

O conceito de ideologia e sua aplicação na perspectiva crítica da comunicação

Carlos Augusto de França ROCHA JÚNIOR¹

Resumo

O estudo aborda a perspectiva crítica da comunicação a partir das utilizações do conceito de ideologia. A partir dos estudos desenvolvidos pela Escola de Frankfurt, os teóricos dos Estudos Culturais e da Economia Política da Comunicação o conceito de ideologia é abordado em profundidade a partir de sua aparição em inúmeras discussões paralelas e até mesmo entrecruzadas. Para o artigo serão relacionados estudos promovidos por cada uma das tendências mencionadas anteriormente e seus estudos aplicados em relação a perspectiva crítica. Entre os autores mencionados estão Miller (2001), Thompson (2000), Zizek (1996), Hall (2003) e Serra (2006).

Palavras-chave: Perspectiva crítica. Ideologia. Comunicação.

Introdução

A perspectiva crítica é amparada principalmente pela responsabilidade de não apenas representar o mundo, mas por buscar uma profunda reforma e mudança social por parte de seus teóricos. A proposta dos teóricos associados à esta perspectiva é de transformação do mundo, principalmente na comunicação. Miller (2001) aponta como principais teorias relacionadas ao paradigma crítico, a Escola de Frankfurt e os Estudos Culturais. Para este trabalho também é incluída na perspectiva crítica a Economia Política da Comunicação, que se apoia em diversas leituras a partir dos escritos de Karl Marx.

¹Mestrando em Comunicação pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). E-mail: carlosrocha_pi@yahoo.com.br

Chauí (2004) destaca que a ideologia é diferente de um ideário qualquer, ligando-se a proposta de que ideologia é um ideário histórico, político e social que age sobre a realidade. Tal realidade pode estar estruturada de diversas maneiras e a partir de diversas visadas. Os pesquisadores da Escola de Frankfurt são influenciados em grande parte pela tomada do poder por Hitler que prejudica o funcionamento das pesquisas e causa a fuga de pesquisadores da Alemanha. Outro exemplo é o capitalismo industrial como sistema que influencia os meios de comunicação de massa e seus produtos como estudam os teóricos dos Estudos Culturais e Economia Política da Comunicação.

Entre todos estes conceitos e discussões um conceito figura como alicerce, a ideologia. Na perspectiva crítica a ideologia ganha este papel principalmente pelas discussões sobre as indústrias culturais e as ações dos meios de comunicação, assim como os embates que marcam todo o século XX.

1 Histórico do conceito de ideologia e suas aplicações

O conceito de ideologia é tomado por diversas visadas. Desde sua primeira aplicação, ainda como a noção de ciência das ideias o conceito e seu emprego não escapam à intensa controvérsia. As concepções de ideologia estruturadas ao longo da história representam também as disputas por poder que aconteceram a partir do uso das mais diversas ideologias. Na atualidade a controvérsia relacionada à ideologia ainda existe, mas estendeu-se também a sua crítica.

Thompson (1995) enfatiza o quanto o conceito de ideologia passa por transformações impulsionadas por mudanças sociais. Em primeiro uso a ideologia data de 1796 através de Destutt de Tracy em que o conceito é associado diretamente à análise sistemática de ideias e sensações. Ideologia neste conceito consiste em uma “ciência das ideias”. A concepção a priori apoiada conta posteriormente com pesadas críticas vindas de Napoleão Bonaparte.

Na esteira da história da transformação dos conceitos o autor passa a tratar da ideologia a partir da visada de Marx. O autor destaca que o conceito ganha com Marx uma aplicação ambígua em concepções sobrepostas. Entre essas concepções ganham destaque o que Thompson chama de concepções: polêmica, epifenômenica e latente.

