COMUNICAÇÃO NA SOCIOLOGIA: O GRUPO USPIANO DOS ANOS 1970[1]

Jacira França[*]

1.Introdução

Transmitir, organizar ideias, entrar em contato, relacionar-se são expressões que indicam atos de comunicação que estão presentes na história da humanidade, mas a comunicação como ciência, como objeto de estudo surge a partir da necessidade prática de se entender o fenômeno das massas. Mesmo a comunicação não se apresentando como único objeto de estudo das ciências, a verdade é que a comunicação é estudada por todas elas direta ou indiretamente.

Comunicação é aqui entendida como um processo de interatividade, de componente relacional com a sociedade e os indivíduos através da informação, do entretenimento e dos debates que ela suscita. Assim, a sociologia da comunicação desponta como um campo que procura entender o que se passa não apenas num âmbito de cultura de massa, mas de vários outros processos (mensagens, controle ideológico, interatividade) que envolvem os meios de comunicação e a sociedade. Mas o que significa tratar especificamente de uma "so-

---

[1] Este trabalho é fruto da minha dissertação de mestrado intitulada *Sociologia da comunicação e a recepção do conceito de indústria cultural*: o grupo da USP nos anos 1970, defendida em 28/4/2009, no Programa de Pós-graduação em Sociologia da UFPE. Vale ressaltar que, para esta dissertação, foram realizadas entrevistas com Gabriel Cohn, Maria Arminda Arruda e Gisela Taschner, por este motivo, em algumas citações não aparecem referências a livros, mas, sim, às datas das entrevistas.

[*] Socióloga e Mestre em Sociologia pela UFPE.

ciologia da comunicação"? Qual o estatuto que a comunicação ganha dentro da sociologia? E, no Brasil, como esta área se apresenta? Estas são indagações que nos levam à década de 1970, no Brasil, mas especificamente ao contexto da Universidade de São Paulo – USP. Vale destacar que este é um duplo movimento no sentido que analisa a formação da sociologia da comunicação no Brasil e a recepção do conceito de Indústria Cultural no meio acadêmico brasileiro dos anos 1970.

1.1 Os anos 1970 no Brasil

Coincidência ou não, no dia 31 de agosto de 1969, foi ao ar a primeira edição do *Jornal Nacional* da Rede Globo, mesmo dia da posse da Junta Militar que dois meses depois encaminhava a escolha do general Garrastazu Médici – um dos generais que deu maior impulso ao desenvolvimento da indústria cultural (HABERT, 1992). Por falar em Rede Globo, nos anos 1970, ela constituiu um dos mais poderosos conglomerados, pondo em prática o ideal do regime militar de integrar a nação. Não por acaso, a TV foi a maior propagadora do ideal de "Brasil, Grande Potência". Provavelmente por esse motivo, é que muito dos intelectuais que analisavam a indústria cultural naquele momento tendiam a associar indústria cultural e autoritarismo. Em entrevista concedida, Maria Arminda Arruda fala:

> Havia um viés que se mostrou, depois tem que ser repensado, que era a ideia de que existia um grande casamento entre autoritarismo e indústria cultural. Eu acho que a gente fazia um pouco esta identificação e que tem que ser revista. Também acho que nós trabalhávamos numa perspectiva, de quando pensávamos o problema da estrutura social, numa noção de macro, sujeitos macro, atores como os de classe, mais definidos (Entrevista realizada no dia 6/6/2008 na USP).

Como aponta Taschner: "eu acho que naquele contexto parecia mais fácil de reconhecer a realidade, os fenômenos aos quais se referiam a Escola de Frankfurt. Realmente, uma estrutura de mídia aberta, extremamente autoritária" (Entrevista realizada no dia 3/6/2008) direcionou os tipos e enfoques de pesquisas no Brasil.

Programas e propaganda tiveram papel decisivo neste sistema. O Brasil crescia e a propaganda ajudava a torná-lo ainda maior. O "Brasil, Grande Potência" foi corroborado por projetos faraônicos como

a construção da Rodovia Transamazônica e por um crescimento econômico acelerado (HABERT, 1992), que escondeu desigualdades abissais. Para isso foram realizados contratos vultosos com as agências de propaganda. Como ressalta Maria Eduarda Rocha "Protegido pelo Regime Militar, o setor publicitário demarcou melhor as suas fronteiras, racionalizou ainda mais as suas práticas e profissionalizou definitivamente a sua força de trabalho. O contexto deste amadurecimento é bastante conhecido. O investimento publicitário, que saltou de U$ 200 milhões em 1969, para U$ 1,5 bilhões, em 1979, alimentou-se da chegada das multinacionais e da política de relações públicas do governo" (ROCHA, 2004, p. 35).

O cinema foi outro ramo importante neste período no qual a ação do Estado foi mais flagrante. Carlos Eduardo Silva descreve, sob o comando da Embrafilme – empresa estatal – o cinema brasileiro ganhou impulso considerável. Nos anos 1970, o Brasil atinge uma produção média anual de 100 longa-metragem. O ufanismo, os grandes momentos históricos e as adaptações de obras literárias são tratados pelo cinema com fins mercadológicos. O ápice deste processo pode ser expresso pela frase de Gustavo Dahl que em meados dos anos 1970 esteve à frente da Embrafilme, "mercado também é cultura" (KREINZ, 1990, p. 133). O rádio e o mercado editorial também tiveram grande importância. Apesar de o rádio ter perdido espaço para a TV, ele ainda era considerado o meio de comunicação de maior penetração no território nacional.

