

A Escola de Frankfurt na Teoria da Comunicação: um estudo das apropriações e ausências nos livros-texto publicados entre 1967 e 2018¹

The Frankfurt School in Communication Theory: a study of appropriations and absences in textbooks (1967-2018)

Luís Mauro de Sá Martino²

Resumo: Nas proximidades do ano em que o Instituto de Pesquisa Social da Universidade de Frankfurt completa cem anos de sua fundação, quais são as inscrições de seu pensamento nas Teorias da Comunicação? Este texto delinea alguns aspectos da presença da Escola de Frankfurt na Teoria da Comunicação, tomando como ponto de partida o exame dos 37 livros publicados com esse título entre 1967 e 2018. A análise desses livros sugere três principais dimensões desse processo: (1) o discurso frankfurtiano, embora em circulação desde o final dos anos 1960, só é incorporado no fim dos anos 1990 aos livros de Teoria da Comunicação; (2) essa presença se dá, marcadamente, a partir do conceito de “Indústria Cultural”, de Adorno e Horkheimer; (3) em menor escala, há a presença de Benjamin, na noção de “aura”, e da ideia de “esfera pública”, de Habermas. Esses pontos são pensados a partir do ensino e da epistemologia da Comunicação.

Palavras-chave: Escola de Frankfurt; Teoria da Comunicação; Mídia; Epistemologia.

Abstract: Around the year in which the Institute for Social Research at the University of Frankfurt completes a century of its foundation, what are the inscriptions of your thoughts in Communication Theories? This text outlines some aspects of the presence of the Frankfurt School in Communication Theory, taking as a starting point the examination of the 37 books published with that title between 1967 and 2018. The analysis of these books suggests three main dimensions of this process: (1) the Frankfurtian discourse, although in circulation since the late 1960s, was only incorporated into Communication Theory books in the late 1990s; (2) this presence is markedly based on the concept of “Cultural Industry”, by Adorno and Horkheimer; (3) on a smaller scale, there is the presence of Benjamin, in the notion of “aura”, and of Habermas’ idea of “public sphere”. These points are thought from the teaching and epistemology of Communication.

Keywords: Frankfurt School; Communication theory; Media; Epistemology.

Introdução

Não deixa de haver talvez uma certa dose de ironia no fato de que uma das principais teorias da Comunicação não tenha, em sua origem, um vínculo direto com os estudos da Área. Os estudos associados à Escola de Frankfurt, embora nem sempre tenham se dedicado aos fenômenos comunicacionais, fincaram raízes profundas na pesquisa em Comunicação.

¹ Este trabalho tem origem em uma comunicação oral apresentada no Colóquio "Escola de Frankfurt, 100 anos", realizado na Universidade Tuiuti do Paraná em agosto de 2023. Este texto foi desenvolvido posteriormente, não existindo, desse modo, publicação de nenhum tipo. O trabalho é parcialmente baseado em dados de pesquisa realizada com auxílio do CNPq – Processo 311528/2019-8 (Encerrado) e Processo 305133/2022-5 (em andamento).

² Doutor em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), Brasil. Atualmente é professor na Faculdade Cásper Líbero, Brasil. E-mail: lmsamartino@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5099-1741>

Historicamente, isso parece ter se dado a partir de uma leitura que sublinhou a crítica à mídia como modo de pensar também a sociedade.

Nos espaços de investigação da Área, expressões como “Frankfurt”, “Teoria Crítica”, “Indústria Cultural” ou o adjetivo “frankfurtiano” parecem ser imediatamente compreensíveis como sinônimo de uma perspectiva crítica da mídia. Para além desse aparente consenso inicial, as perspectivas variam, indo desde um diálogo crítico e produtivo com suas concepções até a redução a um pessimismo em relação à mídia e à comunicação – neste último caso, “frankfurtiano” se torna sinônimo, talvez com ressonâncias da obra de Eco (1995), de “apocalíptico”.

No cotidiano das atividades de ensino e pesquisa em Teoria da Comunicação, essas diferenças de apropriação podem gerar, imediatamente, uma questão: de qual Escola de Frankfurt se está falando na Teoria da Comunicação? A questão se mostra particularmente importante quando se considera, com Slater (1978) e Freitag (1986) que essa nomenclatura é uma atribuição um pouco genérica e bastante posterior ao momento de formação de um grupo ligado ao Instituto de Pesquisa Social, em Frankfurt.

Esse questionamento se apoia, igualmente, na busca por entender de que maneira um conjunto amplo de ideias ligadas originalmente à Filosofia e à Sociologia, percorrendo a obra de pelo menos uma dezena de pesquisadores ao longo de décadas, espalhada em dezenas de publicações, se tornou a “Escola de Frankfurt” na Teoria da Comunicação, algo imediatamente reconhecida por seu pensamento “crítico” da mídia.

Para uma distinção inicial, fala-se aqui em “teorias da comunicação” em minúsculas, para indicar o conjunto de teorias voltadas (ou apropriadas) para o estudo de fenômenos comunicacionais, enquanto “Teoria da Comunicação”, em maiúsculas, designa a disciplina universitária e área de estudos.

