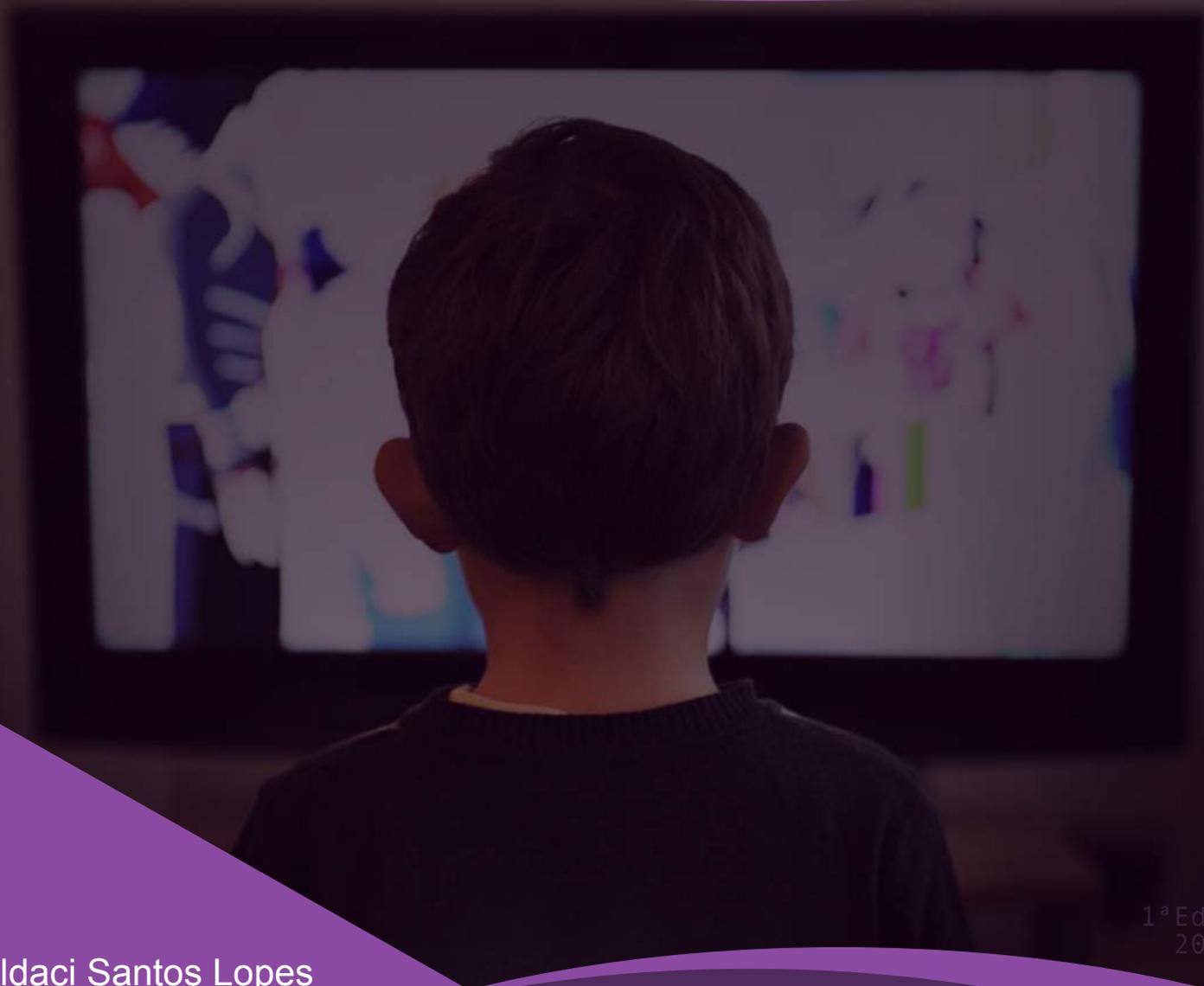


TELEVISÃO E GLOBALIZAÇÃO CULTURAL: **Os nós do contexto midiático na infância**



Aldaci Santos Lopes

1ª Edição
2022

EDITORA KREATIK

Aldaci Santos Lopes

TELEVISÃO E GLOBALIZAÇÃO CULTURAL: OS NÓS DO CONTEXTO MUDIÁTICO NA INFÂNCIA

EDITORA KREATIK

ITAJUBÁ – BRASIL

2022

© 2022 – KREATIK

editora.kreatik.com.br

✉ publicacao@kreatik.com.br

Editoração, Arte e Capa: Editora Kreatik

Editor(a) Chefe: Thaise Ribeiro Luz

Revisão: Respectivo autor

Conselho Editorial

Prof. Me. Ernany Daniel de Carvalho Gonçalves

Prof. Me. João Paulo Chaves Barbosa

Prof. Dr. Vinicius de Carvalho Paes

T269

Televisão e Globalização Cultural: Os Nós do
Contexto Midiático na Infância / Aldaci Santos Lopes.
Itajubá, MG: Editora Kreatik, 2022.