Junto com o incentivo infraestrutural, a censura esteve presente, como já apontado."No começo dos anos 70 muito se dizia e pouco se comunicava por todo o país" (FESTA, 1986). A censura esteve presente em todas as áreas: jornais, revistas, livros, rádio, TV, filmes, peças teatrais, música e ensino. Na área televisiva, o grande exemplo foi a novela da Rede Globo *O Bem Amado*, exibida em 1973 e está entre as produções com maior número de falas e cenas cortadas pela censura. No cinema, filmes financiados pelo Estado eram proibidos de veiculação pelo mesmo (SILVA, 1986).

A censura também teve outras faces, ou melhor dizendo, se apresentava de maneira indireta. No tocante aos impressos em geral, a cota de importação de papel era determinada pelo Estado e neste sentido havia um controle permanente da imprensa, pois os jornais e revistas

dependem necessariamente de papel. Outro meio indireto era através das concessões que ficavam concentradas nas mãos de pessoas e grupos ligados ao Governo e permitia a monopolização das emissões nas mãos de uma ideologia única – a do Estado.

Mas, o "ato censor" proibia a veiculação de peças teatrais, filmes, livros, novelas – não o teatro, o cinema, a TV, o mercado editorial. Através de investimentos significativos e da censura o Estado burocrático-militar soube atrair para si o controle das principais vias de comunicação do país. Renato Ortiz sintetiza:

> O advento do Estado militar possui na verdade um duplo significado: por um lado se define por sua dimensão política; por outro, aponta para transformações mais profundas que se realizam no nível da economia. O aspecto político é evidente: repressão, censura, prisões, exílios. O que é menos enfatizado, porém, e que nos interessa diretamente, é que o Estado militar aprofunda medidas econômicas tomadas no governo Juscelino, às quais os economistas se referem como a "segunda revolução industrial" no Brasil. Certamente os militares não inventaram o capitalismo mas 64 é um momento de reorganização da economia brasileira que cada vez mais se insere no processo de internacionalização do capital; o Estado autoritário permite consolidar no Brasil o "capitalismo tardio". Em termos culturais essa reorientação econômica traz consequências imediatas, pois, paralelamente ao crescimento do parque industrial e do mercado interno de bens materiais, fortalece-se o parque industrial de produção de cultura e o mercado de bens culturais (ORTIZ, 1991, p.114).

Este *boom* da indústria cultural chamou à atenção de muitos intelectuais brasileiros nos anos de 1970 e, particularmente ao que nos interessa, na área da sociologia.

1. 2 Os antecedentes e o grupo uspiano

Como ressalta José Marques de Melo,

> Qualquer campo do conhecimento humano surge como consequência das demandas coletivas. Trata-se da resultante de um processo destinado a compreender e controlar os fenômenos sociais emergentes. Começa na base da sociedade, robustecido pelo senso comum. Aplica-se e desenvolve-se no interior das organizações profissionais, culminando com sua legislação cognitiva por parte da academia (MELO, 2003, p. 33).

Esta citação é fulcral para entender o processo em que a comunicação se torna tema, de modo sistemático, no Brasil, a saber, como se deu o imbricamento entre os estudos sobre comunicação e a recepção das ideias da Escola de Frankfurt, em especial o conceito de Indústria Cultural no meio acadêmico brasileiro dos anos de 1970. Antes, é preciso considerar que, até a década de 1960, a pesquisa sobre comunicação no Brasil era algo esporádico e ocasional. Os estudos eram, em sua maioria, descritivos ou documentais e o foco principal era o jornalismo.

Do início do século XX até a década de 1950, os trabalhos eram monográficos e preocupados com pesquisas em torno da legislação jornalística, da catalogação de periódicos de uma dada época (MELO, 1985, p. 27-28). Outros estudos, de pesquisadores ligados às áreas da sociologia, antropologia e psicologia, utilizavam os noticiários da imprensa ou da publicidade como fontes de informação para reconstruir elementos do comportamento coletivo, de padrões culturais e coisas do gênero. Um bom exemplo são os estudos de Gilberto Freyre nos anos 1930 nos quais ele utilizava a imprensa como fonte de pesquisa de campo para ratificar os seus argumentos sobre a sociedade brasileira.

Nos anos 1960, um dos pioneiros a tratar de modo sistemático a comunicação foi Luiz Beltrão, que deu início, no Recife, à construção de um campo que pudesse institucionalizar o jornalismo como uma área de atuação e interesse acadêmico. Em 1960, publica o livro *Iniciação à filosofia do jornalismo* que é considerado o "primeiro estudo sistemático da comunicação jornalística no Brasil". Foi na Universidade Católica de Pernambuco (Unicap) que Luiz Beltrão desenvolveu seus principais trabalhos: criou o curso de jornalismo e o primeiro centro de pesquisa em comunicação no Brasil, o Instituto de Ciência da Informação (Inciform). Juntamente com o instituto foi criada a *Revista Comunicação & Problemas* que circulou de 1965 a 1970 (SANTOS, 1983, p. 168; MELO, 1985, p. 28). Seus trabalhos foram principalmente na área de folkcomunicação e marcaram toda uma geração de pesquisadores na área, a exemplo de José Marques de Melo que foi um de seus discípulos. Neste período, surgem as pesquisas dos emergentes centros universitários ligados à comunicação em todo o país.

Assim, a expansão e consolidação de uma indústria cultural no Brasil, principalmente nos anos de 1970, propiciou a abertura para

diversas pesquisas que tomavam por base a perspectiva frankfurtiana. Tanto na incipiente área da comunicação, que começava a estruturar seu campo através da formação de centros de pesquisa e das pós-graduações na área, quanto nas ciências sociais, as ideias frankfurtianas não só marcaram vários estudos sobre telenovela, como também delinearam os tipos de pesquisa da época. Vale ressaltar que, assim como havia a multiplicidade de perspectivas daqueles que fizeram parte da Escola de Frankfurt, especialmente Adorno, Horkheimer, Marcuse e Benjamin, também houve nos estudos brasileiros de inspiração frankfurtiana uma diversidade de temas cuja recepção não se deu de maneira monolítica.