Após tratar especificamente de Marx, Thompson avança para abordar o que ele chama de ideologia na sociologia do conhecimento. Esta abordagem está relacionada a neutralização do conceito e aborda as contribuições dadas por Lenin, Luckaks e Mannhein. “[...] estudar a ideologia é estudar as maneiras como o sentido serve para estabelecer e sustentar relações de dominação.” (THOMPSON, 2000, p. 76) Nesta concepção de ideologia os principais modos que caracterizam a sua operação são: legitimação, dissimulação, unificação, fragmentação e reificação.

Chauí (2004) sistematiza a concepção inicial de ideologia como associada às faculdades sensíveis representadas pelo querer ou vontade, pelo julgar ou razão, pelo sentir ou percepção e pelo recordar ou memória. Ao representar os “ideólogos franceses” a autora demonstra o quanto o conceito de ideologia era voltado para a observação, a decomposição e a recomposição a partir das ciências. O sentido pejorativo de ideologia viria somente a partir das divergências com Napoleão e as disputas políticas pelo poder na França.

[...] um dos traços fundamentais da ideologia consiste, justamente, em tomar as ideias como independentes da realidade histórica e social, quando na verdade é essa realidade que torna compreensíveis as ideias elaboradas e a capacidade ou não que elas possuem para explicar a realidade que as provocou. (CHAUI, 2004, p. 13)

O conceito de ideologia é apresentado ainda a partir das ideias de outros autores. Chauí (2004) relembra Comte que apontou a ideologia como atividade filosófica científica de estudar a formação das ideias e também como o conjunto das ideias de uma época. “Nessa medida, ideologia é sinônimo de teoria, esta sendo entendida como a organização sistemática de todos os conhecimentos científicos, desde a formação das ideias mais gerais, na matemática, até as menos gerais, na sociologia e as mais particulares, na moral.” (CHAUI, 2004, p. 29) O termo ainda é abordado pelo ponto de vista de Durkheim que situa a ideologia como todo o conhecimento da sociedade que não esteja na posição de respeitar critérios de objetividade.

A respeito da concepção marxista de ideologia, Chauí (2004) destaca que ela é pós-hegeliana e marcada pela falta de separação entre ideias e as condições sócio históricas. “Nasce agora a ideologia propriamente dita, isto é, o sistema ordenado de ideias ou representações e das normas ou regras como algo separado e independente das

condições materiais [...]” (CHAUÍ, 2004, p. 62) A autora destaca a partir de Marx e Engels que a ideologia não pode ser considerada como algo subjetivo consciente, mas relacionado a condições objetivas da existência social dos indivíduos.

A autora discorre ainda sobre o conceito marxista de ideologia para destacar que a ideologia dominante e a ideologia da classe dominante, mas não necessariamente em um processo imposto, e sim na prática social cotidiana. “A ideologia resulta da prática social, nasce da atividade social dos homens no momento em que estes representam para si mesmos essa atividade e vimos que essa representação é sempre necessariamente invertida.” (CHAUÍ, 2004, p. 84) O surgimento da ideologia é então posicionado por Chauí a partir de 3 momentos: o conjunto sistemático de ideias representando interesses não dominantes, a popularização deste conjunto sistemático de ideias e a manutenção destas ideias quando a classe emergente não dominante alcança o status de dominante.

Zizek (1996) propõe o mapa da ideologia com uma visão especialmente crítica a respeito do tema. O autor não faz uma retrospectiva histórica do termo, mas aplica-o a situações da época em que escreveu o livro. “[...] o ponto de partida da crítica da ideologia tem que ser o pleno reconhecimento do fato de que é muito fácil mentir sob o disfarce da verdade.” (ZIZEK, 1996, p.14) Situações em que as palavras de Zizek podem ser aplicadas não faltam nem nos anos 90 e principalmente no cenário atual. Ações de países contra países, de união de Estados contra países, de grupos políticos e/ou religiosos contra países são exemplos que podem ser citados para a aplicação de diversas ideologias.