15p. : il.

Formato: PDF

Requisito de Sistema: Adobe Acrobat Reader

Inclui bibliografias

ISBN 978-65-993959-8-7

1. Televisão. 2. Globalização cultural. 3. Infância
I. Lopes, Aldaci Santos.

CDD: 370

O conteúdo científico presente nesta publicação é de **responsabilidade** exclusiva do seu respectivo **autor**.

SUMÁRIO

RESUMO	4
INTRODUÇÃO	5
O CENÁRIO CONTEMPORÂNEO: PRIMEIRAS APROXIMAÇÕES	5
A TV: CONSIDERAÇÕES CRÍTICAS	8
A TV E OS NÓS PRESENTES NA INFÂNCIA	10
REFERÊNCIAS	13
SOBRE A AUTORA	15

O artigo pretende refletir sobre a televisão e a globalização cultural na infância. Analisa como a mídia televisiva pode atuar, direta ou indiretamente no dia a dia das crianças. Tenciona problematizar o contato das crianças no dia-a-dia com inúmeras imagens e sons e informações que colaboram para a construção da narrativa das crianças acerca dos conhecimentos culturais transmitidos pela TV; refletir sobre o contexto midiático em face do cenário contemporâneo e apresentar que influências, positivas ou negativas, dependem/ passam por inúmeras considerações como: contexto da recepção, mediação dos pais, conteúdo dos programas. O estudo tematiza a potencialidade da mídia televisiva e a força que esta tecnologia ainda tem na sociedade atual.

Palavras-chave: Televisão, Globalização cultural, Infância.

O cenário contemporâneo: Primeiras aproximações

A contemporaneidade apresenta grande disputa entre os meios de comunicação, que visam ter hegemonia na influência da formação de valores, na condução do simbolismo, das linguagens, do desejo, do imaginário e da forma de ser e agir dos sujeitos. Tal cenário é a reminiscência do que muitos autores denominam “Modernidade Tardia” ou Pós-modernidade.

Segundo Hall (2001) esses impactos pós-modernos recaem sobre como a identidade se constrói e como acontece a produção dos desejos nas pessoas, apesar das diferenças econômicas e dos obstáculos socioculturais que se interpõem às naturais aproximações culturais.

Assim sendo, as distâncias e os espaços que os meios tendem a aproximar e a globalizar concorrem para que as necessidades se assemelhem, mesmo que, para muitos, a satisfação delas não se concretize. Esta aproximação na vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos lugares e imagens midiáticas e pelos sistemas de comunicação interligados globalmente e tornam as identidades mais desvinculadas, sem lugar, sem tempo, sem histórias ou tradições.

O impacto da globalização sobre a identidade é que o tempo e o espaço são também as coordenadas básicas de todos os sistemas de representação. Todo meio de representação – escrita, pintura, desenho, fotografia, simbolização através da arte ou dos sistemas de telecomunicação – deve traduzir seu objeto em dimensões espaciais e temporais. Assim, a narrativa traduz eventos numa sequência temporal “começo-meio-fim”; os sistemas visuais de representação traduzem objetos tridimensionais em duas dimensões. (HALL, p.70, 2001).

Chauí (1992) também enfatiza a compreensão das relações espaço-temporais: o conto em oposição ao romance; o paper ao invés do livro; o vídeoclip em vez de documentário, enfim o fenômeno mais importante é a passagem do espaço público à condição de marketing, merchandagem e midiaticização e a do espaço privado a condição de privacidade intimista, mas, sobretudo a perda de fronteiras entre ambos, abrindo espaço para formas inéditas de despotismo.

