



MÍDIA E PODER: MONOPÓLIO CULTURAL NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

Isabelle Medeiros de Freitas¹

Jenifer de Passos Aguiar²

23

RESUMO

Tomando como ponto de partida as relações de poder exercida pelos meios de comunicação que servem como manipuladores das ações humanas no cotidiano e influenciam diretamente nas diversas expressões culturais da sociedade, o presente artigo pretende traçar os reflexos da dominação e opressão propagada na cultura de massas. Partindo de um método dialético, busca trazer a reflexão de como funciona e se sustenta essa rede de poderes traçadas pelos meios de comunicação tradicionais junto da cultura de massa em meio as novas manifestações alternativas contrapondo à predominância monopolística da cultura nos territórios imateriais.

Palavras-chaves: Geografia Cultural, Cultura de Massas, Comunicação, Cibercultura, Geografia de Redes.

¹ isabellemedeiros@hotmail.com - Discente do Curso de Geografia Licenciatura – UNIFAL.MG

² jeniferaguiarp@gmail.com - Discente do Curso de Geografia Bacharelado – UNIFAL.MG

ABSTRACT

Taking as a starting point the relations of power exercised by the media that serve as manipulators of human actions in the daily life and directly influence the diverse cultural expressions of society, this article intends to trace the reflexes of domination and oppression propagated in mass culture. Starting from a dialectical method, it seeks to bring the reflection of how this network of powers traced by the traditional mass media to the new mass manifestations, in opposition to the monopolistic predominance of culture in the immaterial territories, works.

KEYWORDS: Cultural Geography, Mass Culture, Communication, Cyberculture, Geography of Networks.

1. INTRODUÇÃO

Para além das relações de poder político, econômico e social que constitui os estados democráticos, há a existência de mais um poder: a mídia. Esse quarto poder, divide-se em três vertentes: cultura de massa, informação e comunicação. Para entender essa teia de disputas que se desenrola dentro do tema, deve-se pensar na mídia como um oligopólio no qual os grandes veículos de informações são controlados por um reduzido número de corporações que fabrica conteúdos, produtos e serviços conforme seus próprios interesses.

Neste sentido, essa teia é um sistema midiático que desempenha estratégias que viabilizam o discurso da globalização e do neoliberalismo, transmitindo assim, significados e valores que conduzem a uma falsa opinião pública. Seu grau de influência está intrinsecamente ligado aos recursos tecnológicos, levando a esse pensamento manipulado. O que, por sua vez, nos faz acreditar que esse pensamento é próprio, mas trata-se de uma ardilosa pregação que faz a sociedade pensar de acordo com os interesses dos grandes grupos econômicos.

Os meios de comunicação, como conhecemos hoje possuem um quadro histórico e contínuo no que tange ao seu monopólio, sufocando os meios populares de atuação neste espaço. Este artigo, visa estabelecer uma análise

sob as mídias e suas ferramentas e como exercem influências sociais através das redes sociais servindo como pilar central de sustentação para a indústria cultural que ditam regras de vivências e formas de pensamento para com as massas, sendo então a manutenção de espaço de poderes perante as massas. A cultura de massas possui uma conexão muito forte, já que são através delas que esses meios de comunicação atuam e se comunicam direta e diariamente. Como enfatiza Morin (1997), em "A cultura de massas no século XX"

A cultura de massa leva modelos culturais a todos os domínios – relações amorosas, beleza, vestuário, sedução, erotismo, saber, viver, alojamento – modelos afetivos e práticos de personalidade, e estes se aclimatam por serem o aspecto cultural do grande ímpeto mundializante da civilização tecnicista e por parecerem anunciar a uma salvação terra a terra.