Ao traçar o espectro da ideologia, o autor trata principalmente da relação entre a ideologia e o exercício do poder. Zizek (1996) aponta especialmente três eixos para abordar a ideologia: como complexo de ideias, como materialidade representada pelos Aparelhos Ideológicos de Estado e como parte da realidade social.

A ideologia é uma comunicação sistematicamente distorcida: um texto em que, sob a influência de interesses sociais inconfessos (de dominação etc) uma lacuna separa seu sentido público “oficial” e sua verdadeira intenção – ou seja, em que lidamos com uma tensão não refletida entre o conteúdo enunciado explicitamente no texto e seus pressupostos pragmáticos. (ZIZEK, 1996, p. 16)

Sair da ideologia é um movimento que torna-se então difícil de fazer. Zizek (1996) destaca que uma das armadilhas relacionadas a ideologia é de deslizar para ela achando que está estabelecendo um ponto de fuga. Há uma confusão evidente a partir desta proposta, mas em linhas gerais é possível apontar que ao denunciar os efeitos relacionados a uma ideologia, isto ocorre a partir de outra ideologia de base, convenientemente não apresentada.

2 A Perspectiva Crítica na história da Comunicação

O conhecimento sistematizado a respeito da comunicação como campo científico pode ser baseado principalmente a partir da noção de paradigma. Originária do grego “parádeigma”, está ligada principalmente à ideia de algo que serve de exemplo geral ou de modelo, um padrão. Na comunicação o termo ganha o significado mais próximo da noção de representação de modo exemplar. O paradigma passa a estar relacionado a um conjunto de formulações que guardadas as devidas diferenças e divergências contam com uma afinidade em seus temas principais.

Os paradigmas representam “quadros de referência” em relação às teorias da comunicação a fim de fornecer uma visão lógica para que os novos estudiosos possam conhecer a área com profundidade e buscar com mais exatidão as respostas para seus questionamentos. “Em plano filosófico, um paradigma serve à “afirmação de uma identidade”, a qual, sem renegar diferenças possíveis, opõe-se e contrasta, por ser unitária e uniforme, a toda dispersão pela multiplicidade.” (POLISTCHUK; TRINTA, 2003, p.55) Os autores discorrem mais sobre a noção de paradigma a partir da noção de visão dominante em uma ciência a partir da época histórica e do desenvolvimento daquela ciência, no caso a comunicação.

Em resumo, um paradigma consiste em uma mistura de pressupostos filosóficos, de modelos teóricos, de conceitos chave e de prestigiosos resultados de pesquisa – isso tudo passando a constituir um universo de pensamento familiar a pesquisadores, em dado instante do desenvolvimento de uma disciplina científica. (POLISTCHUK; TRINTA, 2003, p.57)

A comunicação em particular é abordada a partir da perspectiva de que está em permanente dialogismo e marcada pela permanente inconclusividade. A partir disso e do

senso comum que marca primeiramente as observações sobre a comunicação é que vem a constituição das teorias científicas a respeito do tema e conseqüentemente a elaboração de paradigmas a respeito da área. De acordo com Polistchuk e Trinta (2003) o paradigma funciona para a investigação científica assim como o plano de voo funciona para as aeronaves, fornecendo uma ideia geral a respeito do caminho a seguir.

Ao traçar um histórico rápido das pesquisas em comunicação no Brasil os autores chegam a seis paradigmas relacionados à área de comunicação social: funcionalista-pragmático, matemático-informacional, crítico-radical, conflitual-dialético, culturológico, midiológico e tecnológico-interativista. Em especial o paradigma crítico-radical dedica-se a investigação dos mal-estares das sociedades contemporâneas e está particularmente ligado à noção de ideologia.

Ao apresentar um panorama a respeito da perspectiva crítica, Miller (2001) relembra o pensamento Hegeliano e sobretudo a sua influência para Marx. A autora lembra que Hegel enfatizou tanto a relação dialética entre a experiência subjetiva individual e a experiência subjetiva mundo exterior quanto a do mundo exterior e da tensão inerente a essa relação. O pensamento inicial de Marx é influenciado por Hegel no tangente a tensão entre a experiência subjetiva interna e o mundo externo e pela natureza histórica desta tensão.

