

# PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2012/2013

MEMÓRIA



VOLUME 4



Brasília-DF  
2013







## Governo Federal

### Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República

Ministro interino Marcelo Côrtes Neri



Fundação pública vinculada à Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, o Ipea fornece suporte técnico e institucional às ações governamentais – possibilitando a formulação de inúmeras políticas públicas e programas de desenvolvimento brasileiro – e disponibiliza, para a sociedade, pesquisas e estudos realizados por seus técnicos.

#### Presidente

Marcelo Côrtes Neri

#### Diretor de Desenvolvimento Institucional

Luiz Cezar Loureiro de Azeredo

#### Diretor de Estudos e Relações Econômicas e Políticas Internacionais

Renato Coelho Baumann das Neves

#### Diretor de Estudos e Políticas do Estado, das Instituições e da Democracia

Daniel Ricardo de Castro Cerqueira

#### Diretor de Estudos e Políticas Macroeconômicas

Cláudio Hamilton Matos dos Santos

#### Diretor de Estudos e Políticas Regionais, Urbanas e Ambientais

Rogério Boueri Miranda

#### Diretora de Estudos e Políticas Setoriais de Inovação, Regulação e Infraestrutura

Fernanda De Negri

#### Diretor de Estudos e Políticas Sociais

Rafael Guerreiro Osorio

#### Chefe de Gabinete

Sergei Suarez Dillon Soares

#### Assessor-chefe de Imprensa e Comunicação

João Cláudio Garcia Rodrigues Lima

Ouvidoria: <http://www.ipea.gov.br/ouvidoria>

URL: <http://www.ipea.gov.br>

### Socicom – Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação



#### Presidente

Margarida M. Krohling Kunsch (Abrapcorp)

#### Vice-presidente

Maria Berenice da Costa Machado (Alcar)

#### Diretora Administrativa

Maria Cristina Gobbi (Folkcom)

#### Diretora de Relações Nacionais

Dione Oliveira Moura (SBPJor)

#### Diretora de Relações Internacionais

Maria Dora G. Mourão (Socine)

#### Conselho Fiscal

Anita Simis (ULEPICC Brasil)

Eneus Trindade Barreto Filho (ABP2)

Adolpho Carlos França Queiroz (Politicom)

#### Conselho Deliberativo

Presidente – José Marques de Melo (Intercom)

Site: [www.socicom.org.br](http://www.socicom.org.br)

Socicom

Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação  
Av. Brigadeiro Luís Antonio, 2050, 3º Andar  
Bela Vista, SP – CEP 01318-002  
E-mail: [socicom@hotmail.com](mailto:socicom@hotmail.com)

# PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2012/2013

MEMÓRIA



## Organizadores

João Cláudio Garcia R. Lima  
José Marques de Melo

## Editores

Marialva Carlos Barbosa  
Maria Berenice da Costa Machado  
Igor Sacramento

## VOLUME 4

**ipea**

Brasília, 2013

---

Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil :  
2012/2013 / organizadores: João Cláudio Garcia R. Lima,  
José Marques de Melo.- Brasília : Ipea, 2013.  
4 v. : gráfs., mapas, tabs.

Inclui bibliografia.]

Conteúdo: v.1. Indicadores e tendências I / editor: João  
Cláudio Garcia R. Lima – v.2. Indicadores e tendências II /  
editor: João Cláudio Garcia R. Lima – v.3. Flagrantes / editores:  
José Marques de Melo, Iury Parente Aragão – v.4. Memória /  
editores: Marialva Carlos Barbosa, Maria Berenice da Costa  
Machado, Igor Sacramento.  
ISBN 978-85-7811-175-5

1. Comunicação. 2. Telecomunicações. 3. Brasil. I. Lima, João  
Cláudio Garcia Rodrigues. II. Melo, José Marques de. III.  
Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.

CDD 384.0981

---

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada ou da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República.

É permitida a reprodução deste texto e dos dados nele contidos, desde que citada a fonte. Reproduções para fins comerciais são proibidas.

## A RECEPÇÃO DA TEORIA CRÍTICA NOS ESTUDOS DE MÍDIA BRASILEIROS

Francisco Rüdiger\*

### 1 INTRODUÇÃO

O Instituto de Pesquisas Sociais da Universidade de Frankfurt, fundado em 1923, começou a granjear reputação dez anos mais tarde, quando, sob a direção de Max Horkheimer, ampliou seus interesses – da história do movimento operário para o conjunto dos fenômenos sociais – e passou a publicar uma revista, baseada na colaboração internacional de especialistas das mais variadas disciplinas (Dubiel, 1985). Apenas nos anos 1960, porém, é que suas ideias, muito modificadas, de fato tornaram-se expressão de referência nos círculos intelectualizados mais abrangentes, devido ao relativo impacto que elas estavam tendo no curso dos protestos estudantis e da agitação política que ocorriam nos Estados Unidos e na Alemanha (Wiggerhaus, 1994). Daquela época, não por acaso, datam a nova edição de *Dialética do esclarecimento*, de Adorno e Horkheimer (1985), e *A ideologia da sociedade industrial*, de Herbert Marcuse (1978).

No Brasil, a recepção do pensamento dos expoentes da escola também começa naquele período, sendo puxada pela obra do último pensador, cujas ideias – então em voga – foram, inclusive, objeto de matérias na imprensa periódica. Como nota Jorge Coelho Soares, o clima local era de revolta contra a ditadura militar instalada em 1964. Neste contexto, também marcado por maior abertura ao exterior por parte do meio cultural brasileiro, os textos do filósofo “ofereceram o símbolo de uma fantasia de engajamento e contestação, acalentada pelos intelectuais e jovens da época” (Soares, 1999, p. 201; Coutinho, 1986).

Depois da publicação de *A ideologia da sociedade industrial* pela Editora Zahar, em 1967, seguiu-se a de outros textos do grupo com que as ideias de seu autor eram identificadas, sendo o foco irradiador deste movimento a cidade do Rio de Janeiro. Decisiva para a influência duradoura que tiveram, para os estudos de comunicação no país, os escritos do grupo, foi a publicação da coletânea de Lima (1969), *Teoria da cultura de massas*.

