

O conceito marxista de ideologia nos estudos de mídia britânicos

1 Introdução

O CONCEITO de ideologia tem sido descrito na literatura como um conceito vago, escorregadio e, para alguns, 'inútil' (Frazer, 1988). Como bem coloca McLellan 'ideologia é o mais elusivo conceito dentro das ciências sociais... essencialmente um conceito contestado, isto é, um conceito sobre o qual existe controvérsia em termos de sua própria definição e aplicação.' (McLellan, 1986: 1)

Neste trabalho não há espaço para uma exaustiva revisão do conceito de ideologia desde De Tracy até hoje, mas somente para discutir como o conceito tem sido apropriado pelos estudos da mídia, que se expressa no debate entre os chamados Estudos Culturais e a Economia Política. O primeiro refere-se a perspectiva que privilegia os aspectos culturais inspirando-se na leitura de Gramsci, e o segundo na abordagem que coloca mais ênfase nos determinantes políticos e econômicos dos produtos culturais da mídia.

Apesar das significantes diferenças entre estas duas perspectivas teóricas, alguns autores sugerem que existe um certo exagero nesta diferenciação, como por exemplo Curran ao colocar que 'ambas trabalham dentro de um modelo neo-marxista de sociedade, ambas percebem uma conexão, entre os interesses econômicos e representação ideológica e ambas retratam os meios de comunicação como servindo mais aos interesses dominantes do que aos interesses socialmente universais' (Curran, 1990: 139). Serão considerados nesta discussão as abordagens do Culturalismo Marxista a partir de Raymond Williams, dos estudos de Stuart Hall no 'Centre for Contemporary Cultural Studies' em Birmingham-Inglaterra e a

Olga Maria Ribeiro Guedes

Professora da Universidade Federal do Ceará (UFC)
Doutora pela Loughborough University – Inglaterra

tradição da Economia Política, que a nosso ver constituem o centro da 'Tradição Crítica'. Devido a limitação de espaço, não discutiremos as teorias da Sociedade de Massa, da Escola de Frankfurt e da Liberal-Pluralista, que, de formas distintas, influenciaram a 'Tradição Crítica'.

Antes de analisarmos o uso do conceito de ideologia no estudo da mídia destas abordagens, faz-se necessário lembrarmos, resumidamente, o conceito de ideologia em Marx, o qual tem servido de pano de fundo para a 'Teoria Crítica'.

2 Ideologia em Marx

O conceito de ideologia é um dos menos elaborados nos escritos de Marx (Larrain, 1979; Bennett, 1982, McLellan, 1986). Ao invés de uma análise estruturada e definida do conceito, o que temos é um esboço de suas preocupações com o tema.

A mais aprofundada análise sobre ideologia é encontrada no texto *A Ideologia Alemã*, escrito junto com Engels, que é uma crítica a noção francesa de ideologia e um ataque aos Jovens Hegelianos. De acordo com eles, os Jovens começaram a discutir o conceito de ideologia a partir da consciência e idéias e não da realidade material. Esta é a base para a crítica de Marx sobre o Idealismo Alemão. 'A consciência deve ser explicada a partir das contradições da vida material e as pessoas não conseguem solucionar suas contradições a partir da consciência, se não são capazes de resolvê-las na prática'. (Marx e Engels, 1970: 41). Na *Ideologia Alemã*, Marx e Engels apresentam uma teoria materialista de ideologia, que enfatiza duas idéias: primeiro, que ideologia é uma representação do mundo a partir do ponto de vista da classe dominante, que detém os meios de produção e segundo, a idéia de que esta representação do mundo é necessariamente distorcida porque representa os interesses da classe dominante e não os interesses da humanidade como um todo, isto é, a ideologia tem um papel importante na manutenção das relações de dominação.

No velho Marx ideologia não é uma invenção, ilusão ou uma negação da realidade, mas reflete o real por si mesma. A ideologia é vista como uma projeção na consciência das pessoas, de idéias produzidas por suas práticas. Assim, a ideologia se apropria da aparência do real, dando as pessoas a impressão de autonomia e independência. A natureza da ideologia de mercado, por exemplo, não é falsa no sentido de que não existe, mas é falsa por não expressar completamente as relações sociais sobre as quais o capitalismo se baseia.