Thus, both the early and the late Marx developed views of the relationship between the individual and society. For the early Marx, this relationship was a socially constructed on fraught with dialectic tension. For the late Marx, the relationship was a real and material one in which economic conditions of the substructure influenced superstructure elements caused alienation and estrangement. For both the early and the late Marx, however, this imbalance between the individual and the external world was untenable and required critique in order to reveal fundamental truths about the human condition. (MILLER, 2001, p. 62)

Ao tratar do pensamento marxista tardio, mais amadurecido, a autora destaca a natureza do período histórico em que a teoria foi concebida, com a intensa industrialização, e a influência que isto representa sobre o trabalhador, representada pela alienação. Para Miller (2001) isto está representado, principalmente pela interpretação materialista envolvendo o mundo social.

3 Escola de Frankfurt: indústria cultural e luta ideológica

A compreensão sobre a teoria crítica passa principalmente pela produção envolvendo a Escola de Frankfurt. O Instituto de Pesquisa Social, ligado a Universidade de Frankfurt, fundado em 1923 foi o ponto de partida para estudos que no começo envolviam principalmente o enfrentamento ao autoritarismo, críticas à indústria cultural e a transformação dos conflitos sociais. O contexto para o início dos trabalhos é a República de Weimar, a Alemanha pós Primeira Guerra Mundial, mergulhada em conflitos sociais e econômicos.

Miller (2001) lembra que entre os principais nomes do instituto estão Max Horkheimer, nomeado diretor a partir de 1930, Herbert Marcuse, Theodor W. Adorno, Erich Fromm e Walter Benjamin. A autora caracteriza a escola de Frankfurt principalmente por ter partido de várias formas do marxismo ortodoxo e em seu desenrolar não ficar abraçada somente a teorização materialista empreendida por Marx. “Thus, the Frankfurt School did not follow the school of scientific Marxism, which attempted to use positivistic research methods to determine the laws through which the economic substructure was related to the cultural and psychological superstructure.” (MILLER, 2001, p. 63) Os teóricos da escola de Frankfurt vão além da concepção básica de Marx para sair do isolamento que marcava a reflexão sobre a doutrina.

A teoria crítica é marcada fortemente também pela história. Mattelart (2008) lembra que o Instituto de Pesquisa Social é marcado pelo repúdio a prática política da Alemanha de então com críticas aos dois partidos políticos operários e sua visão economista. Com a ascensão do nazismo na Alemanha e segundo Miller (2001) do stalinismo na então União Soviética os autores responsáveis pela escola de Frankfurt são obrigados a abandonar o país. Seus trabalhos acabam fortemente marcados também por esta tendência errante entre os países baixos, Holanda e Bélgica, para onde os fundos de pesquisa foram transferidos; França e Estados Unidos, que abrigam alguns dos pesquisadores e suas abordagens de pesquisa.

Wolf (2005) destaca a respeito da teoria crítica, principalmente seu contraponto às teorias de âmbito administrativo. O autor comenta que a teoria crítica está amparada a partir de uma visão analítica dos fenômenos analisados e a relação destes fenômenos com as forças sociais que os determinam. O autor avança ainda tecendo considerações

sobre a teoria crítica a partir da análise da economia de troca e na separação e oposição entre indivíduo e classe. “A teoria crítica se propõe realizar o que sempre foge ou remete à sociedade, ou seja, uma teoria da sociedade que implique uma avaliação crítica da própria construção científica.” (WOLF, 2005, p. 74) A busca dos autores da teoria crítica é por compreender o sentido de fenômenos estruturais a partir de fenômenos superestruturais no âmbito da cultura.