---

\* Professor da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Merquior (1969) providenciara, naquele ano, a elaboração da primeira síntese sobre as teses do coletivo a respeito da arte e da cultura, marcando o início, entre os pesquisadores brasileiros, da recepção mais sintetizada da Escola de Frankfurt. Lima (1969), ligado ao seu grupo, difundiu, em tradução, o artigo de Walter Benjamin sobre a obra de arte na era dos meios técnicos de reprodução e o capítulo a respeito da indústria cultural, de *Dialética do esclarecimento*, de Adorno e Horkheimer (1985).

Desde então, a Escola de Frankfurt não saiu mais do currículo das *teorias da comunicação* e da formação acadêmica dos profissionais da área, ainda que rituais e muito ligeiras se caracterizem as apropriações de suas ideias neste meio, ainda hoje. Objeto de interesse até o início dos anos 1980, Marcuse acabou sendo em boa parte esquecido, no âmbito de tal círculo e fora deste, como bem apontou Soares (1999). Benjamin, ao contrário, tornou-se motivo de crescente indústria acadêmica em várias áreas, de ciências sociais e história até filosofia e estudos literários.

Adorno, cuja contribuição ao campo de estudos de mídia é, em comparação, bem maior, permaneceu como referência litúrgica ou protocolar até bem pouco tempo, quando sua erudição mais refinada – oriunda, sobretudo, de fora da área – tem revelado melhor a riqueza e a variedade de suas teses e suas análises sobre a indústria cultural (Gatti, 2008; Rüdiger, 2004). Embora bastante citado, Jürgen Habermas, representante da segunda geração da escola, foi pouco explorado, enquanto teórico crítico da esfera pública e referência intelectual, pelos pesquisadores brasileiros – conferir, porém, Rubim (1988).

Em geral, os comunicólogos ainda veem os frankfurtianos como autores de uma visão dos meios como instrumentos de manipulação do pensamento coletivo, em que estes reproduzem linearmente a ideologia dominante e, assim, promovem de forma passiva e arregimentada a alienação da consciência das massas. Apenas nos últimos anos, e não unanimemente, é que vêm aparecendo estudos interessados em mostrar que, no seu interior, também há espaço para revelar os conflitos sociais e os antagonismos históricos articulados nos produtos e no movimento da indústria cultural (Rüdiger, 2001).

O propósito deste trabalho, que retoma e atualiza matéria de estudo anterior, é marcar as principais etapas e discutir, ainda que brevemente, a recepção da teoria crítica na pesquisa em comunicação brasileira. Os momentos distinguidos neste percurso são quatro. O primeiro supõe as informações dadas neste preâmbulo e refere-se à fase de descoberta e incorporação da teoria crítica aos estudos de mídia por parte da chamada escola paulista de ciências sociais.



O aproveitamento da contribuição do que se tem convencido chamar de segunda geração frankfurtiana é apresentado em seguida, em meio a um relato no qual se destaca a ambientação institucional da teoria crítica no meio acadêmico da comunicação brasileiro, por meio de breve exame dos primeiros trabalhos de Ciro Marcondes Filho.

No terceiro momento, resenham-se as críticas que a perspectiva frankfurtiana passou a receber na segunda metade dos anos 1980, quando – ao lado das reservas quanto ao seu pessimismo político e suposto elitismo intelectual – surgiram as objeções oriundas das pesquisas de recepção e dos estudos culturais. Antes de propor uma conclusão, o texto caracteriza o que seria a quarta fase deste processo: um momento em que, ao lado da reiteração dogmática das teses sobre a indústria cultural e sua refutação simplória ou irracionalista, despontam os sinais de sua reapropriação criativa e renovadora.

## 2 A CONTRIBUIÇÃO DA ESCOLA PAULISTA DE CIÊNCIAS SOCIAIS

Durante os anos 1970, começou, entre os pesquisadores brasileiros, um processo de instituição dos estudos de mídia que se caracterizou por busca de conceitos capazes de permitirem a análise da comunicação na sociedade. Deve-se a Gabriel Cohn o primeiro esforço mais sério de transformar a perspectiva frankfurtiana em base de programa de pesquisa sustentado nesta área. Cohn (1972) prosseguiria em São Paulo o trabalho de documentação sobre a teoria crítica que se iniciara no Rio de Janeiro, com a obra *Comunicação e indústria cultural*, com textos de Adorno, Habermas e Lowenthal. Em *Sociologia da comunicação*, Cohn (1973) avança e dá início à discussão de suas principais ideias desde o ponto de vista dos estudos de comunicação, descobrindo na crítica à indústria cultural os fundamentos para desenvolver uma análise científica dos fenômenos culturais contemporâneos em que intervêm as comunicações de massas.

Segundo o autor, a abordagem frankfurtiana pode servir para embasar um programa de pesquisa cuja principal preocupação é transcender as categorias do senso comum e as dos advogados da mídia. A contribuição que ela pode dar – sugere-se – não se encontra tanto no plano da crítica social da mídia quanto no da produção do saber na área da comunicação. Em Cohn, a leitura analítica dos antecedentes conceituais da análise crítica serve para chegar à conclusão de que o foco da pesquisa não se deve centrar nas formas de difusão e recepção das mensagens, mas no exame da estrutura do produto cultural.

No ponto de vista do autor deste capítulo, esse entendimento, segundo o qual a sociologia da comunicação deve se centrar no estudo dos produtos culturais e na maneira como eles objetivam o sistema social abrangente, visto que este rege sua difusão e seu consumo, constitui o programa básico do que se pode 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 uma modalidade dada de produção e como condicionamentos de modalidades correspondentes de consumo” (Cohn, 1973, p. 161-162).

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

A crítica à indústria cultural foi lida em chave materialista orientada historicamente, em que – 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 estes tivessem sido realmente analisados.

Colocando-se de lado os estudos em que o conceito de indústria cultural já se apresenta com sentido meramente descritivo e conduz sua análise com meios ecléticos ou estranhos à Escola de Frankfurt (Harbert, 1973; Miceli, 1972; Miranda, 1976), exemplificam esta tendência, entre outras, investigações como o trabalho pioneiro de Jambeiro ([1974]) – na obra *Canção de massa* – sobre o sistema de produção da música popular, o de Arruda (1985) – na obra *A embalagem do sistema*, sobre o desenvolvimento da publicidade brasileira – e a pesquisa sobre o processo por meio do qual parte da imprensa paulistana subsumiu-se à lógica da produção mercantil feita por Goldenstein ([1979]) – na obra *Do jornalismo político à indústria cultural*.

