sua dimensão ideológica.

A crítica à indústria cultural foi lida em chave materialista orientada historicamente onde - de fato - não se fez uso do conceito de ideologia. As reflexões foram conduzidas de maneira a fazer aparecer as condições de produção dos bens culturais sem que esses tivessem sido realmente analisados.

Colocando de lado estudos onde o conceito de indústria cultural já se apresenta com um sentido meramente descritivo e conduz-se sua análise com meios ecléticos ou estranhos à Escola de Frankfurt (Harbert, [1972] 1973; Micelli, [1971] 1972), Miranda, [1975] 1976) exemplificam essa tendência, entre outras, investigações como o trabalho pioneiro de Othon Jambeiro sobre o sistema de produção da música popular (*Canção de massa*), o de Maria A. Arruda sobre o desenvolvimento da publicidade brasileira (*A embalagem do sistema*) e a pesquisa sobre o processo através do qual uma parte da imprensa paulistana subsumiu-se à lógica da produção mercantil feita por Gisela Tatschner (*Do jornalismo político à indústria cultural*).

Representando parte expressiva do que melhor se produziu na área de comunicação durante os anos 70, os referidos trabalhos procuraram superar - ainda que não fosse esse o propósito - a objeção segundo a qual a crítica à indústria cultural frankfurtiana caracteriza-se pela revelação de uma "especificidade do processo de produção de mercadorias culturais [que] não chega a ser investigada em si mesma" (Morelli, [1988] 1991:24).

Entretanto, a exemplo dos autores dessa objeção, também esses citados não chegaram até o ponto de fazer uma análise imanente dos produtos culturais, tarefa definidora da abordagem frankfurtiana. Noutros termos, verifica-se em todos eles o predomínio de uma abordagem materialista, ainda que histórica, sobre a reflexão crítica e a análise cultural (principais motivos da crítica à indústria cultural em Adorno).⁵

Exceção à regra é o livro de Waldenyr Caldas: *Acorde na Aurora* ([1975] 1977). Embora a análise que ali se faz da música sertaneja mostre uma certa rigidez, encontra-se nela a tentativa mais próxima de aplicação de programa elaborado por Cohn mas também das próprias propostas de Adorno. Resumidamente significa que neste livro se acha uma das poucas pesquisas, talvez a única, em que se tenta "fazer a crítica à sociedade

⁵ Em *Indústria fonográfica*, de Rita Morelli ([1988] 1991), o tratamento materialista das condições de produção dos bens culturais (música popular, no caso) é substituído por uma abordagem antropológica (relações de poder existentes entre os agentes de produção e difusão dessas mercadorias), não se chegando à "análise imanente da produção cultural" (p.24).

através [da análise] dos discursos industrialmente produzidos e consumidos por ela" (Moreira [1977]1979:17).

Conforme escreve Roberto Moreira, responsável pelo aprofundamento metodológico do programa sugerido por Gabriel Cohn, a perspectiva frankfurtiana carrega consigo um potencial crítico em relação aos conceitos tanto quanto à positividade reivindicada pelos estudiosos da comunicação. A compreensão da cultura como mercadoria tem um significado científico mas, também, crítico, na medida em que a necessidade de aperfeiçoar os instrumentos de leitura ideológica dos produtos culturais constitui ao mesmo tempo uma exigência de análise crítica da sociedade (Cf. Moreira, [1977] 1979).

A concretização da proposta do autor entretanto revela-se problemática tanto no plano teórico quanto no plano prático. O denominador comum é o mau emprego do conceito de ideologia. Em Moreira, que o trabalha em detalhe, nota-se com espanto como a referida proposta da análise da mídia, baseada na hipótese de que a sociedade se objetiva (figurada) nos produtos culturais da indústria, convive com o entendimento apriorístico de que os veículos dessa indústria são aparelhos ideológicos da sociedade (Moreira [1977]1979 : 93).

Levando em conta esse dado, podemos entender por que a aplicação do conceito à análise é deficiente: trabalha-se o conceito no marco da teoria da comunicação.

