



## RESENHA DO LIVRO "MANIPULAÇÃO IDEOLÓGICA: PROPAGANDA E EDUCAÇÃO NA SOCIEDADE CAPITALISTA"

### **BOOK REVIEW: "IDEOLOGICAL MANIPULATION: ADVERTISING AND EDUCATION IN CAPITALIST SOCIETY"**

**Fabiola Bianca de Souza Gonçalves**

fabiolagoncalves80@gmail.com

*Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro, campus Mesquita Av.  
Baronesa de Mesquita, SN - Centro, Mesquita - RJ, 26582-000*

#### **RESUMO**

O presente texto é uma resenha do livro *Manipulação ideológica: propaganda e educação na sociedade capitalista*, de Adelson Florêncio de Barros. A obra, dividida em três capítulos, destina-se a todos que se interessam pela temática e contribui, de alguma maneira, para minimizar os efeitos da manipulação pelo discurso e pela propaganda a que somos submetidos diuturnamente pela mídia.

**PALAVRAS-CHAVE:** manipulação ideológica; propaganda; mídia; educação; sociedade de consumo.

#### **ABSTRACT**

*This text is a review of Adelson Florêncio de Barros's book *Ideological Manipulation: advertising and education in capitalist society*. The book, divided into three chapters, is assigned to those who are interested in the issue and it somehow contributes to reduce the effects of discourse and advertising manipulation to which we are daily submitted by the media.*

**KEY WORDS:** *ideological manipulation; advertising; media; education; consumer society.*

A proposta de Adelson de Barros é oferecer um esclarecimento a respeito da manipulação ideológica na sociedade capitalista e sua relação com a educação. O autor realizou um estudo sobre a aplicação da imagem propagandística e o discurso persuasivo como instrumentos decisivos no processo da manipulação, por parte da classe dominante.

No capítulo 1, definem-se a estrutura da sociedade capitalista (ou de consumo) e da classe dominante bem como o papel do Estado, de forma sucinta e superficial. As colocações do autor possibilitam o entendimento de como a classe dominante legitima seu discurso ideológico. Para o escritor, tal discurso faz uma análise invertida da realidade, separando o pensar e o agir, a fim de manter privilégios e a consequente dominação de uma classe sobre a outra.

Ao discorrer sobre a sociedade de consumo, Adelson de Barros entende que o consumo está presente em todas as atividades exercidas pelo homem e encadeia-se por meio de vários canais e instrumentos na busca das satisfações. Além disso, salienta que, nas práticas das relações sociais, estreitaram-se os laços com objetos, em que a necessidade de estar com o

outro se tornou secundária. Vive-se o tempo do objeto e de acordo com seu ritmo, conformidade e sucessão permanente. Destaca também, que o discurso de que todos são iguais perante o objeto enquanto o valor de uso é fantasioso, pois sabemos que nem todos têm o mesmo acesso ou poder aquisitivo em adquiri-lo e ficam apenas no plano da contemplação e à margem do processo.

A classe dominante, em virtude do poder econômico, manipula o Estado para fins de interesse próprio. Dessa forma, consegue ascensão política e usa-o como instrumento de dominação da sociedade.

Ao traçar o papel da educação inserida nesse contexto econômico e político, fica claro que, nos sistemas de produção capitalista onde a sociedade está dividida em classes sociais distintas e antagônicas e para a aceitação de que todos são iguais perante a lei, faz-se necessário um sistema ideológico que afirme e potencialize cotidianamente tais valores nas mentes das pessoas. Assim, o sistema educacional serve de mecanismo de perpetuação e reprodução dessas ideias.

Uma educação alienante e entregue às regras do mercado fica transformada em mercadoria, cuja aquisição depende da capacidade financeira dos consumidores.

No capítulo 2, descreve-se a manipulação ideológica por meio do discurso persuasivo. Segundo o autor, a persuasão é a busca de adesão de uma tese, perspectiva, entendimento ou conceito evidenciado a partir de um ponto de vista que deseja convencer alguém ou um auditório sobre a validade do que se anuncia. Quem persuade leva o outro a aceitar determinada ideia, valor, preceito e construção do discurso ideológico, os quais não são apenas sinônimos de enganar, mas também o resultado de certa organização do discurso que o constitui como verdadeiro para o destinatário. Em uma sociedade capitalista, o discurso persuasivo propaga-se pela voz da classe dominante.

O foco do terceiro capítulo é a análise da manipulação ideológica vinculada pelas imagens propagandísticas. Essas imagens convidam-nos a experimentar produtos ou utilizar serviços de que muitas vezes não necessitamos, ou seja, induzem-nos quanto ao comportamento que temos de ter e maneira como devemos agir. A propaganda lança mão da universalização para tornar um discurso ou interesses particulares de uma classe ou grupo como propostas que visam atender aos interesses e necessidades da maioria.

A comunicação estabelecida pela propaganda tem o intuito de divulgar não só os produtos, mas promover as empresas e instituições quanto à importância que representam para a sociedade. Dessa forma, cria-se uma imagem positiva e simpática.

Barros chama a atenção para o controle ideológico, o qual compreende todos os meios utilizados para que determinados indivíduos e grupos não tenham condições de perceber sua realidade. Assim, essas pessoas ficam impedidas de formar suas próprias opiniões. Quanto mais as classes dominantes conseguem ocultar a realidade socio-histórica que marca as relações sociais, mais reforçado será o seu poder.

Em suas considerações finais, o autor reafirma que a sociedade capitalista é tida e vista como uma sociedade igualitária, homogênea, onde todos os seus partícipes, falsamente, compartilham os mesmos objetivos, ideias e ideais. Apresenta e veicula o discurso, permeando-o de subjetividades imperceptíveis à classe dominada, induzindo-a ao entendimento de que vale a pena fazer parte desse contexto ideológico apresentado e à manutenção do estímulo ao consumismo desenfreado. Todo esse consumo é alimentado pelos produtos constantemente lançados e renovados no mercado, com o intuito falso e enganador de que esses novos produtos e objetos propiciarão a felicidade de seus consumidores.

A publicidade faz uso das imagens como elemento integrador entre seu discurso e a quem o mesmo se destina. Desse modo, ela assume um papel cada vez mais manipulador dos desejos e gostos mediante imagens.

Para Adelson, a importância e relevância da sua obra estão em contribuir para minimizar os efeitos da manipulação pelo discurso e pela propaganda a que somos submetidos diuturnamente pela mídia.

## REFERÊNCIA

BARROS, Adelson Florêncio de. **Manipulação ideológica**: propaganda e educação na sociedade capitalista. Curitiba: Appris, 2015. 145 p.



Revista  
Ciências & Ideias