Descrita por sua autora como “contribuição ao estudo do processo por meio do qual uma parte da imprensa brasileira tornou-se um dos ramos daquilo que Adorno e Horkheimer (1985) denominaram Indústria Cultural” (Goldenstein, 1987, p. 21), a última monografia examina exemplarmente as relações entre sistema de produção e conteúdo da mensagem de dois jornais paulistas. Assim o faz sem perder de vista a maneira como eles se imbricaram na configuração social mais ampla que presidiu a seu nascimento, revelando apropriação original e criativa da crítica à indústria cultural. O estudo mostra como o caráter popular e/ou sensacionalista da imprensa está ligado à mobilização de interesses que em si não o são; no caso, provieram da sua exploração por parte das forças políticas conservadoras que apoiaram o golpe militar de 1964.

Como os outros citados, o relato representa tentativa de superar – no sentido hegeliano – o ensaísmo reflexivo inerente à crítica à indústria cultural. A pesquisadora investiga a trajetória da produção cultural como expressão das mudanças no contexto histórico e na estrutura de produção na sociedade capitalista. Entretanto, como nos outros casos, peca, na opinião do autor deste capítulo, por não especular sobre a forma como os produtos culturais em foco respondem ideologicamente a certas carências sociais em condições históricas, consoante determinadas mudanças no modo de reprodução da sociedade.

Representando parte expressiva do que melhor se produziu na área de comunicação durante os anos 1970, os referidos trabalhos, também se pode dizer, procuraram superar – ainda que não fosse este o propósito – a objeção segundo a qual a crítica à indústria cultural frankfurtiana caracterizar-se-ia pela revelação de uma “especificidade do processo de produção de mercadorias culturais [que, todavia,] não chega a ser investigada em si mesma” (Morelli, 1991, p. 24).

Entretanto, a exemplo dos autores desse tipo de objeção, os referidos, dessa forma, não chegaram até o ponto de fazer uma análise imanente dos produtos culturais, conforme preconizado pela abordagem frankfurtiana. Em outros termos, verifica-se em todos eles o predomínio de abordagem materialista, ainda que histórica, sobre a reflexão crítica e a análise cultural – principais motivos da crítica à indústria cultural em Adorno. Em *Indústria fonográfica*, de Morelli (1991), por exemplo, o tratamento materialista das condições de produção dos bens culturais – música popular, no caso – é substituído por abordagem antropológica (relações de poder existentes entre os agentes de produção e difusão destas mercadorias), não se chegando à “análise imanente da produção cultural” (*op. cit.*, p. 24).

Exceção a essa regra é o livro de Caldas (1977), *Acorde na aurora*. Embora a análise que ali se faz da música sertaneja revele rigidez excessiva, encontra-se nela a tentativa mais próxima de aplicação não apenas de programa elaborado por Cohn, mas também das próprias propostas de Adorno. De modo resumido, significa que neste livro se acha uma das poucas pesquisas, talvez a única, em que se tenta “fazer a crítica à sociedade através [da análise] dos discursos industrialmente produzidos e consumidos por ela” (Moreira, 1979, p. 17).

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

Vendo-se a fundo, a concretização da proposta do autor, entretanto, revela-se problemática, tanto no plano teórico quanto no prático. O denominador comum é o mau emprego do conceito de ideologia. Em Moreira (1979, p. 93), 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 desta indústria são aparelhos ideológicos da sociedade. Levando-se em conta este dado, pode-se entender por que a aplicação do conceito à análise baseia-se em equívoco: trabalha-se o conceito no marco da teoria da comunicação.

*Acorde na aurora* (Caldas, 1977), anteriormente mencionado, não é senão um exemplo desse tipo de prejuízo na prática da análise cultural e dos fenômenos de comunicação. Apesar de a proposta do autor ser estudar criticamente o conteúdo do produto cultural, a condução da pesquisa sucumbe em equívoco. A abordagem parte do princípio de que o significado ideológico da música sertaneja não está em suas contradições, mas na mensagem que transmite à sociedade, enquanto “instrumento da visão de mundo burguesa”.

Em outros termos, sustenta-se que “os comunicadores divulgam os valores inerentes à ideologia burguesa através da televisão” (Caldas, 1977, p. 97) e “o consumidor prende-se inevitavelmente às mensagens” (*op. cit.*, p. 127). O problema todo com o trabalho está no fato de o mencionado significado não poder ser definido desta maneira – isto é, com base em uma visão mecânica e informacional da mensagem – e de a análise do autor não se centrar em nenhuma das categorias mencionadas (ideologia e sociedade), mas nesta última (mensagem).

Para desatar esse nó, gerador de terríveis esquematismos, que levaram a teoria crítica ao descrédito, haver-se-ia de, conforme foi elucidado pelo pioneiro, proceder a uma releitura do conceito de ideologia, recuperar a dimensão histórica da análise e observar o 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, 1973, p. 154). Isto é, perspectiva de estudo que, hermeneuticamente influenciada pelas ideias marcuseanas sobre cultura e sexualidade, se encontra esboçada, em estado prático, por exemplo, no trabalho de análise da pornografia no Brasil escrito por Winckler (1983).

### 3 ESTERILIZAÇÃO E RESILIÊNCIA: A CRÍTICA NO CURRÍCULO

Na década de 1980, a elaboração da teoria crítica, entretanto, começou a mudar, apesar de ainda estar havendo a publicação das fontes para entender o básico da contribuição da Escola de Frankfurt aos estudos de comunicação (Cohn, 1986; Habermas, 1984; Adorno e Horkheimer, 1985). Pouco a pouco, ocorreu uma

retirada dos seus pensadores como referência positiva da pesquisa no campo dos fenômenos de mídia e cultura, apesar de que, com relação às fontes primárias, só há pouco se passou a dispor de um bom conjunto documental em língua portuguesa (Adorno, 2003).

Embora não seja o principal, surgiu um interesse pela obra de Benjamin que, tendo-se tornado tônica no decênio seguinte – confusamente interpelado como um semioticista heterodoxo –, legou muito pouco em termos acadêmicos para a comunidade brasileira dos pesquisadores em comunicação. Por sua vez, o supracitado esquematismo das análises feitas em nome da escola, o predomínio da recepção de suas ideias em chave materialista e as críticas ao manejo abstrato das principais proposições que embasam o enfoque explicam porque, naquela altura, os comunicólogos abandonaram os conteúdos crítico e reflexivo da categoria de indústria cultural, reduzindo-a a um conceito meramente descritivo.