Este foi um breve e parcial esboço do conceito de ideologia em Marx. Outras questões referentes a este conceito serão abordadas quando considerarmos os escritos dos Marxistas contemporâneos sobre cultura, ideologia e mídia.

3 'Culturalismo' marxista

A noção de 'Culturalismo' marxista é usada para chamar a atenção para o trabalho de escritores tais como Raymond Williams, Edward Thompson, Christopher Hill e, menos freqüentemente, Richard Hoggart e Eric Hobsbawm. O trabalho de Raymond Williams traz substancial contribuição para os estudos de literatura crítica, cultura, teoria política, ideologia e mídia.

Juntamente com outros escritores da 'Nova Esquerda' inglesa, Raymond Williams era consciente de que o economicismo evidente no pensamento Marxista era insuficiente para dar conta da crescente importância das culturas democráticas e comerciais. Em seus últimos escritos, Williams oferece uma análise material do processo cultural. A teoria do materialismo cultural tinha a intenção de criticar as noções marxista de base/superestrutura e reificação de formas abstratas que ele localizou em certas tendências do pós-estruturalismo.

A metáfora da base/superestrutura emergiu como um problema central na teoria Marxista. Esta noção é tomada para significar que a base (econômico) tem prioridade

explicativa ou estabelece limites sobre a superestrutura (instituições culturais e políticas). Recentes análises marxistas sobre o assunto, na maioria inspirada por Gramsci e Althusser argumentam que a superestrutura tem, pelo menos, uma relativa autonomia em relação a base econômica (Geras, 1987). Ao contrário destes autores e, apesar de ser associado ao Marxismo, Williams mostrou-se cético em relação a metáfora da base/superestrutura por algumas razões, sendo que a mais importante é que, para ele, tal argumento reduz a superestrutura a um reflexo da base.

Williams considera que denominar um fenômeno como superestrutural, é situá-lo em um nível 'menor' de realidade. A superestrutura, nesta leitura, torna-se uma esfera dependente de idéias que refletem a base econômica material. O 'rebaixamento' da superestrutura a uma esfera idealista, vai contra a vontade de Williams de demonstrar que as práticas culturais são também materiais. Sua teoria do culturalismo material considera que todas as práticas sociais são constituídas de significado e elementos materiais.

Williams demonstra seu argumento com uma discussão do texto de Marx no *Grundrisse*. Marx, de acordo com Williams, argumenta que o trabalhador que constrói um piano está envolvido em uma atividade produtiva, ao passo que um pianista tocando piano não está. Isto acontece porque o trabalhador está diretamente envolvido com a reprodução social do trabalho, e o mesmo não poderia ser dito sobre o pianista. Ao contrário de Marx, Williams insiste que a prática de tocar o piano é, simultaneamente material e simbólica (Williams, 1982).

Nos anos 1960 e 1970, Williams voltou-se para a leitura do trabalho sobre hegemonia de Gramsci, como tantos outros autores da esquerda britânica que procuravam pelo 'não-reducionismo' marxista (Forgacs, 1989; Ransome, 1992). Em resumo, um grupo dominante pode ser considerado hegemônico se transcende o limite do interesse econômico e provém o povo com liderança moral e intelectual. Hegemonia é melhor percebida enquanto um campo de batalha contínuo, onde

a burguesia e a classe trabalhadora constroem alianças econômicas, políticas e culturais com outros grupos sociais. Para Gramsci, ideologia é representada como o 'cimento social' que gera alianças entre classes sociais diferentes. De acordo com Gramsci, nós podemos julgar se uma ideologia é eficiente se esta é capaz de se 'conectar' ao senso comum das pessoas e mobilizá-las para mudanças (Gramsci, 1971).