Consideremos o caso do livro citado de Waldenyr Caldas, *Acorde na aurora*. A abordagem do autor parte do princípio de que o significado ideológico da música sertaneja não está em suas próprias contradições mas na mensagem que transmite à sociedade, enquanto "instrumento da visão de mundo burguesa". Noutros termos, sustenta-se que "os comunicadores divulgam os valores inerentes à ideologia burguesa através da televisão" ([1975] 1977:97) e "o consumidor ... prende-se inevitavelmente às mensagens" (Idem, p.127). O problema todo está no fato de o mencionado significado não poder ser definido dessa maneira e de a análise do autor não se centrar em nenhuma das categorias mencionadas.

O caminho para desatar esse nó, gerador de terríveis esquematismos, que levaram a teoria crítica ao descrédito, está, em nosso modo de ver, numa releitura do conceito de ideologia, na recuperação da dimensão histórica da análise e na observância do princípio de que, na crítica à indústria cultural, "a categoria básica a ser usada não é a de *comunicação*, que se refere à relação entre o sujeito e seus receptores, mas a de *mediação*, que é inerente ao próprio objeto" (Cohn, 1971]1973:154).⁶

⁶ A perspectiva de estudo citada, hermeneuticamente influenciada pelas idéias marcusianas sobre cultura e sexualidade, encontra-se esboçada, segundo meu modo de ver, no trabalho de Winckler, 1983. Procurei desenvolvê-la em profundidade, incorporando os avanços da teoria crítica mais recente, em Rüdiger, [1995] 1996.

2 - Excursão sobre Ciro Marcondes Filho

Na década de 80, o panorama começou a mudar em relação ao período anterior, assistindo-se a uma progressiva retirada dos pensadores frankfurtianos como referência legítima de análise das comunicações. Aparentemente, o supracitado esquematismo das análises feitas em se nome, o predomínio de uma recepção em chave materialista e as críticas ao manejo abstrato das principais proposições que embasam o enfoque explicam porque os pesquisadores abandonaram a categoria de indústria cultural por essa época, reduzindo-a a um conceito meramente descritivo.⁷

Em Bolaño ([1986]1988), Tatzchner ([1987] 1992) e Caparelli (1989), por exemplo, o conceito de indústria cultural é meramente dado, servindo para referir à forma avançada de produção simbólica capitalista. A abordagem materialista da categoria retrocede perante uma economia política cujas pretensões críticas são muito difíceis de enxergar do ponto de vista metodológico. Renato Ortiz é outro a valer-se do termo nos trabalhos que escreve nesse período. No entanto também neles a categoria aparece empobrecida, servindo em sentido puramente operacional, seja na análise das condições de produção das telenovelas (Ortiz, [1985] 1987), seja em sua síntese sobre a formação do mercado de bens culturais modernos no Brasil (Cf. Ortiz, 1988).

A comprovação do progressivo esvaziamento da crítica à indústria cultural é facilmente perceptível folheando-se as páginas introdutórias de uma pesquisa sobre a indústria fonográfica brasileira. Classificando seu trabalho como "complementar ao contexto teórico marxista das análises frankfurtianas", a autora todavia não só revela que sua pesquisa "na verdade se inspira numa noção antropológica de cultura", supostamente mais explicativa, como critica as citadas análises por não levarem em conta tanto "as especificidades do processos de produção capitalista daquelas mercadorias ditas culturais quanto as diferentes configurações assumidas por esse próprio processo, em decorrência das determinações históricas específicas de cada sociedade capitalista monopolista" (Morelli [1988] 1991:23).

Durante essa época a continuidade com a perspectiva frankfurtiana se dá através de uma ruptura com os escritos de seus criadores. Em Ciro M. Filho verifica-se realmente que o legado da Escola de Frankfurt é conservado através da recepção dos escritos de sua segunda geração. Nesse sentido, podemos nos referir em primeiro lugar a *O Discurso sufocado* ([1981] 1982). Fortemente influenciado pela releitura política em chave emancipatória da crítica à indústria da consciência que Negt & Kluge desenvolvem em *Öffentlichkeit und Erfahrung* (1972) - a pesquisa procura combinar estudos

⁷ Segundo meu modo de ver, o marco desse processo é o livrinho *O que é indústria cultural* (Coelho, 1980). A explicação do problema passa, na visão do autor, pela economia política, semiologia, culturalismo e até mesmo McLuhan. A Escola de Frankfurt é apenas a criadora da expressão, que - sugere-se - pode ser entendida ecleticamente.

de casos históricos com reflexões teóricas sobre os limites e possibilidades da chamada comunicação alternativa.