Em Bolaño (1988), Taschner (1992) e Caparelli (1989), por exemplo, o conceito é simplesmente dado, servindo para referir-se à forma avançada de produção simbólica capitalista. A abordagem materialista da categoria retrocede perante a economia política cujas pretensões críticas são muito difíceis de enxergar do ponto de vista epistemológico, conforme se pode observar lendo a síntese bem elaborada desta tendência (Bolaño, 2000). Ortiz (1986) é outro a valer-se do termo nos trabalhos que escreveu naquele período, contribuindo para promover a recepção da teoria crítica no campo das ciências sociais. No entanto, na prática, também neles a categoria de indústria cultural comparece empobrecida, servindo em sentido puramente operacional, seja na análise das condições de produção das telenovelas (Ortiz e Ramos, 1989), seja em sua síntese sobre a formação do mercado de bens culturais modernos no Brasil (Ortiz, 1988).

Tem-se a comprovação do esvaziamento da crítica à indústria cultural, por exemplo, folheando as páginas introdutórias de pesquisa sobre a indústria fonográfica brasileira. Classificando seu trabalho como “complementar ao contexto teórico marxista das análises frankfurtianas”, a autora, todavia, não somente revela que sua pesquisa “na verdade se inspira numa noção antropológica de cultura”, supostamente mais explicativa, como também 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, 1991, p. 23).

Durante aquela época, a continuidade com a perspectiva frankfurtiana ocorreu por meio de ruptura com os escritos de seus criadores. Em Ciro Marcondes Filho, verifica-se realmente que o legado da Escola de Frankfurt é conservado por

intermédio da recepção dos escritos de sua segunda geração. Neste sentido, pode-se referir em primeiro lugar a Marcondes Filho (1982), com a obra *O Discurso sufocado*. Fortemente influenciado pela releitura política em chave emancipatória da crítica à indústria da consciência que Negt e Kluge (1972) desenvolvem, na obra *Öffentlichkeit und Erfahrung*; a pesquisa procura combinar estudos de casos históricos com reflexões teóricas sobre os limites e as possibilidades da chamada comunicação alternativa.

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

Ainda nos anos 1980, escreve o autor outros textos em que essa perspectiva se explicita, enriquecendo-a com a recepção da psicologia social analítica com a qual Dieter Prokop e outros procuraram renovar a antiga crítica à indústria cultural na década de 1970, conforme se pode constatar, por exemplo, em Marcondes Filho (1988b), na obra *Televisão: a vida pelo vídeo*. A obra é um marco na crítica cultural de natureza ensaística que caracterizou a trajetória do autor, antes dela se redirecionar no sentido da pura e simples reflexão teórica que se acha em seus textos mais recentes e se apresenta – do ponto de vista do conjunto – totalmente distanciada da tradição frankfurtiana, apesar de o trabalho de referência e a documentação a seu respeito continuar, correta e competentemente, presente (Marcondes Filho, 2011, p. 6-113).

#### 4 A TRANSFORMAÇÃO DA TEORIA CRÍTICA EM DENUNCISMO

Durante os anos 1980, o paulatino esvaziamento das propostas frankfurtianas entre os pesquisadores brasileiros da comunicação manifestou-se no sentido descritivo cada vez mais conferido ao conceito originalmente crítico de indústria cultural. Talvez ainda mais significativas tenham sido, contudo, as críticas que lhe passaram a ser feitas por muitos porta-vozes daquela comunidade, comandados inicialmente por Silva (1980; 1982; 1985).

Segundo esses últimos, a popularidade da crítica à indústria cultural nos anos 1970 deveu-se sobretudo à conjuntura histórica que permitiu às suas posições negativistas servirem para contestar o regime militar e os supostos ideológicos de sua dominação. Os frankfurtianos alimentaram teoricamente o

surgimento da chamada pesquisa-denúncia, que teria tido como “pano de fundo o autoritarismo que dominava o continente latino-americano na década de 70” (Melo, 1990, p. 6).

Colocando-se 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. Até mesmo mais tarde, ignorou-se totalmente a recepção bem matizada das teses sobre a cultura de Adorno, disponível para os estudiosos brasileiros, por exemplo, a partir da publicação do livro de Jay (1988). Partia-se, para avaliar suas ideias, da convicção de que:

rejeitar a cultura capitalista como um todo [conforme o filósofo teria feito] 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 (Lopes, 1990, p. 50).

Começando-se com os estudos e as reflexões de inspiração gramsciana, em que o conceito de hegemonia é contraposto ao conceito de ideologia dominante (Silva, 1980; 1982), o julgamento tornou-se mais tarde princípio evangélico dos chamados estudos culturais e pesquisas de recepção, nos quais cada vez mais se encontram as marcas da teoria pluralista liberal e da sociologia empírica norte-americana (Wilton, 1986; 1995).

Fachel (1986, p. 18), por exemplo, segue de perto Silva (1985, p. 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 estrutura como vivência cotidiana”. Adorno e Horkheimer (1985) têm o mérito de terem vinculado analiticamente a produção industrial com a criação cultural. Entretanto, precisam ser denunciados, devido aos compromissos elitistas e imobilismo político, geradores de linha de análise cujo principal efeito seria restringir-se 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 próprios simpatizantes do conceito nos anos 1970, a autora acredita que – no enfoque frankfurtiano – “a noção fundamental é sempre uma influência direta do medium sobre sua audiência, perfazendo [o meio] uma função ideológica” (Fachel, 1986, p. 19).

Isso significa que, naquela conjuntura, 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 teoria da comunicação segundo a qual a ideologia é algo que “passa” por meio 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, 1992, p. 23).

De modo epistemológico, porém, o principal pecado cometido por essa abordagem, segundo os teóricos da recepção, seria o fato de ela ter ignorado

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, p. 19).

Destarte, trata-se de linha de estudo da mídia desprovida de conceito de cultura capaz de dar conta da maneira como as comunicações realmente funcionam e que, ignorando como a cultura faz sentido, sucumbiu à ideia – 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, 1992, p. 22).