Em seu livro *Marxismo e Literatura*, Williams define hegemonia como um processo histórico contínuo que está sempre mudando e não é estático ou sistemático em sua formação. A prática hegemônica pode ser tanto dominante, residual ou emergente, embora, como explica Williams, nenhuma ordem social pode incorporar toda a experiência humana. Consequentemente, certas práticas sociais, como por exemplo, ensinar Marxismo dentro da universidade ou trabalhar para uma organização para AIDS, são contraditoriamente de oposição, no momento em que estas práticas, simultaneamente, desafiam e reafirmam a hegemonia dominante (Williams, 1979).

O hegemônico é a combinação de processos culturais como as tradições e instituições. A produção e reprodução material de tradições inventadas são largamente dependentes de instituições como os meios de comunicação e o sistema escolar. A transmissão cultural dessas tradições através das instituições, ajudam a formar um consenso dominante na sociedade contemporânea. Portanto, segundo Williams, não se pode examinar os processos de comunicação na sociedade moderna, sem examinar essas instituições (Williams, 1961).

Quando da análise da indústria cultural, uma questão importante é a função econômica que ela desempenha para o capital. Historicamente, os meios de comunicação estão ligados a habilidade da base econômica em criar lucros através de formas mais diretas de produção. O formato da superestrutura tem se construído através do econômico, porque são as relações sociais que determinam a distribuição do lucro. Investimentos na in-

dústria cultural podem ser entendidos como sendo produto do aumento dos lucros e uma procura por novas áreas de investimentos. Nesta leitura, a superestrutura não tem um desenvolvimento autônomo, mas é concretamente ligada ao nível econômico. Assim, a análise de Williams é correta ao estressar a materialidade das práticas sociais, mas, para alguns autores, falha, em reconhecer o determinismo da esfera econômica. Se a teoria dos meios de comunicação tivesse que se reorientar pelo domínio da economia, esta não poderia analisar as diferentes nuances culturais do fenômeno da mídia nas economias capitalistas. Ao contrário de autores como Garnham e Dallas Smythe que persistentemente minimizam o papel ideológico das formas simbólicas materialmente produzidas, Williams procura fazer esta conexão entre os níveis da economia política e o produto cultural, porque é necessário estudar a complexa interação entre as esferas cultural, econômica e política.

Uma outra crítica sofrida por Williams se refere ao conceito de classe. Classe é uma categoria central na tradição Culturalista, mas é discutida de forma específica. Classe é pensada como um conjunto de relações entre pessoas. Como tal, relações de classe são entendidas em termos interpessoais. O que a noção de classe faz nos Estudos Culturais é essencialmente deslocar a idéia das relações de produção para as 'relações' enfatizando o humanístico e psicológico destas 'relações'. Assim, os culturalistas analisam as relações econômicas em termos de 'sentimentos' e não só como um processo sócio-econômico e entendem o conceito de classe não com uma compreensão 'externa' a classe, mas enfatizam o 'sentimento de classe'. De acordo com Johnson, existe pouca atenção sobre o que/ como estas relações são construídas (meios de produção e valor do lucro). Assim classe é construída 'de forma que sistematicamente marginaliza um aspecto (econômico) desta categoria, isto é, a conexão entre classes e as relações de produção em particular os modos de produção'. (Johnson, 1979: 65)

4 CCCS - Centre for Contemporary Cultural Studies

Os estudos culturais britânicos são melhor representados pelos estudos desenvolvidos pelo Centre for Contemporary Cultural Studies da Universidade de Birmingham e seu diretor Stuart Hall, que se preocuparam em estudar temas ligados a cultura, ideologia e identidade a partir de uma sofisticada reinterpretação de alguns pensadores centrais do pós-estruturalismo e de uma leitura própria de Gramsci.

Gramsci é analisado a partir de sua resistência a tendência de alinhar questões culturais e ideológicas com as questões econômicas e de classe. Seu trabalho é tido como uma recusa a qualquer forma de reducionismo. As sociedades são vistas como complexas formações sociais, como bloco históricos, necessitando análises concretas e específicas de forma a elucidar a relação em 'estrutura e superestrutura'.

