

# A IDEOLOGIA COMO FERRAMENTA DE TRABALHO E O DISCURSO DA MÍDIA

*Aluizjo Alves Filho*

## 1. Considerações iniciais

O princípio metodológico mais central que estrutura e perpassa as presente páginas foi formulado com maestria por renomado pesquisador, com as seguintes palavras: “Na vida científica os problemas não se formulam de modo espontâneo (...) Para o espírito científico (...) Nada é evidente (...) Nada é gratuito. Tudo é construído” (Bachelard, 1996:18). Contrariamente ao proceder do senso comum, quem se dedica à atividade científica não toma a chamada realidade imediata como dado que o mero olhar possibilita interpretar e entender. Ao contrário, a atividade científica pressupõe tanto a construção do objeto de estudo quanto das ferramentas que permitam investigá-lo, na tentativa de produzir algo chamado “conhecimento”, sempre provisório e incompleto, sujeito a críticas e a retificações. Análogo a um trabalhador braçal, por exemplo, a um marceneiro que tem que saber escolher a madeira e as ferramentas apropriadas para fabricar um tipo de móvel, um trabalhador intelectual tem que saber construir o objeto de sua pesquisa assim como saber utilizar ferramentas apropriadas (entre as disponíveis) para levar a cabo a sua tarefa.

Chega a ser até desnecessário repetir, tantas vezes já foi dito, da importância de se estudar o discurso da mídia nos dias presentes, levando em conta o seu impacto sobre as formas coletivas de pensar. Quanto à noção de ideologia é fundamental retomá-la como ferramenta de trabalho, tão constantes e permanentes têm sido os *usos e abusos* desta noção,

não apenas por parte do senso comum, mas também por muitas análises embaladas com o rótulo de “produção científica”.

O propósito deste artigo é o de refletir sobre o que é e como utilizar a ferramenta (ideologia), considerando-a apropriada para produzir o discurso embutido nas matérias publicadas nos chamados “jornais da grande imprensa”. Portanto, o propósito é o de provocar debates e instrumentalizar leituras e não o de analisar o discurso produzido nas páginas de publicação determinada.

## 2. A gênese da noção de ideologia

Decorrido cerca de uma década da queda da Bastilha, em uma conjuntura caracterizada por grandes transformações estruturais, portanto propícia a que novas teorias encontrassem condições objetivas para florescer, o filósofo francês Antoine Destutt de Tracy publicou *Eléments D’Idéologie* (1801). O ponto de partida do autor é o materialismo francês do século XVIII, sobretudo o sensismo de Etienne Bonnot de Condillac, para quem todas as idéias se compõem de sensações. Com base neste suposto, Destutt de Tracy postula a fundação de um original campo de estudos destinado a formar a base de todas as ciências: a “ciência das idéias”. “O projeto desta ciência era o de tratar as idéias como fenômenos naturais que exprimiam a relação entre o homem, organismo vivo e sensível e o seu meio natural de vida” (Canguilhem, 1977:33). Para tal, Destutt de Tracy coloca a noção de ideologia no centro das suas reflexões, observando tratar-se de um “termo genérico”, referente a uma parte da “ciência das idéias”, e não à sua totalidade.

Para Destutt de Tracy, o que o estudo da ideologia possibilita é o conhecimento da verdadeira natureza humana. Ao escrever *Eléments D’Idéologie*, o que tinha em mente não era construir um saber pelo saber, e sim voltado para a prática. Para o autor, a intenção de conhecer a natureza humana abrigava um projeto pedagógico: o de planejar o ensino levan-

do em conta *a maneira real através da qual os homens formulavam idéias*. Na sua forma de entender, isto permitiria colocar a “ciência das idéias” a serviço da educação e, portanto, da pátria. Como Condillac, Destutt de Tracy considerava que “el pensar correcto es el fundamento para la acción política correcta” (Barth, 1951:13).

Poucos anos após a publicação de *Eléments D’Idéologie*, ainda na França, o termo ideologia adquiriu outra conotação, esta, eminentemente pejorativa. O fato se deu a partir do significado que Napoleão Bonaparte atribuiu ao termo ideologia, ao proibir o ensino da disciplina “Ciência Moral e Política” no *Institut de France*. Em discurso proferido em 1812, Napoleão Bonaparte acusou Destutt de Tracy e outros professores da citada disciplina, que estavam se opondo ao seu governo, de “fazer ideologia, no sentido de especulação abstrata, falsa e irresponsável” (Wolkmer, 1995:93). “C’est à idéologie – exclamó Napoleón en el Consejo de Estado el 20 de diciembre de 1812 – à cette ténébreuse métaphysique” (Barth, 1951:23).

Intelectuais contemporâneos de Napoleão Bonaparte, entre os quais o romancista François de Chateaubriand, valeram-se amiúde do termo ideologia com o sentido dado pelo imperador da França, colaborando para popularizá-la com significado pejorativo em círculos políticos e eruditos.

### **3. A noção de ideologia na *Ideologia alemã*, de Marx e Engels (caminhos e dificuldades)**

Vivendo na França durante dois anos na primeira metade da década de quarenta do século XIX, Karl Marx conheceu o termo “ideologia” num campo semântico onde a palavra era entendida em um duplo sentido: no de Destutt de Tracy, ideologia era “doctrina general acerca de las ideas” (Naess, 1964:23); no definido por Bonaparte e popularizado por alguns escritores, ideologia era a qualidade atribuída à especulação abstrata, sendo ideólogo sinônimo de pensador irrealista.

Parece certo que Marx entrou em contato com o termo “ideologia” na dupla acepção citada. Primeiro, porque ideologia não é termo usual em seus escritos anteriores à estadia na França. Segundo, porque no livro *A Sagrada Família*, que juntamente com Friedrich Engels redigiu em 1844, deixa claro conhecer o sentido dado pelo imperador francês ao termo, pois escreveu: “O desprezo que ele (Napoleão) professava para com os industriais completava o seu desprezo pelos ideólogos” (Marx, 1980:47). Terceiro porque, em Paris, Marx *copiou* partes do livro de Destutt de Tracy.

A respeito, Hans Barth esclarece:

Las relaciones entre el joven Marx y los ideólogos de la revolución francesa son directas. En 1844 y 1845, durante su exilio en París, Marx copió partes de los *Eléments D’Idéologie* de Destutt de Tracy. Marx conocía muy bien el cambio en el significado da palabra ideología, según el cual, después de haberse designado con ella una disciplina filosófico-científica, se había convertido en una expresión peyorativa, dirigida contra críticos teorizantes políticamente molestos (Barth, 1951:78).

Em 1845, contando novamente com a colaboração de Engels, Marx escreveu *A ideologia alemã*, livro que contém críticas à filosofia neo-hegeliana. No manuscrito, que só viria a lume após a morte dos autores, a noção de ideologia ganha significado que baliza apropriações contemporâneas. Embora em escritos posteriores voltassem a valer-se da noção de ideologia, as linhas centrais de suas maneiras de defini-la, consideramos, estão talhadas em *A ideologia alemã*. Aliás, não há nenhum outro trabalho de Marx (ou de Engels) onde “ideologia” ocupe papel de prima-dona, como no citado livro. Pode-se mesmo ponderar que foram razões circunstanciais, derivadas da necessidade de marcar o ponto de ruptura entre a concepção da história – que desenvolviam – e a filosofia neo-hegeliana de Bruno Bauer, Max Stirner

e outros, que levaram Marx e Engels a produzir trabalho que tem por referencial a ideologia. É possível também aventar que o termo ideologia, “colhido” na França, ao mesmo tempo em que se ajustava “como uma luva” aos seus propósitos momentâneos de combater os “ideólogos” alemães, era uma “peça” que faltava, e logo seria “depurada” e “encaixada” na teoria da história que elaboravam, pretendendo que esta implicava numa ruptura com todas as teorias precedentes.