Se os anos 1970 delineiam o auge da recepção das ideias da Teoria Crítica da Escola de Frankfurt, o fato é que, desde fins dos anos 1960, os preceitos defendidos por essa corrente de pensamento já estavam sendo divulgados, ainda que de modo incipiente, no contexto brasileiro. Herbert Marcuse foi um dos primeiros a ser divulgado e utilizado pela intelectualidade e pelo movimento estudantil da época que vivia um turbulento período de contestação ao regime militar. Os estudantes e as esquerdas, de modo geral, encontraram em Marcuse o "filósofo da contracultura" (RÜDIGER, 1998a, p. 16). Nas palavras de Jorge Coelho Soares:

> Marcuse chegava trazido pelos ventos passageiros, mas extremamente relevantes, de uma abertura intelectual no Brasil que, contrariamente ao que se pensa, caracterizou boa parte da década de 60, mesmo após a instauração do regime militar em 1964. Houve inclusive, principalmente de 1964 a 1968, a aceleração de um processo de abertura em direção às mais importantes correntes da cultura universal. Isto gerou, entre outras coisas, um número significativo de novas traduções de autores e teóricos consagrados. A percepção de um gradual fechamento do regime e da possibilidade de instauração de uma ditadura militar, em moldes fascistas – o que efetivamente acabou acontecendo –, eletrizava boa parte da intelectualidade brasileira. Era preciso abastecer o mercado das discussões políticas e ideológicas com novos autores, novas ideias, novas formas de lutas que pudessem fazer frente àquela ameaça que pairava no ar (SOARES, 2008).

Este "novo" foi trazido por Marcuse, mas é preciso considerar que, se tais ideias não podem ser acusadas mera importação de conceitos. O fato é que grande parte da intelectualidade deste primeiro mo-

mento "'portava' Marcuse mais que o lia" (SOARES, 2008). Marcuse tornara-se a bíblia de muitos dos estudantes e intelectuais da contracultura e seus preceitos se tornaram símbolos do saber, da rebeldia e do vanguardismo. Juntamente com ele outros teóricos da Escola de Frankfurt chegaram a cena intelectual brasileira.

Adorno, Horkheimer, Benjamin e Habermas surgiam de forma tímida. Mais do que mera cópia, estes autores, na década seguinte, serviram de importante chave analítica para entender a nossa realidade. Contudo, antes deste processo de reflexão mais acurado, um outro foi anterior: o de divulgação das obras frankfurtianas.

No campo das publicações, têm-se marcos como as publicações da *Revista Civilização Brasileira*, revista de grande importância no período e que circulou de 1965 a 1968 com textos de intelectuais das mais diversas áreas. Aqui foram publicados textos como: *Liberdade e agressão na sociedade tecnológica* (ano 3, n. 18, mar./abr, 1968) e *Finalidades, formas e perspectivas da oposição estudantil nos Estados Unidos* (ano 4, n. 21/22, set.-dez. 1968), ambos de Marcuse; *Moda sem tempo: jazz* (ano 3, n. 18, mar./abr. 1968) de Adorno; *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica* (ano 4, n. 19-20, mar./abr. 1968) de Walter Benjamin. Mas, "Em nenhum deles, porém, se faz qualquer alusão à vinculação dos autores com um 'movimento de ideias' que os aproximasse e que, já naquela época, era conhecido e consagrado internacionalmente como Teoria Crítica" (SOARES, 2008).

Outro marco foi o trabalho de José Guilherme Merquior intitulado *Arte e sociedade em Marcuse, Adorno e Benjamin* publicado pela Editora Tempo Brasileiro em 1969. Este livro foi um dos primeiros estudos envolvendo o grupo principal da Teoria Crítica. Duas outras obras, no campo das ciências sociais, foram fundamentais para a divulgação destes trabalhos: *Teoria da Cultura de Massa* (1969), de Luiz Costa Lima, que trouxe textos importantes como *A indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas* (Theodor Adorno e Max Horkheimer); *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica* (Walter Benjamin); e *A arte na sociedade unidimensional* (Herbert Marcuse). O outro livro foi *Humanismo e Comunicação de Massa* (1970), organizado por Vamireh Chacon, e que abarcava os seguintes textos: *A tragédia de Frankfurt: da sociologia à filosofia da cultura, numa sociedade massificada* (Vamireh Chacon); *Adorno e a Escola de*

Frankfurt (Kostas Axelos); *A capacidade mimética* (Walter Benjamin); *Excertos* (Max Horkheimer e Theodor Adorno); *Odisseia da razão na natureza* (Jurgen Habermas); *Necrológio de Theodor Wiesengrund Adorno* (Ralf Dahrendorf).

Estas duas últimas obras foram fulcrais não apenas porque contribuíram na divulgação do grupo frankfurtiano no Brasil, mas pelo pioneirismo no campo da sociologia com relação ao tema. O livro de Luiz Costa Lima foi fruto do curso de Sociologia da Comunicação de Massa oferecido pelo Departamento de Sociologia e Política da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro em 19696. E o livro de Vamireh Chacon, que trabalhou na área da sociologia da cultura na Universidade Federal de Pernambuco, recebeu no mesmo ano o Prêmio Joaquim Nabuco pela Academia de Letras.