A evidência da construção do sentido das formas simbólicas na contemporaneidade está acoplada com o fenômeno da globalização, princípio de uma “Modernidade Tardia”¹ que

¹ Denominação Utilizada por GUIDDENS (1991) ao se referir aos aspectos da Modernidade presentes na Pós-Modernidade.

apresenta várias dimensões de espaços instituídos simbologias de vários elementos que influenciam e transformam a forma de ser e agir dos seres humanos. Dentre estes mecanismos de influência temos as tecnologias mecanizadas de comunicação desde a primeira introdução da impressora mecânica na Europa até o industrialismo que polarizou a questão do consumo e atingiu as relações sociais de tradição, bem como, o fenômeno da comunicação de massa que marcou a disseminação de “conhecimentos” representados pelas “informações” em larga escala de toda a parte do mundo formando uma miscelânea globalizada de múltiplas referências deslocamentos e sem barreiras geográficas.

Santos (2008) amplia o horizonte da discussão apresentando no mundo globalizado e apresenta uma noção de espaço geográfico que pode subverter a comunicação de massa, pois o referido autor conceitua o espaço como social, produzido e reproduzido pela sociedade humana, enfatizando a dimensão econômica da produção deste espaço, com destaque para as atividades industriais e agrárias, além das questões relativas à urbanização, rompendo por sua vez com a percepção tradicional geográfica. Desta forma, no espaço geográfico ocorrem as manifestações da natureza e as atividades humanas na qual podem florescer as subjetividades. Conhecê-lo bem é a garantia para um posicionamento crítico e responsável.

O conjunto de relações que se estabelecem no imaginário de um grupo social através dos meios, em um determinado grupo, é uma construção coletiva, que se fundamenta na memória social individual e grupal, a qual os sujeitos estão inseridos e que favorecem a manutenção de uma relação subliminar entre comunicação e educação que vão determinar a dinâmica deste espaço. Segundo FERRÉS (1998 p. 43):

Os meios de massa audiovisuais são precisamente uma gigantesca indústria de sonhos e mitos, uma poderosa indústria de criação de associações emotivas. Com o seu extraordinário poder de manufatura de sonhos impõem aquelas imagens mentais que, a partir dos desejos e emoções que geram ou refletem orientarão a futura conduta dos sonhadores.

É neste âmbito de sonhos e realidades, simbologias, e desejos que os meios se instituem na formação de sentidos nos espaços. Neste contexto, Chauí (1992) ao discutir a peculiaridade pós-moderna ressalta o gosto pela imagem e a transformação desta em mercadorias e como forma de manipulação de gosto e de opinião.

A TV enquanto recurso tecnológico estabelece uma forma de comunicação à humanidade que institui e fortalece os fatores constitutivos da globalização, em seu *caráter perverso*² que

² Denominação utilizada por SANTOS (2008) ao referir-se ao processo de globalização perversa e violenta.

apresentam o dinheiro como motor único da vida social e econômica.

O que é transmitido à maioria da humanidade é, de fato, uma informação manipulada que, em lugar de esclarecer, confunde. Isso tanto é mais grave porque, nas condições atuais da vida econômica e social, a informação constitui um dado essencial e imprescindível. Mas na medida em que o que chega às pessoas, como também às empresas e instituições hegemônicas, é, já, o resultado de uma manipulação, tal informação se apresenta como ideologia. O fato de que, no mundo de hoje, o discurso antecede quase obrigatoriamente uma parte substancial das ações humanas – sejam elas a técnica, a produção, o consumo, o poder – explica o porquê da presença generalizada do ideológico em todos esses pontos. Não é de estranhar, pois, que realidade e ideologia se confundam na apreciação do homem comum, sobretudo porque a ideologia se insere nos objetos e apresenta-se como coisa.

(SANTOS, 2008, p.39)

Assim, a TV diante do seu potencial de audiência, da transmissão de informação consegue difundir informações e influenciar na produção cultural do espaço vivido pelos sujeitos de tal forma que a ideologia dominante presente nas informações se confunde com os desejos da humanidade.

Os meios de comunicação de massa marcam, por conseguinte, um processo que requer uma cultura “vazia” redefinida e modificada através dos recursos tecnológicos conforme o modo de funcionamento da ideologia dominante de “Modernidade Tardia” e globalizada. Segundo BARBERO (2008) a massa, no movimento da mudança, designa o modo como as classes populares vivem as novas condições de existência, tanto no que elas têm de opressão quanto no que as novas relações contêm de demanda e aspirações da democratização social. O processo de massificação se tornou uma estratégia do capital para a televisão converter-se eminentemente em espaço estratégico da hegemonia, passando a encobrir as diferenças e reconciliar os gostos numa escala global e bem difundida através deste meio de comunicação de massa difundido em todo o mundo.