A palavra ideologia ajustava-se aos seus propósitos momentâneos porque o emprego do termo no sentido pejorativo, por parte de Napoleão, “se hiciera familiar en grupos más grandes de personas, luego sobrevino un cambio en el uso predominante” (Naess, 1974: 26). É bastante plausível que, da mesma forma como Marx e Engels escrevem em *A ideologia alemã*, “esta alienação – para que nossa posição seja compreensível pelos filósofos...” (Marx e Engels, 1980:41), tenham se valido do sentido pejorativo com que o termo ideologia se “popularizara” para que a maneira como ironizavam os “ideólogos alemães” fosse mais claramente compreendida por seus contemporâneos.

Por outro lado, a palavra “ideologia” se “encaixava” na teoria que elaboravam como uma peça se “encaixa” num quebra-cabeça, por ser, no sentido de Destutt de Tracy, “termo genérico” (noção) referente a conjunto de idéias. A noção “ideologia” indica um problema e organiza a reflexão sobre ele: o problema de como os homens (e as classes sociais) formulam idéias e qual o papel delas na vida social. Com uma única palavra (ideologia) Marx e Engels podiam definir uma instância da superestrutura.

Embora não seja intenção refazer minuciosamente o fio desta meada, julgamos – como Barth – que as influências de Destutt de Tracy sobre os autores de *A ideologia alemã* são bem mais “palpáveis” do que tem sido considerado por grande parte da crítica especializada. Marx não *copiou* passagens de *Eléments D’Idéologie* por diletantismo. Destutt de Tracy forneceu-lhe bem mais do que um simples “nome” (ideologia),

que ele preencheu com novos conteúdos. Destutt de Tracy – como outros – auxiliou-o com princípios gerais que possibilitaram a Marx e a Engels reconstruírem a “noção de ideologia”, inserindo-a em original sistema de pressupostos paradigmáticos (que viriam a ficar conhecidos como materialismo dialético).

Ser influenciado não quer dizer seguir. Marx parte de Hegel, apropria-se de certas generalidades de sua concepção de dialética e de sua noção de totalidade, mas pode-se entender o método do primeiro como sendo um rompimento com o do segundo. De forma similar, Marx (e Engels) “passaram” por Destutt de Tracy (rapidamente), apropriaram-se do que encontram de útil, sumindo o autor de *Eléments D’Idéologie* do horizonte de suas preocupações, da mesma forma que os andaimes de uma construção somem do prédio construído, sem deixar marcas visíveis.

Diferente da tradição do sensismo a que se filia Destutt de Tracy, que relaciona “ideologia” com os sentidos, Marx e Engels seguem em outra direção. Relacionam “ideologia” às *condições materiais de existência dos homens*. No livro *A ideologia alemã*, escrevem: “Ao produzir os seus meios de existência, os homens produzem indiretamente sua própria vida material” (Marx e Engels, 1980:19). Produzir a vida material inclui produzir a “representação desta vida”, ou seja, produzir a ideologia.

Se Marx e Engels, por um lado, ao relacionarem ideologia às condições materiais de existência, davam um novo significado ao termo, rompendo tanto com o sensismo de Destutt de Tracy quanto com a oposição entre “ideologia” a “realismo político” (no sentido dado à palavra ideologia por Bonaparte), por outro, mantinham a ambigüidade inerente ao campo semântico no qual o conceito floresceu: ideologia como “estudo das idéias” e ideologia como “ilusão”. Indicativo do fato é que no livro *A ideologia alemã*, tanto apon-

tam a “ideologia” como “ilusão” como insinuam que a “ideologia” é um fértil campo de estudos.

A referida ambigüidade – ideologia igual a estudo das idéias e ideologia igual a ilusão – como “um pecado original”, acompanha o “conceito”, estando sempre presente quando se examinam suas diversas apropriações contemporâneas.

Marx, a exemplo de outros clássicos, não fornece uma teoria pronta, com noções e conceitos acabados, como supõem os críticos de vista curta. Mesmo porque elaborar uma teoria, propondo-a científica, e dá-la por acabada, não tem sentido. Tal procedimento violenta um princípio elementar de todo aquele que, como Marx, dedica-se à atividade científica, ou seja: o princípio de que a ciência tem começo (ponto de ruptura com o senso comum), mas não tem fim. Marx nunca deu seus estudos por “conclusos”, faleceu em Londres, em 1883, quando redigia o terceiro tomo de *O capital*. Marx elaborou e reelaborou, durante décadas, o que viria a ficar conhecido como “materialismo dialético”, utilizando muitas “ferramentas do pensamento” que posteriormente abandonou. Construiu novas “ferramentas” e debruçou-se sobre questões que elegeu como prioritárias, relegando outras a plano secundário (como no caso, a questão da “ideologia”). Legou à posteridade um discurso apenas iniciado, que contém alguns princípios que fundam um método, muitas sugestões e – como comenta um estudioso – “falhas, lacunas e omissões”, que, considera, “concorreram para a sua grandeza” (Althusser, 1967:307). Pode-se dizer que Marx operou uma revolução teórica e que em todas as ciências sociais existem marcas indeléveis de sua obra.

O livro *A ideologia alemã* é de difícil leitura até pelo fato do manuscrito ter permanecido “em elaboração”, não tendo seus autores dado-lhe, concretamente, uma forma definitiva. Há uma série de passagens truncadas, indicações de aspectos a serem desenvolvidos e uma grande quantidade de observações em nota de pé de página, feitas pelo organizador do volu-

me, indicando: “passagem cortada no manuscrito”, “nota marginal de Marx” e outras do gênero. Marx e Engels valem-se dos termos como “ideologia”, “pensamentos”, “idéias”, “idealismo”, “consciência” e “representação”, não sendo muitas vezes precisas e claras as linhas que distinguem, como expressões conceituais, algumas destas palavras das outras, sendo necessário um complexo trabalho de leitura comparativa para compreender o significado tendencial e as diferenças entre cada uma delas. O livro *A ideologia alemã* volta-se, a um só tempo, para exposição de teoria e para polêmica com os “ideólogos alemães”, como seus autores chamam os novos hegelianos de seu país natal. Ora, a objetividade de qualquer texto que tenha a clara intenção da polêmica como eixo organizador fica prejudicada pelo afloramento da emoção, do linguajar provocativo, subjetivo: “São Max”, “São Bruno” – escrevem muitas vezes Marx e Engels no livro em questão, tratando com sarcasmo o “saber” produzido pelos ditos “ideólogos”. Outras dificuldades decorrem dos seguintes fatos. Primeiro, século e meio de história nos separam do manuscrito de Marx e Engels. O capitalismo que conheceram é apenas embrionário quando confrontado com o do final do milênio. Segundo, após escrever *A ideologia alemã*, Marx e Engels, mesmo que *en passant*, voltaram a escrever sobre ideologia, enriquecendo a noção. Terceiro, não estudamos “ideologia” apenas em Marx e Engels. Refletimos sobre esta noção mediado por outras leituras, uma vez que posteriormente a eles diversos autores, com diferentes intenções, trataram do mesmo assunto.