Pode-se argumentar que autores ligados ao grupo dedicaram estudos ao tema, como o ensaio pioneiro de Horkheimer (2009) intitulado “Arte e Cultura de Massa”, publicado em 1936 e no qual figura a expressão “Indústria Cultural”, passando pelo capítulo dedicado ao assunto na “Dialética do Esclarecimento” até chegar nos ensaios de Adorno sobre o tema, sem mencionar as referências de Benjamin. No entanto, há toda uma série de outras entradas temáticas possíveis que não se tornaram, efetivamente, “Teoria da Comunicação”.

Este texto nasce de uma inquietação, ou uma curiosidade, nascida das práticas de sala de aula no ensino da disciplina “Teoria da Comunicação” a respeito da constituição do que poderia ser entendido como uma espécie de “cânone” desses estudos. O exame desse material

mostra, com força, a incorporação da Escola de Frankfurt como parte dos tópicos a serem incluídos na disciplina (MARTINO, 2009; 2012; 2017).

Nesse aspecto, quando, na sala de aula, nos deparamos com os programas de Teoria da Comunicação, nem sempre nos perguntamos o que levou a inclusão de um determinado tema ou quais foram as condições que presidiram a chegada ou a incorporação de uma ideia. Desnaturalizar esse cânone, problematizá-lo e pensar em alternativas parecem ser tarefas constantes para a dinâmica do ensino e pesquisa em Teoria da Comunicação. Evidentemente, essa pergunta não é feita “de fora”, mas a partir da experiência do ensino e pesquisa em teoria da comunicação.

O objeto empírico do estudo são os livros intitulados “Teoria da Comunicação”, a partir daquela que parece ser a primeira obra com este título, publicada por Sérgio Vellozo (1967) até a mais recente, de Ciro Marcondes Filho (2016). São, no total, 36 livros publicados com esse título, dos quais 14 trazem, em alguma medida, menções à Escola de Frankfurt.

Em termos secundários, foram examinados os artigos publicados entre 1978 e 2018 em quatro revistas científicas da Área de Comunicação (Intercom, Logos, Famecos e Matrizes), selecionadas por sua longevidade – todas são publicadas há pelo menos quinze anos. Esses periódicos focalizam a comunicação de um ponto de vista abrangente – não há, por exemplo, recortes editoriais específicos como fotografia ou jornalismo. Isso permite observá-las como um microcosmos das pesquisas da Área, levando-se em conta, evidentemente, o fato de se tratar de uma amostra limitada. Foram examinados, no caso, artigos sobre epistemologia da Comunicação ou voltados diretamente à discussão do pensamento de autores vinculados à Escola de Frankfurt. Por razões de espaço, não estão presentes no texto aqui todos títulos de artigo tomados enquanto objetos empíricos.

Vale uma ressalva: “teoria da comunicação” certamente pode ir além do conteúdo desses livros, e poderia contemplar outros aspectos do panorama em comunicação. No entanto, com o risco de incorrer em uma tautologia, pode-se considerar que, se determinado tema figura em um livro com esse título, é porque foi considerado, em algum momento, como sendo uma teoria da comunicação.

Note-se que o objetivo aqui não é estudar a recepção da Escola de Frankfurt no Brasil, em recortes variados, como fazem, por exemplo, Camargo (2014), França (2015) ou Saia (2017). De modo semelhante, não se trata de fazer uma apresentação de seus pressupostos mais importantes, no sentido trabalhado por Ortiz (1986), Freitag (1986), Wieggerhaus (2004) ou Jay (2021). Embora dialogue com essas produções, este texto procura um recorte semelhante

aos de Rüdiger (1998) ou Berger (1999) a respeito das apropriações desse pensamento na Comunicação. Em relação a esses textos, vale destacar, procura-se aqui um recorte diferente, pautado no olhar sobre as obras intituladas “Teoria da Comunicação”.

Por seu turno, estudos sobre o ensino de Teoria da Comunicação parecem se pautar na identificação de uma problemática constante referente aos seus componentes, seja pensada em termos de uma Área do Conhecimento, seja em termos de uma disciplina acadêmica. A progressão dos estudos de Santaella (1982), Epstein (1987), Baptista (2003), Santos (2005), Benin (2005), Temer (2007), Martino (2009; 2012) e Russi-Duarte (2010) sugere que essas questões estão longe de ser objeto de algum consenso - e o problema, como sugerem Hickson e Starks (1993) ou Heisler e Discenna (2005), não se resume ao cenário brasileiro.

É a partir dessas considerações que se pode retomar, em síntese, a pergunta inicial deste texto: como a Escola de Frankfurt vem sendo apropriada nos estudos brasileiros de teoria da comunicação, tomando como base os livros publicados com esse título? No que se segue, essa presença é trabalhada em três dimensões: (1) a incorporação tardia ao cânone de um discurso já em circulação; (2) o predomínio do conceito de “indústria cultural” e (3) a presença, em menor escala, de Benjamin e Habermas associados a esse grupo.