A ideologia é um conceito que se faz presente na constituição da teoria crítica em vários sentidos. Na luta ideológica entre as diversas tendências políticas da época da fundação e consolidação da escola de Frankfurt, entre a Primeira e a Segunda Guerra Mundial, no conflito envolvendo os modos de produzir no mundo, como capitalismo e socialismo. Miller (2001) associa aos teóricos críticos a noção de ideologia como pressupostos sobre a realidade que influenciam a percepção sobre situações e eventos.

This definition, has several important facets. First, ideology refers to more than a set of attitudes and beliefs. Rather, ideology shapes our understanding of what exists what is good, and what is possible (Therborn, 1980, p. 18). Second, ideology involves assumptions that are rarely questioned or scrutinized. For example, we rarely question the hierarchical structuring of the teacher-student relationship. Third, by shaping our view of the world, ideologies can also influence our behaviors. (MILLER, 2001, p. 67)

A respeito da luta ideológica, Mattelart (2008) destaca o papel representado por Marcuse a partir do livro “O homem unidimensional” de 1964. Marcuse aponta sobretudo as formas de dominação política pela tecnologia e pela ciência. “A racionalidade técnica, a razão instrumental reduziram o discurso e o pensamento a uma dimensão única, que promove o acordo entre a coisa e a sua função, entre a realidade e a aparência, a essência e a existência.” (MATTELART, 2008, p. 81) Na visão de Marcuse a tecnologia que viria para expandir as fronteiras do pensamento crítico acaba por anular este espaço.

O conceito de indústria cultural é marcado também pelas disputas de viés ideológico. “O conceito de Kultur se associa à ideia de criação de que o espírito humano é capaz – caso da arte, da filosofia, da ciência e da religião.” (POLISTCHUK; TRINTA, 2003, p. 109) A Kultur refere-se a uma “índole nacional” e ao progresso esclarecido da população, noções possíveis de compreender a partir da estruturação de uma ideologia

voltada para propagar uma cultura elevada, diferente da cultura produzida pela sociedade em geral e pelos meios de comunicação de massa, representados pela indústria cultural.

As teses defendidas por esta Escola põem em relevo o papel central que a ideologia desempenha em formas de comunicação, tal como vamos encontrá-las em sociedades urbanas modernas. Agentes da “barbárie cultural”, os meios de comunicação seriam veículos propagadores de ideologias próprias às “classes dominantes”, impondo-as às classes populares (subalternas) pela persuasão ou pela pura e simples manipulação. (POLISTCHUK; TRINTA, 2003, p. 111)

Os autores pontuam que a teoria crítica também está contra a abordagem das disciplinas compartimentais pela manutenção da ordem social e por consequência da ideologia que a envolve. As elaborações acabaram sendo impulsionadas pelo clima da época de forte acirramento entre diferentes tendências e crescente uso dos meios de comunicação de massa para transmitir diferentes ideologias em busca de alcançar a hegemonia. O conceito de hegemonia é tomado a partir da noção de Gramsci, que Miller (2001) relembra como a dominação de um grupo sobre outro em que o grupo dominado aceita isto como norma.

Os teóricos críticos estiveram por diversos trabalhos concentrados nas formas e fontes de alienação que inibem a realização humana. A busca dos críticos era a partir de um mundo marcado pela dor, conseguir apontar respostas para solucionar os problemas a partir das teorias. Os meios de comunicação acabam vistos apenas como fonte de alienação e não como uma oportunidade de escapar deste cenário.

4 Estudos Culturais: o papel ideológico da mídia

O “Cultural Studies” ou Estudos Culturais representam uma visão menos radical a respeito da cultura do que a estruturada pelos teóricos críticos. Segundo Polistchuk e Trinta (2003) um erro da teoria crítica seria considerar o receptor como associado a massa como abstração e não existência concreta com repertório cultural próprio. Originários de estudos desenvolvidos nos anos 60 e 70 a partir de pesquisas desenvolvidas por Frank Raimond nos anos 30 os “Cultural Studies” vão além de reduzir a ação da mensagem sobre o receptor como atos de manipulação. Tal abordagem

está refletida também em pesquisas relacionadas à luta ideológica para além de um reflexo sobre base material.