Podemos interrogar-nos o seguinte: nas sociedades ocidentais, são as transformações econômicas, principalmente o progresso industrial, que transformaram as mentalidades. No Terceiro Mundo, a indústria ultraligeira, as das comunicações (rádio, cinema, antes de qualquer outro), começa a revolucionar as mentalidades antes mesmo que a sociedade seja transformada. Nos países ocidentais, o alfabetismo foi difundido antes da cultura audiovisual. No Terceiro Mundo, o processo é, com frequência, invertido. A Cultura audiovisual se propaga por imensas zonas ainda analfabetas.

Nessa lógica, cria-se uma cultura homogeneizante que não abarca as diversas populações que compõe a sociedade. As notícias da mídia deveriam refletir uma sociedade multicultural e multifacetada, mas os interesses mostrados pela indústria midiática refletem apenas uma fatia da sociedade.

Nesse preceito, analisando a sociedade contemporânea, as informações circulam de forma instantânea e simultânea, criando lugares livres de barreiras físicas de espaço ou tempo.

A esse fenômeno, o geógrafo brasileiro Milton Santos (2000) criou o conceito de Meio-técnico-científico-informacional, que trata das várias vertentes que abrangem nossa sociedade junto do advento tecnológico, científico e informacional, todas elas sob a égide do mercado.

Para entendermos como a mídia influencia na cultura, faz-se necessário resgatar o conceito de cultura e fazer uma breve explicação sobre a cultura de massa.

Se pensarmos que a cultura é um organismo vivo, logo ela é mutável, transforma-se de tempos em tempos e a cada geração absorve aspectos conforme as trocas oferecidas entre indivíduos ou lugares. Por essa lógica, ela não é inerte, portanto sofrerá transformações de acordo com a sociedade, a política, a economia. Assim como a própria sociedade, a cultura vem se transformando ao longo da história e é um importante aparato de controle. Se pensarmos que a mídia é um poder desmaterializado, penetrante, invasivo, que adentra os espaços e vai muito além dos meios de comunicação, enraizando-se no cotidiano, ela é expressa numa ordem a ser seguida e imprime seus padrões na sociedade. Sua interseção com o capital é tão profunda, que ela ressignifica os padrões afim de atender as demandas do capital e faz com que o "alienado" absorva as características do opressor - mesmo que não se identifique nelas, a cultura se torna homogênea.

O advento da internet trouxe independência aos indivíduos, a nova forma de expressar a liberdade e criar conteúdos informativos de maneira verdadeiramente democrática, cria rachaduras nesse império midiático. Muitas das revoluções que a internet trouxe, foi denunciar o jornalismo que oprime e não compreende toda a diversidade. A rede além de permitir que as pessoas expressem suas indignações, fez com que as organizações sociais se juntassem para liderar ideias e denúncias para todo o mundo.

Neste aspecto, os meios de comunicação tradicionais vêm sofrendo uma crise, pois seu modelo informativo deixou de fazer sentido. Não possui mais credibilidade, por mascarar alguns elementos reais. Por não existir a neutralidade, perdeu sua autoridade dado que as organizações informativas alternativas conseguem bater de frente com esses grandes meios de comunicação. Sua dinâmica mercantilista faz com que as informações não sejam bem elaboradas - não há informações suficientes - ao contrário da internet, que consegue dar informações em tempo real dos acontecimentos.

Além da enorme crise de distribuição, pois a internet fez com que o meio de imprensa impressa (jornais e revistas) entrasse em declínio, já que se torna atrasada, pois os acontecimentos são versáteis e velozes e é provável que se torne notícia velha. (MORAES,2013)

2. OBJETIVOS

O objetivo geral é identificar os territórios de atuação dos meios de comunicação na cultura de massa. Onde o desafio está em analisar a realidade total e como ela fragmenta-se em grupos de opressores e oprimidos informacionais, gerando uma grande cadeia de monopólios culturais.

27

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Demonstrar a maneira como os meios de comunicação em massa contribuem para criação do monopólio cultural;
- Diferenciar os conteúdos informacionais da mídia tradicional X mídia livre;
- Refletir sobre como o sistema midiático serve como sustentação da indústria cultural;
- Analisar os dados ocorridos da crise da comunicação existente na atualidade;
- Observar como os meios de comunicação de massa criam um monopólio cultural.