2 Os caminhos iniciais e a incorporação à Área

Retomando um argumento pensado em outros espaços e discussões sobre a historicidade das Teorias da Comunicação, vale pensar na indicação de Bachelard (2006), para quem o estudo de uma área não pode prescindir de sua história – mas uma história não vista em termos da apropriação do fato como se fosse dotado de uma força “objetiva”, ou apenas enquanto um fato desprovido de todas as suas ligações. Ao contrário, trata-se de procurar entender a história da sua área como um conjunto de acertos e erros, tentativas e abandonos, esboços e buscas pela constituição de modos de pensar.

Talvez não seja uma coincidência que, anos depois, Michel Foucault (2001; 2004) retome essa questão, justamente ao se perguntar pela formação de uma episteme: como recorda Tiago Quiroga (2015), a formação de uma episteme comunicacional passa também pela pergunta a respeito da formação de um cânone sobre teoria da comunicação, partindo do princípio de que a Teoria da Comunicação nem sempre foi o que ela é hoje.

Qual o lugar da Escola de Frankfurt dentro desse cânone, pensado em sua temporalidade? É importante lembrar, para esboçar uma resposta para essa questão, que se trata

de um cânone marcado por uma imensa dispersão de temas, conceitos e teorias vindas das mais diversas origens, que gravita ao redor de um núcleo um pouco mais reduzido de cinco ou seis grandes movimentos teóricos que, de alguma maneira, encontram uma acolhida um pouco mais ampla – embora longe de atingir algum consenso ou reconhecimento em todo o cânone das Teorias da Comunicação.

Esse núcleo, em linhas gerais, é constituído pelo que se chama, conforme o caso de “Escolas Norte-Americanas”, “Mass communication research” ou “Funcionalismo”, seguido, como indicado, pela Escola de Frankfurt, às vezes detalhada em alguns de seus desdobramentos, seguido por McLuhan, às vezes indicado como “Teoria dos Meios” e, para fechar, “Estudos Culturais”, “Escolas Latino-Americanas” ou “Teoria das Mediações”.

Fora esses itens, nota-se uma dispersão intensa, caracterizada muitas vezes por uma certa justaposição temática, conceitual e mesmo disciplinar, sem necessariamente a existência de trânsitos ou intersecções entre elas. Chama a atenção, no entanto, a inclusão da Escola de Frankfurt nesse cânone, de uma maneira marcante, sobretudo em livros publicados a partir de 1998. Dessa maneira, a pergunta sobre quando e como ela é apropriada ou inscrita no discurso teórico sobre comunicação nasce da observação de uma presença constante dentro de um universo bem mais amplo e disperso. De certo ponto de vista, seria possível dizer que a Escola de Frankfurt é um dos discursos teóricos mais bem-sucedidos em termos de sua apropriação – mesmo em termos críticos – nos estudos de Comunicação.

Trata-se, no entanto, de uma apropriação relativamente tardia. Ela aparece pela primeira vez em dois livros, um intitulado “Introdução à Teoria da Comunicação”, de Francisco Rüdiger (1997), e, no ano seguinte, “Tópicos de Teoria da Comunicação” de Pedro Gilberto Gomes (1997). Esses dois livros já são dos anos 1990 e 2000. Isso significa que houve toda uma produção entre 1967 e 1997, 30 anos de produção sobre teoria da comunicação na qual a Escola de Frankfurt ainda não estava presente, ou, por assim dizer, oficialmente chancelada no cânone.

É possível lembrar, no entanto, de um texto de Lima (1983), intitulado justamente “(Re)pensando as teorias da comunicação: notas para um debate”. Nesse texto, Lima já indica a possibilidade, ou a ideia de estudar a comunicação enquanto ciência crítica, mencionando a Escola de Frankfurt:

A origem desta tradição teórica específica dentro do materialismo histórico está sendo identificada aqui com os estudos da Escola de Frankfurt, particularmente com o texto clássico de Horkheimer e Adorno sobre “indústria cultural” em 1947. A partir daí identifica-se toda uma linha de estudos denominada indistintamente “abordagem institucional” ou “economia política da comunicação” que centra sua análise crítica

nas instituições de comunicação – nos **media**, em particular- como expressão da sociedade de classe em que funcionam (LIMA, 1983, p. 97, grifos do autor).

Embora uma pesquisa capaz de responder as razões desse hiato seja ainda necessária, pode-se supor que existiu um intervalo de, pelo menos 20 anos, entre a utilização da Escola de Frankfurt como teoria da comunicação e a sua institucionalização enquanto parte da literatura com esse título.

A presença de uma teoria na área não é sinônimo de sua institucionalização imediata. Há uma menção em 1983, mas ainda se passará mais de uma década e meia até sua incorporação nos livros da Área. Isso acontece, mas essas menções ainda não aparecem no *corpus* de livros da área, o que significa, o seu permite sugerir, que essa incorporação tende a ser mais tardia, quando a Escola de Frankfurt já é uma referência quase que incontornável dentro do pensamento comunicacional, como lembra Rudiger (1998). No entanto, os livros de Teoria da Comunicação, nesse momento, ainda não traziam essa referência.