As pesquisas desenvolvidas no Centre of Contemporary Cultural Studies (CCCS) na Universidade de Birmingham são marcadas principalmente pela defesa de formas de resistência contra a cultura comercial. São estudos voltados para a análise textual, pesquisa do sentido marcadamente em oposição à metodologia funcionalista. O centro é fundado em 1964 e é destaque principalmente sob a coordenação de Richard Hoggart e Stuart Hall.

O CCCS aborda principalmente estudos sobre cultura e sociedade. Richard Hoggart faz principalmente críticas a cultura comercial e elogio à formas de resistência, Raimond Williams tece críticas à dissociação de cultura e sociedade e Stuart Hall aborda o papel ideológico da mídia, assim como a natureza da ideologia. Os autores aprimoram os conceitos marxistas e as leituras apresentadas pelos teóricos críticos a fim de superar por exemplo o primado da base sobre a superestrutura que reduz a cultura a uma determinação econômica.

Com Louis Althusser, partilham as questões ligadas à natureza da ideologia, que não pode mais ser vista como mero “reflexo” da base material, mas assume papel ativo na reprodução social. Com Roland Barthes, interessam-se pela especificidade “cultural” e adotam uma metodologia que se apoia na teoria linguística para abordar uma questão fundamental na época, a das “leituras ideológicas”. (MATTELART, 2008, p. 107)

A ideologia deixa de ser somente uma ferramenta para manipulação incondicional e passa a estar inserida em uma função de troca, tal como a própria comunicação. A aplicação do conceito de ideologia está relacionada principalmente à relação entre mídia e cultura já que os Estudos Culturais abordam a relação entre estrutura social, contexto literário e meios de comunicação.

Então mesmo partilhando a ideia de sistema cultural dominante advinda da teoria crítica, os Estudos culturais apresentam diferenças tanto no tocante a cultura, como conjunto de significado de uma sociedade e mídia, como dinamizador de culturas na sociedade moderna. “O aspecto “conflitual” de tantas relações sociais, assim estabelecidas, reside no fato de os componentes de uma sociedade buscarem ora defender seus interesses, competindo com os outros, ora preservar seus interesses,

desqualificando os esforços competitivos dos outros.” (POLISTCHUK e TRINTA, 2003, p. 132)

Um dos principais autores dos Estudos Culturais, Stuart Hall aborda a relação entre mídia e cultura e principalmente o papel ideológico desempenhado pela mídia. Hall realiza uma discussão sobre ideologia, mas de um modo preliminar procurado situar as relações de forças e como elas interferem na vida social. Hall recorre principalmente a leituras de Althusser e Marx para abordar o tema da ideologia. Um de seus objetos de pesquisa mais notáveis será justamente o racismo a partir da Grã-Bretanha imperial, ainda traduzido na época do estudo, a descolonização, e pela história de vida do autor, jamaicano de nascimento e inglês em sua formação intelectual.

Hall (2003) destaca que a linguagem é o meio através do qual as coisas são representadas no pensamento relacionando-a a geração da ideologia e sua transformação. Tais gerações e transformações acontecem principalmente pelas relações sociais e pelas diversas referências originárias da relação com os fenômenos sociais. Para o autor a ideologia é composta de dois níveis e sua coerência está ligada a sua elaboração filosófica especializada.