Em *O capital da notícia* ([1983] 1988) essa abordagem é desenvolvida com intenção mais sistemática, obtendo-se uma síntese aplicada ao jornalismo industrial moderno. A reflexão teórica vale-se da crítica ao fetichismo da mercadoria e exemplifica-se através de casos históricos. Frankfurtianamente procura-se expor a idéia de que a análise das condições econômicas e políticas dos mercados de massas é parte intrínseca da análise das modernas instituições de cultura e informação, embora essas não possam ser entendidas apenas econômica e politicamente: contêm ainda uma dimensão simbólica, ligada aos processos de psicologia inconsciente.

A perspectiva é explicitada em outros textos que o autor escreve nessa época e onde se pode perceber a recepção da psicologia social analítica com a qual Dieter Prokop e outros procuraram renovar a antiga crítica à indústria cultural nos anos 70. *Televisão: a vida pelo vídeo* (1988) é a obra que culmina essa abordagem. Marcada pelo abandono das análises de casos presente em seus textos anteriores, o trabalho assinala uma reorientação de sua linha de pesquisa no sentido da crítica cultural de natureza ensaística, cujo destino terminará sendo a pura e simples reflexão teórica que se acha em seus textos mais recentes e que se apresenta do ponto de vista do conjunto bem distanciada da tradição frankfurtiana.

Conforme se pode notar consultando esses trabalhos, assim como os do coletivo reunido à sua volta, verifica-se neles um deslocamento dos problemas colocados pela comunicação. A problemática não se situa mais na esfera da indústria cultural, deslocando-se para o âmbito do discurso pós-moderno sobre a técnica. O resultado é uma reavaliação da teoria crítica que, se bem não cai na contestação populista, termina por rebaixá-la à condição de "leitura nostálgico-restaurativa da crise do humanismo".⁸

3 - A transformação da teoria crítica em denunciamento

A progressiva extenuação das propostas frankfurtianas entre os pesquisadores brasileiros da comunicação manifestou-se tanto no sentido descritivo cada vez mais conferido ao conceito originalmente crítico de indústria cultural quanto nas críticas de que essas propostas passaram a ser alvo durante os anos 80.

Segundo os porta-vozes dessas críticas, a popularidade da crítica à indústria cultural nos setenta deveu-se sobretudo à conjuntura histórica que permitiu às suas proposições negativistas servirem para contestar o regime militar e os supostos ideológicos de sua dominação. Os frankfurtianos alimentaram teoricamente o surgimento da chamada pesquisa-denúncia,

⁸ Cf. Coletivo Novas tecnologias de comunicação (NTC) : *Pensar - Pulsar*. São Paulo, Brasil, 1997, p. 25.

que teria tido como “pano de fundo o autoritarismo que dominava o continente latino-americano na década de 70” (Marques de Melo, 1990:6).

Colocando em termos teóricos, o problema com a Escola de Frankfurt, segundo essa visão, seria a abordagem excessivamente crítica e oposicionista em relação à indústria cultural. Parte-se da idéia de que “rejeitar a cultura capitalista como um todo é compreender mal seu desenvolvimento contraditório numa sociedade de classes e deixar passar o ponto crítico das qualidades e potencialidades da produção de massa e das novas relações sociais que engendra” (Immacolata Lopes, 1990:50).

Começando com os estudos de inspiração gramsciana, onde o conceito de hegemonia é contraposto ao conceito de ideologia (dominante),⁹ o julgamento tornou-se mais tarde princípio evangélico dos chamados estudos culturais e pesquisas de recepção, onde cada vez mais se encontram as marcas da teoria pluralista liberal e da sociologia empírica norte-americana.

Ondina Fachel, por exemplo, segue de perto Carlos Eduardo Lins da Silva ([1984] 1985:19-24) ao sustentar que o enfoque frankfurtiano é merecedor de crítica pelo fato de “compreender a cultura como algo dado, imposto, e não como algo que se estruture como vivência cotidiana” (1986:18).

A Horkheimer e Adorno deve-se reconhecer o mérito de terem vinculado analiticamente a produção industrial com a criação cultural. Entretanto são autores que também precisam ser denunciados [!], devido aos compromissos elitistas e imobilismo político, geradores de uma linha de análise cujo principal efeito [!] é nos retringir à “contemplação do apocalipse”.