## 5 RENOVAÇÃO E ÊXTASE: TENDÊNCIAS RECENTES

Desde uns quinze anos para cá, verifica-se em todo o mundo um movimento de reavaliação do legado intelectual contido na crítica da indústria cultural proposta por Theodor Adorno – conferir, por exemplo, os trabalhos de Deborah Cook, Heinz Steinert, Miriam Hansen, Robert Witkin, Dieter Prokop e Roger Behrens. Apesar de pouco influente nos círculos mais amplos que se interessam sobre a questão de cultura e comunicação, surge com ele e para quem sabe ler uma nova chave de entendimento do conceito e de sua respectiva abordagem, conforme os estudiosos brasileiros tentam contribuir, seja por meio da reconstrução sistemática da teoria (Rüdiger, 2004; 2001), seja por intermédio da feitura de pesquisas por ela inspirados – conferir, por exemplo, Rüdiger (2003; 2008; 2009).

No Brasil, os principais sinais ou esforços concentrados nessa direção têm provindo, porém, do grupo que, no interior paulista e a partir de meados da década de 1990, desenvolve reflexão crítica sobre a educação, inclusive fazendo despontar o impacto que nela tem a indústria cultural (Adorno, 1995; Pucci, 1995; Zuin, Pucci e Oliveira, 2000). Continuado o interesse pela obra de Adorno nos círculos filosóficos mais críticos e esclarecidos, foi, por exemplo, traduzido, em 2008, entre outros, seu estudo sobre as colunas astrológicas publicadas na grande imprensa, ampliando-se a documentação disponível em português – conferir, ainda, Marcuse (1998) e Adorno (2003). De resto, a escola a qual seu nome está ligado, desde a tradução da pesquisa de Wiggershaus (1994), passou a ser vista – pelo menos, entre os comunicólogos menos obtusos – sem o simplismo que paulatinamente havia se imposto em sua comunidade, após a publicação das objeções de Silva (1980; 1982; 1985).

Antonio Álvaro Zuin é um dos principais impulsionadores desse movimento, nucleado, como dito, sobretudo na área de educação. Zuin (1999), na obra *Educação e indústria cultural*, discutiu teoricamente a forma como o movimento



da indústria cultural enfraquece as condições sociais para a formação da experiência reflexiva e emancipatória. Depois, Bruno Pucci e ele próprio reuniram vários colaboradores para, em sucessivos trabalhos, examinar seus diversos aspectos, com ou sem foco nos temas de estudo mais relacionados com a cultura mercantilizada do capitalismo (Zuin e Pucci, 2001; Vaidegorn e Bertoni, 2003; Durão, Zuin e Vaz, 2008; Loureiro e Zuin, 2010).

Deixando-se a área da educação, a tendência aparece também entre os pesquisadores que trabalham na intersecção entre música e filosofia, merecendo menção, com relação ao assunto em foco neste texto, os trabalhos de Rosa (2003) e Burnett (2011). No primeiro, estudam-se, com erudição, as concepções artísticas, políticas e filosóficas que, sobre a música no cinema, se desenvolveram durante o trabalho de cooperação de Hans Eisler com Theodor Adorno. Em que pese o tom muito forçado e arbitrário da comparação das ideias de Adorno com as de Mário de Andrade, examina o segundo o alcance e os pretendidos limites da sua teoria da música popular, quando analiticamente pensada em relação às tessituras mais sutis de sua poética urbana, no Brasil, no século XX.

Desigual no tocante aos resultados, o fenômeno tem, como um todo, o mérito de reabrir a avaliação sobre o legado crítico da Escola de Frankfurt a respeito da comunicação e da cultura na vida contemporânea, desde uma perspectiva mais séria e aberta, até uma menos linear e monótona. Disto seria exemplo, apenas para ilustrar, a contestação de Viana (2006) às teses sobre o cinema de Walter Benjamin, passível de contextualização em sua avaliação crítica mais ampla – embasada na dialética marxista – da análise da indústria cultural proposta pela Escola de Frankfurt (Viana, 2007). Também nesta linha, não se deve ignorar os estudos documentais de crescente erudição sobre as pesquisas conduzidas por Adorno sobre o rádio e o negócio da música nos Estados Unidos feitos por Carone (2002; 2003; 2004; 2012).

Entretanto, cumpre notar, segue tendo porta-vozes aquela última abordagem – a monótona e linear –, como revela, entre outros casos, a monografia de Duarte (2003), *Teoria crítica da indústria cultural*. Nela, o espólio intelectual a respeito do tema é reduzido a monumento intelectual e, assim, tratado como matéria inerte, quando, no caso de ser tratado com os meios da boa filosofia, precisaria ser recriado crítica e inovadoramente. As contradições e as nuances do texto adorniano, principal fonte da crítica e objeto do texto, não são afloradas. O leitor acostumado com as caricaturas da reflexão crítica sobre a indústria cultural feita pelos comunicólogos segue tendo razão para reiterar os pronunciamentos sumários e simplistas a seu propósito, finda a tediosa leitura do volume.

Deixando-se o primeiro e o último capítulos de lado, a obra apresenta-se como série de fichas, em que o autor resume linearmente o conteúdo de suas fontes bibliográficas. Embora cuidadosas e bem detalhadas, elas se limitam a redizer o que está posto no material em exame por Duarte. O resultado é a conclusão pífia e afirmada em tom de reverência, convencionalmente escolar, segundo a qual

a crítica mostra-se hoje mais pertinente do que nunca, pois o aperfeiçoamento dos meios tecnológicos de produção, reprodução e difusão de mensagens visuais e sonoras permite o aprofundamento e a expansão dos métodos classificatórios e manipulatórios empregados pela indústria cultural (Duarte, 2003, p. 187).

Convertido em sociólogo da comunicação, o filósofo crítico revela-se nessa obra pesquisador ingênuo, enveredando por territórios que visivelmente não conhece ou está mal aparelhado para desenvolver, como os processos de concentração empresarial, crescimento do poderio econômico e expansão global que caracterizam as comunicações no final do século passado. A reflexão sobre seu significado para o indivíduo – que uma teoria crítica da sociedade exigiria – não comparece, e, por isto, a crítica da indústria cultural é tratada na obra como texto perene, que transcende à recepção reflexiva, à discussão intelectual e à reconstrução propositiva. O pensamento dialético que lhe é subjacente não é evidenciado. O espólio, em vez de reanimado, é jogado mais fundo no esquife que lhe armaram os detratores e os adversários simplistas, algo que, mais recentemente – diga-se para fazer justiça –, tem o autor começado a corrigir (Duarte, 2010, p. 47-84).