Como a escola de Frankfurt aportar na área antes de chegar aos próprios livros? Ao que parece, existe um hiato, e é possível perguntar suas razões. Ao que tudo indica, uma das primeiras formas de presença da Escola de Frankfurt no Brasil foi, em uma revista chamada “Civilização Brasileira” publicada pela editora Civilização Brasileira, naquele momento entre os anos 1960 e 1970, um dos espaços mais importantes do pensamento de esquerda no Brasil (CZAJKA, 2010). Foi em 1968, em um dos números dessa revista que, pela primeira vez, aparece, em língua portuguesa o ensaio de Walter Benjamin “A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica” (BENJAMIN, 1968). O artigo é publicado num número especial da revista Civilização Brasileira sobre cinema – a Escola de Frankfurt aporta no Brasil a partir de sua relação com um meio de comunicação. O ano é sintomático: a Teoria Crítica chega durante o regime militar.

Em 1969, aparece um livro de Gabriel Cohn intitulado “Sociologia da Comunicação”. Publicado pela Editora Pioneira, de São Paulo, é o primeiro a trazer o pensamento frankfurtiano por Brasil, trabalhando numa perspectiva crítica da sociedade. A obra marca época no sentido de pensar em primeiro lugar uma sociologia da comunicação como um fenômeno institucional, mas também material e, mais ainda, como um fenômeno ligado a uma sociedade de classes que se objetiva, naquele momento, em termos comunicacionais, como uma sociedade de massas.

Vale questionar algumas razões desse foco. Evidentemente já se falava de comunicação no Brasil naquela época, mas a perspectiva era fundamentalmente da Teoria da Informação. Tomando-se outro livro da mesma época, “Informação, Linguagem, Comunicação”, de Décio

Pignatari (1967), o que se encontra é um tratado de semiótica e teoria da informação – havia, na época, uma considerável sobreposição entre esses dois domínios do saber; seria necessário esperar pelo menos dez anos até sua separação no âmbito dos estudos brasileiros de mídia. Tomando como referência o estudo de Lins da Silva (1980; 1986), é a partir desse momento que o estudo da Teoria da Comunicação deixa de lado essa referência mais específica à Semiótica e à Teoria da Informação para incorporar perspectivas originárias das Ciências Sociais e da Filosofia.

Desse modo, quando se pensa em um delineamento dos estudos de comunicação naquele momento inicial, vale recordar que um dos pontos principais eram estudos do que, naquele momento, se chamaria de “código”, da “mensagem”, do “signo”. O livro de Gabriel Cohn (1969), nesse sentido, traz uma outra possibilidade, a condição de pensar a comunicação não mais enquanto parte de uma materialidade sógnica-informacional, mas enquanto parte de um discurso crítico mais amplo sobre a sociedade.

Não é coincidência que, naquele mesmo ano de 1969, outro livro é publicado sobre um assunto semelhante. Trata-se, como mencionado, da coletânea “Teoria da Cultura de Massa”, de Luiz Costa Lima (1979). Essa parece ser a primeira vez em que se pode observar a incorporação da escola de Frankfurt, não mais apenas em relação ao cinema, como no momento anterior, mas para estudar uma sociedade pautada pela cultura de massa. O próprio título do livro já traz essa apropriação. Há, naquele momento, uma preocupação em compreender, de maneira crítica, as novas condições trazidas pelo progressivo domínio da televisão como modelo hegemônico de comunicação, não apenas no aspecto midiático e técnico do barateamento dos aparelhos, mas, sobretudo, em termos das condições de produção dos programas e, em particular, de seu conteúdo. A consolidação das matrizes empresariais de produção no âmbito da mídia, como recorda Ortiz (1986), permite não apenas à televisão se tornar o principal meio, mas testemunha uma expansão sem precedentes das empresas de comunicação.

Trata-se, exatamente, das condições materiais examinadas criticamente por Adorno e Horkheimer na ressalva a respeito da transformação da cultura em um produto – a tese da Indústria Cultural aparece com força no artigo selecionado por Lima para seu livro.

Desse modo, não é de estranhar a proximidade de datas entre o livro autoral de Cohn (1969), a coletânea de Lima (1969) e um terceiro volume, outra coletânea, organizada por Cohn (1971), “Comunicação e Indústria Cultural”. Nesse livro é possível observar as primeiras intersecções da Escola de Frankfurt no pensamento comunicacional. Assim, tendo em mente as

ressalvas relativas ao estabelecimento de datas, seria possível indicar esses anos entre 1969 e 1971 como o momento dos primeiros aportes da Escola de Frankfurt no âmbito dos estudos de Comunicação.

Trata-se de uma presença bastante sólida: a análise crítica das produções indústria cultural dará um dos nortes da pesquisa em Comunicação na década seguinte, em que pesem, desde aquele momento, contestações como as de Lins da Silva (1980; 1986) no sentido de trazer para essa discussão uma perspectiva mais nuançada, que levasse em consideração as possibilidades de resistência do público aos produtos da indústria cultural a partir do conceito de hegemonia de Gramsci (1978).