Portanto, o papel da televisão e sua relação com o meio de produção do devir contemporâneo está intrínseco aos princípios de uma *modernidade tardia* que tem ainda uma penetração muito grande nos espaços, pois hoje através do espetáculo propagam-se tudo desde o privado ao público num processo de reencantamento e fortalecimento do global que apresenta novos sentidos sociais.

Na contemporaneidade a dinâmica do cotidiano das pessoas demonstra que cada vez mais, os meios de comunicação de massa, especialmente a televisão, influenciam na vida e nos espaços vividos pelos sujeitos de distintas idades, seja por instituir rituais domésticos, pela banalização do cotidiano, ou ainda por produzir realidades.

Neste contexto, o universo de cada indivíduo é formado pelo diálogo desses discursos, nos quais seu cotidiano está inserido. É a partir dessa dinâmica que se constitui a subjetividade. Logo a subjetividade nada mais é do que o resultado da polifonia que cada indivíduo carrega. (BACCEGA, 2004 p.383). Ainda segundo a referida autora, a sociedade funciona no movimento das relações discursivas dos meios através das simbologias que se cruzam se esbarram se anulam e se complementam. É justamente desta dinâmica que nascem os novos discursos que colaboram para alterar os sentidos para os outros e vão alterando seus próprios significados, em movimentos onde a materialidade do discurso-texto que circula é captada pelo enunciatário/receptor num âmbito comunicacional que se institui a partir desta multiplicidade.

Nesta perspectiva, a memória coletiva é que vai validar a maneira que as gerações se relacionam com outras e sua ação diante das informações transmitidas pelos meios e os diálogos das simbologias presentes nestes discursos, nos quais o seu cotidiano está inserido.

Sendo assim, as novas gerações vivenciam desde seu nascimento a presença da TV que concorre para construção de percepções e representações do mundo à sua volta. Desta forma, as crianças no dia-a-dia têm contato com inúmeras imagens e sons e informações que colaboram para a construção da narrativa da mídia acerca dos conhecimentos culturais.

Diante do exposto, tendo como base a tríade da informação, entretenimento e publicidade, o discurso midiático televisivo não é uma instância neutra perante a realidade, pois carrega ideologias que vem produzindo inúmeras representações sobre os mais diferentes assuntos, que acabam sendo culturalmente compartilhadas. Neste sentido, de forma subliminar, a TV difunde percepções da realidade, de acordo com seus interesses e necessidades, através dos produtos culturais que veicula através de programas, filmes e desenhos, que as crianças assistem todos os dias em horários diversos.

Logo a mídia interfere na construção de identidades através de signos de prestígios fornecidos e criados pela cultura de consumo utilizando a apresentação de quadros televisivos alusivos à vida cotidiana a fim de revelar uma carga simbólica que pode exprimir objetivar, representar

determinadas percepções que vão ao encontro dos interesses da “Indústria de consumo”.

A respeito destes símbolos presentes na comunicação contemporânea marcados pela imagem e as linguagens BACCEGA afirma que:

Todo corpo físico pode ser percebido como símbolo. E toda imagem artístico simbólico ocasionado por um objeto físico particular já é um produto ideológico. Converte-se, assim, em signo o objeto físico, o qual, sem deixar de fazer parte da realidade material passa a refletir e refratar, numa certa medida, outra realidade. (BACCEGA, 1998 p. 381)

Assim, considerando que a TV é o mais recente meio de comunicação de massa que existe há mais de cinquenta anos, podemos verificar que o acesso à informação por este meio não seria mais novidade. Porém, a característica atual desse estágio não seria a informação propriamente dita, mas sua instantaneidade. Entendemos a trilogia Informação, Espetáculo e Consumo como traços característicos da realidade social que assumem uma condição de complementaridade na sociedade atual, em meio à globalização e a presença da mídia que prima por disponibilizar na forma de mercadoria a produção humana tanto material como simbólica, sendo-lhe também atribuído o papel de co-adjuvante no processo de banalização/ rebaixamento e mercadorização da cultura e espetacularização da sociedade.