3. METODOLOGIA

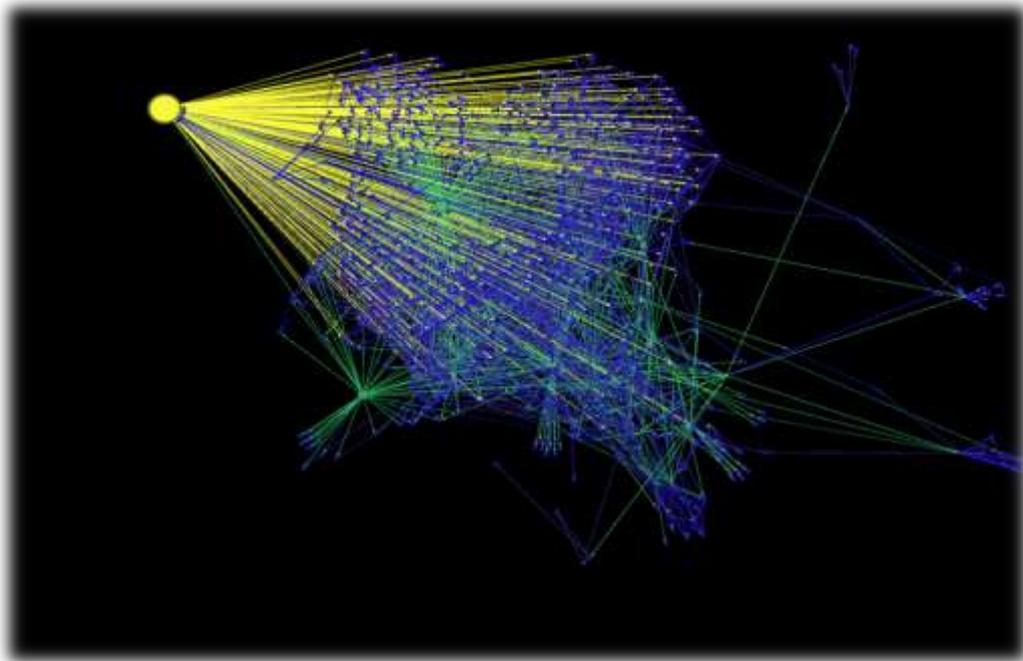
O presente estudo baseou-se em uma carga teórica extensa e de linhagem científica crítica somados a algumas vivências empíricas sobre o assunto no que diz respeito aos grupos independentes de comunicação que atuam no campo das produções culturais, denominado "midialivrismo."

De acordo com os fatos, observa-se que o movimento e oscilações que os meio de comunicação exercem na cultura de massas podem ser analisados através do método dialético. Ao passo que os objetos de estudos não possuem pontos fixos e sim, constante movimento, conectados entre si. Isso também ocorre pela ideia de que há uma fonte homogeneizadora da realidade, produzindo e interiorizando sua própria contradição, (pelas falhas de ação das ideias dominantes que talvez não cabe neste momento trazer ao debate pela complexidade e dimensão do assunto) podendo assim, gerar uma nova fronteira de realidade e/ou ideias.

O processo metodológico prático apreende em quatro (04) etapas: extração, processamento de dados, visualização do produto final gerado e arquivamento. Todas elas requerem um conhecimento técnico base em ferramentas específicas. Tendo em vista um objeto de estudos com recortes locais para a materialização do assunto abordado, primeiramente foi selecionada uma rede social onde entende-se que hoje é o principal veículo dos meios de informações contemporâneas, a rede escolhida foi: *Facebook*. através disso foi necessário identificar o cadastramento de usuários da página escolhida, que denominamos de *id*.