De modo geral, representam o crescimento do mercado editorial no país e a abertura para novas publicações, particularmente na década de 1970, que marcou o auge da recepção da Escola de Frankfurt no Brasil e, por conseguinte, do conceito de Indústria Cultural. Tratar desses temas no Brasil foi um marco, pois no contexto intelectual, as discussões em torno da cultura estavam muito ligadas à questão do nacional e do popular, por conseguinte, da identidade nacional. Seja nos estudos de Sílvio Romero, Euclides da Cunha e Nina Rodrigues em fins do século XIX e início do XX; seja nos estudos de Gilberto Freyre na década de 1930; os estudos sobre a questão racial na década de cinquenta; as pesquisas sobre desenvolvimento promovidas pelo Iseb e depois pela Cepal ou as discussões sobre autoritarismo nos anos sessenta, o nacional estava presente. Renato Ortiz destaca:

> Em contrapartida há um relativo silêncio sobre a existência de uma 'cultura de massa', assim como sobre o relacionamento entre produção cultural e mercado. No plano acadêmico, é praticamente na década de 70 que surgem os primeiros escritos que tratam dos meios de comunicação de massa, fruto sobretudo do desenvolvimento das faculdades de comunicação. Análises fragmentadas, muitas vezes de pouca profundidade, e que se ressentem da ausência de uma reflexão teórica mais aprofundada sobre o tema. É também neste período que a sociologia se volta para o estudo de algumas manifestações da indústria cultural e aparecem teses de mestrado sobre a telenovela, a fotonovela e os programas de auditório (ORTIZ, 1991, p.14).

Se a década de 1970 foi o período em que a perspectiva frankfurtiana ganhou cada vez mais espaço no cenário nacional, com relação às pesquisas na área de comunicação, não se pode esquecer de forma alguma a relevância dos estudos desenvolvidos pelo grupo uspiano no campo da sociologia. Em certa medida, esse grupo, encabeçado por Gabriel Cohn, criou um campo de pesquisas que tinha como base o conceito de Indústria Cultural. Gabriel Cohn foi figura central ao abrir espaço para o debate da comunicação na sociologia da Universidade de São Paulo e isso teve implicações decisivas em três sentidos: primeiro, uma discussão mais sistemática e mais duradoura com relação à teoria crítica. Assim, a obra *Sociologia da Comunicação: teoria e ideologia* (1973) é fundamental por discutir a fundo a ideia de indústria cultural situando-a num debate mais amplo com relação à noção de massa.

É neste aspecto que o debate ganha mais fundamentação a partir do conceito de indústria cultural da época e que permitiu sair visão restrita de encará-lo como mera teoria da comunicação. A categoria de análise da indústria cultural vai mais além, ela permite entender a sociedade em suas nuances ligadas ao capitalismo tardio, a cultura e a um estilo de dominação que é racional. Isto Cohn ressaltou, já nos anos setenta.

A segunda implicação foi "A força da iniciativa de Gabriel Cohn" (BARROS; DUARTE, 2004a, p. 99) que influenciou toda uma geração de estudantes de pós-graduação na USP. A tabela abaixo mostra a lista de trabalhos orientados por Cohn no período.

TABELA 1

Título do trabalho	Autor / nível	Ano (defesa)
Tio Patinhas e os mitos da comunicação	Orlando Miranda / mestrado	1975
Acorde na aurora: música sertaneja e indústria cultural	Waldenyr Caldas / mestrado	1976
A embalagem do sistema: estudo sobre a publicidade no capitalismo monopolista retardatário	Maria Arminda Arruda / mestrado	1979
Do jornalismo político à indústria cultural	Gisela Taschner / mestrado	1979

A influência não serviu somente para os estudantes de sociologia da USP, mas também para a construção de um novo campo do saber. Como descreve Gisela Taschner sobre o contexto acadêmico da época e a conjuntura que propiciou a recepção e utilização do conceito de indústria cultural

> É claro que estava no auge, naquela época, em termos de tema, pois todos os alunos de pós-graduação correram para aquilo, a sociologia do desenvolvimento, mas eu acho que realmente o que trouxe à tona esta questão [da indústria cultural] foram os conglomerados que se formaram na ditadura. Então, tinha aquela história do Jornal Nacional que fazia as apresentações e o pessoal olhava e dizia só pode ser de outro país porque aqui não é o que está acontecendo. O que está acontecendo não está neste jornal. Então a consolidação que foi com a Globo, a Abril, várias empresas que de repente viraram conglomerados. Eu acho que isso começou a chamar muito à atenção, de um lado. De outro, eu acho que teve uma coisa que ajudou muito e foi quem resolveu abrir este terreno, era um pessoa que tinha muita legitimidade no campo acadêmico na USP que era o professor Gabriel Cohn, hoje é diretor da faculdade, mas na época ele estava começando. (...). Enfim, não tinha pessoa melhor do que ele para abrir esta área dentro da Academia.
>
> E uma terceira coisa, que eu acho que também entrou um pouco na moda foi porque a indústria cultural tem uma dimensão autoritária e tem muita gente que confundiu isso com o regime político autoritário, tanto que na hora que acabou a ditadura, muita gente achou que não precisava mais mexer com indústria cultural, que tinha acabado o problema. Aí que tava começando. Mais eu acho que foram estas coisas que fizeram com que começassem naquela época e não antes ou depois no conjunto de estudos. Tem que lembrar também que tinha sido criada a Escola de Comunicações em 67. Quer dizer, em 70 tava se formando a primeira turma. Então os anos 70 também foram um período do pessoal de lá que quis ir para a pós-graduação e estava interessado em comunicações. (Entrevista realizada em 3/6/2008).

