

FRENTE: FILOSOFIA

PROFESSOR(A): JOÃO SARAIVA

ASSUNTO: A IDEOLOGIA

## EAD – MEDICINA

### AULA 10



#### Resumo Teórico

Toda a geração que passou pela década de 1980 vai sempre lembrar, ao falarmos de **ideologia**, da célebre música homônima de Cazuza. Mas o que será que se quer dizer quando tantos falam, ou calam, dessa coisa às vezes confusa e obscura?

Há vários significados para a palavra “ideologia”. Em sentido amplo ou por definição geral, é o conjunto de ideias, pensamentos, doutrinas, concepções ou opiniões sobre algum ponto sujeito a discussão. Quando perguntamos qual é a ideologia de determinado pensador, estamos nos referindo à doutrina, ao corpo sistemático de ideias e ao seu posicionamento interpretativo diante de certos fatos. É assim que falamos em ideologia liberal ou ideologia marxista.

Ainda podemos considerar a ideologia como teoria, no sentido de organização sistemática dos conhecimentos que antecedem a ação efetiva, tal como nos referimos à ideologia de uma escola, que orienta a prática pedagógica; à ideologia religiosa, que dá regras de conduta aos fiéis; à ideologia de um partido político, que fornece diretrizes de ação a seus filiados. A expressão “atestado ideológico” nos remete à declaração exigida sobre a filiação partidária de alguém. No Brasil, durante o recrudescimento do poder autoritário da ditadura militar, órgãos como o Deops (Departamento Estadual de Ordem Política e Social) exigiam em certas circunstâncias – inclusive para ser contratado para o serviço público, como professor, a exemplo – a apresentação de atestados desse tipo, a fim de controlar a adesão às ideologias marxistas, então consideradas perigosas à segurança nacional.

Logo a ideologia é um fenômeno complexo que privilegia a aparência das coisas. Ela encobre ou dificulta o conhecimento da realidade social, não nos deixando vê-la como é. Pode-se dizer que a maior parte das ideologias não buscam a verdade, e sim o poder. Extraem da realidade somente aquilo que lhes é útil, para compor sua argumentação baseada em meias-verdades ou verdades distorcidas, com vistas a alcançar, a médio ou longo prazo, seus interesses.

#### A filosofia frente à ideologia

A ideologia começa a se mostrar presente com **Aristóteles** e sua teoria das quatro causas. Para ele, todo e qualquer aspecto da realidade tinha um motivo. As causas, entretanto, segundo a teoria da causalidade, não tinham o mesmo valor, mas eram hierarquizadas. A causa motriz (ou eficiente) que fazia referência ao fabricar humano, responsável por transformar uma matéria-prima em manufatura, era a menos valiosa. Ao contrário desta, a causa final, ou seja, o motivo ou finalidade de alguma coisa era a mais importante. Devido a essa teoria, a mente do homem começou a analisar a sua realidade por meio dela e, assim, iniciou-se a formulação de uma ideologia que acreditava que os escravos da época seriam a causa motriz e os seus senhores, a final.

Depois de Aristóteles, **Auguste Comte** se encarregou de ampliar a visão de o que era ideologia. Para Comte, a humanidade tende a passar por três fases: a fase fetichista ou teológica, em que o homem explica a realidade por meio do mover divino; a fase metafísica, em que o homem explica a realidade por princípios gerais e abstratos; e a fase positiva ou científica, em que o homem contempla e analisa a realidade, formula leis gerais e cria uma ciência social que servirá de base para o comportamento individual e coletivo. Cada uma dessas explicações para os fenômenos naturais e humanos compõe uma teoria, ou melhor, uma ideologia.

Seguindo pela história, nos deparamos com **Karl Marx** e a sua visão acerca da existência da ideologia nas diferentes sociedades. Marx acredita que a ideologia se utiliza de inúmeros meios para alienar o povo, como por meio do Estado. Para o povo, este seria a representação do interesse geral, mas, na verdade, ele é a expressão das vontades e interesses da classe dominante da sociedade.

Para compreendermos o conceito marxista de ideologia é preciso rever o que é alienação: processo pelo qual o homem se torna alheio a si, a ponto de não se reconhecer do surgimento da lei humana, em substituição à lei natural.

Quanto ao conceito marxista de alienação, sua compreensão deve ser precedida pela observação sobre a importância do trabalho para a condição humana. Trata-se, precisamente, do diferencial humano entre os seres vivos, pois, de acordo com Marx, antes de fazer cultura, política ou literatura – para citar algumas dentre as muitas atividades propriamente humanas –, é necessário que os humanos assegurem a sua sobrevivência. Para tanto, apropriam-se da natureza por meio desta atividade realizada apenas pelo homem, o trabalho.

Ainda segundo a concepção marxista, a ideologia adquire um sentido negativo, como instrumento de dominação. Isso significa que a ideologia tem influência marcante nos jogos do poder e na manutenção dos privilégios que plasmam a maneira de pensar e de agir dos indivíduos na sociedade. A ideologia seria de tal forma insidiosa que até aqueles em favor de quem ela é exercida não perceberiam o seu caráter ilusório.

Portanto, em Marx o indivíduo é levado a pensar, sentir e agir da maneira que convém à classe que detém o poder. Essa consciência da realidade torna-se uma distorção dela quando camufla os conflitos existentes no seio da sociedade, ao apresentá-la una e harmônica, como se todos os indivíduos partilhassem dos mesmos interesses e ideais.

A ideologia, durante toda a história, serviu de instrumento de dominação, mascarando a realidade social e ocultando a verdade dos dominados. Ela serve para legitimar a dominação econômica, social e política. O seu papel é criar na mente das pessoas uma ideia de que todo fenômeno que acontece no mundo é algo natural e que não existe uma razão lógica para isso.

Segundo o filósofo italiano **Antonio Gramsci** (1891-1937), é preciso distinguir entre **ideologias orgânicas** e **ideologias arbitrárias**. As primeiras são historicamente necessárias porque “organizam as massas humanas, formam o terreno sobre o qual os homens se movimentam, adquirem consciência de sua posição, lutam etc.”<sup>1</sup>. Para Gramsci, pode-se dar ao conceito de ideologia “o significado mais alto de uma concepção de mundo que se manifesta implicitamente na arte, no direito, na atividade econômica, em todas as manifestações de vida individuais e coletivas”<sup>2</sup> e que tem por função conservar a unidade de todo o bloco social.

Portanto, Gramsci considera que, em um primeiro momento, como concepção de mundo, a ideologia tem a função positiva de atuar como cimento da estrutura social. Quando incorporada ao senso comum, ela ajudará a estabelecer o consenso, conferindo hegemonia a determinada classe, que passará a ser dominante. Evitando a concepção mecanicista, Gramsci considera que os dominados não permanecem submissos indefinidamente, já que podem desenvolver elementos de bom senso e de valores de pertencimento à classe que, por sua vez, formarão aos poucos a sua ideologia. Daí a necessidade de intelectuais da própria classe subalterna capazes de organizar coerentemente a concepção de mundo dos dominados.

O conceito de ideologia tem outros sentidos mais específicos, elaborados por muitos outros autores, tais como Destutt de Tracy, Durkheim, Weber, Manheim.

## Conceituação de ideologia

Vejamos agora a definição dada pela professora Marilena Chauí:

A ideologia é um conjunto lógico, sistemático e coerente de representações (ideias e valores) e de normas ou regras (de conduta) que indicam e prescrevem aos membros da sociedade o que devem pensar e como devem pensar, o que devem valorizar e como devem valorizar, o que devem sentir e como devem sentir, o que devem fazer e como devem fazer. Ela é, portanto, um corpo explicativo (representações) e prático (normas, regras, preceitos) de caráter prescritivo, normativo, regulador, cuja função é dar aos membros de uma sociedade dividida em classes uma explicação racional para as diferenças sociais, políticas e culturais, sem jamais atribuir tais diferenças à divisão da sociedade em classes, a partir das divisões na esfera da produção. Pelo contrário, a função da ideologia é a de apagar as diferenças, como as de classes, e de fornecer aos membros da sociedade o sentimento da identidade social, encontrando certos referenciais identificadores de todos e para todos, como, por exemplo, a Humanidade, a Liberdade, a Igualdade, a Nação, ou o Estado.

CHAUÍ, Marilena de S. *O que é ideologia*. op. cit. p. 113-114.

Observamos então que a ideologia é apresentada com as seguintes características fundamentais:

- constitui um corpo sistemático de representações que nos “ensinam” a pensar e de normas que nos “ensinam” a agir;
- assegura determinada relação dos indivíduos entre si e com suas condições de existência, adaptando-os às tarefas prefixadas pela sociedade;
- as diferenças de classe e os conflitos sociais são camuflados, ora com a descrição da “sociedade una e harmônica”, ora com a justificação das diferenças existentes;
- assegura a coesão social e a aceitação sem críticas das tarefas mais penosas e pouco recompensadoras, em nome da “vontade de Deus” ou do “dever moral” ou simplesmente como decorrência da “ordem natural das coisas”;
- mantém a dominação de uma classe sobre outra.



Sergey Nivens/123RF/Getty Images

## O discurso não ideológico

A ação e o pensamento humanos nunca se acham totalmente determinados pela ideologia. Sempre haverá espaços de crítica e fendas que possibilitem a elaboração do discurso contraideológico. Não é simples, no entanto, o trabalho de desvelamento do real, porque a ideologia penetra em setores insuspeitados: na educação familiar e escolar, nos meios de comunicação de massa, nas igrejas, nos hospitais psiquiátricos, nas prisões, nas indústrias, impedindo de todas as formas a flexibilidade entre o pensar e o agir, determinando a repetição de fórmulas prontas e acabadas.

Por outro lado, exatamente nesses mesmos espaços que veiculam a ideologia é que poderá ser iniciado o processo de conscientização. O que distingue, portanto, o discurso ideológico do não ideológico, ao qual podemos chamar simplesmente de **teoria**?

Se o discurso ideológico é abstrato e lacunar, faz uma análise invertida da realidade e separa o pensar e o agir; o discurso não ideológico é aquele que visa o preenchimento das lacunas pela procura da gênese do processo. Isso não significa que se deva contrapor ao discurso lacunar um discurso “pleno”, mas sim a elaboração da crítica, do contradiscurso que revele a contradição interna do discurso ideológico e que o faça explodir. Além disso, a teoria estabelece uma relação dialética com a prática, ou seja, uma relação de reciprocidade e simultaneidade, e não a relação hierárquica, como no discurso ideológico. Explicando: existe uma relação indissolúvel entre teoria e prática, porque todo agir humano é antecedido por um projeto, da mesma forma que a teoria não é algo que se produza independentemente da prática, pois seu fundamento é a própria prática. Nós conhecemos as coisas na medida em que as produzimos, daí toda teoria se tornar lacunar – e, portanto, ideológica –, sem o vai e vem entre o fato e o pensado.

Ora, o saber que resulta do trabalho é um saber instituinte e, portanto, vivo, móvel, com toda a força decorrente do processo dinâmico de se fazer. Ao contrário, o saber ideológico é o saber instituído que, se não for acompanhado pelo vigor da crítica, poderá se tornar esclerosado. Por isso, é importante o papel da filosofia para romper as estruturas petrificadas que justificam as formas de dominação.

Se a ideologia permeia o tecido social e se radica em instâncias insuspeitadas das relações humanas, é preciso reconhecer, no entanto, que não se trata de uma força a que as pessoas se submetem de maneira irrevogável. Cabe ao empenho aplicado em diversos espaços – na família, na escola, no trabalho, na mídia etc. – fazê-los funcionar como micropolíticas voltadas para a democratização das relações humanas, e não para a manutenção de formas hierarquizadas e imobilistas.

## Contraideologia

O **senso comum**, por ser ingênuo e acrítico, é baseado na ideologia. Para se descobrir no senso comum o aspecto positivo que é o bom senso, é necessário que surjam contradições sociais e que estas possam ser discutidas nos ambientes que aparecem como os da escola, família, igreja, fábricas, clubes, partidos políticos, sindicatos etc.

Tal situação de conscientização da condição de opressão de classes também pode-se dar nos **Aparelhos Ideológicos do Estado (A.I.E.s)** fazendo com que os mesmos sejam instrumentos de contraideologia:

- a família com pais conscientes podem ajudar seus filhos a revalorizar princípios centrais, como solidariedade, justiça, paciência etc.
- a escola denunciando as injustiças provocadas, demonstrando os conflitos em vez de escondê-los etc.
- a igreja realizando a opção preferencial pelos pobres e identificando o Salvador com os pobres.

1 GRAMSCI, Antônio. *Concepção Dialética da História*. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 1978. p. 62-63.

2 *Ibidem*, p. 16.



A estratificação dos produtos culturais, por qualidade técnica ou interesse, adequa-se ao sistema produtivo; oferecem-se produtos em quantidade, mas de baixa qualidade, não havendo nada de novo, mas uma representação, de contornos diferentes, de algo que no fundo é sempre igual. Multiplicam-se os produtos culturais, mantendo-se invariavelmente a essência. Neste sistema cultural, o processo é uniforme e raramente mutável, existindo uma aproximação dos formatos, de modo a completarem-se e rentabilizarem-se comercialmente de forma mútua. Desde o elemento mais básico, como o argumento de um filme, até ao resultado final, como na cadeia de montagem do taylorismo, em que tudo se produz automática e sequencialmente.

O conceito de indústria cultural de Adorno e Horkheimer acabam por se opor ao termo “cultura de massas”. A indústria cultural, segundo os dois autores, equivale a qualquer indústria, organizada, planejada para atender o público, agora tratado como consumidor. Mais do que dar informações, segundo os dois filósofos, os meios de comunicação buscam o entretenimento dos indivíduos. A indústria cultural informa ao consumidor de maneira homogênea, rápida e alienante o mundo em que se depara. Este modelo condiciona de forma clara todo processo de consumo, qualidade do produto e autonomia do consumidor. No fundo, o aparelho da indústria cultural determina o consumo e exclui tudo o que é inédito e possa acarretar riscos, preferindo a eficácia dos seus produtos.

Os autores da Escola de Frankfurt, para justificar sua tese, afirmam que o cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. Na verdade, para tais autores, estes bens culturais, quando são produzidos em série, são apenas um negócio.

Para Adorno e Horkheimer, os meios de comunicação de massa compreendem uma proposta de alienação, diversão ou mesmo a desorientação sem permitir a reflexão sobre as coisas. Os dois autores destacam que a indústria cultural tem um objetivo: chegar aos seus consumidores a partir da venda. Por essa razão, pode-se dizer que a indústria cultural vai buscar legitimar tudo isso a partir de uma ideologia que, é uma falsa consciência ou uma inversão da realidade.

A indústria cultural impõe gostos e preferências às massas, modelando suas consciências ao introduzir o desejo de necessidades supérfluas. Ela é tão eficaz nessa tarefa que os indivíduos não percebem o que ocorre, impedindo, assim, a formação de pessoas capazes de julgar e de decidir conscientemente.

Fenômeno similar ocorre na música popular produzida pela indústria cultural. O processo de padronização torna as canções parecidas umas às outras e reprime qualquer tipo de desafio, autenticidade ou estímulo intelectual na música elaborada para a venda.

No processo de elaboração da indústria cultural, segundo Adorno e Horkheimer, não existe a criatividade artística como se imagina, mas simplesmente a padronização de produtos e serviços para a venda e o consumo. Por conseguinte, a elaboração dos produtos culturais fica sob o encargo dos técnicos e diretores das empresas de entretenimento e comunicação da indústria cultural. Estes, por sua vez, têm como referência não o valor artístico do produto, mas sua possibilidade de lucro e comercialização. A consequência imediata dessa fórmula é a padronização dos “produtos”, dos “produtores” e dos “consumidores”.

## O indivíduo na Era da indústria cultural

O indivíduo deixa de ter autonomia de decisão, a capacidade crítica é a solução para o conflito entre a consciência e o impulso (a prisão a que cada pessoa está sujeita na sociedade de consumo de hoje).

A sociedade manipula o homem a seu bel-prazer. Existe um consumidor com pouca capacidade de decisão, um indivíduo que não é sujeito mas objeto da indústria cultural, ao contrário do que esta faz crer. Este controle é de tal forma elevado

que a própria ocupação dos tempos livres se encontra controlada por determinadas pressões e, apesar de o indivíduo pensar que se encontra longe dos rígidos mecanismos produtivos, na realidade, os rígidos mecanismos produtivos estão aplicados, de forma sub-reptícia na maneira como cada elemento da sociedade de consumo preenche o seu tempo livre. À medida que a indústria cultural consolida e solidifica a sua posição, maior é o poder que exerce sobre as necessidades do consumidor, guiando-o e controlando-o não deixando margem de manobra para escolhas pessoais. Divertir-se significa estar de acordo, significa sempre não dever pensar.

Ao contrário das formas ideológicas anteriores, o caráter ideológico da indústria cultural se manifesta na ausência de independência quando confrontada com a realidade social. Os seus produtos são criados com a finalidade de refletirem essa realidade e são recebidos pelos consumidores, induzindo as pessoas a identificarem-se com as normas sociais existentes e a continuarem a ser o que já são.

O controle psicológico emerge nas sociedades, verifica-se um desaparecimento da individualidade, substituída pela “pseudoindividualidade”<sup>3</sup>, o indivíduo está veiculado a uma identidade construída no seio da sociedade e limitada pela indústria cultural. A forma repetitiva e homogênea dos produtos criados por esta indústria para o consumo, faz da cultura moderna de massas um meio de controle psicológico inacreditável. Atualmente a indústria cultural é uma estrutura social autoritária e em crescente estado de hierarquização, que transforma a mensagem de obediência irrefletida em valor dominante.

Na invariável superioridade da sociedade, enquanto conjunto, face ao indivíduo alienado, este não passa de um fantoche manipulado pelas normas sociais. A individualidade do consumidor altera-se. A influência da indústria cultural, em todas as manifestações, transforma o sujeito em um prisioneiro que cede à tortura e acaba por confessar seja o que for, mesmo aquilo que não fez.

## A qualidade dos produtos culturais

Os produtos da indústria cultural neutralizam, tornam inúteis, a imaginação e a espontaneidade dado o seu grau de objetividade; são criados para impedir a atividade mental do espectador.

Individualmente, cada produto, construído para o consumo desenfreado e descontraído, reflete o modelo de mecanismo que domina o tempo do trabalho e o tempo do lazer e favorece a lógica da dominação, que não é efeito mas é próprio de toda a indústria cultural e do papel que desempenha nas sociedades atuais.

A essência permanece a mesma em qualquer dos produtos culturais, o interesse daqueles que neles investiram reside no rendimento que possam retirar. Assim, verifiquemos os casos de alguns desses produtos.

- **Romances populares:** são as novelas literárias, os romances populares e policiais, elaborados de forma simplista e formatada. Os autores de Frankfurt consideravam esta literatura a antítese da literatura clássica, que eles caracterizavam da seguinte forma: moral da história é entrecruzada com enredos secundários com inúmeras tramas, quase uma por personagem, para arrastar os leitores ao longo das páginas do jogo narrativo.
- **Música popular:** criada de forma específica que permite que a composição captada pelo ouvinte seja simples e facilmente compreensível e não exija esforço de entendimento. Desta forma, a música ligeira priva o ouvinte da sua espontaneidade e fomenta reflexos condicionados. Assemelha-se a um questionário de escolha múltipla, quem o preenche está invariavelmente limitado a alternativas muito precisas e limitadas. No extremo oposto encontra-se a música clássica, em que todos os elementos são organizados em um todo unido, adquirindo significado. Neste gênero musical, como na poesia, cada nota adquire o seu sentido a partir da unidade e totalidade do conjunto, e não do seu uso quotidiano ou denotado. O reconhecimento pela reflexão torna-se um fim e não um

3 WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Editorial Presença: Lisboa, 1992.

meio e assume-se como a única forma de extrair algo de novo.

- **Filme:** o espectador de um policial adivinha o final. A tensão apenas se mantém superficialmente, sendo impossível obter um efeito sério. Baseado, tal como os romances populares e as novelas, em fórmulas de sucesso repetidas até a exaustão, com pequenas alterações formais, mantendo-se os mesmos conteúdos.
- **Novelas (televisão):** de traços característicos idênticos aos romances populares e filmes. Sem arriscar sucessivamente em novos modelos, copiam-se e alteram-se ligeiramente os assuntos tratados em cada produção, tendo, invariavelmente, por base a mesma estrutura simples com lugares comuns, como amor, traição; valores como a maldade, bondade, pureza de espírito, teorias da conspiração, e o assassinio, o mistério da morte, transportado dos romances policiais para o pequeno ecrã em prol da vertente economicista da indústria cultural que alimenta a sociedade de massas em que vivemos.

No fundo, instala-se uma perda de expressividade que resulta da simplificação de processos, da automatização da compreensão que dispensa esforço por parte do receptor das mensagens, sejam elas escritas, faladas ou por imagens.

## Uma análise sobre as novelas brasileiras

A televisão ainda é no Brasil o meio de comunicação de massa mais popular e presente nos lares das pessoas. Apesar de o rádio ter maior abrangência, a televisão atinge quase a totalidade do território nacional. Os produtos e serviços oferecidos nesse meio de comunicação ainda possuem uma grande influência entre as pessoas. Os produtos que a TV desenvolve de alguma forma definem o que é importante e o que não é, ou seja, o gosto, a sexualidade, a opção política, o desejo de consumo são promovidos prioritariamente pela televisão comercial.

Se quisermos tentar compreender os mecanismos de funcionamento da cultura de massa e o seu peso na vida cultural, política e econômica do país, um exercício fundamental será assistir a uma novela de TV, do início ao fim. Apesar de cada vez mais popular a Internet, entre o público brasileiro, as novelas ainda possuem uma abrangência e popularidade significativa. A razão principal do sucesso das novelas junto ao público está na mistura entre ficção e realidade, muitas vezes vivida pelos telespectadores. Nas novelas, temos a impressão de que a ficção e o cotidiano coabitam. Além da sua longa duração (entre oito meses e um ano), em muitos casos a construção das intrigas é concebida de forma a fazê-las coincidir com as datas do calendário real, as festas e as comemorações nacionais e os eventos da atualidade. Resulta então daí uma sensação de proximidade entre o telespectador e os personagens.

As atrações pelas novelas atingem todas as classes sociais. A razão de tal sucesso é que visando alargar ao máximo sua audiência, a rede Globo, por exemplo, utiliza cinco aspectos importantes na produção das novelas:

01. A mesma língua falada pelos telespectadores no seu dia a dia: o público acaba se identificando com os personagens, pois seus costumes e sua linguagem são também muito parecidos, como temos a novela *Malhação* e sua fala – comunicação de acordo com o público jovem.
02. O roteiro da aspiração à ascensão social: frequentemente nas novelas, a história se passa entre dois mundos diferentes, o núcleo conhecido como Zona Sul (em referência à região onde reside a elite carioca), os ricos, e o núcleo pobre. Sendo que os personagens pobres sempre no final de cada

novela acabam crescendo ou prosperando economicamente. Curiosamente o público fica satisfeito, pois descobre que o mocinho ou a mocinha pobre consegue vencer na vida, tanto no amor como também na vida econômica, o que nem sempre acontece na vida real.

03. Igualdade social: nas novelas, também vemos os pobres convivendo com os ricos, coabitando um cotidiano semelhante sem conflitos, seja no trabalho ou na família (doméstica e patrões), uma evocação direta de uma igualdade social inexistente na realidade.
04. O amor entre núcleos diferentes: é muito rotineiro, entre as diversas novelas, o amor entre indivíduos de classes sociais diferentes. O público gosta da relação entre mundos tão distintos, a mocinha pobre com o grande empresário. Nas novelas, essas histórias de indivíduos tão diferentes são regra e quase uma obrigação entre os roteiristas na busca da audiência.
05. Casamento: é obrigatório que todo o final de novela, tenha pelo menos um casamento (principalmente entre os personagens principais). A idealização o sonho do casamento pode ser realizado a partir dos personagens da novela. Os casamentos são regras entre os roteiristas de novelas na idealização do final feliz.

## VEJA O IBOPE DE 10 ANOS DE NOVELAS DA GLOBO

Cada ponto: 60 mil casas na Grande SP	Ano	Novela	Índice
	2000/2001	LAÇOS DE FAMÍLIA	44,9
	2001	PORTO DOS MILAGRES	44,6
	2001/2002	O CLONE	47
	2002/2003	ESPERANÇA	38
	2003	MULHERES APAIXONADAS	46,6
	2003/2004	CELEBRIDADE	46
	2004/2005	SENHORA DO DESTINO	50,4
	2005	AMÉRICA	49,4
	2005/2006	BELÍSSIMA	48,5
	2006/2007	PÁGINAS DA VIDA	46,8
	2007	PARAÍSO TROPICAL	42,8
	2007/2008	DUAS CARAS	41,1
	2008/2009	A FAVORITA	39,5
	2009	CAMINHO DAS INDIAS	38,8
	2010	VIVER A VIDA	35,6

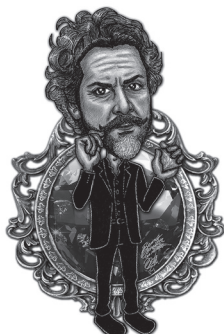
Fonte: Dados consolidados de Ibope

A popularidade que as novelas atingem não se mede somente amplas cifras do Ibope, mas também pelo lugar que elas ocupam nas conversas cotidianas, nos debates rotineiros, nos rumores que elas alimentam; seu poder de unir uma discussão nacional não somente em torno da intriga, mas em torno de certas questões de sociedade. A identificação do telespectador brasileiro às personagens das novelas é tão forte que os últimos capítulos tornam-se eventos nacionais, comentários obrigatórios em toda a mídia; sondagens de opinião são feitas para saber o fim das intrigas ou da situação final das personagens.

## A Internet

Conforme os dados divulgados pela União Internacional de Telecomunicações (UIT), cerca de 1,5 bilhão de pessoas utilizam a Internet em todo o mundo. Esse total é resultado de um contínuo e expressivo aumento no número de internautas a cada ano.

Para se ter uma ideia, entre 2000 e 2008, a quantidade de usuários de web cresceu em 290% – um percentual que não é superado por nenhum outro meio de comunicação de massa. No Brasil, por exemplo, uma pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) apontou que, já em 2007, a venda de computadores no país – que hoje é o quinto com o maior número de conexões à Internet – superava a de televisores. Diante disso, não podemos ignorar a abrangência e o poder de comunicação da Internet na atualidade.



Caricatura do artista Bruno Comotti

brunocomotti.blogspot.com

Dentre todos os meios de comunicação de massa, a televisão ainda é, sem sombra de dúvida, o mais forte agente de informações e entretenimento, embora pesquisas mais recentes já apontem que ela poderá ser passada para trás pela Internet na massificação da informação. Um bom exemplo disso foi a campanha na Copa do Mundo de 2010 “Cala boca, Galvão” do Twitter.

Em nenhum outro setor essa transformação provocada pela Internet será tão aparente como na indústria da mídia. Antes da Internet, a maioria das pessoas recebia passivamente um menu fixo de notícias e entretenimento, entregue por meio de jornais, revistas, teatro, rádio e televisão. Com o crescimento das redes, os usuários adquiriram controle sobre o que consomem e quando consomem. Seja lendo um artigo de jornal *on-line* um dia antes de ele ser impresso, seja assistindo a um vídeo no *iPad* em um vagão de metrô, os usuários agora escolhem o que ler e assistir – e quando vão fazê-lo. Eles também têm mais opções para decidir quando e se vão assistir à publicidade. Mas fundamentalmente, entretanto, a Internet dá poder para qualquer um criar conteúdo e compartilhá-lo com uma audiência global – seja escrevendo um *blog* sobre música brasileira, seja partilhando com os demais um vídeo no YouTube sobre uma nova técnica agrícola.

A integração entre os seres humanos via computadores e rede de comunicação tem como aumento-chave a interface do usuário, que, de uma forma ou de outra, corresponde às suas características pessoais. Ela expressa não só as características reais da personalidade do indivíduo, como aquelas que ele desejaria possuir. A partir daí, ele se une no espaço virtual a grupos que compartilham de suas necessidades e interesses, e criam-se espaços antropológicos de vivência e de troca, espaços de culturas.

## Propaganda

A propaganda possui o poder de influenciar, marcar e mesmo domar o público-consumidor por meio de seu apelo de imagens e dizeres que impressionam e destacam um novo estilo de vida. Na sociedade, a propaganda pode significar muito mais do que um mecanismo de divulgação. Ela pode persuadir e interferir, muitas vezes, no comportamento de toda uma geração, mostrar uma direção para o consumidor sobre o melhor gosto musical, a melhor forma de fazer exercícios, a melhor roupa e mesmo o melhor sapato. Na TV e mesmo hoje na Internet, é oferecido um mundo de sonhos sem conflito, em que a melhor margarina ou perfume abrem as portas para a sociabilidade e o sucesso individual.

A propaganda menciona um mundo encantado de belos lares e sem sofrimentos sociais. É o caso dos anúncios das margarinas e outros produtos comestíveis que destacam famílias sorridentes, brancas, de classe média alta, reunidas à mesa e servidas por uma mãe feliz e dedicada. O desejo de consumir, atrelado ao formato de como é anunciado, torna o consumo sedutor.

Independentemente do caráter útil de um objeto anunciado, está intimamente ligado ao prazer de adquirir ou experimentar algo diferente. Nesse sentido as grandes agências publicitárias mostram, entre diversas técnicas de manipulação, figuras públicas, personagens de novelas e cantores e artistas de modo geral com peso de popularidade.

Considerando a história da propaganda no Brasil, as mensagens desenvolvidas em direção ao consumidor mencionam sempre o prazer, dinheiro, saúde, felicidade da imagem como o belo corpo; aspectos esses que na vida real são conquistados por poucos. Isso acontece por uma questão social; pois quem pode comprar e penetrar no mundo feliz do consumo é uma classe com um poder econômico mais significativo, e nesse caso, boa parte da população não adquire os bens de consumo tão bem divulgados nos meios de comunicação de massa.

Os meios de comunicação acabam se tornando instrumentos de ideias propagandistas quanto à conformação do indivíduo com o mundo em que vive. A venda de imagens, ideologias e valores sobre produtos e serviços anunciados, atuam como um eterno processo de alienação, no sentido de conformar o consumidor de forma passiva às mentiras destacadas.



Os Nazistas consideravam este como um de seus melhores pôsters, desenhado por Mjöltnir, referência entre os *designers* nazistas. Os dizeres são “Socialismo Nacionalista: o Espírito de Organização da Nação”. A pedido de Goebbels – o ministro da Propaganda de Adolf Hitler –, Mjöltnir desenhou estes soldados com traços artísticos exaltando o olhar para o futuro.

Quanto ao poder de manipulação da propaganda, a Segunda Grande Guerra pode ser um bom exemplo sobre o poder da alienação das massas. O líder nazista **Adolf Hitler** por vários momentos utilizou a propaganda no rádio para o convencimento da população sobre suas ideias. Hitler, juntamente com seu ministro da Propaganda, percebeu o efeito emocional que os seus discursos causavam e, com eles, foi obtendo a aprovação da maioria da população alemã. Dessa maneira filmes, propagandas no rádio eram utilizadas para influenciar a opinião pública e levantar favorecimentos em direção ao nazismo. Técnicas que seriam amplamente exploradas nas décadas vindouras em outros campos, nos vários tipos de divulgação que iriam surgir.

Considerando a propaganda como um mal absoluto, não devemos esquecer o seu poder inverso, no sentido que a população recebe essas mensagens muitas vezes de formas diferentes, o que pode significar a reação do público quanto a um produto e mesmo um serviço. No entanto, no Brasil, temos uma situação de monopólio na área de comunicação e dos critérios costumeiramente adotados pelo governo nas concessões de emissoras. Mesmo com um olhar pessimista da propaganda e dos meios de comunicação, não dá para considerar que todos vivem em um estado de alienação, o que temos é um mundo diferente onde as comunidades virtuais, os *sites* de relacionamentos acabam quebrando esses padrões que são impostos, e também quebram o monopólio de grandes emissoras. Podemos dizer que já é um progresso na forma de conviver com os meios de comunicação.

## Características fundamentais da Teoria Crítica

**Horkheimer** faz da Teoria Crítica um contrapeso ao que chamaram de teoria tradicional. A teoria tradicional tem suas raízes no pensamento platônico e se caracteriza pela pura contemplação desinteressada com a realidade, operando a partir de princípios gerais. Deste modo, a verdade adota uma forma de adequação com as coisas e tem a dimensão instrumental e positiva. Horkheimer tratou em sua Teoria Crítica de construir um saber racional que denuncie o irracional que existe na história e na sociedade.



linha de produtos associados à sua temática, ainda que por mais díspares em termos de forma: roupa, brinquedos, álbuns de música, reedição em DVD, entre outros. Por outro lado, em uma perspectiva mais sociológica, a Teoria Crítica destacou-se por realçar o que para muitos estudos de comunicação ainda não era claro no seu tempo: os *media* como as novas, e tendencialmente dominantes, instituições de socialização.

Na atualidade, as instituições tradicionais, como a família, a escola ou a igreja, veem-se cada vez mais confrontadas pelo papel equivalente desempenhado pelos meios de comunicação e pela mediatização das indústrias culturais. A experiência pessoal e social é cada vez mais mediatizada e, então, cabe cada vez mais aos enunciadores de conteúdos, o que além da informação também inclui os produtos culturais e outras formas de expressão simbólica, as construções das categorias da experiência e percepção do mundo.

Por último, há que dar o mérito à dimensão humanista e existencialista da Teoria Crítica. Pese embora o pessimismo, algo exacerbado, e o desencanto perante o mundo, os autores da Escola de Frankfurt tiveram uma aguda consciência dos efeitos, tendencialmente negativos da dimensão técnica, capitalista e industrial da sociedade de massas. “A sua posição ética, a sua angústia sobre o destino da humanidade, a sua preocupação humanista com o futuro da civilização ocidental”<sup>4</sup>, assim como as preocupações de teor ideológico sobre o indivíduo constrangido à manipulação em um mundo reificado<sup>5</sup>, constituíram, independentemente da sua validade no tempo, um importante alerta para as carências ou imperfeições das sociedades de massas.

## Aspectos negativos da Teoria Crítica

Antes de referirmos os aspectos negativos relativos à atualidade da Teoria Crítica à luz do tempo e das sociedades presentes, começamos por referir uma crítica feita ao pensamento da Escola de Frankfurt, praticamente desde o seu aparecimento: a “falta de empirismo”. Os opositores da Teoria Crítica acusaram-na de desenvolver apenas especulação filosófica de apriorismo político sobre os *mass media*, pecando por falta de confrontação experimental ou empírica das teorias com a realidade.

Neste particular, as principais acusações foram relativas à falta ou ausência de análise individual dos meios nas suas características. Apenas Adorno ainda desenvolveu alguma pesquisa neste sentido, ainda que não abandonasse o estilo teórico, nomeadamente em relação à televisão. Esta crítica foi principalmente desenvolvida nos Estados Unidos, quando do exílio político dos autores alemães no país, onde a denominada “pesquisa administrativa” liderada por Lazarsfeld – um dos principais críticos da Escola de Frankfurt – assente, sobretudo na observação experimental das realidades estudadas.

Já tendo como ponto de referência as sociedades atuais, o primeiro aspecto negativo que apontamos à Teoria Crítica prende-se com o pressuposto de Adorno e Horkheimer, de que as indústrias culturais promoveriam as assimetrias sócias, isto é, as classes, de forma ideológica. Ora, o tempo veio-nos provar que a tendência defendida pelos dois autores não é linear. Em primeiro lugar, as sociedades atuais pautam-se cada vez menos pelo binómio marxista do patronato e do proletariado, e a ideologia a atuar, manifesta-se na esfera cultural das etnias e do multiculturalismo. Em segundo lugar, os conteúdos culturais dos *media* vieram provar várias vezes a possibilidade de criação de espaços de referência para uma socialização democrática, nomeadamente em iniciativas de empenho cívico por parte dos *media*, e de outros para afirmação das identidades.

4 TAR, Zoltán. *A escola Francoforte* (pág.201). Edições 70. Lisboa, 1977.

5 Pressupõe-se aqui a Teoria da Reificação: o conhecimento de uma realidade naturalizada que se afirma como única e não como construção histórico-material, em relação à qual o homem perdeu a capacidade de pensar ou recriar uma versão alternativa dessa realidade que conhece.

Já no que toca aos produtos artísticos e culturais apontados como ameaças à capacidade crítica das sociedades, nos quais se destacavam o cinema, a rádio ou a fotografia, podemos antever nesta desconsideração uma certa falta de compreensão destas formas de expressão simbólica. Por outras palavras, a perspectiva demasiado pejorativa destes produtos pelos autores de Frankfurt resulta de uma visão constrangida e limitada à arte clássica – onde se integra a música clássica, a pintura tradicional, o teatro ou a literatura clássica – e de uma certa incapacidade de renovar essa arte para novos padrões emergentes em que a técnica interviesse para a sua democratização, isto é, para o aumento da sua acessibilidade aos públicos.

A possibilidade de reprodução técnica, os formatos mecânicos ou a difusão em massa eram vistos como partes de um processo de desumanização e desvalorização da arte. Se a cultura e a arte eram direcionadas para as massas, então perdiam valor. Os autores da Teoria Crítica viram-se como que inibidos de conhecer melhor essas novas formas emergentes e analisá-las empiricamente nas suas características particulares e artísticas. Por seu lado, de forma temperamental, construíram uma visão reificada e homogeneizada de todos esses produtos culturais que não deixa de esconder certa presunção elitista.

Por um lado, a história das manifestações culturais e artísticas do século XX permitiu conhecer melhor as novas formas, como o cinema ou a fotografia, e despojá-las da conotação inicial de inartísticas e mecânicas para compreendê-las como novas formas de arte onde a criatividade e a arte se podem expandir como nas formas artísticas tradicionais. Por outro lado, apesar de, como já dissemos e fizemos valer o nosso elogio, reconhecermos uma tendência atual para a formatação e mercantilização da cultura, o tempo apresenta-nos vários exemplos que contrariaram a visão demasiada radical defendida por Adorno e Horkheimer de que os produtos artísticos, por serem produzidos para as massas, serão todos formatados e limitados criativamente.

O cinema foi uma das áreas mais afetadas em relação às ideias de Adorno. Os casos de Chaplin, Orson Welles, Hitchcock, Howard Hawks, ou mais recentemente Woody Allen, David Fincher, David Lynch ou Steven Soderbergh haveriam de mostrar uma utilização inteligente, criativa e urdida dos códigos pré-fabricados, os quais, para os autores de Frankfurt, estavam condenados à formatação estupidificante.

Também a fotografia e a literatura deram sinais da sua arte entre a formatação das formas, e o caso da música clássica até terá beneficiado com a reproduzibilidade como meio para a sua familiarização. Desta forma, os públicos não ficaram, exclusivamente, limitados a conteúdos estupidificantes que não lhes exigisse esforço de descodificação e puderam exercitar a sua capacidade crítica e interpretante em variados tipos de conteúdos.

A quarta crítica que apontamos ao pensamento da escola de Frankfurt é relativa ao entendimento que este faz dos efeitos dos *mass media*, isto é, a sua visão simplista da recepção dos conteúdos culturais e artísticos emitidos pelos *media*. Para os autores da Teoria Crítica, os produtos das indústrias culturais têm um efeito direto e imediato na manipulação das massas para fins ideológicos, mais precisamente, em função da preservação do regime e do pensamento da classe dominante.

Assim, os conteúdos emitidos iam enformados em mensagens ideológicas às quais os indivíduos, altamente reduzidos na autonomia e capacidade crítica, reagem como estímulos. Ora, esta perspectiva, novamente unificadora e homogeneizante, situa-se em um nível muito primário da análise dos efeitos dos *media* ou no que se poderá designar uma análise puramente hipodérmica dos efeitos da comunicação de massa. Mais que nunca, hoje em dia esta tese apresenta-se inaceitável tendo em conta a experiência cultural de um debate vivo e das discussões intensas em torno dos *media*, que dão a ver um espaço de comunicação profundamente agonístico, onde se confrontam não apenas experiências simbólicas divergentes ao nível da recepção dos bens culturais, como também ao nível dos usos e utilizações dos *media* (mobilizadoras de formas originais de sociabilidade e de agregação dos indivíduos).



Estas novas experiências de produção e recepção dos bens culturais estão associadas não apenas aos novos *media* emergentes – às redes informáticas às mais variadas escalas, às novas tecnologias da televisão (satélite, cabo, programação individual), à radiodifusão direta etc. – como também aos *media* eletrônicos convencionais, que são objeto das mais variadas reapropriações simbólicas originais e imprevisíveis por parte dos indivíduos (na imprensa, na fotografia, no cinema etc.).

Por fim, referir que toda a Teoria Crítica acusa condições específicas do seu tempo, que entendidas no comprometimento ideológico de índole marxista, acaba por limitar o seu alcance científico e a sua validade no tempo.

Estas condições históricas dividem-se em duas. A primeira é referente aos regimes autoritários e fascistas da época – que obrigaram estes autores ao exílio – e que na sua eficaz exploração propagandística e ideológica dos meios de comunicação para o inculcamento das massas, condicionaram a perspectiva hipodérmica que a Teoria Crítica concluiu dos efeitos dos *mass media*. Os segundos condicionalismos históricos advêm do contacto, talvez brusco, destes autores com a sociedade mais consumista do momento, os Estados Unidos da América.

Já à partida condenado pela concepção marxista, o capitalismo americano, no seu puro estado de desenvolvimento em que tudo é mercantilizável e produzido na óptica do consumo, fez com que estes autores tecessem uma visão pessimista do futuro da arte e dos produtos culturais, apenas reduzidos a formatos e mercadoria.



## Exercícios

01. (Funadepi/2010) O conceito mais genérico de ideologia significa o conjunto de ideias, concepções ou opiniões sobre algum tema sujeito a discussão, por exemplo, a ideologia burguesa, a ideologia de um partido político. Historicamente, porém, o conceito de ideologia tem um sentido específico divulgado pelo filósofo e economista
- A) Friedrich Nietzsche.                      B) Charles Fourier.  
C) Robert Owen.                                D) Karl Marx.  
E) Max Weber.

02. (Enem/2010)

### A chegada da televisão

A caixa de pandora tecnológica penetra nos lares e libera suas cabeças falantes, astros, novelas, noticiários e as fabulosas, irresistíveis garotas-propaganda, versões modernizadas do tradicional homem-sanduiche.

SEVCENKO, N. (Org). *História da Vida Privada no Brasil 3*. República: da Belle Époque à Era do Rádio. São Paulo: Cia das Letras, 1998.

A TV, a partir da década de 1950, entrou nos lares brasileiros provocando mudanças consideráveis nos hábitos da população. Certos episódios da história brasileira revelaram que a TV, especialmente como espaço de ação da imprensa, tornou-se também veículo de utilidade pública, a favor da democracia, na medida em que

- A) amplificou os discursos nacionalistas e autoritários durante o governo Vargas.  
B) revelou para o país casos de corrupção na esfera política de vários governos.

- C) maquiou indicadores sociais negativos durante as décadas de 1970 e 1980.  
D) apoiou, no governo Castelo Branco, as iniciativas de fechamento do parlamento.  
E) corroborou a construção de obras faraônicas durante os governos militares.

03. (Fepese/2009) O racismo é uma ideologia social e política surgida no início do século XX, que pretendeu se passar por uma teoria científica produzida por

- A) uma concepção de ciência que não escondia as suas preferências ideológicas.  
B) uma concepção de ciência que não reconhecia a interferência de fatores culturais e subjetivos na atividade científica e que, por isso, se autointitulava neutra.  
C) uma concepção de ciência que pretendia emancipar a sociedade da objetividade do conhecimento; por isso, se autointitulava positivista.  
D) uma concepção de ciência que recusava a separação epistemológica entre sujeito e objeto.  
E) uma concepção de ciência que não estava de acordo com os princípios do Positivismo; por isso, se autointitulava cientificista.

04. (Funadepi/2010) O conceito de ideologia com o qual Karl Marx trabalhou significa, brevemente, o conjunto de crenças, valores, representações e atitudes socialmente constituídas para legitimar o ordenamento social vigente. Sobre esse conceito, é correto afirmar que

- A) o conceito foi originalmente formulado por Destutt de Tracy como a “ciência das ideias”, e possuía um sentido mais espiritualista, como o estudo das crenças que produziam as experiências religiosas.  
B) a apropriação marxiana do conceito afirma que o conjunto ordenado de ideias, crenças e normas que expressam as concepções de um grupo social particular são generalizadas com o objetivo de explicar a realidade, de tal forma que se justifique um *status quo* de dominação como o existente na sociedade capitalista.  
C) a ideologia é responsável pela coesão social porque resolve de forma pacífica os conflitos e garante a satisfação de todos os setores da sociedade por compartilharem as mesmas visões de mundo.  
D) em uma sociedade em que existe a luta de classes, a ideologia é um fator de equilíbrio porque explica a natureza das diferenças sociais por meio de narrativas que se aproximam dos mitos nas sociedades arcaicas.  
E) é correto pensar que a ideologia representa exclusivamente a dimensão espiritual de uma sociedade, dado seu compromisso com as crenças em que se baseiam as ações dos grupos em relação aos outros.

05. (Universidade da Amazônia/2006) Louis Althusser considera o Estado constituído por um Aparelho Repressivo do Estado (ARE) e por Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE). A escola é um dos aparelhos ideológicos do Estado porque

- A) transmite o saber produzido pela classe dominante, tornando-se instrumento de manutenção do *status quo* e das relações sociais de produção.  
B) reproduz a formação dos agentes responsáveis pela operacionalização do sistema de produção, visando à transformação do *status quo* e das relações de produção.  
C) interage o saber da classe dominante com o saber da classe dominada como estratégia de manutenção do *status quo* e das relações de produção.  
D) mantém a ideologia do Estado, visando à democratização do saber escolar e as relações de produção.

06. (UEL/2008) No capitalismo, os trabalhadores produzem todos os objetos existentes no mercado, isto é, todas as mercadorias; após havê-las produzido, entregam-nas aos proprietários dos meios de produção, mediante um salário; os proprietários dos meios de produção vendem as mercadorias aos comerciantes, que as colocam no mercado de consumo; e os trabalhadores ou produtores dessas mercadorias, quando vão ao mercado de consumo, não conseguem comprá-las. [...] Embora os diferentes trabalhadores saibam que produziram as diferentes mercadorias, não percebem que, como classe social, produziram todas elas, isto é, que os produtores de tecidos, roupas, alimentos [...] são membros da mesma classe social. Os trabalhadores se veem como indivíduos isolados [...], não se reconhecem como produtores da riqueza e das coisas.

CHAUÍ, M. *Convite à Filosofia*. 13 ed. São Paulo: Ática, 2004. p. 387.

Com base no texto e nos conhecimentos sobre alienação e ideologia, considere as afirmativas a seguir.

- A) A consciência de classe para os trabalhadores resulta da vontade de cada trabalhador em superar a situação de exploração em que se encontra sob o capitalismo.
- B) É no mercado que a exploração do trabalhador torna-se explícita, favorecendo a formação da ideologia de classe.
- C) A ideologia da produção capitalista constitui-se de imagens e ideias que levam os indivíduos a compreenderem a essência das relações sociais de produção.
- D) As mercadorias apresentam-se de forma a explicitar as relações de classe e o vínculo entre o trabalhador e o produto realizado.
- E) O processo de não identificação do trabalhador com o produto de seu trabalho é o que se chama alienação. A ideologia liga-se a este processo, ocultando as relações sociais que estruturam a sociedade.
07. (J.A.S.) Um dos conceitos mais importantes da obra de Karl Marx é o de ideologia. Em relação a ele, é correto afirmar que
- A) a ideologia seria a representação fiel da realidade, por estar intimamente vinculada às condições sociais de produção.
- B) a divisão entre o trabalho manual e intelectual levou ao fim da ideologia.
- C) a ideologia, quando promovida pelos intelectuais, seria algo abstrato, pois se partia das ideias e não da prática, da vida real.
- D) a ideologia era um elemento que possibilitaria o fim da luta de classes e o surgimento do socialismo.
- E) o processo histórico seria determinado pela ideologia, que teria por base a formação econômica, política e social das sociedades humanas.
08. (UEL/2006) “[...] uma grande marca enaltece, acrescenta um maior sentido de propósito à experiência, seja o desafio de dar o melhor de si nos esportes e nos exercícios físicos ou a afirmação de que a xícara de café que você bebe realmente importa [...] Segundo o velho paradigma, tudo o que o *marketing* vendia era um produto. De acordo com o novo modelo, contudo, o produto sempre é secundário ao verdadeiro produto, a marca, e a venda de uma marca adquire um componente adicional que só pode ser descrito como espiritual”. O efeito desse processo pode ser observado na fala de um empresário da Internet comentando sua decisão de tatuar o logo da Nike em seu umbigo: “Acordo toda manhã, pulo para o chuveiro, olho para o símbolo e ele me sacode para o dia. É para me lembrar a cada dia como tenho de agir, isto é, *‘just do it’*.”

KLEIN, Naomi. *Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido*. Rio de Janeiro: Record, 2002, p. 45-76.

Com base no texto e nos conhecimentos sobre ideologia, é correto afirmar:

- A) A atual tendência do capitalismo globalizado é produzir marcas que estimulam a conscientização em detrimento dos processos de alienação.
- B) O capitalismo globalizado, ao tornar o ser humano desideologizado, aproximou-se dos ideais marxistas quanto ao ideal humano.
- C) Graças às marcas e à influência da mídia, em sua atuação educativa, as pessoas tornaram-se menos sujeitas ao consumo.
- D) O trabalho ideológico em torno das marcas solucionou as crises vividas desde a década de 1970 pelo capital oligopólico.
- E) Por meio da ideologia associada à mundialização do capital, ampliou-se o fetichismo das mercadorias, o qual se reflete na resposta social às marcas.
09. (UFUB/2013) Há várias maneiras de despolitizar uma sociedade. A principal delas é impedir a circulação de informações e perspectivas distintas a respeito do modelo de funcionamento da vida social. Há, no entanto, uma forma mais insidiosa. Ela consiste em construir uma espécie de causa genérica capaz de responder por todos os males da sociedade. Qualquer problema que aparecer será sempre remetido à mesma causa, a ser repetida infinitamente como um mantra.

Vladimir Safatle, “Política de uma nota só”. *Revista Carta na Escola*, n.67, p.50.

Analisando o texto, assinale a alternativa que apresenta como os meios de comunicação podem ser importantes ferramentas de conscientização ou de manipulação.

- A) A TV tem uma histórica finalidade nas democracias ocidentais de ser um instrumento irrestrito de politização, alcançando as diferentes classes sociais que recebem de maneira gratuita o alcance de seu sinal.
- B) O rádio, ao longo da história, estimula a plena circulação de informações e os diferentes olhares e perspectivas sobre a construção da vida social, sem se prender a interesses de grupos específicos.
- C) A Internet, por meio das redes sociais, impede a circulação de informações que não tenham um caráter eminentemente democrático, impedindo a construção de mantras que remetem à causa dos problemas sociais aos mesmos protagonistas.
- D) A imprensa foi a vanguarda dos meios de socialização de informação, contribuindo para a construção de espaços sociais livres da despolitização, assim como ocorreu na república militar, onde a imprensa desconstruiu as causas genéricas da ditadura.
- E) A tecnologia da informação pode ser usada de forma a conscientizar as camadas sociais, democratizando o acesso à informação e contribuindo para a produção do conhecimento na construção da vida social.
10. (Enem/2015) A casa de Deus, que acreditam una, está, portanto, dividida em três: uns oram, outros combatem, outros, enfim, trabalham. Essas três partes que coexistem não suportam ser separadas; os serviços prestados por uma são a condição das obras das outras duas; cada uma, por sua vez, encarrega-se de aliviar o conjunto... Assim a lei pode triunfar e o mundo gozar da paz.

ALDALBERON DE LAON. In: SPINOSA, F. *Antologia de textos históricos medievais*. Lisboa: Sá da Costa, 1981.

A ideologia apresentada por Aldalberon de Laon foi produzida durante a Idade Média. Um objetivo de tal ideologia e um processo que a ela se opôs estão indicados, respectivamente, em:

- A) justificar a dominação estamental / revoltas camponesas.
- B) subverter a hierarquia social / centralização monárquica.
- C) impedir a igualdade jurídica / revoluções burguesas.
- D) controlar a exploração econômica / unificação monetária.
- E) questionar a ordem divina / Reforma Católica.



## Resoluções

01. Em sentido restrito, o conceito de ideologia tem um significado mais específico. Marx enriqueceu o debate em torno do assunto, indicando os meios de aplicação prática da ideologia. Para ele, diante da tentativa humana de explicar a realidade e dar regras de ação, é preciso considerar também as formas de conhecimento ilusório que levam ao mascaramento dos conflitos sociais. Segundo a concepção marxista, a ideologia adquire um sentido negativo, como instrumento de dominação.

**Resposta: D**

02. A proposta da questão é clara em identificar o papel dos meios de comunicação, especialmente a televisão, na construção da vida social no Brasil. Só na década de 1950, no governo Dutra, foi inaugurada a primeira emissora de TV. A partir de então, ela se tornou um importante componente da vida social do povo brasileiro. Embora se questione o seu poder de alienação com programações que fazem o povo sonhar (filmes, seriados e novelas) e a questão do incentivo ao consumismo, a TV – como veículo de comunicação – tem dado sua contribuição para a consolidação das práticas democráticas ao promover denúncias de corrupção de vários governos e das tentativas de limitar a liberdade de expressão.

**Resposta: B**

03. Somente admitindo o papel social, ideológico e político do racismo, poderemos compreender sua força permanente e seu significado polimórfico e ambivalente. Apenas desta forma poderemos compreender por que se trata de um conceito tão polêmico e, também, por que em determinados contextos políticos e momentos históricos o racismo adquire tanta vitalidade e se desenvolve com tanta agressividade: ele não é uma conclusão tirada dos dados da ciência, de acordo com pesquisas de laboratório que comprovem a superioridade de um grupo étnico sobre outro, mas uma ideologia deliberadamente montada para justificar a expansão dos grupos de nações dominadoras sobre aquelas áreas por eles dominadas ou a dominar. Expressa, portanto, uma ideologia de dominação e, somente assim, pode-se explicar a sua permanência como tendência de pensamento. Vê-lo como uma questão científica cuja última palavra seria dada pela ciência é plena ingenuidade, pois as conclusões da ciência condenam o racismo e nem por isso ele deixa de desempenhar um papel agressivo no contexto das relações locais, nacionais e internacionais. O racismo tem, portanto, em última instância, um conteúdo de dominação não apenas étnico, mas também ideológico e político.

**Resposta: B**

04. O conceito de ideologia aparece em Marx como equivalente de ilusão, falsa consciência, concepção idealista na qual a realidade é invertida e as ideias aparecem como motor da vida real. Por meio da ideologia, são construídos imaginários e lógicas de identificação social cuja função seria escamotear o conflito entre as classes sociais, dissimular a dominação e ocultar a presença do particular, dando-lhe a aparência de universal. Ideologia no pensamento marxista (materialismo dialético) é um conjunto de proposições elaborado, na sociedade burguesa, com a finalidade de fazer aparentar os interesses da classe dominante com o interesse coletivo, construindo uma hegemonia daquela classe.

A manutenção da ordem social requer, dessa maneira, menor uso da violência pela força explícita. Assim, a ideologia torna-se um dos instrumentos da reprodução do *status quo* e da própria sociedade. O objetivo da ideologia é o consentimento ativo dos membros da sociedade burguesa à manutenção do *status quo*, da ordem social estabelecida.

**Resposta: B**

05. No início da década de setenta, o filósofo francês Louis Althusser afirmou que a escola é um aparelho ideológico do Estado, causando com isso um verdadeiro furor entre os intelectuais da época. Os problemas educacionais estão no conceito de que a escola reproduz desigualdade social, na medida em que contribui para a reprodução da ideologia das classes dominantes e mesmo para a reprodução das próprias classes sociais. A luta de classes, portanto, não está ausente da escola, ao contrário, é alimentada por ela por meio de um discurso ideológico alienante, perpetuando em última instância as relações de produção e a distribuição social e econômica desigual.

**Resposta: A**

06. Para Marx, a alienação humana está no fato de haver no processo de produção uma relação que impede e constrange a realização do trabalho como “objetivação”, ou seja, como realização da natureza humana. Segundo Marx, a alienação surge com a divisão social do trabalho e, com esta divisão, surge a separação entre os que dirigem e os que executam o processo de trabalho. Há, pois, nesta relação, a instauração da alienação. O trabalhador é constrangido a atender suas necessidades mais imediatas, tais como: comer, beber, vestir etc., se não o fizer porá em risco sua própria existência. Ao fazer de sua capacidade de trabalho um meio para atingir determinados fins, a sua atividade deixa de ser uma atividade livre e torna-se trabalho alienado. A alienação contamina todas as outras relações sociais.

**Resposta: E**

07. Karl Marx desenvolveu uma teoria a respeito da ideologia na qual concebe a mesma como uma consciência falsa, proveniente da divisão entre o trabalho manual e o intelectual. Nessa divisão, surgiriam os ideólogos ou intelectuais que passariam a operar em favor da dominação ocorrida entre as classes sociais, por meio de ideias capazes de deformar a compreensão sobre o modo como se processam as relações de produção. Neste sentido, a ideologia (enquanto falsa consciência) geraria a inversão ou a camuflagem da realidade, para os ideais ou interesses da classe dominante. Os pensamentos da classe dominante são, também, em todas as épocas, os pensamentos dominantes, ou seja, a classe que tem o poder material dominante em dada sociedade é também a potência dominante espiritual. A classe que dispõe dos meios de produção material dispõe igualmente dos meios de produção intelectual, de tal modo que o pensamento daqueles a quem são recusados os meios de produção intelectual está submetido igualmente à classe dominante.

**Resposta: C**

08. O fetichismo é a essência de todo o sistema econômico de Marx, ou seja, uma relação social expressa em coisas e por meio das coisas; resumindo, esta relação social se dá entre pessoas enquanto produtoras de mercadorias que trocam os produtos de seu trabalho (operários) e confere aos produtos a propriedade, um valor (dinheiro), este vinculado a um proprietário (o capitalista).

Segundo Marx, o fetichismo é uma relação social entre pessoas mediatizadas por coisas. O resultado é a aparência de uma relação direta entre as coisas e não entre as pessoas. As pessoas agem como coisas; e as coisas, como pessoas. No caso da produção de mercadorias, ocorre que a troca de mercadorias é a única maneira na qual os diferentes produtores isolados de mercadorias se relacionam entre si. Dessa maneira, o valor das mercadorias é determinado de maneira independente dos produtores individuais, e cada produtor deve produzir sua mercadoria em termos de satisfação de necessidades alheias. Disso resulta que a mercadoria mesma (ou o mercado) parece determinar a vontade do produtor e não o contrário.

**Resposta: E**

09. Em uma sociedade democrática de direito, fica evidente como os meios de comunicação são importantes ferramentas para fazer do conhecimento um elemento impulsionador da vida social, na construção da cidadania. No entanto, a utilização parcial ou a distorção do papel plural dos meios de comunicação pode levar à construção, por determinados grupos, de uma estrutura de controle que em nada contribui para a vida em sociedade.

**Resposta: E**

10. A ideologia feudal teve como um dos fundamentos o teocentrismo católico, conforme pode ser observado no pensamento agostiniano contido no livro *A cidade de Deus*, no qual a sociedade terrena buscaria espelhar a suposta estrutura celestial em que os interesses de Deus estariam propagados pelo clero, defendidos militarmente pelos anjos, representados pelos senhores feudais, e ficando os servos com o papel de trabalhadores em uma sociedade que, logicamente, não haveria deslocamento vertical, salvo raras exceções, no que foi chamado de modelo estamental. As duas primeiras ordens, clero e nobreza, seriam privilegiadas; e a terceira, camponeses servos, era explorada por ser semilivre, tendo que pagar talha, corveia, banalidades, mão-morta etc. A mensagem contida no texto do bispo Aldalberon busca consolidar a ideia de que a pobreza sentida pelo servo não se origina em uma suposta luta de classes, mas em uma realidade divina e que, por isso, não deveria ser questionada sob pena de excomunhão. Essa ideologia teve uma forte penetração, pois somente no final da Idade Média o Terceiro Estado conseguiu elevar de intensidade suas revoltas.

**Resposta: A**

11. Em um rápido balanço, vivemos em um mundo em que as ideias têm textura, sabor, temperatura, força, letalidade. Há pouco tempo, ditadores matavam pessoas, como no Holocausto, e somente após um processo de guerra o mundo tomava conhecimento do fato, entretanto, a velocidade e a visibilidade das imagens e cenas do cotidiano tornam possíveis ver uma desconhecida iraniana atingida à bala em manifestações contra a reeleição do radical líder xiita Mahmoud Ahmadinejad, por meio de um simples e rápido movimento de gravação em celular, também de um desconhecido. Aliás, instrumentos como Youtube e Facebook tornam os antigos figurantes passivos da história em atores principais dos seus fenômenos sociológicos, políticos ou culturais. A par de tudo isso, entretanto, prossegue a alma da globalização, por intermédio da Internet, convergindo os interesses de povos cansados do extremismo ditatorial – religiosamente legitimado – com o fluxo das informações, no contato com outros costumes, na

absorção de ideologias democráticas que encontram terreno fértil para a eclosão de movimentos sociais, em que a realidade imita o virtual e o virtual alimenta a realidade concreta dos interesses coletivos. Foi assim que vimos cair regimes empalhados no tempo da Tunísia ao Iêmen; do Egito à Líbia.

**Resposta: E**

12. Apenas o item III está incorreto, pois as ideias acerca da ideologia na sociedade capitalista expressas no texto de Nelson Tomazi correspondem ao pensamento de Karl Marx e não de Max Weber.

**Resposta: B**

13. Questão que pode ser respondida a partir da interpretação textual e análise das afirmativas. A partir do texto, só é possível afirmar que a ideologia é o que se reproduz na alternativa E, “algo que se reproduz a partir da convivência entre os indivíduos que defendem os mesmos interesses e possuem opiniões semelhantes”.

**Resposta: E**

14. Apenas o item III está incorreto, pois, na grande maioria das vezes, a ideologia pode ser definida como uma forma de mascarar ou ocultar as contradições sociais e a dominação, invertendo o modo de processar o pensamento sobre algumas realidades.

**Resposta: C**

15. O item B encontra-se incorreto, pois, na verdade, Auguste Comte emprega o termo “ideologia” atribuindo-lhe dois significados: como atividade filosófico-científica, que estuda a formação das ideias, e como um conjunto de ideias de uma época, que formam a opinião geral e a teoria de pensadores dessa mesma época.

**Resposta: B**