O conceito central é o de hegemonia. Para Hall, hegemonia significa mais do que simplesmente poder cultural e ideológico, refere-se a todos os 'processos onde um grupo social que alcançou a liderança econômica, é capaz de expandir isto para uma liderança social, política e cultural através da sociedade civil e do estado' (Hall, 1980: 35).

O que Gramsci oferece, Hall argumenta, é uma forma não-reducionista de pensar sobre a clássica questão de determinismo econômico, a relação entre base e a superestrutura. Contra a formulação da Ideologia Alemã (as idéias dominantes...). Hall coloca que a posição de classe e os fatores materiais são necessários, mas não suficientes como ponto de partida para a análise de qualquer formação ideológica.

Hall tentou repensar as conexões entre diferentes níveis da formação social com o conceito de articulação, que foi desenvolvido por Laclau e Mouffe (1976). O argumento é que não existe uma necessária, determinada e absoluta conexão entre diferentes práticas sociais, mas que existe um caminho para perguntar como elementos ideológicos pas-

sam a se conectar sob certas condições históricas. Portanto, a teoria da articulação é um ataque a idéia de que existe uma necessária relação entre os meios de produção e ideologia. Nega não a idéia de correspondência, mas de necessária correspondência. Mais do que ver a correspondência como dada, Hall pensa sobre elas como historicamente produzidas e como resultado da política.

Com relação a ideologia, Hall a compreende como um fenômeno discursivo, conceituado em termos da articulação de diferentes elementos. Ideologia para Gramsci é teorizada como tendo dois domínios: filosófico (ideologias teóricas) e senso comum. O papel das 'ideologias orgânicas' é interferir no terreno do senso comum. O senso comum é a estrutura da ideologia popular, uma 'concepção espontânea do mundo', que engloba traços dos sistemas de pensamento prévio os quais se sedimentam no cotidiano. Como Gramsci, Hall está interessado na relação entre filosofia (teoria ideológica) e senso comum no processo de sedimentação ideológica, como por exemplo ao tentar compreender o 'Thatcherismo' como um 'processo hegemônico'. Não significa que o 'Thatcherismo' alcançou hegemonia ou foi um fenômeno puramente ideológico, porque a compreensão de Hall de hegemonia dá ênfase à importância do 'núcleo decisivo' da atividade econômica, mas que representou uma particular articulação de elementos. Ideologia foi vista como forjando uma nova articulação discursiva entre o discurso liberal do 'mercado livre' e do 'homem econômico' com os temas conservadores de família, nação, patriarcado e ordem. O que Hall mostra é que estes elementos ideológicos não foram colocados juntos de forma completamente trabalhada, mas que o 'Thatcherismo' era a tentativa do 'refazer' do senso comum: seu objetivo era se tornar o senso comum de uma era (Hall, 1988: 8).

Apesar do compromisso de Hall em ver ideologia como um fenômeno discursivo, o que não aparece em seus trabalhos (especialmente no texto sobre Thatcherismo) é uma análise detalhada do significado da lingua-

gem dentro de todo o processo de mudanças política e ignora o contexto de recepção da ideologia do Thatcherismo. Frequentemente Hall é criticado por considerar que os fenômenos que ele analisa são puramente ideológicos. Estudiosos da tradição da economia política se perguntam se Hall deu suficiente atenção ao nível econômico. Para eles a ênfase na relativa autonomia do econômico levou a autonomia da ideologia e as análises não tem levado em conta o equilíbrio do poder de classe ou a relação entre o econômico e o ideológico. O trabalho de Hall tende a colocar a questão do determinismo econômico em um parêntese teórico, o qual só é lembrado para sinalar sua posição Marxista. O que se precisa é uma integração das análises dos níveis econômico e ideológico (Murdock, 1995).

Dentro da área de comunicação, uma das contribuições específicas de Hall é de ligar as formas culturais ideologicamente codificadas as estratégias de decodificação da audiência. Ao fazer esta ligação, simultaneamente considera as mudanças do contexto político dos signos da mídia e das mensagens. Para Hall, os textos ideologicamente codificados continuam sendo o primeiro nível de determinismo. Com relação aos meios de comunicação, Hall argumenta que estes formam a principal instituição ideológica do capitalismo contemporâneo, i.é, os sistemas de comunicação formam o principal espaço no qual o consenso dominante é forjado.