Estes três pontos destacados por Taschner mais a atitude inovadora de Gabriel Cohn, então, deram contornos a uma nova possibilidade dentro da sociologia. A coletânea *Comunicação e Indústria Cultural* publicada, em 1971, pela Editora Nacional foi um dos marcos no processo de divulgação do pensamento frankfurtiano.

Cohn trata aqui de um ponto importante: como foi lida a Teoria Crítica no Brasil. Se muitos a encararam numa chave analítica em que

os pressupostos defendidos pelos frankfurtianos eram importantes para entender a conjuntura de capitalismo monopolista dependente e de consolidação de conglomerados comunicacionais, outros fizeram uma interpretação de forma epidérmica, principalmente nos anos 1980, onde o pensamento frankfurtiano foi embalado com o rótulo de "apocalípticos" por intelectuais como Umberto Eco.

Já Francisco Rüdiger considera que a produção dos anos 1970, mesmo considerando a importância do trabalho de Gabriel Cohn e reconhecendo que as categorias de ideologia e mercadorias culturais eram centrais, fez uma leitura materialista do conceito de indústria cultural.

> 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 da 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 (RÜDIGER, 1998b, p. 22).

Segundo Rüdiger, exceto o trabalho de Waldenyr Caldas *Acorde na aurora* (1975) que tratou do sentido ideológico da música sertaneja, os demais (MICELI, 1971; MIRANDA, 1975; ARRUDA, 1979; TASCHNER, 1979) fizeram uma leitura materialista, como apontado anteriormente, e não consideraram a natureza ideológica desses fenômenos. De fato, o âmbito da produção e distribuição dos bens culturais foi privilegiado muito mais do que os estudos de ideologia. Destaca Maria Arminda:

> Naquele momento, não estou nem falando dos estudos do professor Gabriel Cohn propriamente, mas dos seus alunos como a Gisela, o Waldenyr mesmo, o Miranda, eu e outros, uma certa torção que foi o privilegiamento da dimensão da produção e reprodução. Isto foi central e isto houve sim e mostra que não foi mera importação porque era preciso naquele momento, no Brasil, tratar disso que é a conexão com os processos de modernização, da modernização capitalista avassaladora que o Brasil vivia. (Entrevista realizada em 6/6/2008).

Isto não significa que a dimensão ideológica não estivesse implícita nestas análises. Partindo do pressuposto de Ianni onde:

> A análise da cultura espiritual no capitalismo revela que os ideais, valores, princípios e doutrinas que a compõem estão presentes tanto nas relações econômicas e políticas como na produção e difusão de conhecimentos científicos e técnicos. Inclusive na arte está presente e determinante a matéria de criação dada por essa cultura. Isto é, a cultura do capitalismo aparece na fábrica, no governo, no exército, na igreja, no banco, na escola, no cinema, no teatro,no jornal, na televisão e outros núcleos de produção material e espiritual. Ocorre que a cultura capitalista é, em ampla medida, a ideologia do conjunto de sistema. Enquanto ideologia, ela reúne, organiza e desenvolve os ideais, valores, princípios e doutrinas que indicam as condições, os limites e as direções do pensamento e do comportamento das pessoas, grupos e classes sociais. Assim, na ideia de que o capitalismo é um modo de produção material e espiritual se contém a ideia de indústria cultural. A indústria cultural do capitalismo começa quando a produção cultural se organiza diretamente para possibilitar a reposição das relações capitalistas de produção de forma continuada. (IANNI, 1976, p. 25-26).

Mesmo que este debate, em certa medida, fizesse parte de um determinado contexto de ferrenha crítica ao imperialismo, ao modo de produção capitalista, ele traz uma ideia fundamental: tratar do modo de produção capitalista a partir de suas confluências econômicas e sociais é, por consequência, tratar de sua ideologia. Como fala Taschner (em entrevista), tratar da dimensão econômica não significa uma leitura materialista, mesmo que histórica. Significa que, naquele momento, era preciso entender a formação das estruturas que estavam consolidando uma nova forma de organização socioeconômica do país e isso perpassa pela dinâmica socioideológica da sociedade.

Talvez, não se tenha tratado de ideologia nos termos althusserianos da época ou numa análise gramisciniana pautada no conceito de Hegemonia. O próprio Gabriel Cohn em entrevista menciona: "Aliás, até hoje eu creio ter sido uma besteira feita naquela época, uma besteira porque por incrível que pareça eu nem sequer era... nem sequer desconhecia Gramsci. Gramsci era um autor que, na época, nos vinha pela Argentina. Os argentinos tinham uma grande atenção desde os anos 1940/50. Eu tinha acesso e, no entanto, na hora que fui fazer um trabalho sobre comunicação, que fui dar curso tal e tal, confesso que na época por uma ponta de incompreensão e também impaciência com o pobre do Gramsci eu não tentei incorporá-lo. Isso foi um erro muito grave".

A crítica de Rüdiger (1998b) não se dirige a Cohn, mas aos trabalhos posteriores, como já especificado, que mesmo não tratando unicamente da dimensão ideológica das mensagens, não deixou de lado a ideologia presente no sistema da indústria cultural principalmente através do enfoque no tema das classes sociais (ver capítulo 4). Uma possível crítica que se pode fazer a estes trabalhos é o fato de não terem seguido adiante e, se o tivessem feito, quem sabe, poderiam ter incluído ou dialogado com novas perspectivas que vieram nos anos seguintes. O que se viu foi o oposto, a década de 1980, contrariamente ao processo de continuidade e aprofundamento desta perspectiva, foi marcada pela divulgação de trabalhos que viam nos frankfurtianos meros pessimistas radicas e elitistas. Isso reforça ainda mais o argumento de Schwarz de que "Tem sido observado que a cada geração a vida intelectual no Brasil parece recomeçar do zero. O apetite pela produção recente dos países avançados muitas vezes tem como avesso o desinteresse pelo trabalho da geração anterior, e a consequente descontinuidade da reflexão" (SCHWARZ, 1987, p. 94). No caso dos anos 1980, não foi tanto o "apetite pela produção dos países avançados", mas pela produção da América Latina e dos multiculturalismos da época.

