

Quem manipula quem?

Ciro Marcondes Filho

Petrópolis, 1987, 2ª ed. 168 p.

Arilda Inês M. Ribeiro*

O livro *Quem manipula quem?*, mais do que uma proposta metodológica, traz uma proposta política, isto é, fornece subsídios para a identificação da estrutura do “modo de pensar capitalista”.

Basicamente, a análise de *Ciro Marcondes Filho* gira em torno de questões polêmicas, como a dominação sexual, a ideologia, o imperialismo cultural, a telenovela e o *shopping center*, o “enterro de Althusser”, aparecendo aí as críticas a Antonio Gramsci e a Louis Althusser; além das cinco teses equivocadas sobre o poder, a propaganda política e cultural. Também trata da submissão da cultura. E é na polemização das questões em cada um dos textos que reside a força da análise, isto é, seu caráter de instrumento de luta, que assume uma constatação política, no esforço de trazer à tona a realidade. Realidade que é desenvolvida nos indivíduos pelo capitalismo e na qual impera uma forma própria de estrutura e ação. O novo modo de pensar capitalista, segundo o autor, dispensa comprovações, verificações, constatações. Ilude-se com o falso, o formal, o aparente.

Sobre o título *Quem manipula quem?* se dá exatamente no sentido de que, ao contrário do que foi dito durante muito tempo sobre comunicação, cultura, sociedade de massas, a questão do controle e do poder como obra da classe dominante não é totalmente correta. O autor procura demonstrar que a partir das bases, dos grupos populares, da classe dita “oprimida”, há um movimento de reação, de resposta, um comportamento real, uma participação no processo.

* Aluna do Curso de Pós-Graduação da Faculdade de Educação/UNICAMP.

Não é possível vislumbrar a apatia, a indiferença nesses grupos em relação aos efeitos de comunicação de massa. Existe, segundo *Ciro Marcondes Filho*, principalmente no texto referente à telenovela, uma relação forte, vibrante, intensa entre a emissão televisiva e a recepção do indivíduo. Por mais que aqueles que detêm o poder político, econômico, militar ou de comunicações tentem impor sua ideologia como a verdadeira, igualmente a reação, a astúcia das massas pode fazer valer sua vontade por meio de suas formas de manifestação.

A obra, escrita em linguagem acessível, divide-se em doze textos. Observa-se um trabalho de investigação intenso não somente em materiais bibliográficos e documentos, mas também em fontes do cotidiano brasileiro. Seja através de clássicos como Freud, Castoriadis, Adorno, como autores nacionais do peso de Belívar Costa ou Paulo Marconi.

Inicialmente, o autor desenvolve um estudo teórico sobre a lógica que permeia o discurso inconsciente do erotismo na comunicação produzida para grandes massas da sociedade. Revela que o erotismo pode ser materializável, em ambientes, em pessoas e relações sociais, que em última instância traduz-se na mística sexual. A problemática da sexualidade, da forma como ela se manifesta na produção da cultura em massa, é tipicamente masculina. “Ela se impõe como dominante e nuclear por motivo de dominação do homem (do ‘pensamento masculino’, que pode estar presente tanto no homem como na mulher) sobre a mulher” (p. 40). Essa mistificação da sexualidade se transforma em mercadoria de uso e exploração do capital.

No segundo texto, *Marcondes* comenta com grande propriedade a questão da ideologia e sua evolução até os moldes do “modo de pensar capitalista”. Cita a crise do pensamento marxista, que para ele encerra uma questão de poder, o poder da verdade. Comenta *Castoriadis*, ao relatar que o marxismo “é uma ideologia que permite às pessoas dizerem uma coisa e fazerem outra” (p. 48).

O livro traz também o enfoque da ideologia atual dissociada do controle da dominação, não fixa e mutável diariamente.

Nos três textos seguintes, o autor comenta os MCM, a telenovela e os *Shopping Centers*,

aparecendo aí a questão da cultura capitalista no mundo de hoje, independentemente dos países imperialistas e a xenofobia que os atraem.

Traça um paralelo entre a novela e o teatro, colocando as diferenças que a primeira carrega consigo quando reinstaura a consciência do coletivo ou quando usa na sua estrutura de produção a dramaturgia do palco, mas não realiza de fato um evento de caráter teatral.

O ensaio “*Shopping center, o LSD da classe média*”, num estilo que o próprio autor denomina de fácil e leve, procura a “estética da farsa” (p.21). São lugares que reproduzem a “purificação” da sociedade, onde as fantasias e os sonhos se tornam realidade do modo de pensar capitalista.

Recuperando as treze teses de Marx, na *Ideologia Alemã* sobre Feuerbach, provocativamente o autor comenta conceitos de classes sociais, Estado e imaginário. O mesmo acontece quando escreve sobre o “Enterro de Althusser”, em que a crítica a Gramsci é feita com muita ironia. Ciro diz que este deixou muitas lacunas abertas e era extremamente ambíguo sobre os papéis dos intelectuais orgânicos. Quanto a Althusser, encontra-se morto e enterrado e o fator predominante na crítica passa pela integração dos aparelhos ideológicos ao Estado.

Finalmente, a última parte do livro *Quem manipula quem?* contém artigos diretamente ligados à área específica em que o autor trabalha com muita propriedade: a imprensa. Em “O Estado e a ação cultural”, ele discute a relação do Estado com a música e no texto “Censura: elementos para uma teoria”, o discurso evidencia um esclarecimento acentuado

do governo militar e do AI-5, de 1969 a 1978.

Sobre as cinco teses equivocadas a respeito de poder, propaganda política e cultura, apresentam como cerne a rejeição de que as classes populares, por motivo de sua própria situação estrutural na sociedade (pobres, carentes e subnutridos), teriam com a sociedade um posicionamento crítico e até oposicionista. O autor procura desfazer esse mito na intelectualidade brasileira, desse deslocamento simplista do discurso marxista, o que a meu ver é uma questão que merecia ser melhor discutida em outros textos.

Em relação à publicidade, o livro é um dos mais ricos para a pesquisa em comunicação na atualidade. O texto apresenta uma série de exemplos, nos quais a indústria publicitária procura vender, acima dos produtos, a ideologia do próprio pensamento capitalista.

Em “Jornal comunitário e mobilização popular”, o autor traça a evolução do termo *comunidade* e a função do jornalismo comunitário, o qual seria aquele que não estivesse apenas preocupado com a abordagem mercadológica dos problemas do leitor, mas também empenhado em organizar movimentos sociais e unificar esforços individuais em defesa de interesses comuns.

Quem manipula quem? é produto de trabalhos anteriores sobre o assunto e, nesse sentido, bem elaborado, com conceitos que estão além do próprio tema.

Por ser um instrumento poderoso de reflexão sobre a nossa sociedade, é considerado leitura obrigatória para todos os que acreditam na renovação do pensamento.

A meu ver, essa leitura interessa não só aos profissionais dos meios de comunicação, mas à comunidade em geral.