Pelo exposto, recusamos ser ideologia uma “noção evidente”, algo que possa ser “apanhado pronto” nos escritos de Marx, Engels ou de qualquer outro autor e, sem mediações de nenhum tipo, utilizada em pesquisa peculiar realizada em contexto histórico e conjuntura que possui suas próprias determinações. Assim entendendo, para não permanecer ao nível da superfície da questão e da inestruturação teórica, o nosso propósito imediato é, de maneira pontuada, valendo-nos de literatura pertinente e sem nenhuma intenção de responder a toda a gama variada de problemas teóricos que o estudo da ideologia suscita, apenas levantar e propor soluções

operacionais para algumas questões, entre as que julgamos mais básicas, para definir o que entendemos por “ideologia”, e assim fixar parâmetros para o emprego desta noção no interior deste trabalho.

#### 4. A ideologia como inversão e o *locus* de onde se tem consciência

Tomamos como ponto de partida duas questões estruturais que, interligadas, atravessam as preocupações de Marx ao tratar de “ideologia”. Estas preocupações são colocadas em evidência por Lia Zanotta Machado que, ao comparar os usos que Marx faz da noção de ideologia – em *A ideologia alemã*, no prefácio do livro *Contribuição à crítica da economia política* e (de forma implícita) em capítulos de *O capital* –, conclui que “são dois os pontos comuns”, ambos com complexas implicações teóricas: “*a ideologia como inversão e a ideologia como dimensão de onde se tem consciência*” (Machado,1987:14). A autora também atenta para outros aspectos de extrema relevância, entre os quais: primeiro, para Marx, a inversão se dá na ideologia; segundo, “o que a ideologia inverte é a determinação real” (Machado,1987:16). (GN)

A partir destes postulados, é necessário observar, em busca de caminho interpretativo próprio, que uma leitura comparativa entre diversos textos produzidos por Marx, ou por Marx e Engels, possibilita compreender *a crucial distinção que estabelecem entre a noção de “ideologia” e a de “idéias”*. Um punhado de vezes, Marx e Engels - como Destutt de Tracy - deixam claro considerar “ideologia” como uma “noção abrangente”, uma espécie de coletivo de “idéias”. Utilizam o termo *idéias* com duas conotações principais que qualitativamente as distinguem: idéias individuais e idéias coletivas. As primeiras são, evidentemente, fruto da consciência particular (as idéias e “opiniões” de cada pessoa). Entendem, portanto, a consciência particular como resultante da experiência vivida de cada ser humano, ou seja, como um “produto do meio sensível imediato” (Marx e Engels,1980:36). As “idéias coletivas” (a ideologia, propriamente dito) são “maneiras de pensar”

cujo conteúdo central é bastante cristalizado (existindo como preceitos gerais fora das consciências particulares, “impondo-se” a elas, influenciando-as). Tais maneiras de pensar são denominadas por Marx, no prefácio da *Contribuição à crítica da economia política*, como “formas de consciência social”. Entre estas, arrola as formas: jurídicas, políticas, religiosas, artísticas e filosóficas (Marx,1961:301).

Segundo Marx, o conteúdo cristalizado das formas ideológicas “são a expressão ideal das relações materiais dominantes”, sendo o seu conteúdo dado pela classe que por deter os meios de produção material, detém também os meios de produção intelectual. A este respeito, Marx e Engels observaram em uma das passagens mais reproduzidas do clássico *A ideologia alemã*:

Os pensamentos da classe dominante são também, em todas as épocas, os pensamentos dominantes, ou seja, a classe que tem o poder material dominante numa 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. Os pensamentos dominantes são apenas a expressão ideal das relações materiais dominantes concebidas sob a forma de idéias e, portanto, a expressão das relações que fazem de uma classe a classe dominante; dizendo de outro modo, são as idéias de seu domínio (Marx e Engels,1980:55). (GN)

Os autores também observam:

Com efeito, cada nova classe no poder é obrigada, quanto mais não seja para atingir os seus fins, a representar o seu interesse como sendo o interesse comum a todos os mem-

bros da sociedade ou, exprimindo a coisa no plano das idéias, a dar aos seus pensamentos a forma de universalidade, a representá-la como sendo os únicos razoáveis, os únicos verdadeiramente válidos (Marx,1980:57). (GN)

Com base no exposto, pode-se chegar a uma conclusão importante. Para Marx e Engels, a “ideologia” sobrepõe-se às consciências individuais. Assim sendo, cada ser social “representa” (interpreta) a organização social e o seu papel nesta não a partir de sua “consciência pura”, mas o faz mediado pelas próprias relações que contrai e, portanto, “aprisionado” e “moldado”, pelas “formas de consciência social” (coletiva). “Não é a consciência do homem que determina o seu ser, mas, pelo contrário, o seu ser social é que determina a sua consciência” (Marx,1961:301).

É no sentido considerado que Lia Zanotta Machado observa:

Como é na ideologia (e não na consciência) que se dá a inversão, pode-se concluir que são as formas cristalizadas do pensamento social que explicam as formas das consciências individuais (Machado,1987:17).

Marx e Engels definem como “ideológica” toda tentativa de explicar qualquer relação social a partir das formas cristalizadas de consciência social, considerando que proceder desta forma implica em inverter a determinação real (econômica, em última instância). Em decorrência, classificam como “ideólogos” os profissionais aos quais compete – produto da divisão do trabalho social – “produzir ilusões” (Marx e Engels,1980:56). Para os autores, os “ideólogos” no lugar de ter por objeto a “história real”, os “homens reais”, “as relações reais”, elaboram justificações, justapondo “idéias” aos fatos. É com o objetivo de distinguir a dialética materialista da dialética dos “ideólogos”, que Marx e Engels, em *A ideologia alemã*, valem-se da seguinte metáfora: “Contrariamente à filosofia Alemã, que desce do céu para a terra, aqui parte-se da terra para atingir o céu” (Marx,1980:26).

Adotando a perspectiva metodológica metafóricamente considerada, Marx e Engels ironizam os “filósofos alemães”, ideólogos do anarquismo, como Max Stirner, ou do socialismo, como Bruno Bauer. Consideram que estes autores, por mais que se julguem críticos da sociedade de classes, permanecem prisioneiros dela, pois tentam “conhecê-la a partir da retomada (acrítica) de “fragmentos” de um sistema de idéias determinado, onde, consideram, já haver “mistificação”, ou seja, a filosofia hegeliana.

A crítica alemã nunca ultrapassou, mesmo nos seus últimos esforços, o terreno da filosofia. Longe de examinar as suas bases filosóficas gerais, antes aceita implicitamente como base um sistema filosófico determinado, o sistema hegeliano, e é dele que retira todas as suas conclusões. Tanto as respostas que nos fornece como até os problemas que levanta contém uma mistificação (Marx e Engels,1980:15).

Em outra passagem de *A ideologia alemã*, seus autores estabelecem uma analogia entre a inversão ótica operada numa câmara escura e a ideologia como inversão da determinação do real.

E se em toda a ideologia os homens e suas relações nos surgem invertidos, tal como acontece numa câmara escura, isto é apenas o resultado do seu processo de vida histórico, do mesmo modo que a imagem invertida dos objetos que se forma na retina é uma consequência do seu processo de vida diretamente físico (Marx e Engels,1980:25).