Prosseguindo com o entendimento de que os fenômenos de indústria cultural (no sentido descritivo) convergem com as categorias da teoria da comunicação defendido pelos seus simpatizantes nos anos setenta, a autora acredita que no enfoque frankfurtiano “a noção fundamental é sempre uma influência direta do medium sobre sua audiência, perfazendo [este] uma função ideológica” (Idem, p. 19).

Significa que no decurso dos últimos anos a recepção da teoria crítica assistiu a uma mudança de valor, mas seu sentido dominante permaneceu o mesmo: a perspectiva frankfurtiana não deixou de ser entendida como uma teoria da comunicação segundo a qual a ideologia é algo que “passa” através da mídia para a sociedade, enquanto a indústria cultural representa um conjunto de meios que “cumpre eficazmente o papel de dominação, sem possibilidade de resistência por parte das massas” (Costa [1989] 1992:23).

Epistemologicamente porém o principal pecado cometido por essa abordagem, segundo os teóricos da recepção, é o fato de ter ignorado

⁹ Cf. Goldfeder, Miriam. *Por trás das ondas da rádio nacional* [1977]. São Paulo, Paz e Terra, 1981. Lins da Silva, C. “Indústria cultural e cultura brasileira”. In *Encontros com a Civilização Brasileira* 25 (167-194) 1980.

"as especificidades culturais como elementos que classificam e dão significado ao mundo, conformando um sistema próprio de representações que, em parte, mas apenas em parte, utiliza o código de poder, que classifica e reconhece o lugar da autoridade" (Fachel, 1986:19).

Destarte trata-se de uma linha de estudo da mídia desprovida de um conceito de cultura capaz de dar conta da maneira como as comunicações realmente funcionam e que sucumbiu à idéia (errônea) de que "a integração da sociedade nos tempos modernos seria feita pela produção de mensagens indiferenciadas, dirigidas intencionalmente a um público também indiferenciado" (Costa [1989] 1992:22)

4 - Conclusão

Maria Immacolata Lopes observa com razão que a influência da Escola de Frankfurt sobre os pesquisadores brasileiros ocorreu sobretudo nos anos 70. Nessa época houve uma recepção favorável de seus escritos mais conhecidos, submetidos a uma chave de leitura histórico-materialista. Os pesquisadores brasileiros mais conseqüentes puseram em prática o entendimento de que a transformação da cultura em mercadoria deve ser entendida nas circunstâncias históricas concretas tanto quando no bojo das necessidades de reprodução do capital - e não em referência à ideologia dominante, embora nem sempre isso tenha chegado à consciência.¹⁰

A perspectiva significou em vários aspectos um avanço em relação àquelas análises onde a teoria crítica se esgota na crítica cultural mas, por outro lado, privou a prática da pesquisa dos meios para analisar o significado cultural dos fenômenos de mídia. O tratamento da indústria cultural como sinônimo de um conjunto de empresas ou um ramo da economia não só colaborou para dar ao conceito um sentido cada vez mais descritivo mas favoreceu o aparecimento de um crescente esquematismo em relação ao tratamento da natureza ideológica dos fenômenos assinalados por seu intermédio.

A recepção da teoria crítica no decênio seguinte foi muito marcada por essa situação. A crítica à indústria cultural tornou-se forma de pesqui-sa-denúncia e, com perdão do trocadilho, passou a ser denunciada pelos pecados do pessimismo radical, imobilismo político e elitismo cultural. O entendimento das comunicações como instrumento de transmissão de ideologia que se prendeu a ela conduziu a seu esgotamento epistemológico. Enfim, a capacidade de renovação do enfoque revelou-se pequena diante do avanço das novas formas de hermenêutica culturalista entre os pesquisadores.

¹⁰ Para Maria A. Arruda, por exemplo, "na publicidade o imediato é o produto concreto, ainda que esta apresentação implique a propagação de uma mensagem ideológica enquanto na indústria cultural, ao contrário, é imediato o próprio discurso ideológico" ([1978] 1985:18). Aparentemente a autora não crê que nos produtos da indústria tanto quanto no conteúdo da publicidade o que opera é a forma mercadoria (*Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro, Zahar, 1985, p. 151).