Assim, para Hall, os sistemas de comunicação são o principal domínio simbólico através do qual a 'fabricação' de consenso é forjada. Os meios de comunicação operam através da produção de códigos hegemônicos que 'cimentam' o social. Os códigos que representam o real são coletados desde o limitado campo dos discursos dominantes até uma restrita série de explicações sociais. Os códigos preferenciais alcançam seu efeito ideológico aparecendo como naturais. Seguindo Althusser, como a linguagem não refletiria o real, poderia-se falar do efeito de realidade da ideologia. A experiência da realidade não mediada é simbolicamente construída atra-

vés da linguagem. Assim como o sujeito se engana a respeito da fonte de sua identidade, a mídia parece refletir a realidade enquanto na verdade está construindo esta realidade.

Ao contrário da atenção que Hall deu a mensagem mediada, ele tem pouco a dizer sobre as instituições dos meios de comunicação. Na sua análise sobre o fenômeno Mrs. Thatcher ele oferece uma limitada discussão sobre o impacto do estado e do capital nos meios de comunicação. Mais significativo do que esta relação é a limitada estrutura de interpretações dentro da qual os jornalistas operam. Entretanto, Hall corrigiu esta análise interna por uma ênfase estrutural nas fontes jornalísticas. O que é aparente é que a interseção do contexto cultural do jornalismo e o conteúdo semiótico das mensagens da mídia continuam determinante para Hall.

Os trabalhos do grupo de Birmingham trazem uma contribuição efetiva para a análise da mídia, mas sofrem críticas por concentrarem-se mais nos meios ideológicos do que em outros níveis de determinação, tais como posse e controle dos meios de comunicação que são deixados fora das análises. Apesar de sua complexa teoria da produção ideológica, ele falha em localizar a produção cultural ao nível da análise institucional. A parte esta crítica, Hall é mais considerado por sua análise e interpretação das mensagens da mídia, o que eventualmente o levou a questões sobre a audiência, iniciando uma importante contribuição ao estudo da recepção, que foi negligenciado por Williams, pelo grupo de Glasgow e pela Economia Política (Hall, 1975; Hall et al, 1978).

Ao reconceituar o determinante papel dos meios de comunicação, Hall utilizou os escritos de Saussure sobre a natureza arbitrária dos signos lingüísticos e de Barthes a idéia de significante e significado, que Hall amplia para afirmar que discursos possuem significados dominantes que estruturam o significado da mensagem. Ao concentrar-se na ideologia do texto, Hall estaria privilegiando a mensagem na construção da subjetividade. Mais tarde ele voltou atrás nesta posição e permitiu as 'leituras de resistência' aos

textos da mídia e deu ênfase a natureza polisêmica do significado. O que é oferecido por Hall é uma crítica radical a idéia de que as estruturas de propriedade determinam o conteúdo da mídia. Na produção da mensagens dos meios, Hall estabelece uma distinção básica entre 'encoders' e 'decoders'. Ele identifica uma quebra radical entre a estrutura de conhecimento, relações de produção e infraestrutura técnica que facilitam o processo de codificar e decodificar as estruturas de significado. Codificar um texto da mídia depende de normas e procedimentos profissionais, relações institucionais e equipamentos técnicos. Uma vez que a mensagem tenha sido simbolicamente codificada está aberta as estratégias de leitura empregadas pela audiência. A recepção da audiência é dependente de sua disposição cultural e política, de sua relação com as estruturas mais amplas de poder e seu acesso a tecnologia de massa (radio, televisão, vídeo, disco compacto, etc.). Existem três maneiras pelas quais um texto simbolicamente codificado pode ser lido: leitura hegemônica dominante, que interpreta o texto em termos do significado preferido sugerido pela mensagem; leitura negociada, onde o significado produzido pela interface entre o intérprete e o codificador da mensagem é sutilmente contestado. Aceitando a estrutura geral sugerida pelo código dominante a pessoa dá um significado contraditório a mensagem; a leitura de oposição iria ter uma compreensão contra o argumento do texto e faria poucas concessões para a perspectiva oferecida. Estas três formas de interpretação são oferecidas como meio de localizar o texto dentro das estratégias discursiva dominante, enquanto ligando-as a uma já 'codificada' audiência (Hall, 1980).