Mesmo assim, a produção do grupo uspiano ainda tem muito a dizer sobre a maneira de tratar o conceito de indústria cultural e é este o objetivo do capítulo quatro desta dissertação: analisar como cada membro do "grupo uspiano" ligado à sociologia da comunicação no Brasil tratou este conceito num "ambiente privilegiado"

1.3 Considerações finais

Teoria é uma palavra que vem da raiz grega, *theoria*, e significa privilegiar a visão. Neste sentido, a teoria social, a partir de construtos teórico-conceituais, busca compreender a realidade social sob diferentes ângulos e é fortemente marcada por discursos, práticas e perspectivas de análise diversas.

São os discursos e práticas relacionados à sociologia da comunicação na USP e à recepção do conceito de indústria cultural no Brasil dos anos de 1970 que permeou todos os argumentos defendidos aqui. Como apontado no capítulo 4, "sem compreender tanto as ideias como o lugar social desses intelectuais é impossível apreender o movimento geral da sociedade brasileira" (BASTOS, 2002, p. 183). Seguindo o caminho do "movimento geral" a partir da industrialização e moderni-

zação brasileiras sob os desígnios do capitalismo monopolista tardio e do regime ditatorial, burocrático e militar chegamos ao ponto em que a consolidação da indústria cultural brasileira passou a suscitar interesse crescente dos intelectuais no país. Assim, os três elementos – capitalismo monopolista, indústria cultural e ditadura militar – foram fundamentais para que, no campo da sociologia, pudesse ser pensado quais as teorias e conceitos capazes de compreender esta realidade.

Seja através da busca sistemática de conceitos que pudessem ser referências para o estudo da relação entre "sistemas simbólicos" e "sistemas sociais" como é o caso da perspectiva de Gabriel Cohn seja na tentativa de entender o processo de modernização através da música popular (Waldenyr Caldas), da publicidade (Maria Arminda Arruda) ou do jornalismo (Gisela Taschner) ou ainda de trabalhar criticamente os conceitos à luz de exemplos concretos da indústria cultural (Orlando Miranda), o fato é que o a teoria da indústria cultural como formulada por Adorno e Horkheimer pareceu ser, à época, a "força motriz teórica" mais válida para entender o contexto brasileiro.

Cohn (1973), seguindo este movimento, influenciou toda uma geração que, por sua vez, estava inserida nas discussões e influências do tipo de sociologia desenvolvido na USP pautadas por grandes temáticas como classe, desenvolvimentismo, trabalho, entre outros. Desta forma, a recepção do conceito de indústria cultural aqui esteve atrelada à tradição de entender os processos de modernização do país.

Apesar do impulso inicial da década de 1970 não ter tido continuidade e a comunicação ter se diluído, com o passar do tempo, na sociologia brasileira, basta observar as publicações dos periódicos nacionais e os grupos de trabalhos nos congressos para verificar que a comunicação, como dizia Cohn (1973), tornou-se uma variável dependente nas pesquisas. Ainda é possível e necessário fazer uma nova "limpeza sistemática do terreno" à luz dos novos processos que vêm acontecendo na comunicação, a exemplo da internet, da TV digital, entre outros, e, o mais importante, recuperar a dimensão do "como tratar sociologicamente a comunicação". Portanto, mais do que conclusões, esta dissertação aponta para um horizonte de possibilidades, a partir do pioneirismo do grupo uspiano, em que é possível trazer para o debate sociológico a análise sobre comunicação articulada aos diversos processos sociais.

Referências

ADORNO, Theodor. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (Org.). *Comunicação e indústria cultural*: leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações de opinião pública, propaganda e cultura de massa nessa sociedade. 4. ed. São Paulo: Ed. Nacional, 1978a.

_____. Televisão, consciência e indústria Cultural. In: COHN, Gabriel (Org.). *Comunicação e indústria cultural*: leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações de opinião pública, propaganda e cultura de massa nessa sociedade. 4. ed. São Paulo: Ed. Nacional, 1978b.

_____. Textos Escolhidos. In: *COLEÇÃO Os Pensadores***.** São Paulo: Abril Cultural, 1980.

_____. *Indústria cultural e sociedade*. Seleção de textos Jorge Mattos Brito de Almeida. São Paulo: Paz e Terra, 2002. (Coleção Leitura, n. 51).

_____. *Palavras e sinais*: modelos críticos 2. Tradução de Maroa Helena Ruschel. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Marx. *Dialética do esclarecimento*: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ALBERTO, Sérgio. O mundo na década de 70. *Manchete*, São Paulo, p. 13-15, 25 mar. 1970. Edição Especial.

ARRUDA, Maria Arminda. *A embalagem do sistema*: a publicidade no capitalismo brasileiro. 2. ed. São Paulo: Edusc, 2004.

ASSOUM, Paul-Laurent. *A Escola de Frankfurt*. São Paulo: Ática, 1991.

BAER, Werner. *A economia brasileira*. São Paulo: Nobel, 1996.