Em que pese a total falta de erudição, Paulo Puterman faz, em contraponto, caricatura intelectualmente melhor que a de Duarte, quando, em vez de homenagear mecanicamente a crítica à indústria cultural, diagnostica sua agonia teórica, em discussão que enfoca as relações entre cultura e tecnologia. Para ele, o conceito carece da devida base sociológica. Reduzindo o termo ao aparato técnico e a seus bens objetivos – a televisão e o disco, por exemplo –, o autor defende que o mecanismo da indústria, multiplicando-se os meios e os suportes, é, na cultura, fator de diferenciação, em vez de uniformidade (Puterman, 1994, p. 26).

Segundo esse autor, a pesquisa tecnológica objetiva atender às demandas sociais por mais informação cultural e de melhor qualidade, em vez de estar subordinada ao movimento de acumulação do capital e fetichismo da mercadoria, como diriam os frankfurtianos. A tecnologia influencia a cultura por interesse benevolente, em vez de mercadológico: seu sentido primeiro não seria a remuneração do capital oriundo da atividade empresarial, mas “atender às demandas sociais por um maior acesso aos produtos culturais, através de um barateamento tanto na aquisição como no uso das tecnologias” (Puterman, 1994, p. 52).

A Escola de Frankfurt, para o autor, agoniza em meio à reflexão teórica sobre a cultura, ainda, porque seus expoentes não teriam visto a revolução da forma de

relacionar-se com os meios de comunicação representada pela multimídia interativa, “que introduz a possibilidade do diálogo e da participação do público nas performances eletrônicas” (Puterman, 1994, p. 110). A Adorno teria escapado o pensamento de que os meios técnicos poderiam atender às expectativas individuais de aperfeiçoamento cultural e participação interativa – como, em forma primitiva, mostraram programas do tipo *Você Decide*; agora se concretizariam em escala global por meio da internet.

Essas observações praticamente invalidam a possibilidade de utilização do conceito de indústria cultural fora do contexto no qual foi criado. (...) Ao verificarmos que a história caminha para um outro rumo, é honesto admitir que o conceito formulado, contudo, não tem mais validade (Puterman, 1994, p. 115).

Nesse entrevero, em que o trabalho de reflexão mais sério se mistura com o simplorismo intelectual a favor ou contra, surge espaço até mesmo para os relatos sobre os fenômenos de cultura de massas que, fingindo aceitar com reservas a crítica à indústria cultural, de fato a condenam em nome de categorias oriundas da reação irracional àqueles próprios fenômenos. Exemplo disto é a monografia sobre o estudo das colunas astrológicas proposto por Adorno, elaborada por Vani Rezende. Para a autora, ele faz bem em propor a crítica do discurso astrológico promovido pelos meios de comunicação, porque este discurso se baseia em simplificações, mas não teria levado em conta “a dimensão histórico-cultural mais ampla que ela, a astrologia, implica”. Teria escapado à visão do pensador, ela crê, a sabedoria escondida na tradição astrológica, e, por isto, sua abordagem do assunto, válida só até certo ponto, carrega os prejuízos “de uma ótica estritamente iluminista” (Rezende, 2006, p. 22).

Afinal, preconiza a autora, a astrologia é capaz de apresentar um sistema de pensamento bastante coerente, cujas categorias e proposições, deseja crer, questionam o racionalismo moderno e, assim, relativizam os fundamentos da própria civilização. Adorno revelou ignorância a respeito da astrologia, entendendo-a com as categorias do racionalismo crítico moderno, quando o correto seria vê-la com as categorias da própria astrologia, as da tradição gnóstica. O problema não é, conforme sustenta o filósofo, que o horóscopo disfarce a submissão do indivíduo à racionalidade instrumental que predomina na sociedade com sistema simbólico comparativamente irracional e primitivo. A questão é o fato de o filósofo não lograr enxergar que, desde o ponto de vista gnóstico, endossado pela autora, o indivíduo pode conduzir-se legitimamente na vida cotidiana de acordo com signos inscritos em uma ordem cósmica e para ele interpretados pela sabedoria astrológica (Rezende, 2006, p. 249-252).

“Adorno fala da racionalidade filosófica, científica e técnica, mas há outras racionalidades não filosóficas, não científicas, não técnicas – outras sabedorias, outras culturas – que constituem também uma procura da verdade”.

Para Rezende (2006, p. 261), “a recusa a entender isso” – em vez de reflexão crítica e sociológica sobre a perpetuação do obscurantismo intelectual em meio a uma época que, objetivamente, se institui e avança com base na racionalidade do cálculo mercantil e na pesquisa tecnológica – “é [por isto] um intrigante fenômeno psicológico e filosófico”.

Concluindo-se a seção, resta, cínica e unicamente, lamentar que tenha faltado à autora a presença de espírito para, nesta refutação do pensamento crítico e da crítica à indústria cultural, afirmar que, além das colunas zodiacais dos jornais e revistas, também estes – o cálculo mercantil e o desenvolvimento tecnológico – são produto de “harmonia pré-estabelecida que liga os homens e as coisas de acordo com o movimento sinfônico dos astros” (Rezende, 2006, p. 246).

## 6 CONCLUSÃO

Lopes (1990) observa, com razão, que a influência da Escola de Frankfurt sobre os pesquisadores brasileiros ocorreu, sobretudo, nos anos 1970. Naquela época, houve recepção favorável de seus escritos mais conhecidos, submetidos a uma chave de leitura histórico-materialista. Os pesquisadores brasileiros mais consequentes 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 difusão da ideologia dominante, embora nem sempre isto tenha sido bem elaborado epistemicamente.

Para 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 (Arruda, 1985, p. 18).

Aparentemente, a autora não crê que nos produtos da indústria tanto quanto no conteúdo da publicidade o que opera é a forma mercadoria (Adorno e Horkheimer, 1985, p. 151).

De qualquer modo, a perspectiva significou, em vários aspectos, avanço em relação àquelas análises nas quais a teoria crítica se esgota na denúncia da veiculação da ideologia pelos meios de comunicação – conferir, por exemplo, Guareschi (1991). Em compensação, a estratégia assim adotada privou a prática da pesquisa dos meios para analisar o significado cultural dos fenômenos de mídia, bloqueando o caminho para entender suas manifestações como expressão do fetichismo da mercadoria.