Uma crítica que constantemente é feita a Marx é a de acusar seus opositores de “ideólogos”, sem perceber que a sua posição é igualmente ideológica, pois, levando em conta o próprio “critério” que construiu, Marx também toma consciência do mundo a partir de um *locus* determinado, portanto, marcado pela subjetividade. Entretanto, consideramos que dessa deficiência a noção de ideologia de Marx não padece. O discurso de

Marx pretende partir do “real” e não das formas cristalizadas de consciência social. É por este prisma que postula estar rompendo com a “visão ideológica”, julgando (ou acreditando) ter descoberto os princípios científicos que tornavam as “idéias inteligíveis”. No caso, pode-se dizer que Marx partilha de um cosmo ideológico particular, comum aos cientistas: o suposto de que os fenômenos materiais (naturais ou sociais) são cognoscíveis (por mais diversos que sejam os métodos empregados e os objetos investigados) e que, portanto, a ciência não é uma quimera<sup>1</sup>.

Não é aqui espaço indicado para discutir o estatuto ou os limites da ciência, tantos são os que o têm feito em abordagem que, entre outras, tomam as questões “ciência contra ideologia” (Althusser,1967), ou “campo de produção intelectual” (Bourdieu,1998), ou “ideologia dos cientistas” (Canguilhem,1977), como objeto de estudo. Também não é o espaço ideal para discutir se o marxismo (em suas bases epistemológicas) é uma ciência ou uma ideologia. O que importa frisar é que Marx não postulava que, como “ser social”, estivesse imune à ideologia. A este respeito, vale reproduzir o que, em carta datada de 7 de dezembro de 1867, Marx escreveu a Engels, sugerindo algumas linhas de raciocínio que este poderia seguir ao escrever a seu respeito, ao redigir artigo para um periódico alemão sobre a publicação do primeiro tomo de *O capital*:

Si el espacio permitiera detenerse más en esta cuestión, se podría señalar que *su exposición objetiva refuta sus propias ilusiones subjetivas* (Marx,1976:405). (GN)

## 5. A ideologia como “cimento”

A leitura de textos de Gramsci, Althusser e Poulantzas, entre outros, que rompendo com as amarras das abordagens mecanicistas que durante décadas do século XX tipificaram os estudos “ortodoxos” sobre ideologia inspirados em Marx, foram-nos de grande valia. Os referidos autores estão entre os que de forma bastante coerente argumentaram que a “ideolo-

gia” não deve ser entendida como um compartimento estanque encerrado na superestrutura que, como epifenômeno, apenas “reflete” no cérebro dos homens, de forma invertida, as condições materiais de existência.

Esses autores também contribuíram para explicar que a “ideologia” funciona como algo análogo ao “cimento” em uma construção, ou seja, a ideologia não é apenas um conjunto de idéias, mas também de práticas, presentes em todas as partes da estrutura social, assegurando sua coesão.

Sobre a “ideologia cimento”, Althusser teorizou:

Si nos representamos a la sociedad según la metáfora clásica de Marx, como un edificio, una construcción, o una superestructura jurídico-política, elevada sobre la infraestructura de la base, sobre fundamentos económicos, debemos dar a la ideología un lugar muy particular. Para comprender su eficacia es necesario situarla en la superestructura y darle una relativa autonomía con respecto al derecho y Estado. Pero al mismo tiempo, para comprender su forma de presencia más general, hay que considerar que la ideología se introduce en todas las partes del edificio y que constituye ese cemento de naturaleza particular que asegura el ajuste y la cohesión de los hombres en sus roles, en sus funciones y sus relaciones sociales (Althusser,1972:50).

Na mesma linha de raciocínio que Althusser, Poulantzas observa:

La ideología tiene precisamente por función, al contrario que la ciencia, ocultar las contradicciones reales, reconstruir, en un plano imaginario, un discurso relativamente coherente que sirva de horizonte a lo ‘vivido’ de los agentes, dando forma a sus representaciones según las relaciones reales e insertándolas en la unidad de las relaciones de una formación. Este es sin duda el sentido más profundo de la ambigua metáfora de ‘ci-

mento' que Gramsci emprega para designar la función social de la ideología (Poulantzas,1971:265).

Nos dois últimos trechos acima reproduzidos, tanto na maneira de Althusser como na de Poulantzas colocar a questão, há uma mesma peculiaridade que convém considerar: ambos referem-se a “modelo” (objeto abstrato formal), onde quem “cimenta” (no modo de produção), quem dá coesão aos papéis sociais, quem “oculta”, é a ideologia. Referem-se, portanto, a funções estruturais da “ideologia” na totalidade social. Entretanto, quando se deixa o nível de “modelo” e passa-se para o da análise de “situações concretas”, torna-se necessário investigar como a “ideologia” se “materializa”, operando, praticamente, como “ideologia cimento”. Althusser postula que, centralmente, isto se dá através da atuação dos “aparelhos ideológicos de Estado” (AIEs), entre os quais arrola a imprensa (Althusser, 1983:18).

Com o objetivo de operacionalizar a “ferramenta” ideologia, sintetizamos o que até agora foi dito a respeito. Entendemos “ideologia” como um fenômeno material inerente a qualquer formação social. Fenômeno material que ganha forma e concretude histórica específica a partir do necessário e intermitente monopólio exercido pela classe dominante sobre “os meios de produção intelectual” que, articulados de determinada maneira para reproduzir em larga escala certas “formas de consciência social” dão organicidade às diversas práticas e representações, tanto das “consciências” (individuais) quanto das classes e camadas sociais existentes numa formação social dada.

Entendemos, portanto, que a ideologia, implicando em “inversão da determinação do real”, é fundamental para dar coesão (cimentar) as relações sociais em qualquer formação social e, desta maneira, assegurar a produção e a reprodução de um modo de produção em “momento” sempre dado, criando padrões de “conformismo” que possibilitam o ajustamento dos homens (e classes) aos papéis sociais vividos (de dominantes

ou de dominados), fazendo crer que os interesses objetivos dos primeiros passem por “interesses gerais”.

## 6. Os jornais da grande imprensa

Os jornais têm sido classificados de diversas formas. Observando tratar-se de mero esquema conceitual e não de algo rígido, exaustivo e impermeável, partimos de classificação bastante operacional, que consiste em agrupá-los da seguinte forma: jornais partidários, jornais especializados, jornais populares, jornais alternativos e jornais da grande imprensa.

Jornais partidários são os que explicitam compromisso com causa determinada, sendo fechados a qualquer outras visões de mundo. Ao fazerem-se porta-vozes de ideologias claramente delineadas (políticas, religiosas, raciais, etc.), contam com a aprovação dos que partilham do mesmo *ethos* cultural, e com a indiferença ou a desaprovação dos que não se identificam com ele. Estes, tendem a colocar sob suspeita informações e interpretações contidas em tais publicações, considerando-as parciais e unilaterais, julgando-as não confiáveis e falseadoras do real.

Jornais especializados são os que se dedicam à publicação de matérias sobre temática precisa (filatelia, literatura, esportes, etc.). Os jornais especializados voltam-se para públicos específicos e necessariamente valem-se de terminologia hermética, só sendo capazes de atrair a atenção de iniciados.

Jornais populares são os que, tendo por alvo atingir público de baixo poder aquisitivo, dedicam o espaço nobre ao noticiário sobre crimes, assaltos, acidentes e outras formas de tragédia e violências urbanas, sendo o espaço para o noticiário político nacional e internacional “claramente delimitado e sumariado” (Serra, 1980:20).