Uma cadeia ideológica particular se torna um local de luta não apenas quando as pessoas tentam deslocá-la, rompê-la ou contestá-la, suplantando-a por um conjunto inteiramente novo de termos, mas também quando interrompem o campo ideológico e tentam transformar seus significados pela modificação ou rearticulação de suas associações, passando, por exemplo, do negativo para o positivo. (HALL, 2003, p. 193)

Entretanto Hall enfatiza que a coerência formal não pode garantir a eficácia histórica orgânica da ideologia e que isso só acontece quando as correntes filosóficas entram, modificam e transformam a consciência prática cotidiana. Na América Latina, os trabalhos relacionados aos estudos culturais têm como principal destaque Jesús Martín-Barbero (1997). O autor aborda principalmente a mediação a partir de conceitos como cultura e a hegemonia. Tais conceitos são considerados em um processo que vai do popular ao massivo a partir de determinadas rupturas estruturadas socialmente sobre a indústria cultural.

O papel da ideologia é abordado principalmente na relação com a hegemonia. Ao abordar a hegemonia, a relação é traçada com o papel do Estado e sua estruturação.

O Estado como aparato jurídico da coesão social está ligado ao processo de enculturação pela centralização política e unificação cultural. A enculturação consiste na “[...] transformação do sentido do tempo que, abolindo o cíclico, impõe o linear, centrado sobre a produção, a transformação do saber e seus modos de transmissão mediante a perseguição das bruxas e o estabelecimento da escola.” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 130) A mediação estabelece-se quando a antiga cultura popular é acionada e deformada em prol da integração à nova demanda, a cultura de massa.

Para Martín-Barbero (1997) a massa está ligada às novas condições de existência das classes populares, sejam tais condições ligadas a opressões ou demandas de democratização social. O massivo então não é algo que surge de repente e diretamente em confronto com o popular, mas lentamente e em coexistência com o popular. Neste processo está situado o folhetim, desde sua origem como parte do jornal até a sua consolidação como publicação a parte com uma tiragem que cresce exponencialmente.

5 Economia Política da Comunicação: indústrias culturais e lógica econômica

Em uma época marcada pela divisão do mundo em blocos, as discussões sobre os problemas nos fluxos de informação é também permeada por estas divergências políticas. A Economia Política da Comunicação (EPC) começa a se estruturar na década de 1940 e ganha espaço principalmente nas décadas de 60 e 70 com discussões sobre indústrias culturais e as políticas voltadas para a democratização da cultura e da informação.

As bases para a Economia Política da Comunicação são lançadas a partir do primeiro curso de EPC nos Estados Unidos comandado por Dallas Smythe e as abordagens relacionadas às indústrias culturais. Uma das características que marca o histórico da EPC é o estudo sobre os textos não como unidades fechadas em si mesmas, mas como construções sociais. As discussões sobre ideologia acontecem principalmente porque os teóricos da EPC vão apontar nos Estudos Culturais um viés de estudos voltados excessivamente para o nível ideológico. É o que Serra (2006, p. 3) chama de “ponto cego na pesquisa crítica europeia com relação à lógica econômica da televisão.”

No pós Segunda Guerra Mundial as discussões sobre imperialismo cultural e integração mundial acontecem integradas principalmente pelo que Mattelart (2008),

lembrando Stuart Even, chama de “ideologia do consumo”. Rememorando Smythe, Serra (2006) crítica teorias que viam a televisão como produção de ideologia e estratégias sem levar em conta que a televisão produz audiências comercialmente exploradas pelos anunciantes. Smythe busca principalmente estudar o poder da audiência como principal produto dos meios de comunicação de massa comerciais.

No momento em que as políticas governamentais de democratização cultural e a ideia de serviço e monopólios públicos são apontadas com a lógica comercial num mercado em vias de internacionalização, trata-se de penetrar na complexidade dessas diversas indústrias para tentar compreender o processo crescente de valorização das atividades culturais pelo capital. (MATTELART, 2008, p. 113)

Outros autores são lembrados por Serra (2006) para apontar a evolução da EPC. Serra (2006) lembra dos trabalhos de Golding e Murdock a respeito de como os sistemas de comunicação públicos estão presentes nas “indústrias culturais”. Estes autores acabam representando como a EPC é distinta em relação aos Estudos culturais focados na construção e consumo de sentidos, ao invés de analisar a organização econômica dessas indústrias.