BARBOSA, Marialva. Paradigmas de construção do campo comunicacional. In: WEBER, Maria Helena et al. *Tensões e objetos da pesquisa em comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. Disseminação da teoria crítica na universidade brasileira: estudo de caso do grupo comunicacional da UNB. In: MELO, José Marques; GOBBI, Maria Cristina (Org.). *Pensamento comunicacional latino-americano*: da pesquisa denúncia ao pragmatismo utópico. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004a.

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. Luiz Beltrão: perfil intelectual. In: HOHLFELDT, Antonio; GOBBI, Maria Cristina (Org.). *Teoria da comunicação*: antologia de pesquisadores brasileiros. Porto Alegre: Sulina, 2004b.

BASTOS, Elide Rugai. Pensamento social da Escola Sociológica Paulista. In: MICELI, Sérgio (Org.). *O que ler na ciência social brasileira (1970-2002)*. São Paulo: Editora Sumaré; Brasília: Capes, 2002.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: COLEÇÃO os Pensadores: Benjamin, Adorno, Horkheimer, Habermas. São Paulo: Victor Civita, 1980.

BOLAÑO, César. *Indústria cultural, informação e capitalismo*. São Paulo: Hucitec; Polis, 2000.

BOSI, Ecléa. *Cultura de massa e cultura popular*: leituras de operárias. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 1986.

CALDAS, Waldenyr. *Acorde na aurora*: música sertaneja e indústria cultural. São Paulo: Ed. Nacional, 1977.

CANO, Wilson. Brasil: o sonho acabou? In: SOBERANIA e política econômica na América Latina. São Paulo: Editora Unesp, 2000.

CAPARELLI, Sérgio. *Comunicação de massa sem massa*. 3. ed. São Paulo: Summus, 1986.

CARVALHO, Katia de. Revista Tempo Brasileiro, 20 anos: Índice Geral. *Revista Tempo Brasileiro*, Rio de Janeiro, n. 71, p. 91-146, out./dez. 1982.

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

COHN, Gabriel. *Sociologia da Comunicação*: teoria e ideologia. São Paulo: Pioneira, 1973.

_____. *Comunicação e indústria cultural*: leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações de opinião pública, propaganda e cultura de massa nessa sociedade. 4. ed. São Paulo: Ed. Nacional, 1978.

_____. Introdução: Adorno e a teoria crítica da sociedade. In: COHN, Gabriel (Org.). *Theodor W. Adorno*. *Coleção Grandes Cientistas Sociais*. São Paulo: Ática, 1986.

_____. Difícil reconciliação: Adorno e a dialética da cultura. *Lua Nova*, São Paulo, n. 20, p. 5-18, maio 1990.

_____. Esclarecimento e ofuscação: Adorno e Horkheimer hoje. *Lua Nova*, São Paulo, v. 43, n. 43, p. 5-24, 1998.

COSTA, Diogo Valença. *As raízes ideológicas da sociologia de Florestan Fernandes*: socialismo e crítica da dependência cultural nas ciências sociais brasileira. Parte II. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009.

COUTINHO, Carlos Nelson. Dois momentos brasileiros da escola de Frankfurt. In: CULTURA e sociedade no Brasil: ensaios sobre ideias e formas. Belo Horizonte: Oficina de Livros, 1990.

DUARTE, Rodrigo. *Teoria crítica da indústria cultural*. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2003.

FERNANDES, Florestan. *A condição de sociólogo*. São Paulo: Hucitec, 1978.

FONSECA, Virgínia da Silveira. Indústrias culturais e capitalismo no Brasil. *Revista Em Questão*, Porto Alegre, v. 9, n. 2, p. 309-326, jul./dez. 2003.

GOBBI, Maria Cristina. Introdução: Contribuições brasileiras para os estudos comunicacionais. In: HOHLFELDT, Antonio; GOBBI, Maria Cristina (Org.). *Teoria da comunicação*: antologia de pesquisadores brasileiros. Porto Alegre: Sulina, 2004.

GUIMARÃES, Antônio Sérgio Alfredo. Classes sociais. In: MICELI, Sérgio (Org.). *O que ler na ciência social brasileira (1970-1995)*: Sociologia. São Paulo: Ed. Sumaré; Brasília: Capes, 1999.

HABERT, Nadine. *A década de 70: apogeu e crise da ditadura militar brasileira*. São Paulo: Ática, 1992. (Série Princípios).

HAMBURGER, Esther I. Indústria cultural brasileira (vista daqui e de fora). In: MICELI, Sérgio (Org.). *O que ler na ciência social brasileira (1970-2002)*. São Paulo: Ed. Sumaré; Brasília: Capes, 2002.

HORKHEIMER, Marx. *Teoria Crítica I*. São Paulo: Perspectiva, 1990.

IANNI, Octávio. *Imperialismo e cultura*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1976.

JACKSON, Luiz Carlos. Tensões e disputas na sociologia paulista (1940-1970). *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 22, n. 65, out. 2007.

JAMBEIRO, Othon. *Canção de massa*: as condições da produção. São Paulo: Pioneira, 1975.

LIMA, Luiz Costa (Org.). *Teoria da cultura de massa*. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

LIMA, Venício A. A contribuição de G. Cohn para os estudos dos mídias no Brasil: um depoimento. In: WAIZBORT, Leopoldo. *A ousadia crítica*: ensaios para Gabriel Cohn. Londrina: Ed. UEL, 1998.

MARCUSE, Herbert. *A ideologia da sociedade industrial*. 6. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

MATOS, Heloiza. Propaganda oficial do Regime Militar no governo Médici. *Comunicare: Revista de Pesquisa*, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 19-22, 2º semestre 2004.