Essa presença também é marcada, nesse primeiro momento, por uma certa unilateralidade a respeito do significado da Teoria Crítica. Uma primeira indicação do cenário, embora não se restrinja aos estudos de Comunicação, é oferecido por Camargo (2014, p. 129) ao dividir a recepção da Teoria Crítica em três momentos: de 1968 até 1978, marcada pela presença sobretudo dos ensaios de Adorno, Horkheimer, Benjamin e Marcuse; a segunda, entre 1979 e 1993, pautada por uma maior discussão da obra de Habermas e, finalmente, uma terceira, iniciada em 1994 e seguindo até o presente, marcada pela divulgação mais ampla de outros matizes desse pensamento, bem como por uma crítica de seus pressupostos e propostas.

3 A consolidação e o predomínio do conceito de Indústria Cultural

A observação dessa presença inicial permite mudar um pouco o foco da pergunta. Qual escola de Frankfurt é trazida nos estudos de Comunicação? Vale, para delinear uma eventual resposta, considerar um pouco mais de perto essa questão.

Na coletânea de Lima (1969), como dito, encontra-se o capítulo sobre Indústria Cultural publicado na “Dialética do Esclarecimento”, de Adorno e Horkheimer, originalmente de 1944, além de “A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica”, de Benjamin, de 1935. No livro de Cohn (1971), trata-se de um texto de Adorno, uma palestra radiofônica comentando a ideia de Indústria Cultural – trata-se, aliás, de uma produção tardia, já de 1968. Aparece um outro texto, também de Adorno, sobre a televisão, e um capítulo de “Mudança Estrutural na Esfera Pública”, de Habermas, publicado em 1962.

É curioso que esses livros parecem indicar qual será a apropriação da Escola de Frankfurt, oferecendo uma espécie de direcionamento das apropriações posteriores. Dito de outra maneira, nas décadas seguintes, a Escola de Frankfurt tende a ser apropriada como Teoria

da Comunicação quase que exclusivamente desses três aspectos – os conceitos de “Indústria Cultural”, “Reprodutibilidade Técnica” e “Esfera Pública”.

Há um ponto a considerar: a quantidade de traduções disponíveis no mercado. Os textos presentes nessas coletâneas parecem ter sido, durante décadas, o principal material para consulta a respeito da produção associada à Escola de Frankfurt.

Na coleção “Os pensadores”, publicada pela Editora Abril nos anos 1970, há um volume dedicado a Adorno, Horkheimer, Benjamin e Habermas, no qual aparecem, pela primeira vez, entre outros, textos como “Teoria tradicional e teoria crítica”, de Horkheimer, “O fetichismo na música e a regressão da audição”, de Adorno, “A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica”, de Benjamin, e trechos de “Conhecimento e Interesse”, de Habermas. Note-se o acesso a essa obra passa a ser restrito a bibliotecas e lojas de livros usados: que esse volume deixará de ser publicado nas edições subsequentes da coleção publicadas nas décadas de 1980, 1990 e 2000. Há, nessas versões, apenas um volume dedicado a Adorno.

Some-se, nos anos 1980, a publicação da “Dialética do Esclarecimento”, de Adorno e Horkheimer (1989), pela editora Jorge Zahar; de uma coletânea de Benjamin, “Obras escolhidas”, em três volumes, pela Brasiliense (1990); e de “Mudança Estrutural da Esfera Pública”, de Habermas (1984), pela Tempo Brasileiro – anterior em cerca de uma década à primeira tradução inglesa da obra. Fora isso, as demais obras associadas à Escola de Frankfurt não parecem ter sido conhecidas senão a partir de comentaristas e referências.

Nesse cenário, em linhas gerais, a Teoria Crítica passa a ser uma espécie de sinônimo de indústria cultural, e é dessa maneira que o assunto vai ser incorporado nos livros de teoria da comunicação estudados neste texto.

Representativo disso é o livro de Roberto Moreira (1979), intitulado “Teoria da Comunicação: ideologia e utopia”, é a primeira obra com esse título a trazer uma discussão ampla sobre a Escola de Frankfurt a partir da ideia de Indústria Cultural. Sua argumentação se dirige a uma crítica das mudanças provocadas pelo capitalismo na esfera da cultura, transformada em um instrumento de dominação das massas.

Ao que se pode observar, essa perspectiva parece criar uma ligação no sentido de pensar Teoria Crítica como sinônimo de “negativismo” – o sentido do “apocalíptico”. A noção de crítica às vezes não parece ser tomada no sentido de questionamento autorreflexivo, pautada em uma perspectiva filosófica, mas na crítica enquanto recusa ou negação (MOGENDORFF, 2012).

Desse modo, Adorno e Horkheimer parecem ter sido majoritariamente apropriados no âmbito da Teoria da Comunicação – mas sobretudo Adorno: vale notar que, como ponto de reflexão, que as concepções de Horkheimer parecem ter tido menos sucesso, em termos de apropriação, do que Adorno, como se pode notar pelo número de traduções de suas obras bem como pela literatura secundária (RÜDIGER, 1997; MOGENDORFF, 2012).

No limite, Adorno e Horkheimer são apresentados como autores “pessimistas”, que “não gostam de televisão”, “não gostam de música popular”, sendo defensores de uma suposta “alta cultura”. Rüdiger (2001, p. 144) sintetiza essa visão lembrando que “a leitura apressada desses autores pretende que eles foram contra a cultura popular, a mídia e a tecnologia. Entretanto, convém notar que entre ser contra e ser crítico há uma enorme diferença”.