A abordagem a respeito de ideologia acontece a partir de algumas visadas como as ideologias profissionais e as ideologias que envolvem o trabalho de comunicar desenvolvidos pelos meios de comunicação. As ideologias profissionais são situadas como parte do contexto de produção de notícias. Por outro lado o fluxo de notícias passa por filtros e entre eles está a ideologia representada à época dos estudos como a pressão do Estado e o anti-comunismo.

Até que ponto a autonomia profissional pode ser exercida diante dos condicionantes da estrutura econômica mais ampla e até que ponto a estrutura econômica da mídia impede o desenvolvimento de formas de comunicação mais populares ou jornais mais radicais são questões que concernem esses estudos. (SERRA, 2006, p.7)

Impulsionados pelo marxismo e em busca de explicar os meios de comunicação e seus produtos a Economia Política da Comunicação situa a ideologia em discussões sobre a regulação econômica, política e a relação entre a imprensa e a política pelo viés da cultura profissional dos jornalistas.

Considerações finais

O conceito de ideologia é um ponto chave para a estruturação da perspectiva crítica. Entretanto, em cada uma das teorias relacionadas a esta perspectiva a aplicação do conceito de ideologia não está no centro da discussão e sim ocupando um espaço constitutivo em relação aos temas abordados.

No caso da Escola de Frankfurt ao tentar entender a sociedade como um todo, diferente das disciplinas setoriais com as quais os teóricos críticos entram em conflito e que segundo eles por causa da abordagem pormenorizada acabam contribuindo para a manutenção da ordem social existente os autores buscam navegar pelas ideologias que existem nas disciplinas. Isto acontece principalmente quando há as disputas envolvendo a produção da cultura, já que a indústria cultural representa tudo o que os teóricos críticos repudiam em suas análises por causar a alienação do homem.

Nos Estudos Culturais a aplicação do conceito de ideologia está situada a partir de uma discussão sobre a dominância da mídia, propagando ideologias da classe dominante passa a estar situada a partir das resistências do receptor assim como de um espaço de manobra para que as próprias ideologias possam ser resignificadas. Em discussões voltadas para tratar sobre racismo, feminismo e a cultura comercial a ideologia atravessa os temas principalmente nas lutas ideológicas.

Por sua vez as lutas ideológicas se dão até mesmo com os estudiosos da Economia Política da Comunicação nas divergências de visões a respeito dos meios de comunicação de massa. As discussões a respeito de ideologia passam a estar ligadas ao crescimento da mídia e a crescente importância de sua mediação para a vida pública contemporânea em um viés diferente dos Estudos Culturais assim como nos estudos relacionados às mudanças do papel do estado e dos governos na economia e na regulação da mídia.

A perspectiva crítica não discute a ideologia especificamente na maioria dos seus estudos, entretanto, o termo marca presença em cada uma das discussões travadas. É um conceito que estrutura as discussões, mesmo sem estar ocupando um papel de protagonista.

Referências

- CHAUÍ, Marilena. **O Que é Ideologia**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- HALL, Stuart. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte, Ed. UFMG, 2003.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- MATTELART, Armand e MATTELART, Michèle. **Histórias das teorias da comunicação**. 3.ed. São Paulo: Loyola, 2000.
- MILLER, Katherine. **Communication Theories - perspectives, process and contexts**. New York: Megraw Hill, 2001.
- POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da comunicação: o pensamento e a prática da comunicação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- SERRA, Sonia. **Vertentes da economia política da comunicação e pesquisa do jornalismo**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Estudos de Jornalismo”, do XV Encontro da Compós, na Unesp, Bauru, SP, em junho de 2006.
- THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- ZIZEK, Slavoj (Org.) **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro, Ed. Contraponto, 1994.