Realizou-se então a junção sistemática dos dados da página, utilizando ferramentas chamadas de *crawlers*, que conseguem obter informações públicas e usam uma relação gráfica entre os nódulos e arestas. Para essa tarefa cada rede social possui seu aplicativo online. O escolhido, foi o *Netvizz*, por ser um aplicativo disponibilizado na própria plataforma do *Facebook* onde por meio do *id*, extraem-se as informações dos perfis, grupos e páginas. Neste caso, utilizamos as informações entre páginas, apenas. Assim, identificou-se as principais ligações entre as páginas que continham maiores conexões com a página do “CarnalFenas”, medidas em likes, engajamento na rede, compartilhamento e visualizações. Este último dado levantado foi possível analisar através de um software livre chamado *Gephi*, que é um software escrito em Java e pode desempenhar a leitura dos dados coletados, para a

geração de um mapa de fluxos de rede. Entre seus nós e arestas e sua distribuição espacial entre elas. O *Gephi* possui como principais características: visualização em tempo real, métricas, análise de redes dinâmicas, criação de cartografias, clusterização e gráficos hierárquicos, entre outros.



29

Figura 1: Visão geral do processamento de dados (grafos) obtida pelo Software *Gephi*.

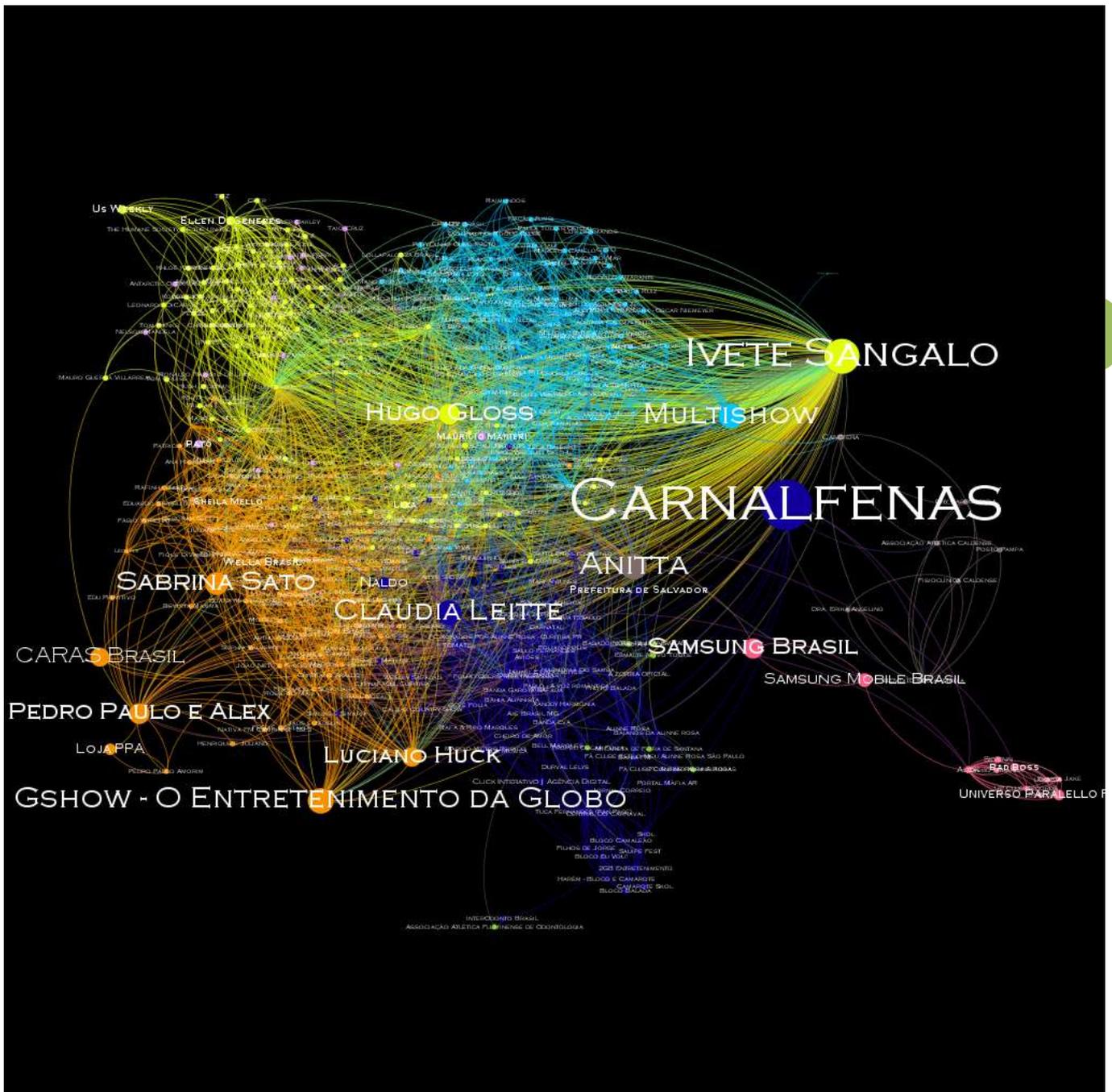


Figura 2: Visualização final do Gephi, gerado em arquivo PNG.

4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste momento, é preciso entender a relação em que existe entre o capital, e as tecnologias como ferramentas do meio geográfico e da

globalização. Ao passo que, os fatores econômicos servem como manipuladores cotidianos em diversos lugares, as redes também atuam com certo tipo de manipulação. Podendo haver a proliferação de falsos discursos e de informações irrelevantes afim de manter esse sistema cômodo, e por muitas vezes, superficial de compartilhamento seguindo sua lógica própria e global.