Apesar da inegável contribuição de Hall aos estudos da mídia, seu trabalho continua limitado devido a sua preocupação com o discurso. Ele exagera o poder das estratégias ideológicas e não oferece uma análise político econômica dos meios de comunicação. Embora correto ao enfatizar a importância da relação entre a questão da construção

discursiva da mensagem e a compreensão interpretativa da audiência, o nível determinante estaria em outro lugar. O que esta faltando é a análise de como a economia e o estado moldam a produção cultural. Seus últimos escritos tendem a negligenciar como as 'reais' relações sociais dão forma a construção das mensagens da mídia, bem como ao contexto de recepção (Golding e Murdock, 1979).

5 Economia Política

A abordagem da Economia Política é o nome dado aos trabalhos que analisam a mídia com um interesse nos determinantes econômicos que interferem na produção dos produtos culturais e da comunicação. Não é possível falar de uma abordagem político-econômica pois existem diferenças entre as pessoas trabalhando nesta tradição. Referimo-nos ao trabalho de James Curran, Nicholas Garnham, Peter Golding e Graham Murdock, isto não quer dizer que o trabalho destes pesquisadores é homogêneo, mas simplesmente mostrar uma continuidade de interesse (por ex. Golding e Murdock, 1979; Murdock e Golding, 1977; Garnham, 1977, 1979, 1988; Curran, 1987, 1990, 1994).

A Economia Política pode ser entendida como uma reação contra a tendência culturalista dos anos 70, particularmente a associada com Hall e outros do Centro de Birmingham, que teria respondido a questão do reducionismo simplesmente ignorando completamente o nível econômico e enfatizado a relativa autonomia da ideologia as custas de analisar as formas pelas quais os fatores econômicos formatam a produção cultural.

Os teóricos da Economia Política enfatizam a importância da organização econômica e tem sido cautelosos com a questão do determinismo econômico, como coloca Golding e Murdock ' nos não estamos dizendo que as forças econômicas são o único fator a estruturar a produção cultural, ou que ele seja sempre o mais significativo...nos não ne-

gamos a importância do controle imposto pelo estado e pela esfera política ou o significado da inércia exercida pelos códigos culturais dominantes e tradições. Nem estamos negando a autonomia relativa da produção pessoal e os pertinentes efeitos das práticas e ideologias profissionais' (Golding e Murdock, 1979: 198).

O ponto de partida para análise tem sido o exame da tendência em torno da concentração de propriedade e conglomerados na comunicação e em outros setores. O que eles argumentam é que não é simplesmente que poucas companhias predominam em cada setor, mas que as grandes firmas tem importante posição de comando simultaneamente em diferentes setores (vide caso rede Globo). De acordo com eles é parte de uma tendência geral em torno da diversificação, isto é, o processo pelo qual uma companhia com interesses em um setor adquire novos interesses em outros setores.

Murdock identifica três tipos básicos de conglomerados que operam na área da cultura e comunicação - conglomerados industriais, de serviços e comunicação. Dois processos tem sido importantes na re-estruturação do campo de atuação dos conglomerados: inovação tecnológica e privatização. A Economia Política, ao considerar as inovações tecnológicas, recusa o determinismo tecnológico e se preocupa com as relações sociais e econômicas através das quais as tecnologias tem se desenvolvido e dentro das quais tem se inserido. Crucial nisto, é o processo de privatização, que pode melhor ser entendido como abrangendo vários componentes, incluindo a desnacionalização (do público para o privado), a introdução de políticas 'liberalizantes' desenhadas para introduzir a competição entre mercados, e a regulamentação da indústria da comunicação, mudando sua 'filosofia' da defesa dos interesses público em torno da promoção dos interesses da companhia.