Falando em termos genéricos pode-se afirmar que nos 90 a Escola de Frankfurt passou a ser considerada ultrapassada, deixando de ter interesse. As referências que se fazem a ela tornaram-se protocolares, e seu espólio é cada vez menos citado, embora ainda seja pouco conhecido. Atualmente mencionar a perspectiva frankfurtiana significa, em resumo, referir-se a uma teoria “da dominação ideológica através dos meios de comunicação”, na qual o povo é “visto como uma vítima extremamente subserviente da cultura reificada, sem qualquer condição de resistência senão a de integrar o público consumidor de ideologias [sic]” (Immacolata Lopes, 1990:51)

Segundo meu modo de ver a repetição cada vez mais mecânica e econômica dessa cantilena é um sinal de que o processo que a motivava estancou e de que o que se acha nela pode não ser toda a verdade. As perspectivas com as quais a crítica à indústria cultural foi trabalhada tanto quanto criticada entre nós não só não esgotam seu conteúdo quanto foram e ainda são - por diversas vezes - produto de uma leitura apressada e superficial. Deixando para outra ocasião a explanação mais detalhada dos motivos que nos levam a fazer essa afirmação,¹¹ basta-nos por ora sugerir que, baseado na citada suspeita, talvez tenha chegado a época de fazer uma reavaliação mais abrangente e produtiva da contribuição frankfurtiana.¹²

Afinal de contas, na sociedade “nada deve aceitar-se sem exame, só porque existe [ou] outrora valeu alguma coisa, mas também nada deve ser eliminado porque [sua época] passou: o tempo, só por si, não é nenhum critério [:o valor depende sempre de sua reavaliação crítica]” (Adorno).

¹¹ Indicarei apenas um exemplo, entre tantos, do que estou referindo. “A impressão que se tem quando se lê Adorno expressando sua incontida ojeriza contra a manipulação comercial dos bens culturais produzidos a partir da invenção do rádio, do cinema ou da indústria fonográfica é a de que no passado os produtos artísticos e ideológicos eram realizados por mero diletantismo de pessoas abnegadas” (Lins da Silva, [1984] 1985:20). A referida impressão é produto da ignorância. Adorno sempre deixou claro que o caráter mercantil é a própria condição de existência da produção estética: “Que as obras de arte, como outrora os cântaros e as estatuetas, sejam postas à venda no mercado não constitui um abuso, mas a simples consequência da sua participação nas relações de produção” (*Teoria Estética*. São Paulo, Martins Fontes, 1982, p. 265).

¹² Confirma nesse sentido o processo de reavaliação em curso há alguns anos na América do Norte: Berman, R. *Modern Culture and Critical Theory*. Madison (WS), Wisconsin Univ. Press, 1987. Kellner, D. *Critical Theory, Marxism and Modernity*. Baltimore (MA), John Hopkins Univ. Press, 1989. Hardt, H. *Critical Communication Studies*. Nova York, Routledge, 1992. Cook, D. *The Culture Industry Revisited*. Lanham (NJ), Rowman & Littlefield, 1996.