Os espaços assim requalificados atendem sobretudo aos interesses dos atores **hegemônicos da economia, da cultura e da política** e são incorporados plenamente às novas correntes mundiais. O meio técnico-científico-informacional é a cara geográfica da globalização (SANTOS, 2006, p.160) *grifo nosso*.

As facilidades de novos arranjos espaciais se dão através dos avanços tecnológicos onde comprovadamente podemos realizar trocas de informações de maneira rápida e fácil, mas não livre. Em tempo real, vive-se a ditadura da velocidade virtual. Pode se afirmar que vivemos uma violência funcional, para então maquiagem a uma violência base que nos submetem todos os dias com os veículos de informações, sendo essa a violência estrutural diária?

Fala-se hoje, muito em violência e é geralmente admitido que é quase um estado, uma situação característica do nosso tempo. Todavia, dentre as violências de que se fala, a maior parte é sobretudo formada de violências funcionais derivadas, enquanto a atenção é menos voltada para o que preferimos chamar de violência estrutural, que está na base da produção das outras e constitui a violência central original. Por isso, acabamos por apenas condenar as violências periféricas particulares. (SANTOS, 2001. p. 55)

Ainda no livro, *Por uma outra globalização* Milton Santos (2008, p. 202) apresenta que, “o ato de produzir é igualmente o ato de produzir o espaço” isso não foge à regra já que o espaço é algo socialmente produzido através de suas relações sociais, que vêm para reafirmar que são os meios de comunicação que servem como meio de produção contemporâneo do território imaterial atendendo exclusivamente a interesses de empresários e grupos privados responsáveis por construir e/ou desconstruir os modos culturais da atualidade.

A cultura é então um resultado prático coletivo sem autonomia de criação na maioria das vezes. A privacidade de alteração no meio comportamental coletivo é evidente, uma vez que a cultura é um conceito que serve como instrumento essencial para o formato do pensamento conjunto e de estruturação das sociedades em todo o globo terrestre capaz de alterar padrões e práticas sociais.