Esta tendência significa que uma das principais perguntas feita pelos teóricos da Economia Política, qual seja: até onde um sistema de comunicação dominado por em-

presas privadas garante a diversidade de informação e discussão necessária para uma efetiva cidadania, é mais do que nunca altamente relevante. Estamos nos dirigindo para uma era onde 'a combinação das mudanças tecnológicas e as políticas de privatização estão gerando enormes conglomerados com uma inigualável capacidade de estruturar o meio-ambiente simbólico no qual todos nós vivemos' (Murdock, 1990: 2). O que está em questão é precisamente a natureza e forma de determinismo exercida por este tipo de propriedade.

Não negando a importância destes 'insights', o que parece estar faltando é a tentativa de ir além das análises do impacto geral dos padrões de propriedade e analisar a direta intervenção dos donos sobre o conteúdo da mídia. Também não existe uma análise dos modos como o processo de influência da organização econômica sobre a variedade e natureza dos produtos disponíveis na mídia funciona em situações concretas - e não somente naquelas situações nas quais a mão do proprietário pode ser vista claramente. Esta questão leva a outras indagações sobre a mediação dos determinantes econômicos.

Nos idos dos anos 80 alguns estudiosos da Economia Política passaram a centrar suas análises sobre as novas tecnologias da informação e comunicação. Estes trabalhos centraram atenção em duas questões: como estão sendo usadas as tecnologias de comunicação para aliviar a crise econômica, e que impacto estas tecnologias de comunicação teriam em diminuir as desigualdades sociais? Golding e Murdock apontam que existe desigualdade de acesso aos produtos culturais. Este tipo de pesquisa nos diz que os padrões de propriedade das novas tecnologias reproduzem as desigualdades já existentes. O que é difícil de aceitar é a implicação de que o nível de renda seja o único determinante de que uma pessoa irá consumir um produto cultural ou não.

Nos últimos anos, Nicholas Garnham vem tentando ampliar o escopo teórico e empírico da Economia Política. Em 1979 ele responde ao desafio colocado por Raymond

William que chama por uma revisão na teoria cultural de forma a dar conta da expansão das forças capitalistas na produção cultural e da mídia. Mesmo fiel a tradição da Economia Política, Garnham declara que a (re) produção cultural está sujeita a determinantes econômicos, mas acrescenta que uma distinção deve ser feita entre o 'material' e o 'econômico'. O primeiro seria uma categoria geral que se refere as características essenciais das relações sociais de produção de formas culturais. O 'econômico' se refere as formas específicas do capitalismo, isto é, das relações sociais de produção e distribuição de capitalismo. Desde que esta forma capitalista é incompleta e engloba um processo contraditório, é necessário entender como e em que extensão a esfera cultural tem sido absorvida pelo processo de produção de bens (Garnham, 1979).

6 Conclusão

Historicamente o Marxismo tem oferecido uma análise dos meios de comunicação de massa que tem procurado enfatizar seu papel na reprodução social do status quo. Onde o Liberalismo sugere que os meios de comunicação desempenham um papel na manutenção de um livre discurso, o Marxismo assegura que as relações sociais desiguais tem ajudado a formar imagens ideológicas da representação da sociedade. Neste sentido, o Marxismo sugere que existe uma ligação entre questões de propriedade e o conteúdo cultural do produto da mídia. O Marxismo tem criticado o Liberalismo por assumir que a livre troca de idéias pode acontecer em condições de dominação de classe. Entretanto, as limitações Marxistas são também consideráveis: tem negligenciado outros modos de dominação não relacionadas a classe, como gênero e raça e não tem dado efetiva atenção ao papel do estado. É notório que nos países Europeus administrados pelo estado, sociedades socialistas, o fluxo de informação e a sociedade civil eram altamente controladas. Isto e a presente crise de identidade do Marxismo coloca difíceis questões a cerca de seu

papel enquanto uma teoria crítica. Apesar de suas limitações, as teorias culturalistas e político-econômica tem contribuído para nossa compreensão da cultura dos meios .

Bibliografia

ALTHUSSER, L. *Essays on Ideology*. Londres, Verso, 1984.

BENNETT, T. 'Theories of the media, theories of society'. In: Gurevitch, M, Curran, J. e Wollacott, J. (eds.) *Culture, Society and the Media*. Londres, Methuen, 1982.

CURRAN, J. The new Revisionism in mass communications research: a re-appraisal. *European Journal of Communication*, 5: 135-164, 1990.

CURRAN, J., GUREVITCH, M. e WOOLLACOTT, J. 'The study of the media: theoretical approaches'. In: Body-Barreto, O, Braham, P. (eds.) *Media, Knowledge and Power*. Milton Keynes, Open University Press, 1987.

CURRAN, J. e SEATON, J. *Power Without Responsibility: the press and broadcasting in Britain*. Londres, Fontana, 1994.

FORGACS, D. Gramsci and Marxism in Britain. *New Left Review*, 176:70-88, 1989.

FRAZER, E. *Talking about Femininity: the concept of ideology on trial*. Tese de doutorado não publicada, Universidade de Oxford, 1988.

GARNHAM, N. 'Towards a political economy of culture'. *New Universities Quarterly*, 31(3): 341-57, 1977.

_____. 'Contribution to a political economy of mass communication'. *Media, Culture and Society*, 1:123-46. 1979

_____. 'Raymond Williams, 1921-1988: a Cultural analyst, a distinctive tradition'. *Journal of Communication*, 38 (4). 1988.

GERAS, N. 'Post-Marxism?'. *New Left Review*, 163 (May-June): 40-82, 1987.

GOLDING, P. e MURDOCK, G. 'Ideology and the mass media: the question of determination'. In: M, Barret et.al. *Ideology and Cultural Production*. Londres, Croon Helm, 1979.

GRAMSCI, A. *Selections from Prison Notebook*. Londres, Routledge, 1971.

HALL, S. *Television as a Medium and its Relations to Culture*, CCCS Occasional Paper, Birmingham, 1975.

HALL, S. 'Encoding and decoding'. In: *Culture, Media and Language*. Londres, Hutchinson, 1980

HALL, S. 'Thatcherism amongst the theorists: toad in the garden'. In: C, Nelson and L, Grossberg. *Marxism and Interpretation of Culture*. Londres, Macmillan, 1988.

HALL, S. et. all. (eds.) *Policing the Crisis: Mugging, the State and the Law and Order*. Londres, Macmillan, 1978.

JOHNSON, R. 'Histories of culture / theories of ideology: notes on an impasse'. In: M, Barret. op.cit.

LACLAU, E. e MOUFFE, C. *Politics and Ideology in Marxist Theory*. Londres, Verso, 1976.

LARRAIN, J. *The concept of Ideology*. Londres, Hutchinson, 1979.

MARX, K. e ENGELS, F. *The German Ideology*. Londres, Lawrence & Wishart, 1970.

McLELLAN, D. *Ideology*. Milton Keynes, Open University, 1986.

MURDOCK, G. 'Redrawing the map of the communications industries: concentration and ownership in the era of privatisation'. In Ferguson, M. (ed.) *Public Communications: The new imperatives*. Londres, Sage, 1990.

MURDOCK, G. 'Across the great divide: cultural analysis and the condition of democracy'. *Critical Studies in Mass Communication*, 12: 89-95, 1995.

MURDOCK, G. e GOLDING, P. 'Capitalism, communication and class relations'. In: *Mass Communication and Society*. Milton Keynes, Open University Press, 1977.

RANSOME, P. *Antonio Gramsci: a new introduction*. Hemel Hempstead, Harvester Wheatsheaf, 1992.

WILLIAMS, R. *Culture and Society (1780-1950)*. Harmondsworth, Penguin, 1961.

WILLIAMS, R. *Marxism and Literature*. Oxford, Oxford University Press, 1979.

WILLIAMS, R. *Culture*. Londres, Fontana, 1982.