Quando tornado sinônimo de “Escola de Frankfurt”, como acontece nos livros-texto estudados aqui, esse tipo de apropriação parece retirar muito do potencial hermenêutico a ser explorado caso fosse possível contextualizar essas questões na crítica ao Iluminismo pautada em crítica com raízes ao mesmo tempo no marxismo e na psicanálise. A julgar pela maneira como os livros apresentam a questão, esses pontos nem sempre são ressaltados como questões relevantes de contexto.

O fato de o termo Indústria Cultural estar presente em todos os textos de comunicação da época não imprime unidade de análise aos autores nem os filia, automaticamente, à escola de Frankfurt que conceituou assim o fenômeno. Para alguns o termo permite a descrição do funcionamento da produção industrial da cultura. Para outros, a cultura se transforma em ideologia ao ser veiculada na Indústria Cultural (BERGER, 1999, p. 6).

Esse tipo de incorporação unilateral da noção de “indústria cultural” nos livros-texto de Teoria da Comunicação estudados aqui nem sempre abre espaço para se discutir suas formas contemporâneas. Vale notar, como ponto de inflexão para pesquisas futuras, em que medida alguns pressupostos da Escola de Frankfurt, sobretudo a ideia de “indústria cultural” não vem sendo apropriados e esvaziados de sentido no pensamento capitalista contemporâneo. Por exemplo, no uso, por organizações comprometidas com modelos neoliberais, da expressão “pensamento crítico”, ou da proximidade entre a noção de “indústria cultural” e “indústrias criativas” ou “economia criativa”. Talvez não deixe de ser paradoxal encontrar elementos de “crítica”, nesse sentido de apropriação, em uma lógica que, curiosamente, era o principal objeto de questionamento de Adorno e Horkheimer.

Essa leitura parece ocupar boa parte da literatura sobre teoria da comunicação dedicada à Escola de Frankfurt nos livros publicados de 1998 até agora.

4 Além do conceito de Indústria Cultural: Benjamin e Habermas

Vale, neste terceiro momento, considerar um outro aspecto. Até agora tratou-se “Escola de Frankfurt” como sinônimo de Adorno e Horkheimer, com menor referência a Benjamin, por conta do espaço dedicado a esses três autores nos livros de Teoria da Comunicação. Existem, no entanto, obras que vão conferir um lugar mais amplo a Benjamin, além de trazer para a discussão alguns conceitos de Habermas.

Note-se, igualmente, a ausência de outros nomes associados de maneira mais ou menos direta à Escola de Frankfurt ou às suas imediações intelectuais, sejam na própria época, seja em termos de descendência. Não há praticamente referências a Sigfried Kracauer, exceto por uma menção em Rüdiger (2001), como teórico do cinema; Herbert Marcuse, que parece ter tido uma recepção mais ampla nos anos 1970, também mencionado apenas uma vez por Gomes (1997).

Pode-se, por conta disso, dirigir o olhar para os modos de incorporação de Benjamin e Habermas no discurso teórico sobre comunicação, tal como objetivado nos livros que compõe o recorte empírico deste texto. Em uma primeira argumentação, seria possível dizer que a inscrição desses autores no pensamento comunicacional acaba, de certo modo, incorrendo na mesma postura que caracteriza a presença de Adorno e Horkheimer: o recorte singular de alguns pontos de seu pensamento, não necessariamente apenas sobre mídia ou comunicação, que ultrapassa uma perspectiva de contexto.

Benjamin, notadamente, é lembrado como autor do ensaio *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*, de onde se destaca a noção de “aura” referida no respectivo estudo. Em alguns casos, nota-se sua apresentação como uma espécie de contraponto a Adorno – não no sentido em que historiografia da Escola de Frankfurt mostra, em termos de atritos no campo profissional e discordâncias teórico-conceituais, mas como alguém que aceitava, ou pelo menos tinha uma visão um pouco mais nuançada, a respeito da cultura de massa. Trata-se de alguém que se refere a Mickey Mouse, fala do cinema e da fotografia e parece incorporar uma crítica mais filigranada da Modernidade, um de seus principais – se não o principal – objeto de estudos. Sua apresentação, em Rüdiger (2001), Santos (2003), Simões e Borelli (2016) e Marcondes Filho (2016), é feita como um autor menos radical do que Adorno em relação à mídia, alguém que aceita algumas produções mas, ao mesmo tempo, guarda uma profunda melancolia pela perda de uma “aura” da obra de arte.

E, finalmente, Habermas. Embora algumas de suas principais apropriações estejam no campo da política, assim como Benjamin teria vínculos no campo da literatura, no âmbito da Teoria da Comunicação, Habermas aparece em Gomes (1997) Rüdiger (1998; 2011) sobretudo pela ideia de “Esfera Pública”, situado às vezes como uma espécie de continuador ou herdeiro de Adorno e Horkheimer, que vai manter uma tradição pessimista em relação ao domínio da publicização. São raros os livros que vão trazer algo da obra mais madura de Habermas sobre a deliberação ou pragmática da linguagem. No *corpus* analisado, a Teoria da Comunicação dialoga sobretudo com o Habermas dos anos 1960 – *Mudança estrutural na esfera pública* é de 1962 –, mas nem sempre suas elaborações posteriores, em particular a *Teoria da Ação Comunicativa*, publicada originalmente no início dos anos 1980.

Ao que parece, nos livros de Teoria da Comunicação não há um olhar mais detalhado para o que se chamaria uma terceira ou mesmo quarta geração da Escola de Frankfurt. É interessante observar que trabalhos recentes de Axel Honneth ou Reiner Forst, embora tenham uma presença importante nos estudos de comunicação política, parecem ainda não ter encontrado espaço no cânone da teoria da comunicação, não sendo mencionados nos livros analisados.

Não deixa de ser sintomático que, nos livros-texto, o que se segue à Escola de Frankfurt “clássica”, por assim dizer, não são esses desdobramentos, mas outras teorias e modelos, dentro de uma disposição cronológica. Algumas dessas teorias, nesse sentido, são apresentadas como alternativas críticas, mas menos negativas, do que a Escola de Frankfurt – que, no limite, parece em alguns momentos ser pensada em termos de um lugar em um imaginário “Museu das Teorias”, de onde sairia eventualmente para uma observação de suas propostas.

Considerações finais

A aceitação da perspectiva frankfurtiana no campo da comunicação no Brasil passou por diversos períodos. Após uma primeira fase de descoberta e incorporação desses teóricos nos anos 1970, os mesmos foram sendo relegados a segundo plano, recebendo inclusive a alcunha de apocalípticos. Posteriormente, na década de 1980 – tendo como ponto de referência a obra de Adorno –, seriam tachados de pessimistas, e a crítica à indústria cultural, esvaziada de seu conteúdo. Já na década seguinte, a teoria foi dada como caduca (MOGENDORFF, 2012, p. 159).

É desse modo que, há cerca de uma década, Mogendorff (2012) sintetizava a presença dos estudos relacionados à Escola de Frankfurt na Área de Comunicação. O cenário parece se reproduzir, com poucas diferenças, no microcosmos da literatura sobre Teoria da Comunicação

publicada entre 1967 e 2018, tal como examinados neste texto. O panorama difere, ao que parece, por sua inclusão enquanto parte do cânone, o que acontece a partir de 1997 – sem, no entanto, existir consenso entre autoras e autores a respeito de quais aspectos da Escola de Frankfurt podem ser incorporados às discussões sobre o ensino da Teoria.

A validade dos estudos da escola de Frankfurt não deixa de ser periodicamente ressaltada, como uma espécie de rememoração de suas contribuições a várias áreas, como fazem, por exemplo, Kellner (1993), Cohn (1998), Bouchindhomme (2003), Morgendorff (2012) ou Fischbach (2016), sobretudo para recordar suas potencialidades interpretativas em relação ao panorama contemporâneo.

Talvez um ponto para futuras pesquisas seria questionar não apenas outras possibilidades de articulação com as propostas da Escola de Frankfurt, inclusive a partir do questionamento do nome, por designar, como lembra Freitag (1986), um grupo de autores que desenvolveu suas obras principais fora de Frankfurt. A publicação das obras completas de Adorno e Habermas, iniciada pela Editora Unesp, bem como a ampliação de textos de Benjamin, Horkheimer e Honneth, por essa e outras editoras, permite pensar em novas maneiras de inscrição dessa perspectiva de pensamento no cânone das teorias da Comunicação. No âmbito micro, mas igualmente representativo, das salas de aula, isso tende a representar uma possibilidade do estabelecimento de novos diálogos com perspectivas mais amplas e questões contemporâneas.

Em termos historiográficos, valeria também perguntar até que ponto as narrativas sobre o desenvolvimento da Escola de Frankfurt não deixam de lado outras contribuições – neste texto, por exemplo, foram citados exclusivamente autores ligados a essa perspectiva, tal como aparecem nos livros estudados.

Evidentemente não se trata de deixar de discutir conceitos como “Aura” ou “Indústria Cultural”, mas pensar, a partir da leitura dos livros indicados, qual Escola de Frankfurt pode ser levada para sala de aula de modo a fazer sentido para estudantes no âmbito de seu mergulho no ambiente comunicacional e midiático contemporâneo.

A pergunta pelo sentido da teoria, no ensino de Teoria da Comunicação, parece se afirmar como uma possibilidade de fazer conceitos dialogarem com o presente. A partir disso, talvez seja possível pensar no aprofundar os diálogos da Escola de Frankfurt com as dinâmicas do tempo presente.

Referências

BAPTISTA, Maria Luiza C. Disciplinas teóricas: de entulho de currículo a campo de desejo e autoipoiese. 26º. INTERCOM. **Anais...** Belo Horizonte: UFMG, 2 a 6 de setembro de 2003.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. Revista Civilização Brasileira, No. Especial, 1968, pp. 22-39.

BERGER, Chista. Crítica, perplexa, de intervenção e denúncia: a pesquisa já foi assim na América Latina. **Intexto**, Vol. 2, nº 6, jul-dez. 1999, pp. 1-15.

BOUCHINDHOMME, Christian. Pourquoi lire l'“École de Francfort” aujourd'hui ?. **Quaderni**, Vol. 49, nº. 1, Inverno 2003, pp. 55-79.