Embora aspirem ampliar esferas de influência, os jornais partidários e os especializados atingem público restrito, tendo, como conseqüência, circulação baixa e localizada. Nem os de um tipo nem os do outro podem ser considerados como representativos da mídia.

Os jornais dos dois últimos tipos considerados - grande imprensa e alternativos - em que pesem diferenças substantivas (quanto ao número de páginas, diversificação de seções, etc.) têm em comum o fato de apresentarem-se como voltados para o “interesse público em geral”. Neste particular, o que os diferencia não é a grande e a pequena quantidade de exemplares vendidos. Se é correto considerar que, para ser classificado como jornal da grande imprensa é imprescindível a alta tiragem e circulação, a recíproca não é verdadeira. Jornais não são classificados como alternativos em função da alta ou baixa circulação. O caso do *Pasquim* é esclarecedor. Trata-se de jornal alternativo que, nas décadas de sessenta e setenta, valeu-se de linguagem satírica e coloquial para fazer oposição à ditadura e conquistou parcela considerável do público, chegando a esgotar sucessivas edições de 200.000 exemplares (Braga: 1991, pág. 28). Não deixou, em função disto, de continuar sendo classificado, ou de auto classificar-se, como “jornal alternativo”. Algo similar pode ser dito em relação aos jornais que comumente são classificados como populares. Alguns possuem altas tiragens e circulação, não sendo por isto entendidos como jornais da grande imprensa.

Bernardo Kucinski e Sue Branford formulam argumento que permite pensar os jornais alternativos em oposição aos jornais da grande imprensa, sem que seja necessário diferenciá-los pela tiragem. Referindo-se à causa do nascimento e proliferação dos jornais alternativos no Brasil, nas décadas de sessenta e setenta, observam:

Em contraste com a complacência da grande imprensa para com a ditadura militar, os jornais alternativos denunciavam sistematicamente as torturas e violações dos direitos huma-

nos e faziam a crítica do modelo econômico (...) Na origem de cada grande projeto alternativo, havia invariavelmente um episódio específico de fechamento de espaços na grande imprensa (Kucinski e Branford, 1987: XIII e XIV).

Com o fito de juntar elementos, ao argumento de Kucinski e Branford agregamos o de Habermas. Argumentos que auxiliam a precisar a linha divisória entre jornais da grande imprensa e jornais alternativos.

Habermas observa que em sociedades de massas acentua-se a demanda por mercado, o que leva os profissionais da imprensa a racionalizar (no sentido de Weber) as formas de fazer jornais, adaptando-as às exigências de novos padrões de consumo. Este fato implicou, na Europa, em meados do século XIX, na passagem do jornalismo político para o jornalismo empresarial. Dizendo de outra forma, os jornais foram se transformando em “indústria cultural” (Adorno e Horkheimer, 1966), voltados para o mercado e o lucro. Isto significa que o compromisso abertamente partidário foi paulatinamente sendo substituído pelo atendimento das demandas de um público consumidor interessado em assuntos heterogêneos e sedento por informações que julgasse confiáveis, no sentido de “verdadeiras” (Habermas, 1978:168).

Estudando os atuais jornais brasileiros como indústria cultural, Renato Ortiz - explicitamente apoiado na referida hipótese de Habermas - observa: “Baseada na idéia de vendas e de eficiência a ideologia dos dirigentes da indústria cultural tende a afastar qualquer problemática que interfira na racionalidade da empresa” (Ortiz, 1988:152).

Enquanto indústria cultural, o produto que os jornais ofertam no mercado é *informação*. Esta mercadoria possui pontos em comum com qualquer outra, mas possui certa peculiaridade. Ao comprar um bem (durável ou não), ou um serviço, o consumidor recebe uma mercadoria cuja qualidade (boa ou má) poderá ser por ele avaliada pela análise da adequação

da mercadoria à finalidade do produto. Assim sendo, quem compra um aparelho de TV julga a mercadoria pela qualidade da imagem, do som, etc. Quem posta uma carta espera que a correspondência chegue com segurança ao destinatário e dentro de prazos tidos como normais, segundo garantias dadas pelos vendedores do serviço. Diferente dos casos citados é o de quem compra “informação”, pois a mercadoria não vem “pura” e sim impregnada por *subjetividade*. Em suma, quem compra “informação” não recebe apenas a mercadoria pela qual pagou. Quem compra “informação” recebe a mercadoria (informação) junto com algo mais do que o anunciado: compra uma *interpretação*.

A peculiaridade da mercadoria vendida pelos jornais leva à peculiaridade na maneira de propagandeá-la. Ao competirem por público consumidor, os órgãos da imprensa procuram anular os aspectos subjetivos contidos na informação. Desta forma, *isenção, independência em relação a poderes, atendimento aos interesses públicos e compromisso com a verdade* são os componentes estruturais que informam a linguagem utilizada nas propagandas feitas pelos jornais, visando, pela ênfase na objetividade das informações que publicam, aumentar a credibilidade e, em decorrência, o número de leitores e o crédito contábil.

Com base nas considerações tecidas em torno de valores que norteiam a propaganda de jornais, julgamos haver detectado um sistema ideológico bastante introjetado, constitutivo das expectativas de empresários, jornalistas e leitores.

Os empresários visam, ao apresentarem os jornais como “neutros” e “desideologizados”, prestar serviços que lhes assegurem aumentar a credibilidade da publicação e, em conseqüência, a vendagem e o lucro. Os jornalistas auto apresentam-se como categoria profissional comprometida em informar com “isenção e independência”, e os leitores consomem a *mercadoria* ofertada pelo jornal que julgam informá-los objetivamente, conforme “a verdade dos fatos”.

Produzida pelo trabalho de profissionais que também participam das regras de “objetividade”, peculiares ao sistema de representações que orientam procedimentos no “campo jornalístico”, a imprensa alternativa não se constitui em exceção. Comprometida em informar segundo a “verdade dos fatos”, ela tem por proposta dar ao público acesso a informações ou apresentar interpretações que não são encontráveis nas páginas dos jornais da grande imprensa. Assim procedendo, os jornais alternativos visam colocar em “xeque” a *isenção*, a *imparcialidade* e *independência* dos veículos da imprensa rotineiramente consagrada. Por esta razão, os jornais alternativos tendem a proliferar e a aumentar suas tiragens em “sistemas políticos autoritários”, quando ocorre - como observa Kucinski - um maior “fechamento dos espaços da grande imprensa”. Nestes casos, a possibilidade da grande imprensa informar de acordo “com a verdade dos fatos” é mais facilmente colocada em questão do que em sistemas representados como democráticos. Inversamente, quando o sistema político permite ampla liberdade de imprensa, os jornais alternativos tendem a diminuir sua esfera de influência, na medida em que os jornais da grande imprensa refazem plenamente a credibilidade como agências informativas confiáveis.

Pelo ângulo considerado, a diferença substancial existente entre jornal da grande imprensa e jornal alternativo não é quanto ao montante de exemplares vendidos, e sim quanto ao *conteúdo das interpretações*.