Diante desse quadro, a televisão vem assumindo na atualidade a função de “elaborador” de saberes/ fazeres compartilhados, uma vez que a linguagem é a mediação privilegiada das representações. Assim, os jogos de linguagens transmitidos pela TV através das imagens e do espetáculo e do imbricamento das demais linguagens oral, verbal, imagética e hipertextual estão atrelados a mecanismos globais interligados que interferem nos estilos, lugares e principalmente tornam as identidades mais desvinculadas do espaço-tempo, das histórias e das tradições, tornando-se sem significado e flutuando no ar³.

A televisão constitui hoje o mais sofisticado dispositivo de moldagem e deformação do cotidiano e dos gostos populares e uma das mediações históricas mais expressivas de matrizes narrativas, gestuais e cenográficas do mundo cultural popular, entendido não como tradições específicas de um povo, mas a hibridação de certas formas de enunciação de certos saberes narrativos, de certos gêneros novelescos e dramáticos do ocidente com as matrizes culturais de nossos países. (MARTÍN-BARBERO, 2004 p.26).

³ Apropriação de Baumam quando afirma que “Tudo que é líquido se desmancha no ar”.

É nesse paradigma, entre comunicação e educação que transitam as questões que envolvem a relação das crianças, a escola e a TV na contemporaneidade, pois é notório que a televisão hoje faz parte da vida cotidiana, trazendo inúmeras novidades para o mundo das crianças que, diferentemente de outras gerações, convivem desde muito cedo com esse meio de comunicação. O que antes a criança aprendia pela convivência na rua, com os amigos do bairro ou na escola, agora vem sendo cada vez mais “apresentado” e aprendido pela televisão, que divide a sala de estar e torna-se a grande companheira dessa geração.

A TV e os nós presentes na infância

Na contemporaneidade a TV constituiu-se em um elemento valioso, uma possibilidade de contato com a realidade que propicia a criança ver o mundo; alguns estudiosos, ao contrário, consideram este recurso tecnológico prejudicial às crianças.

Tal característica da TV expressa a necessidade de compreender a complexidade que envolve a experiência televisiva na infância. Suas possíveis influências, positivas ou negativas, dependem/ passam por inúmeras considerações como: contexto da recepção, mediação dos pais, conteúdo dos programas, tipo de linguagem, tempo gasto com a TV, qualidade geral da vida cotidiana da criança, bem como outros elementos sócio-econômicos e culturais que fazem da televisão e da infância algo não isolado no mundo.

Neste contexto, entendemos que crianças já trazem consigo muitas informações, conhecimentos e imagens oriundas da televisão. Esta bagagem televisiva apresenta representações produzidas e disseminadas pela televisão, sobre elementos da cultura de movimento.

A relação das crianças com a TV deve então levar em conta a “*dialética das múltiplas mediações*” (OROZCO, 1993), estruturas culturais que funcionam como filtros, por onde passam as informações no plano do receptor, interagindo na proteção e produção de sentidos/significados próprios à mensagem televisiva. Este sistema é composto por quatro categorias que estão profundamente relacionados com a cultura e cotidianidade do sujeito/ criança em questão, a saber: mediações individuais, situacionais, institucionais e tecnológicas.

Os programas de TV especialmente aqueles onde encontramos grande audiência infantil, as imagens e informações sobre conteúdos e temáticas da cultura de movimento, podem constituir-se em representações disseminadas sobre seus conhecimentos, que acabam invadindo o imaginário infantil.

Nesta perspectiva, o conteúdo televisivo que influencia as crianças refere-se a brinquedos e brincadeiras. Este é o primeiro aliado da Indústria Cultural, que fez surgir à indústria do brinquedo e, tornou-se produto fortemente explorado pela publicidade, segunda experimenta influências principalmente dos programas infantis que veiculam valores competitivos, como nos famosos confrontos meninas contra meninos.

Sobre isso, observa-se forte tendência dos fabricantes de brinquedos em associar, cada vez mais, esquemas de brincadeiras a esses produtos, o que pode levar à redução da capacidade de criação e ação das crianças nas brincadeiras. Dessa forma, brinquedos diversos já vêm organizados dentro de regras produzidas pelos fabricantes, que podem acabar determinando as possibilidades das brincadeiras.