CAMARGO, Sílvio. Os primeiros anos da “Escola de Frankfurt” no Brasil. **Lua Nova**, Vol. 91, nº. 1, 2014, pp. 105-133.

CZAJKA, Rodrigo. A revista Civilização Brasileira: projeto editorial e resistência cultural. **Sociologia Política**, Vol. 18, nº. 35, fevereiro 2010, pp. 95-117.

EPSTEIN, Isaac. Um impasse curricular: Teoria da Comunicação. IN: MELO, J. M. **Ensino de Comunicação no Brasil**. São Paulo: Eca/Usp, 1987

FISCHBACH, Frank. Critique et réflexion: la réflexion dans la Théorie critique de l'École de Francfort. **Philosophiques**, Vol. 43, nº. 2, Outono 2016, pp. 233-248.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 2001.

FOUCAULT, Michel. **Ditos e Escritos II: arqueologia das ciências humanas e história dos sistemas de pensamento**. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

FRANÇA, Jacira S. **A recepção de Theodor Adorno na Sociologia brasileira (1960-2000)**. João Pessoa: UFPB, 2015 (Doutorado em Sociologia).

GOMES, Pedro G. **Tópicos de Teoria da Comunicação**. São Leopoldo, Ed. Unisinos, 1997.

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

HEISLER, Jennifer M; DISCENNA, Thomas. Teaching Metatheoretical Beliefs in Communication Theory. **Communication Teacher**, Vol. 19, n.º. 2, 2005, pp. 44-47.

HICKSON, Mark; STARKS, Don. **Teaching the Introductory Communication Theory Course to Undergraduates**. *Communication Quarterly*, Vol. 41, n.º. 3, Summer 1993, Pages 261-26.

JAY, Martin. **A imaginação dialética**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2021.

KELLNER, Douglas. Critical theory today. **Theory, Culture and Society**, Vol. 10, n.º. 43, 1993, pp. 43-60.

LIMA, Venício. Repensando as Teorias da Comunicação. In: MELO, J. M. (org.) **Teoria e Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Intercom/Cortez, 1983, pp. 85-99.

LINS DA SILVA, Carlos. E. As brechas da industria cultural brasileira. In: _____; FESTA, Regina (orgs.). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. Sao Paulo: Paulinas, 1986, pp. 31-52.

LINS DA SILVA, Carlos. E. Industria Cultural e cultura brasileira: pela utilização do conceito de hegemonia cultural. **Encontros com a Civilização Brasileira**, v. 25, n.º. 1 julho de 1980, pp. 167-194.

MARCONDES Filho, Ciro. **Teorias da Comunicação, hoje**. São Paulo: Paulus, 2016.

MARTINO, Luís M. S. RODRIGUES, Mayra C. C. Os usos do conceito de “indústria cultural” na teoria da comunicação (2004-2008). **Animus**, v. 10, no. 1, 2011, pp. 86-101.

MARTINO, Luís M. S. O diálogo entre fatores políticos e epistemológicos na formação do campo da Comunicação no Brasil. **Folios**, v. 28, p. 159-175, 2012.

MOGENDORFF, Janine C. A escola de Frankfurt e seu legado. **Verso e Reverso**, Vol. 26, n.º. 63, set-dez. 2012, pp. 152-159.

MOREIRA, Roberto. **Teoria da comunicação: ideologia e utopia**. Petrópolis: Vozes, 1979.

QUIROGA, Tiago. Pensar a episteme comunicacional. João Pessoa: UFPB, 2015.

RÜDIGER, Francisco. Comunicação e indústria cultural: a fortuna da teoria crítica nos estudos de mídia brasileiros. **Revista Intercom**, Vol. 21, no. 2, jul-dez. 1998a, pp. 13-25.

RÜDIGER, Francisco. **Introdução à Teoria da Comunicação**. Porto Alegre: ArtMed, 2010.

RÜDIGER, Francisco. **Introdução à Teoria da Comunicação**. São Paulo, Edicon, 1998b.

RUSSI-DUARTE, Pedro. Por que ensinar teorias (da comunicação)? XXXIII INTERCOM. Caxias do Sul: **Anais...** Universidade de Caxias do Sul, 6 a 9 de setembro de 2010.

SANTAELLA, Lúcia. Teoria da Comunicação: considerações para o ensino. **Boletim Intercom**. nº. 38, Ano 5, julho-agosto 1982, pp. 24-28.

SANTOS, Roberto. **As Teorias da Comunicação**. São Paulo, 2003.

SANTOS, Tarcyanie. C. Teorias da Comunicação: caminhos, buscas e intersecções. **Famecos**, nº. 28, dezembro 2005, pp. 21-44.

SLATER, Phil. **Origem e significado da Escola de Frankfurt**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

TEMER, Ana. C. Teorizar é pensar a prática: uma reflexão sobre o ensino das Teorias da Comunicação nos Cursos de Jornalismo. 10º ENCONTRO NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO, 10. Goiânia: **Anais...** UFG Goiânia: 27 a 30 de abril de 2007.

Recebido em: 02/11/23

Aceito em: 07/05/24