Feito este conjunto de considerações, observamos que por jornais da grande imprensa entendemos os que estruturam-se como indústria cultural e *frequentemente* são apontados pelas instituições de pesquisa entre os de maior vendagem. Posição de preferência que assumem por terem construído e consagrado, perante o mercado consumidor, a *imagem de isenção e independência frente aos poderes formais do Estado e aos informais, como as classes sociais e outros “grupos de pressão”*. Jornais da grande imprensa são os que, funcionando como indústria cultural, representam-se e são representados por segmentos substantivos da população - independentemente de serem rotulados “progressistas”, “conservadores”, etc. - como compro-

metidos com o bem comum, com a informação objetiva e com a interpretação correta dos acontecimentos. Advém deste fato a credibilidade que os leva a manter-se, ao longo do tempo, entre os mais vendidos, o que os permite operar como possante agente produtor e reproduzidor da ideologia, ou seja, como AIEs.

A presença de jornais alternativos em sistemas políticos abertos não é devida somente às injunções do mercado de trabalho ou das maiores oportunidades existentes em tais sistemas para a colocação de demandas jornalísticas diferenciadas na sociedade. Ela decorre também da permanência de visões de mundo divergentes e da necessidade, sentida por grupos politicamente não hegemônicos, de criar canais para continuarem divulgando pontos de vista distintos dos construídos pelo discurso jornalístico dominante.

Na década de 90, quando, em função do triunfo do ideário neoliberal democrático, o *establishment* é cada vez menos questionado, os jornais da grande imprensa encontram condições propícias para proliferarem como indústria cultural, pois os discursos que produzem estão dotados de grande eficácia simbólica: por um lado, não encontram entraves colocados por Estados autoritários e, por outro lado, alimentam-se e reproduzem valores fortemente consensuais (formas cristalizadas de consciência social).

## 7. Imprensa e ideologia

Vários autores, antes e depois de Althusser, inclusive valendo-se de outros termos que não “AIEs”, têm investigado a função da imprensa e de outras instituições reprodutoras da ideologia. Contudo, ao retornar à expressão “AIEs”, cunhada por Gramsci, Althusser precisou certas características destes que possibilitam mais objetivamente situá-los. São algumas destas características o que nos importa colocar em evidência.

Basicamente interessa-nos aludir à distinção que o autor estabelece, no interior do “aparelho de Estado” das formações sociais capitalistas, entre o “aparelho repressivo” e os “AIEs”. Althusser chama atenção que o aparelho repressivo é necessariamente centralizado (estatal), enquanto os “AIEs” são descentralizados, “múltiplos, distintos e relativamente autônomos” (Althusser, 1983:73). Considera que ambos atuam tanto pela repressão quanto pela ideologia, frisando que o aparelho repressivo funciona *principalmente* através da repressão, e os “AIEs” funcionam *principalmente* através da ideologia<sup>2</sup>. O “aparelho repressivo” tem que ser obrigatoriamente centralizado porque é pelo monopólio da chamada “violência legítima” que o governo de qualquer Estado garante, em última instância, a ordem social. Por outro lado, sendo descentralizados, os “AIEs” “são campo objetivo de contradições que expressam, de formas ora limitadas ora mais amplas, os efeitos dos choques entre as lutas das classes capitalistas e proletária, assim como de suas formas subordinadas” (Althusser, 1983:74).

É no sentido em que Althusser define os “AIEs” pela ambigüidade de, ao mesmo tempo, transmitir a ideologia (em grande escala), realizando-a materialmente, tornando-a dominante, e serem descentralizados e relativamente autônomos (campo objetivo de contradições), que importa considerá-los. Entretanto, ao estudar os jornais da grande imprensa como “AIEs”, é preciso tomar cuidados, relativizando algumas questões.

Primeiro, a ideologia perpassa todas as relações sociais. Além disso, não são somente os jornais da grande imprensa que “reproduzem” a “ideologia”, uma vez que *jornais são apenas um entre outros “AIEs”* que, sistematizando “idéias” e fixando “pautas de debates”, “reproduzem” a ideologia de determinada forma e com alcance bem delimitado. Outros “AIEs” (como a escola e as redes de televisão) transmitem a “ideologia” de forma muito mais abrangente e “eficaz” (no sentido de atingir número muito maior de pessoas), do que diários com linguajar “erudito”, dirigido para público urbano “letrado” e com poder aquisitivo suficiente para consu-

mir o produto. Todavia vale ressaltar que, na medida em que os jornais da grande imprensa voltam-se para segmentos das “elites”, tendem a exercer influência direta sobre os centros de tomadas de decisão em diferentes instâncias da vida social.

Segundo, os jornais não são movidos – a priori – pelo projeto de intencionalmente “ocultar” contradições do real. Como qualquer outra empresa capitalista, os jornais da grande imprensa visam lucro e, por isso, a mercadoria que vendem (informação) deve ser entendida pelo “público consumidor” como de boa qualidade e, portanto, considerada como confiável (isenta e comprometida com a verdade). Dessa forma, os jornais têm necessariamente que ser tão convincentes quanto empáticos, para, competindo com congêneres, conquistar consumidores. Isto os leva a propagarem “idéias” que, se encontram ressonância, é porque, ao menos em seu núcleo central, seus leitores delas partilham, identificando-se com elas.

Observe-se que os jornais não são redigidos pelos seus proprietários mas, na quase totalidade, por corpo de jornalistas contratados pela instituição. A exemplo do que ocorre em outros setores profissionais, na imprensa, empresários e jornalistas partilham de “um sistema ideológico peculiar”, adequado ao *métier*, ou seja, um código de ética, princípios definidores de competência profissional e do “bem comum”, etc. Sistema ideológico peculiar, com regras próprias e, portanto, relativamente autônomas, mas concretamente fundado por dentro das “formas de consciência social” que informam e organizam a “ideologia” dos setores profissionais, camadas e classes sociais, na totalidade social. Destas particularidades das representações ideológicas, Engels, em carta a Conrad Schmitd, de 27 de outubro de 1890, referindo-se à “ideologia jurídica”, fornece um exemplo não só do que entende por autonomia de “instância ideológica”, mas de suas implicações concretas sobre as representações e os modos de proceder de categoria profissional determinada. Exemplo que, por ser oportuno para ilustrar procedimento análogo ao de outras categorias profissionais, no caso, jornalistas, transcrevemos a seguir.

Desde que a nova divisão do trabalho se torna necessária e leva ao surgimento dos juristas profissionais, abre-se por sua vez um novo domínio autônomo que, embora dependente, de maneira geral, da produção e do comércio, possui também certa capacidade particular de reagir contra aqueles domínios. Dentro de um Estado moderno, o direito não deve apenas corresponder à situação econômica geral e constituir sua expressão legítima: deve além disso ser uma expressão *coerente em si mesma*, e que não se volte contra si mesma através de contradições internas. Para chegar a isso, a fidelidade do reflexo das condições econômicas se desvanece cada vez mais. E isso ainda mais porque só muito raramente um Código constitui a expressão, rude, sincera, autêntica, da supremacia de uma classe: isso seria, de fato, atentar contra o conceito do direito (Engels, 1963:289). (GA)

Na mesma carta, Engels, chamando a atenção para a natureza “inconsciente” das representações ideológicas, observa:

O reflexo das relações econômicas, sob a forma de princípios jurídicos, leva também, necessariamente a uma inversão: opera-se sem que os que o elaboram tenham consciência disso, o jurista acredita manejar normas estabelecidas a priori, sem se dar conta que essas normas nada mais são que simples reflexos econômicos: vê assim as coisas sob uma forma invertida. Enquanto não a percebemos, essa inversão constitui o que chamamos de concepção ideológica e repercute sobre a base econômica, podendo mesmo modificá-la dentro de certos limites (Engels: 1963:290).