RESULTADOS

Por intermédios da práxis toda fundamentação teórica requer alguma forma de prática. A partir daí, tornou-se necessário uma materialização do objeto em estudo que conseguimos alcançar com a explicação obtida na metodologia do presente artigo. Por opção, era preciso representar algo que tivesse uma característica individual e local - um evento cultural - que possui única e exclusivamente o lucro, adepta dos grandes veículos de comunicação e dos produtos da indústria musical brasileira e que justamente por este motivo, fizesse parte de um sistema global não isolado.

A página escolhida foi a do “Carnalfenas”, como já citado acima. Evento este realizado no Sul de Minas Gerais anualmente, que realiza o esvaziamento do debate originalmente em torno da cultural popular, além de focar em grandes nomes da indústria musical brasileira. Afim de cada vez mais gerar lucros para o grupo privado que o organiza onde nada - ou quase nada - possui retorno ao município, lugar que o evento é executado. A não ser pelas lojas de distribuidoras de bebidas, que geram uma economia um pouco melhor nesta época do ano, assim como outros eventos do mesmo formato que o grupo também organiza. O fator principal é que não há nenhum produto sociocultural gerado que retorne para a população com o “Carnalfenas”, uma questão até mesmo óbvia, pois não é esse o real motivo de criação do evento que ocorre desde 1996, como uma micareta de circuito *indoor*.

Sob as análises é fato que o mapa precisa de um estudo aprofundando, assim como o tema dos fluxos de rede e a cartografia de rede também. Porém o resultado prévio do mapeamento de fluxos da rede social pode visualmente

comprovar as principais conexões que se dão com alguns grandes meios de comunicação e com produtos (artistas) da grande indústria musical. Assim, além do formato do evento ser *indoor* (fechada), pode-se afirmar também que as redes de conexão, e a sustentação entre elas também são, em sua maioria fechadas.

Para finalizar a reflexão, a predominância ao observar é que através desse tipo de mapeamento conseguimos identificar o quão centralizado, e centralizador são os processos de comunicações que envolvem os monopólios culturais. Pois estão em uma programação estruturada de maneira hierárquica dentre os temas.



CONCLUSÃO

Em tempos de exaltação social, a comunicação de massa se entrelaça na espacialidade histórica de atuações da cultura de massa. Sem compreender, os antagonismos da criação de uma grande e plural mídia que atualmente se consolida, cada vez mais, em redes (pontos de articulação) e nas rede (*internet*).

Não há como entrar neste assunto sem que não se pense no contraponto dos domínios que possuem consequências cruéis ao adotar este mecanismo de perpetuação do poder midiático perante a sociedade para atingir as estratificações das classes mais vulneráveis culturalmente, politicamente e economicamente. A verdade é que o passar dos anos um novo campo das narrativas estão em disputa cada vez mais acirradas e proclamam um campo de territórios inventivos, mais aberto, participativo, diverso e colaborativo. Assim como se construiu historicamente, se reconstrói atualmente e se reconstruirá para o novo que surgirá nos dinamismos culturais locais, regionais e mundiais. Não há então como desassociar cultura, sociedade, poder e seus meios de comunicação. Pois assim como o ativismo dentro dos meios de comunicação buscam representar em seus territórios algo livre, compartilhado, justo e aberto, a cultura requer a retomada de seus espaços por originalidade histórica onde possam representar lugares e vivências justos, abertos, livres e compartilhados sem que sejam influenciados ou dominados pelas classes elitizadas e suas ferramentas de comunicação.

REFERÊNCIAS

MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX: O espírito do tempo – 1, neurose. Tradução de Maura Ribeiro Sardinha - 9.ed – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997. 208p.

SANTOS, Milton. Por uma outra globalização - do pensamento único à consciência universal. São Paulo: Record, 2000.

SANTOS, Milton. A Natureza do Espaço: Técnica e tempo. Razão e Emoção. 4 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo. 2006

SERPA, Angelo. Lugar e mídia. Editora Contexto, 2011.

DE MORAES, Dênis et al. Mídia, Poder e Contra poder: da concentração monopólica à democratização da informação. Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013

MALINI, Fábio. