

## A GLOBALIZAÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA E A TV COMO EXEMPLO

DAL FORNO, Leandro<sup>1</sup>

**Palavras-chave:** Comunicação de massa. Globalização. Televisão.

### Introdução

Nos fluxos e contrafluxos que atravessam os continentes e as nações, algo espantoso é a riqueza que tem assumido as formas e os conteúdos da comunicação, os quais se apresentam cada vez mais sofisticados e condicionantes da vida dos povos contemporâneos.

Apesar desta magnitude que a comunicação alcançou, o estágio atual apresenta-se distante do objetivo de aproximação dos indivíduos, pois a comunicação aparece determinando e conduzindo regras de como viver no mundo globalizado para a grande maioria da população.

A globalização, como se sabe, é um viés de mão única e essencialmente a favor das elites, pois os menos favorecidos economicamente não conseguem obter uma pequena parte do conforto, que é criado pelos homens em benefício de uma minoria. Na comunicação não é diferente.

Com base nestes pressupostos, a chamada comunicação de massa não encontra barreiras para a transposição de seus fluxos de informação. Devido a esta complexidade, grande parte dos sujeitos não consegue perceber e perceber-se dentro deste mundo social a que foram submetidos. Estes não conseguem acompanhar, interpretar e adaptar-se às transformações ocorridas constantemente em seu meio.

A globalização frente à comunicação consolida a tendência de criar império, não com armas e soldados, mas com dispositivos ligados ao capital e ao consumo de mercadorias culturais. A comunicação de massa tenta vender uma imagem democrática e maniqueísta, onde o sujeito é tratado como mero objeto de uma comunicação vertical, de mão única.

E é neste cenário, que a Televisão, com suas características de rapidez, constância, indiferenciação qualitativa, massificação e de significativa penetração no cotidiano da sociedade, utilizando-se do efeito imagem, é e sempre será preponderante e contundente na forma de ver, pensar e representar o real.

Essa é a realidade problemática, atravessada por movimentos de integração e fragmentação. Simultaneamente à interdependência e à acomodação, desenvolvem tensões e

---

<sup>1</sup> Jornalista – Graduado em Comunicação Social – Universidade de Cruz Alta – UNICRUZ, mestrando do Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, [le.forno@gmail.com](mailto:le.forno@gmail.com)

antagonismos. Implicam tribos e nações, coletividade e nacionalidades, grupos e classes sociais, trabalho e capital, etnias e religiões, sociedade e natureza. São muitas as diversidades e desigualdades que se desenvolvem com a sociedade global.

Para Ianni (1999):

A globalização do mundo expressa um novo ciclo de expansão do capitalismo, como modo de produção e processo civilizatório de alcance mundial. Um processo de amplas proporções envolvendo nações e nacionalidades, regimes políticos e projetos nacionais, grupos e classes sociais, economias e sociedades, culturas e civilizações. Assinala ainda, a emergência da sociedade global, como uma totalidade abrangente, complexa e contraditória. Uma realidade ainda pouco conhecida desafiando práticas e idéias, situações consolidadas e interpretações sedimentadas, formas de pensamento e vãos da imaginação. (IANNI, 1999, p.07)

Paiva (1998) também argumenta que a grande novidade dentro do processo de globalização é a articulação de produtos não mais por blocos, ou países, ou sistemas de governo, mas a segregação cada vez mais sutil no sentido de compor grupos, castas, que estão muito além das questões territoriais, uma superclasse, uma classe transnacional, uma elite, que não implica um envolvimento social, no sentido do comprometimento e realização de projetos de comum interesse.

Neste contexto, a comunicação de massa também passa a reordenar seu tempo e espaço, incorporando às condições propostas pelo processo de globalização. A comunicação no processo de globalização vive um cenário de informação e difusão de culturas, idéias e informatização, pois é assim que se procede a tônica das dinâmicas sociais da atualidade. Os meios de comunicação são parte integrantes de nossos lares, de nosso cotidiano, tendo um papel preponderante em nossas vidas. E a Comunicação de Massa considerada um produto típico da sociedade industrial que surge na primeira metade do século XIX, nos países capitalistas desenvolvidos, se adapta a esta nova incorporação da comunicação.

Se a industrialização concentra grandes massas de operários em torno das fábricas, a comunicação de massa concentra grandes massas em torno dos meios, particularmente em torno da televisão. Para Kehl (1991) os preconceitos sobre a televisão são quase tão antigos quanto a própria televisão. Ela diz que afirmar que:

a televisão emburrece; que “aliena”; que hipnotiza ou que vicia, são lugares-comuns tão velhos que de alguns anos para cá críticos e intelectuais vêm tentando se livrar deles ou pelo menos superá-los[...] Um fato que não se pode passar despercebido (infelizmente, a favor dos tais “preconceitos”) é que nossa era, a chamada era da informação e da comunicação, não vem assistindo em decorrência disso a nenhum avanço no sentido do aperfeiçoamento do pensamento, da organização social e da racionalidade. (KEHL apud NOVAES, 1991, p. 60)

A televisão universaliza o imaginário, responde com formulações do código social às questões mais subjetivas e não contraria em nenhum momento a lógica da realização de desejos, como nos diz a autora Kehl (1991, p. 62) “quem poderá desencantar esta criança, bela adormecida, enfeitada pelo espelho que só responde sim às suas tentativas de permanecer onipotente? Quem poderá despertá-la de seu sonho de alienação e devolvê-la ao mundo onde convivem os homens e as mulheres?”

Assim a televisão torna-se exemplo claro de como atuam os meios de comunicação de massa, com seus meios e mensagens, que buscam a concentração do poder para hipnotizar e dominar as massas.

### **Metodologia**

Para examinar, analisar, contestar e comparar este tema, o trabalho procurou utilizar-se do método de documentação, onde foi realizado um levantamento criterioso de dados de fontes variadas, através da técnica de pesquisa bibliográfica, para inicialmente esclarecer alguns conceitos teóricos necessários ao andamento da pesquisa, bem como para os apontamentos e considerações finais do trabalho.

### **Resultados e Discussões**

Culau (2000, p. 27) observa que “a comunicação no processo de globalização vive um cenário de informação e difusão de culturas, idéias e informatização, pois é assim que se procede à tônica das dinâmicas sociais da atualidade”. Os meios de comunicação são parte integrantes de nossos lares, de nosso cotidiano, tendo um papel preponderante em nossas vidas. Assim, percebe-se o verdadeiro propósito das instituições da mídia, os interesses comerciais de grande escala que começou no início do século XIX devido às inovações técnicas na indústria da imprensa. Deste período, até o século XX, a história sócio-econômica das indústrias das mídias e seus processos de crescimento e de consolidação levaram a uma crescente concentração de recursos em muitos setores da indústria, com poucas organizações no comando das maiores porções do mercado. Para enfrentar o poder econômico de grandes corporações, muitas organizações menores da mídia foram sendo esmagadas e forçadas a fusões. Como diz Thompson (1998):

Em parte através de fusões, tomadas de controle e outras formas de diversificação, os grandes conglomerados da comunicação emergiram e assumiram um crescente e importante papel de domínio da mídia: são organizações multimídia e multinacionais que participam dos lucros de uma variedade de indústrias interessadas na informação e na comunicação. A diversificação em escala global permite que as grandes corporações se expandam de modo

a evitar restrições ao direito de propriedade presentes em muitos contextos nacionais; ela também permite beneficiarem-se da concessão de certos tipos de subsídios. THOMPSON (1998, p. 74)

Nesse sentido é que a mídia adquire e expande sua influência no imaginário de muitos, da grande maioria. Detendo amplo controle sobre o modo pelo qual os fatos importantes ou secundários, locais, nacionais, regionais ou mundiais, reais ou imaginários, difundem-se pelo mundo, mexendo com razão e emoção.

Assim fica fácil de entender o poder avassalador na (re)interpretação dos fatos, na (de)formação do imaginário coletivo, na influência decisiva da opinião pública, que os meios de comunicação de massa têm hoje nesta universalização do global. A falsa democratização do acesso aos conteúdos e informações reflete e afirma o fenômeno do simulacro constituído pelo interesse da minoria, da elite monopolista dos meios de comunicação de massa.

## **Conclusão**

No sistema em que vivemos, onde o consumo, o capital e a venda imperam como fatores preponderantes, percebe-se as muitas desigualdades e diversidades de uma sociedade global que se organiza mediante uma iniquidade que condiciona o dia-a-dia das pessoas, levando-as a serem pautadas pelos fluxos do mercado, pelo consumo desnecessário e pela busca do capital exagerado.

Analisamos que os meios de comunicação de massa, fruto deste aviltamento do sistema vigente, são os grandes responsáveis por uma comunicação vertical, em que as mensagens são produzidas e emitidas para a grande maioria através de impressões e interesses de uma minoria que detém o poder, que monopoliza a comunicação, derramando mercadorias que eles acham necessárias, suficientes e verdadeiras para a sociedade. E a Televisão, tão conhecida de nosso dia-a-dia, se torna um instrumento ora fascinante, ora assustador diante deste contexto globalizante. Ela é à base de um profundo estudo sobre como os meios de comunicação de massa se constituem e operam no desenvolvimento da sociedade. É o exemplo concreto da magnitude que a mídia tem sobre nossas vidas. Por isso, não é à toa, que cada dia mais, grupos menores detêm o poder desse tão precioso “diamante”.

Precisamos ficar atentos e alertas a todas as mudanças e manifestações a cerca da televisão. Enfim, este trabalho é uma breve constatação de algo que se torna cada vez mais significativa para a sociedade e para a comunicação, e que se renova com sua transformação e importância para a construção de um mundo cada vez melhor.



04, 05 e 06 de out. de 2011  
no Campus Universitário

Universidade no  
Desenvolvimento Regional

XVI MOSTRA  
de Iniciação Científica

IX MOSTRA  
de Extensão

[www.unicruz.edu.br/seminario](http://www.unicruz.edu.br/seminario)

## Referências Bibliográficas

CULAU, D. C. **Comunicação e Sustentabilidade:** uma questão de difusão global ou local?. Comunicação e Contemporaneidade. V.2, n.2. p. 16-22, nov./dez. 2000.

IANNI, O. **Teorias da Globalização.** 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

NOVAES, A.(Org.). **Rede Imaginária:** televisão e democracia. Secretaria Municipal de Cultura: São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

PAIVA, R. **O espírito comum:** comunidade, mídia e globalismo. Petrópolis: Vozes, 1998.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão; Revisão da tradução Leonardo Avritze. Petrópolis – RJ: Vozes, 1998.