Assim como, segundo Engels, o “direito reage contra outros domínios” e procura ser “uma expressão coerente em si mesmo”, a imprensa, ao construir sua identidade como instituição, opera com princípios ideológi-

cos similares aos dos juristas. Pois a necessidade de ter “coerência interna” fundamenta-se em “formas cristalizadas de pensar” que pertencem ao mesmo universo ideológico que orienta juristas, cientistas, jornalistas, etc., ou seja, as mesmas “idéias” sobre “moral”, economia, “compromisso com a verdade”, etc, postos a serviço do “bem comum”. Entretanto, é sempre importante frisar que o nó górdio que diferencia a pesquisa científica da jornalística (lato senso) é que na ideologia jornalística (do “furo”, da “informação objetiva”) o que está em questão é o noticiar a “verdade segundo os fatos”, e a ciência tem por postulado que não há “verdade” nenhuma que se depreenda diretamente dos “fatos”, ou de sua mera descrição.

Referindo-se à concepção de “objetividade jornalística”, Nilson Lage observa:

O conceito de objetividade posto em voga consiste basicamente em descrever os fatos tal como parecem; é, na realidade, um abandono consciente das interpretações, ou do diálogo com a realidade, para extrair desta apenas o que se evidencia. A competência profissional passa apenas a medir-se pelo primor da observação exata e minuciosa dos acontecimentos do dia a dia. No entanto, ao privilegiar aparências e reordená-las num texto, incluindo algumas e suprimindo outras, colocando estas primeiro, aquelas depois, o jornalista deixa inevitavelmente interferir fatores subjetivos. A interferência da subjetividade, nas escolhas e na ordenação, será tanto maior quanto mais objetivo, ou preso às aparências, o texto pretenda ser” (Lage, 1982:25).

Feitas estas observações, importa dizer que, de certa forma, se os diários “ocultam contradições do real”, admitindo que isto ocorra, o fato deriva da própria natureza capitalista destes empreendimentos, imersos em contextos “ideológicos” determinados. Imersão que Engels observa

ser “inconsciente”. Desta forma, pode-se considerar, que os “jornais” “ocultam contradições” que ocultam para si mesmos.

Sobre o caráter inconsciente da ideologia, Francisco Espadinha formula a questão de forma lapidar, ao escrever:

A representação que o sujeito adquire através da ideologia é uma representação distorcida das suas condições reais de existência: os mecanismos que determinam estas condições são subtraídas ao conhecimento, limitando-se a visão ideológica a circular no jogo dos seus efeitos (Espadinha, 1967:23).

Entretanto, há que se diferenciar o que é produzido a partir de representação ideológica (inconsciente) e o que é produto de intenção (consciente) de *esconder, trunchar, manipular ou inventar fatos*, com o propósito de *compatibilizar versões e acontecimentos*, tornando coerentes pontos de vistas estruturalmente apresentados, em defesa de interesses objetivos de classe. Na literatura sobre ideologia, de Marx e de Engels ou na de autores que se definem como “marxistas”, não encontramos preocupação (em nenhum deles) de construir qualquer critério analítico que permita separar uma coisa da outra, ou seja: ideologia (como processo inconsciente) de manipulação (intencional e consciente).

Entre os filósofos contemporâneos foi Jean-Paul Sartre que se preocupou sistematicamente com esta questão, sendo um aspecto crucial que separa a postura metodológica desse autor do “determinismo” materialista de Marx, o fato de Sartre não reconhecer a existência de um processo ideológico (inconsciente), *considerando que isto implica em isentar os homens de responsabilidade por seus atos* (por suas escolhas). Tal “isenção” é claramente estabelecida nos escritos de Marx, como é ilustrativa a seguinte observação que faz no prefácio da primeira edição de *O capital*.

Uma palavra para evitar possíveis equívocos. Não foi róseo o colorido que dei às figuras do capitalista e do proprietário de terras. Mas, aqui, as pessoas só interessam na medida em que representam categorias econômicas, em que simbolizam relações de classe e interesses de classe. Minha concepção do desenvolvimento da formação econômico-social como um processo histórico-cultural exclui, mais do que qualquer outra, a responsabilidade do indivíduo por relações, das quais ele continua sendo socialmente, criatura, por mais que, subjetivamente, se julgue acima delas (Marx, 1968:6).

Inversamente a Marx, Sartre postula que o homem é inteiramente responsável pelo que faz, sempre produto de escolha.

Quando dizemos que o homem se escolhe a si, queremos dizer que cada um de nós escolhe a si próprio, mas com isso queremos dizer que, ao escolher a si próprio, ele escolhe todos os homens (...) Escolhendo-me, escolho os homens (Sartre, 1973:12 e 13).

Para Sartre, os homens, a partir de condições sociais dadas, escolhem *livremente* o seu destino, definindo que uma escolha é de “má-fé” quando esta objetiva justificar práticas e procedimentos que asseguram interesses (de classes) e privilégios (pessoais), em detrimento do “bem-estar” dos “outros”. É neste sentido que considera: “a má-fé é evidentemente uma mentira” (Sartre, 1973:25).

Entre os cientistas sociais, foi Karl Mannheim quem originalmente atribuiu importância à questão da relação entre a “ideologia” (inconsciente) e a “mentira” (consciente), e tentou construir critérios sociológicos para separar uma coisa da outra.

Em *Ideologia e utopia*, Mannheim parte de Marx, mas segue caminho

próprio, diferenciando-se em muitos aspectos suas preocupações e método do autor de *O capital*. Interessa aqui levar em conta os aspectos comuns e não os pontos que separam Mannheim de Marx, o que implicaria em enveredar por questões que extrapolam os nossos propósitos de pesquisa. O próprio Mannheim, frisando a concatenação entre a sua “sociologia do conhecimento” e o “materialismo dialético”, vale-se de frase de Max Weber para observar:

A concepção materialista da história não pode ser comparada a um fiacre em que se pudesse entrar e sair à vontade, pois uma vez ingressando nem mesmo os revolucionários estariam livres para deixá-lo” (Mannheim, 1972:101).

É ao distinguir – segundo a terminologia que adota – “concepção particular de ideologia” de “concepção total de ideologia”, que Mannheim coloca a “mentira” como problema, procurando dar um conteúdo sociológico a esta palavra, ou seja, conteúdo conceitual diferenciado “da noção de mentira encontrada no senso comum” (Mannheim, 1972:81).

Para o autor de *Ideologia e utopia*, a “mentira” faz parte da “concepção particular de ideologia”, nos seguintes termos:

A concepção particular de ideologia é implicada quando o termo denota estarmos céticos das idéias e representações apresentadas por nosso opositor. Estas são encaradas como disfarces mais ou menos conscientes da real natureza de uma situação, cujo reconhecimento não estaria de acordo com seus interesses. Essas distorções variam numa escala que vai desde as mentiras conscientes até os disfarces semiconscientes e dissimulados (Mannheim, 1972:81).

Mannheim ainda observa que:

Se, por exemplo, pretende-se que um adversário esteja mentindo ou que esteja ocultando ou distorcendo uma dada situação de fato, pressupõe-se, não obstante, que ambos partilham critérios comuns de validade; pressupõe-se, também, que é possível refutar mentiras e desfazer fontes de erro tendo por referência critérios aceitos de validade objetiva comuns a ambos os lados (Mannheim, 1972:83).