O tratamento da indústria cultural como sinônimo de um conjunto de empresas ou um ramo da economia não somente colaborou para dar ao conceito sentido cada vez mais descritivo, mas também favoreceu o aparecimento de crescente

esquematismo em relação ao tratamento da natureza ideológica dos fenômenos assinalados por seu intermédio, algo que, embora apenas em parte, cumpre notar que realmente se encontra no próprio Adorno – conferir, por exemplo, Adorno (1995, p. 75-95) e Rüdiger (2004).

A recepção da teoria crítica no decênio seguinte foi muito marcada por essa situação. A crítica à indústria cultural tornou-se forma de pesquisa-denúncia e, com perdão do trocadilho, passou a ser denunciada pelos pecados do pessimismo radical, do imobilismo político e do elitismo cultural. O entendimento das comunicações como instrumento de transmissão de ideologia que se prendeu a ela conduziu a seu esgotamento epistemológico. A capacidade de renovação do enfoque revelou-se pequena diante do avanço das novas formas de hermenêutica culturalista entre os pesquisadores, e, nos campos em que o interesse por ela se manteve, a tendência foi a repetição escolástica de suas proposições – conferir, por exemplo, Costa (1995).

Nos anos 1990, a Escola de Frankfurt passou, por tudo isso, a ser considerada ultrapassada, deixando de ter interesse estratégico para os acadêmicos do campo de estudos da comunicação. As referências a ela feitas tornaram-se protocolares e seu espólio, cada vez menos conhecido, com uma ou outra exceção. Referir-se à perspectiva frankfurtiana passou a ser, a partir de então, mencionar 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*)” (Lopes, 1990, p. 51).

Atualmente, o panorama não é muito diferente, apesar dos movimentos de renovação do entendimento da teoria crítica da indústria cultural verificados no exterior e dos ensaios de emprego reflexivo de suas teses que têm ocorrido, entre os pesquisadores brasileiros, em campos do conhecimento vizinhos aos da comunicação.

O pensamento comunicacional que emana das engrenagens do próprio sistema social e de seus mecanismos de articulação impera sobre a vida acadêmica com cada vez mais força, começando intelectualmente na própria área de estudos de mídia (Rüdiger, 2007). A reflexão séria e responsável é agora, em geral, posta de lado pela produção e pela publicação mecânica e abundante de textos sem força epistêmica, para não dizer sem ideias, em que nada ou muito pouco de valor é registrado.

A coerência intelectual e a disciplina teórica, para não falar do trabalho de erudição, tornaram-se virtualmente inviáveis para a esmagadora maioria que, como massa, não para de expandir-se na vida acadêmica, em ambiente espiritual mais amplo em que o que conta é o volume da produção, o giro rápido dos chavões e o descarte sem avaliação do que, às vezes, nem chegou a ser efetivamente consumido.

Aparentemente, entrou-se em época na qual a atividade teórica, em todos os campos da vida social, está, em geral, esgotada, não por sua insuficiência, mas devido às próprias dimensões de problemas e circunstâncias do mundo histórico. A elaboração da realidade em conceito, mesmo que parcial, perdeu as condições favoráveis para sua proposição e, por esta via, também os sujeitos que seriam necessários ou capazes de conduzir tal tarefa com algum sucesso. A reflexão já não dispõe dos estímulos que a tornariam praticável e frutífera, até mesmo entre os setores que se beneficiam de formação acadêmica e intelectual privilegiada.

Por isso, crê-se que, entre os pesquisadores brasileiros e os estrangeiros, esperar-se-á fecundação do campo de estudos de mídia pela crítica à indústria cultural. De certo que pesquisas e ensaios por vir, aqui e ali, mal ou bem, revelarão sua influência e eventual potencial epistêmico e reflexivo. Porém, aparentemente, passou o tempo em que se podia entendê-la como programa de pesquisa sobre a cultura contemporânea com ancoragem institucional, no âmbito do campo de estudos da comunicação e fora deste.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. **Educação e emancipação**. São Paulo: Paz & Terra, 1995.
- \_\_\_\_\_. **Sobre a indústria cultural**. Lisboa: Angelus Novus, 2003.
- ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- ARRUDA, M. A. **A embalagem do sistema**. São Paulo: Duas Cidades, 1985.
- BOLAÑO, C. **Mercado brasileiro de televisão**. Aracaju: UFS, 1988.
- \_\_\_\_\_. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Editora Hucitec, 2000.
- BURNETT, H. **Nietzsche, Adorno e um pouquinho de Brasil**. São Paulo: UNIFESP, 2011.
- CALDAS, W. **Acorde na aurora**. São Paulo: Nacional, 1977.
- CAPARELLI, S. **Ditaduras e indústrias culturais**. Porto Alegre: UFRGS, 1989.
- CARONE, I. Fascismo on the air. **Lua nova**, n. 55-56, p. 195-217, 2002.
- \_\_\_\_\_. Adorno e a educação musical pelo rádio. **Educação e sociedade**, v. 24, n. 83 p. 30-43, 2003.
- \_\_\_\_\_. Adorno e a música no rádio. *In*: PUCCI, B. *et al.* (Orgs.). **Tecnologia, cultura e formação... ainda Auschwitz**. São Paulo: Cortez, 2004.

- \_\_\_\_\_. A face histórica de On popular music. **Constelaciones de teoria crítica**, n. 3, p. 148-178, 2012.
- COHN, G. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Nacional, 1972.
- \_\_\_\_\_. **Sociologia da comunicação**. São Paulo: Pioneira, 1973.
- \_\_\_\_\_. (Org.). **Theodor Adorno**. São Paulo: Ática, 1986.
- COSTA, B. G. Indústria cultural: análise crítica e possibilidades. *In*: PUCCI, B. (Org.). **Teoria crítica e educação**. Petrópolis: Vozes, 1995.
- COSTA, M. T. **O Programa Gil Gomes**. Campinas: UNICAMP, 1992.
- COUTINHO, C. N. A escola de Frankfurt e a cultura brasileira. **Presença**, n. 7, p. 100-112, 1986.
- DUARTE, R. **Teoria crítica da indústria cultural**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- \_\_\_\_\_. **Indústria cultural, uma introdução**. Rio de Janeiro: FGV, 2010.
- DUBIEL, H. **Theory and politics**. Cambridge: MIT Press, 1985.
- DURÃO, F.; ZUIN, A.; VAZ, A. (Orgs.). **A indústria cultural hoje**. São Paulo: Boitempo, 2008.
- FACHEL, O. **A leitura social da novela das oito**. Petrópolis: Vozes, 1986.
- GATTI, L. Indústria cultural e crítica da cultura. *In*: NOBRE, M. (Org.). **Curso livre de teoria crítica**. Campinas: Papyrus, 2008.
- GOLDENSTEIN, G. **Do jornalismo político à indústria cultural**. São Paulo: Summus, 1987.
- GUARESCHI, P. Comunicação e teoria crítica. *In*: \_\_\_\_\_. **Comunicação e controle social**. Petrópolis: Vozes, 1991.
- HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- HARBERT, A. **Fotonovela e indústria cultural**. Petrópolis: Vozes, 1973.
- JAMBEIRO, O. **Canção de massa**. São Paulo: Pioneira, 1975.
- JAY, M. **As ideias de Adorno**. São Paulo: Cultrix, 1988.
- LIMA, L. C. (Org.). **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Saga, 1969.
- LOPES, M. I. V. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Loyola, 1990.
- LOUREIRO, R.; ZUIN, A. (Orgs.). **A teoria crítica vai ao cinema**. Vitória: Ufes, 2010.