Referências Bibliográficas

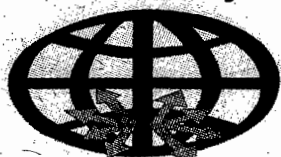
- ARRUDA, Maria Arminda. *A embalagem do sistema* [1978]. São Paulo, Duas Cidades, 1985.
- BOLAÑO, Cesar. *Mercado brasileiro de televisão* [1986]. Aracaju, UFS, 1988.
- CALDAS, Waldenyr. *Acorde na aurora* [1975]. São Paulo, Nacional, 1977.
- CAPARELLI, Sérgio. *Ditaduras e indústrias culturais*. Porto Alegre, UFRGS, 1989.
- CASTANHO, Sérgio. "Theodor Adorno e a Indústria Cultural". In - *Comunicarte* 5 (132-148) 1985.
- CHACON, Vamireh (Org.). *Humanismo e comunicação de massa*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1970.
- COHN, Gabriel. *Sociologia da comunicação* [1971]. São Paulo, Pioneira, 1973.
- _____. *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo, Nacional, 1972.
- COELHO, Teixeira. *O que é indústria cultural*. São Paulo, Brasiliense, 1980.
- COSTA, Maria T. *O Programa Gil Gomes* [1989]. Campinas, Unicamp, 1992.
- COSTA LIMA, Luis (Org.) *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro, Saga, 1969.
- COUTINHO, Carlos N. "A Escola de Frankfurt e a cultura brasileira". In - *Presença* 7 (100-112) 1986.
- FACHEL, Ondina. *Leitura da novela das oito*. Petrópolis, Vozes, 1986.
- FREITAG, Bárbara. "A relação entre a indústria cultural e a educação no Brasil". In - *Política educacional e indústria cultural*. São Paulo, Cortez, 1987.
- GUARESCHI, Pedrinho. "Comunicação e teoria crítica". In - *Comunicação e controle social*. Petrópolis, Vozes, 1991.
- GUIMARÃES DA COSTA, Belarmino. "Indústria cultural : Análise crítica e possibilidades". In - Pucci, Bruno (Org.) : *Teoria crítica e educação*. Petrópolis, Vozes, 1994.
- HARBERT, Angelucia. *Fotonovela e indústria cultural* [1972]. Petrópolis, Vozes, 1973.
- IMMACOLATA LOPES, Maria. *Pesquisa em comunicação*. São Paulo, Loyola, 1990.
- JACKS, Nilda. *A recepção na querência*. São Paulo, ECA/USP, 1993 [Tese].
- JAMBEIRO, Othon. *Canção de massa* [1974]. São Paulo, Pioneira, 1975.
- LINS DA SILVA, Carlos E. *Muito além do Jardim Botânico* [1984]. São Paulo, Summus, 1985.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *O discurso sufocado* [1981]. São Paulo, Paulinas, 1982.
- _____. *O capital da notícia* [1983]. São Paulo, Ática, 1988.
- _____. *Televisão : A vida pelo vídeo*. São Paulo, Moderna, 1988.
- MARQUES DE MELO, J. "Desafios da pesquisa latino-americana de comunicação". In - *Simpósios em Comunicações e Artes* [Vol. 5]. São Paulo, ECA, 1990.

- MOREIRA, Roberto. *Teoria da Comunicação* [1977]. Petrópolis, Vozes, 1979.
- MORELLI, Rita. *A indústria fonográfica* [1988]. Campinas, Unicamp, 1991.
- ORTIZ, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira*. São Paulo, Brasiliense, 1988.
- _____. "A Escola de Frankfurt e a questão da cultura". In - *Revista Brasileira de Ciências Sociais* 1 (43-65) 1986.
- RUBIM, Antônio A. *Capitalismo e comunicação* [1980]. Salvador, UFBA, 1988.
- RÜDIGER, Francisco. *Literatura de auto-ajuda e individualismo* [1995]. Porto Alegre, UFRGS, 1996.
- TATSCHNER, Gisela. *Do jornalismo político à indústria cultural* [1979]. São Paulo, Summus, 1987.
- _____. *Folhas ao vento* [1987]. São Paulo, Paz e Terra, 1992.
- WILTON, Mauro. *A Rosa Púrpura de cada dia*. São Paulo, ECA, 1986 [TESE].
- WINCKLER, Carlos. *Pornografia e sexualidade no Brasil*. Porto Alegre, Mercado Aberto, 1983.

Políticas Regionais de Comunicação e Mercosul: Aceite este desafio!

MARIA IMMACOLATA VASSALLO DE LOPES
JOSÉ MARQUES DE MELO
organizadores

POLÍTICAS REGIONAIS DE COMUNICAÇÃO



OS DESAFIOS DO
MERCOSUL



intercom editores UEL

Políticas Regionais de Comunicação: os desafios do Mercosul reproduz os textos apresentados no congresso anual da Intercom, realizado na Universidade Estadual de Londrina, PR, de 2 a 7 de setembro de 1996. Estudiosos e pesquisadores examinam o processo de integração e da globalização, em termos de Políticas Regionais de Comunicação, na Europa, América do Norte, e países do Mercosul.

O livro ainda discute as novas demandas para o ensino e a pesquisa em reação do crescente avanço das novas tecnologias de comunicações, especialmente nas universidades e indústrias culturais do

Mercosul.

Uma leitura estimulante que desvende os desafios dos novos cenários culturais e das lides comunicacionais colocadas para professores, estudantes, profissionais e pesquisadores da Comunicação.

Preço por exemplar: R\$ 20,00

Preencha já o cupom de pedido que se encontra no final da revista e envie acompanhado de cheque nominal para:

Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443 - Bloco B9 - Sala 2 - CEP 05508-900 - São Paulo - SP