Contrapondo a “concepção particular de ideologia” à “concepção total de ideologia”, Mannheim considera:

Quando utilizamos a concepção total de ideologia, procuramos reconstituir todo o modo de ver de um grupo social, e, neste caso, nem os indivíduos concretos nem o seu somatório abstrato podem ser legitimamente considerados como portadores deste sistema ideológico de pensamento como um todo. O objetivo da análise neste nível é a reconstrução da base teórica sistemática subjacente aos juízos isolados do indivíduo (Mannheim, 1972:85).

Em suma, apesar de diferenças, análogo a Marx, Mannheim considera que a “concepção total de ideologia” é um processo *inconsciente* que não é redutível a juízos “isolados”, enquanto a “concepção de ideologia particular” é apenas uma representação “localizada”, “fracionada”, não representativa da ideologia como fenômeno coletivo. Sob este prisma, a singularidade da abordagem de Mannheim está no fato do que qualifica como “ideologia particular” poder alimentar-se de “mentiras”, “denunciáveis”, por critérios de validade objetiva socialmente aceitos.

Entre as muitas indagações que podem ser colocadas à original formulação de Mannheim, uma “salta aos olhos”. O que deve-se compreender

como “critérios de validade objetiva aceitos como comuns a ambos os lados?” Considero que uma das probabilidades de aceitação dos referidos “critérios” implica na possibilidade de demonstrar que “fatos” significativos foram propositadamente sonogados ou apresentados de forma truncada com a finalidade de “tornar lógica” a argumentação de quem mente. Outra probabilidade talvez esteja na comparação do que diferencia “versões” sobre os mesmos acontecimentos, colocando em evidência os elementos significativos na construção das explicações” (examinado o que é comum às duas versões e o que não é), questionando-se a lógica intrínseca e a coerência de cada uma delas.

O critério que Mannheim propõe para distinguir “ideologia” de “mentira” é útil para quem investiga o discurso produzido na mídia, na medida em que recomenda checar diferentes versões dos mesmos fatos, comparando ausências e presenças.

## Notas

1. Sobre o citado suposto, comum aos cientistas, ver de Thomas Kuhn, *A estrutura das revoluções científicas*, 1994, pág. 21.
2. No caso dos “AIEs” atuarem pela repressão, Althusser observa que esta é “bastante atenuada, dissimulada, ou mesmo simbólica”. Acrescentando: “Não existe aparelho puramente ideológico”. Referindo-se a Escolas como “AIEs” observa que a repressão se dá “por meios próprios”, como “sanções, exclusões, seleções, etc.”.

## Referências bibliográficas

- ALTHUSSER, Louis. *A favor de Marx*. 2ª ed. Rio de Janeiro, RJ: Editora Zahar, 1979.
- \_\_\_\_\_. *Aparelhos ideológicos de Estado*. Rio de Janeiro, RJ: Editora Graal, 1983.
- \_\_\_\_\_. *La filosofía como arma de la revolución*. 4ª ed. Córdoba: Cuadernos Pasado y Presente, 1972.
- BRAGA, José Luis. *O Pasquim e os anos 70*. Brasília, DF: Editora da UnB, 1991.

- BACHELARD, Gaston. *A formação do espírito científico*. 2ª ed. Rio de Janeiro, RJ: Editora Contraponto, 1996.
- BARTH, Hans. *Verdad y ideología*. México: Fondo de Cultura Económica, 1951.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro, RJ: Bertrand Brasil, 1998.
- CANGUILHEM, Georges. *Ideologia e racionalidade nas ciências da vida*. Lisboa: Livraria Martins Fontes, 1977.
- CONDILLAC, Étienne Bonnot de. “Resumo Selecionado do Tratado das Emoções”. In: *Condillac, Helvétius, Degerano*. São Paulo, SP: Abril Cultural, Coleção “Os Pensadores”, vol. XXVII, 1973.
- ESPADINHA, Francisco. Apresentação do livro de Louis Althusser, *Sobre o trabalho teórico*. Lisboa: Editorial Presença, 1967.
- GRAMSCI, Antonio. *Obras escolhidas*. São Paulo, SP: Livraria Martins Fontes, 1978.
- HABERMAS, Jürgen. *L'espace public*. Paris: Payot, 1978.
- HOROWITZ, Irving Louis. *História y elementos de la sociología del conocimiento*. 2 vol. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1964.
- KUCINSKI, Bernardo e BRANFORD, Sue. *A ditadura da dívida*. São Paulo, SP: Editora Brasiliense, 1987.
- KUNH, Thomas. *A estrutura das revoluções científicas*. 3ª ed. São Paulo, SP: Editora Perspectiva, 1994.
- LAGE, Nilson. *Ideologia e técnica da notícia*. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1982.
- MACHADO, Lia Zanotta. *Estado, escola e ideologia*. 2ª. ed. São Paulo, SP: Editora Brasiliense, 1985.
- MANNHEIM, Karl. *Ideologia e utopia*. 2ª ed. Rio de Janeiro, RJ: Editora Zahar, 1972.
- MARX, Karl. *O capital*, vol. 1. Rio de Janeiro, RJ: Editora Civilização Brasileira, 1968.
- \_\_\_\_\_. *Contribuição à crítica à economia política*. São Paulo, SP: Abril Cultural, Coleção “Os Economistas”, 1987.

- MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. *Obras escolhidas*, vol. 1. Rio de Janeiro, RJ: Editora Vitória, 1961.
- \_\_\_\_\_. *Obras escolhidas*, vol. 3. Rio de Janeiro, RJ: Editora Vitória, 1963.
- \_\_\_\_\_. *Correspondencia entre Marx y Engels: 1844-1883*. Montevideo: Ediciones Pueblos Unidos, 1976.
- \_\_\_\_\_. *A ideologia alemã*, vol. 1. Lisboa: Editorial Presença, 1980.
- \_\_\_\_\_. *A sagrada família*. Lisboa: Editorial Presença, 1980.
- NEESS, Arne. “História del Termino ‘Ideologia’, desde Destutt de Tracy Hasta Karl Marx. In: Horowitz, Irving Louis. *História y elementos de la sociología del conocimiento*, vol. 1. Buenos Aires: Editorial Universitária de Buenos Aires, 1964.
- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo, SP: Editora Brasiliense, 1988.
- POULANTZAS, Nicos. *Poder político y classes sociales en el Estado capitalista*. 3ª ed. México: Siglo Veintiuno, 1971.
- SARTORI, Giovanni. *Teoria democrática*. Rio de Janeiro, RJ: Editora Fundo de Cultura, 1965.
- SARTRE, Jean-Paul. ‘O Existencialismo é um humanismo’. In: *Sartre e Heidegger*. São Paulo, SP: Abril Cultural, Coleção “Os Pensadores, vol. 45. 1973.
- SERRA, Antônio. *O desvio nosso de cada dia – a representação do cotidiano num jornal popular*. Rio de Janeiro, RJ: Editora Achiamé, 1980.
- TRACY, Destutt. *Eléments d'idéologie*. Paris, 1801.
- WOLKENER, Antonio Carlos. *Ideologia, Estado e Direito*. 2ª ed. São Paulo, SP: Editora Revista dos Tribunais, 1995.

**Resumo**

O propósito deste artigo é o de investigar as relações entre imprensa e ideologia.

**Palavras-chave**

Ideologia, imprensa, noticiário

**Abstract**

The purpose of this article is to investigate the relations between press and ideology.

**Key-words**

Ideology, press, news