- MARCONDES FILHO, C. **O discurso sufocado**. São Paulo: Paulinas, 1982.
- \_\_\_\_\_. **O capital da notícia**. São Paulo: Ática, 1988a.
- \_\_\_\_\_. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988b.
- \_\_\_\_\_. **Da escola de Frankfurt à crítica alemã contemporânea**. São Paulo: Paulus, 2011.
- MARCUSE, H. **A ideologia da sociedade industrial**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1967.
- \_\_\_\_\_. **Cultura & sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 1998. v. 2.
- MELO, J. M. Desafios da pesquisa latino-americana de comunicação. **Simpósios em comunicações e artes**, São Paulo, v. 5, 1990.
- MERQUIOR, J. G. **Arte e sociedade em Marcuse, Adorno e Benjamin**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.
- MOREIRA, R. **Teoria da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1979.
- MORELLI, R. **A indústria fonográfica**. Campinas: UNICAMP, 1991.
- NEGT, O.; KLUGE, A. **Öffentlichkeit und Erfahrung**. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1972.
- ORTIZ, R. A Escola de Frankfurt e a questão da cultura. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n. 1, p. 43-65, 1986.
- \_\_\_\_\_. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- \_\_\_\_\_. A produção industrial e cultural da telenovela. *In*: BORELLI, S.; RAMOS, J. M. O.; ORTIZ, R.. **Telenovela: história e produção**. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- PUCCI, B. (Org.). **Teoria crítica e educação**. Petrópolis: Vozes, 1995.
- PUTERMAN, P. **Indústria cultural: a agonia de um conceito**. São Paulo: Perspectiva, 1994.
- REZENDE, V. **Luzes e estrelas: Adorno e a astrologia**. São Paulo: Humanitas, 2006.
- ROSA, R. **Música e mitologia do cinema**. Ijuí: Unijuí, 2003.
- RUBIM, A. A. **Capitalismo e comunicação**. Salvador: UFBA, 1988.
- RÜDIGER, F. A escola de Frankfurt. *In*: HOHLFELDT, A.; FRANÇA, V.; MARTINO, L. (Orgs.). **Teorias da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001.



\_\_\_\_\_. Você S. A., ou Eu, Cia. Ltda? *In*: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PESQUISA EM PÓS-GRADUAÇÃO. **Anais...** Porto Alegre: PUCRS, 2003.

\_\_\_\_\_. **Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural**. Porto Alegre: PUCRS, 2004.

\_\_\_\_\_. A comunicação no saber pós-moderno: crítica, episteme e epistemologia. *In*: FERREIRA, F. (Org.). **Cenários, teorias e epistemologias da comunicação**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

\_\_\_\_\_. Love on-line: paixão e poder no mundo da cibercultura. **Galáxia**, n. 16, p. 61-78, 2008.

\_\_\_\_\_. Kraftwerk: tecnocultura de mercado e estética maquinística. **Cibercultura e pós-humanismo**, Porto Alegre, 2009.

SILVA, C. E. L. Indústria cultural e cultura brasileira. **Encontros com a civilização brasileira**, n. 25, p. 167-194, 1980.

\_\_\_\_\_. (Org.). **Comunicação, hegemonia e contra-informação**. São Paulo: Cortez, 1982.

\_\_\_\_\_. **Muito além do Jardim Botânico**. São Paulo: Summus, 1985.

SOARES, J. C. **Marcuse, uma trajetória**. Londrina: UEL, 1999.

TASCHNER, G. **Folhas ao vento**: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

VAIDEGORN, J.; BERTONI, M. **Indústria cultural e educação**. Araraquara: Junqueira & Marin, 2003.

VIANA, N. (Org.). **Indústria cultural e cultura mercantil**. Rio de Janeiro: Corifeu, 2007.

\_\_\_\_\_. O cinema segundo Walter Benjamin. **Espaço acadêmico**, n. 66, 2006.

WIGGERSHAUS, R. **The Frankfurt School**. Cambridge: MIT Press, 1994.

WILTON, M. **A rosa púrpura de cada dia**. 1986. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicação e Arte, São Paulo, 1986.

\_\_\_\_\_. **Sujeito, o lado oculto da recepção**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

WINCKLER, C. **Pornografia e sexualidade no Brasil**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1983.

ZUIN, A. **Indústria cultural e educação**. São Paulo: Editores Associados, 1999.

ZUIN, A.; PUCCI, B. (Orgs.). **Teoria crítica, estética e educação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

ZUIN, A.; PUCCI, B.; OLIVEIRA, N. R. **Adorno**. Petrópolis: Vozes, 2000.

#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHACON, V. (Org.). **Humanismo e comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1970.

COELHO, M. **Crítica cultural**. São Paulo: Publifolha, 2006.

COELHO, T. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1980.

FREITAG, B. A relação entre a indústria cultural e a educação no Brasil. *In: \_\_\_\_\_*. **Política educacional e indústria cultural**. São Paulo: Cortez, 1987.

JACKS, N. **A recepção na querência**. 1993. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.

NOBRE, M. (Org.). **Curso livre de teoria crítica**. Campinas: Papyrus, 2008.

PUCCI, B. *et al.* (Orgs.). **Tecnologia, cultura e formação... ainda Auschwitz**. São Paulo: Cortez, 2003.