MELO, José Marques. A pesquisa em comunicação: trajetória latino-americana. In: COMUNICAÇÃO: teoria e política. São Paulo: Summus, 1985.

_____. Pensamento comunicacional luso-brasileiro. In: HISTÓRIA do pensamento comunicacional: cenários e personagens. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. Imprensa e capitalismo dependente. In: HOHLFELDT, Antonio; GOBBI, Maria Cristina (Org.). *Teoria da comunicação*: antologia de pesquisadores brasileiros. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MICELI, Sérgio. Teoria e prática da política cultural oficial no Brasil. In: _____ (Org.). *Estado e cultura no Brasil*. São Paulo: Difel, 1984.

MIRANDA, Orlando. *Tio Patinhas e os mitos da comunicação*. 2. ed. São Paulo: Summus, 1978.

_____. Comunicação, linguagem e significado. In: WAIZBORT, Leopoldo. *A ousadia crítica*: ensaios para Gabriel Cohn. Londrina: Ed. UEL, 1998.

MUTZENBERG, Remo; ROCHA, Maria Eduarda da Mota; SOARES, Paulo Marcondes Ferreira. Theodor W. Adorno: pensar contra o pensamento é pensar o que desagrada ser pensado. In: RIBEIRO, Adélia Miglievich; SOBOTTKA, Emil Albert; MUTZENBERG, Remo et al (Orgs.). *A modernidade como desafio teórico*: ensaios sobre o pensamento social alemão. Porto Alegre: Edipucrs, 2008.

ORTIZ, Renato. A Escola de Frankfurt e a questão da cultura. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 1, n. 1, São Paulo, 1986.

_____. *A moderna tradição brasileira*: cultura brasileira e indústria cultural. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PESSOA, Ana Carolina Temer. Críticas à teoria crítica: repensando o impacto dos frankfurtianos nos estudos brasileiros de comunicação. In: MELO, José Marques; GOBBI, Maria Cristina (Org.). *Pensamento comunicacional Latino-americano*: da pesquisa denúncia ao pragmatismo utópico. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.

REIS, Daniel Aarão. *Ditadura Militar, esquerdas e sociedade*. 3. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

RIDENTE, Marcelo. Artistas e intelectuais no Brasil pós-1960. *Tempo Brasileiro*: revista de sociologia da USP, São Paulo, v. 17, n. 1, p. 81-110, 2005.

ROCHA, Maria Eduarda da Mota. Sob o signo da prosperidade: a publicidade brasileira depois do golpe. In: *A nova retórica do grande capital: a publicidade brasileira em tempos neoliberais*. 2004. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

ROMANCINI, Richard. *O campo científico da comunicação no Brasil*. V. 1. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Arte, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

RÜDIGER, Francisco. Discussão sobre o receptor ativo na Escola de Frankfurt. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n.8, p. 63-70, jul. 1998a.

_____. Comunicação e indústria cultural: a fortuna da teoria crítica nos estudos de mídia brasileiros. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 21, n. 2, p. 13-25, jul./dez. 1998b.

SCHWARZ, Roberto. Nacional por substituição. In: BORNHEIM, Gerd; BOSI, Alfredo et al. *Cultura brasileira*: tradição/contradição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar; Funarte, 1987.

_____. As ideias fora do lugar. In: AO VENCEDOR as batatas: forma literária e processo social do romance brasileiro. 3. ed. São Paulo: Duas Cidades, 1988.

SILVEIRA, Alex Ricardo Medeiros. Da massa à cultura: notas para uma sociologia da comunicação. *Estudos de Sociologia*: Revista do Programa de Pós-graduação de Sociologia da UFPE, Recife, v. 11, n. 1-2, jan./dez. 2005.

SOARES, Paulo Marcondes Ferreira. Tópicos de uma teoria social crítica da comunicação de massa. *Estudos de Sociologia*: Revista do Programa de Pós-graduação em Sociologia da UFPE, Recife, v. 4, n.1, 1998.

SOARES, Jorge Coelho. *Marcuse e o Brasil*. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=267>. Acesso em: 18 ago. 2008

TASCHNER, Gisela. *Do jornalismo político à indústria cultural.* São Paulo: Summus, 1987.

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

TAVARES, Maria da Comunicação; ASSIS, J. Carlos. *O grande salto para o caos*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 1985.

RESUMO

O artigo objetiva discutir como se deu a relação entre a emergência da sociologia da comunicação no Brasil dos anos 1970 e a recepção da Teoria da Indústria Cultural formulada por Adorno e Horkheimer. O arcabouço teórico do texto foi construído em dois sentidos: primeiro, analisar a conjuntura sócio-histórica da sociedade brasileira do período; e, segundo, analisar a recepção do conceito de indústria cultural pelo Grupo Paulista de Sociologia da Comunicação da Universidade de São Paulo, que tanto agrega a perspectiva sociológica da comunicação quanto a teoria desenvolvida pelos frankfurtianos.

Palavras-chave: Sociologia da comunicação. Universidade de São Paulo.Teoria da Indústria Cultural. Escola de Frankfurt.

ABSTRACT

This article discusses the relationship between the emergence of Brazilian Sociology of Communication in the 1970s and the arrival of Cultural Industry Theory as formulated by Adorno and Horkheimer. The theoretical framework of the piece was built around two views: firstly via an analysis of the period's socio-historical situation of Brazilian society, and secondly via an analysis of the acceptance of the concepts of Cultural Industry Theory by the Sociology of Communication Group at the University of São Paulo. The group aggregates the sociological perspective of the Communication Theory as well as theory developed by the Frankfurt School.

Keywords: Sociology of Ccommunication. São Paulo University Theory of Cultural Industry. School of Frankfurt.