Nesse processo, a televisão age como um espaço de demonstração e vendas dos brinquedos produzidos, assim como reforça valores, idéias e mensagens, identificadores dos pilares da cultura capitalista. Outro aspecto fundamental para analisarmos a relação das crianças com a TV diz respeito ao fato da maioria das crianças ficarem exposta ao discurso midiático que institucionaliza os ideais globais e capitalistas de consumo. Vale ressaltar que além da TV, os meios impressos exploram o corpo, ensinando como se vestir, como emagrecer para o verão, como se comportar em determinados lugares, enfim, com grande didatismo e simplificação tendo como referência um único padrão.

Sobre isso, Belloni (2003, p.3) afirma que “a socialização das novas gerações constitui um dos elementos mais importantes da reprodução da sociedade e um mecanismo muito eficaz de controle social.”.

Diante do exposto, destaco que a relação da TV na infância envolve inúmeros aspectos que são determinantes para compreender a ação dos meios de comunicação na vida das crianças. Assim, faz necessário questionar: como as crianças, especialmente as em idade escolar, redimensionam os conteúdos televisivos?

(In)conclusões

No cenário da infância atual as representações produzidas e disseminadas pela televisão, sinalizam um alerta para as mensagens subliminares emitidas por este veículo que invadem no imaginário infantil e conclamam as instituições escolares a reverem a sua relação com os meios de comunicação.

Segundo Guareschi (1998), os meios de comunicação estabelecem a agenda de discussão e interação social. Mais de 80% do que se fala na família, no trabalho, na escola, na rua etc., é o que foi apresentado pela mídia. Sendo a linguagem mediação e expressão mais característica das representações, que se legitimam no universo consensual de interação entre os sujeitos, não se pode ingenuamente achar que dentro dessa realidade a televisão não ajuda a disseminar essas representações.

Sendo a TV um veículo que elabora representações e a escola um espaço que institucionaliza os saberes, conclamo para que o uso da TV seja muito mais do que simplesmente levar a televisão para a sala de aula, mas, sobretudo prime por um trabalho pedagógico no sentido da educação para a mídia, com a mídia e produzindo mídia, que é o que precisa almejar uma educação que busca a transformação na contemporaneidade.

BACCEGA, M. A. **Comunicação e linguagem. Discursos e ciência.** São Paulo, Moderna, 1998.

BARBERO, Martim. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia,** 5ª Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

_____. **Os exercícios do Ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva.** 2ª Ed. São Paulo, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida.** Jorge Zahar Editor: Rio de Janeiro, 2001.

BELLONI, M. L. **Infância, máquinas e violências.** Reunião Anual da ANPED, 26, 2003, Poços de Caldas. Disponível em: [http://www.anped.org.br/26/outrostextos / semarialuizabelonni.doc](http://www.anped.org.br/26/outrostextos/semarialuizabelonni.doc). Acessado em: 22 jun. 2009.

CHAUÍ, Marilena. **Público, Privado, Despotismo.** In NOVAES. Ética. 7ª reimpressão. São Paulo: Companhia das Letras. (pp:345-391). 2002.

FERRÉS, Joan. **Televisão Subliminar: socializando através de comunicações despercebidas.** Porto Alegre: Artmed, 1998.

FERRÉS, J. **Televisão e educação.** Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da Modernidade.** Tradução de Raul Fiker – São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GUARESCHI, P. **O meio comunicativo e seu conteúdo.** In: PACHECO, E. D. P. (org.). **Televisão, Criança, Imaginário e Educação.** Campinas: Papirus, 1998.

HALL, Stuart. **Identidade Cultural na pós modernidade.** 7 Ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora.

LYOTARD, Jean François. **A Condição Pós-Moderna.** 7ª Ed. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 2002.

OROZCO, G. G. **Hacia una dialectica de la recepción televisiva: la la** Ano XVI, nº 23, Dezembro/2004 **estructuración de estrategias por los televidentes**. In: **Comunicação & Política na América Latina**. Ano 8, v. 22 a 25, p.57-73,1993.

SANTAELLA, **Culturas e artes do pós-humano: Da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 15ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

Aldaci Santos Lopes

Graduação em Pedagogia pela Universidade Federal da Bahia (2002). Especialista em Educação Infantil. Especialista em Educação à Distância. Mestre em Educação e Contemporaneidade pela Universidade do Estado da Bahia (2011). Sua principal linha de pesquisa é voltada para a área de Educação. Atualmente é Professora Tutora na Universidade do Estado da Bahia e Professora da Rede Municipal de Educação de Salvador.

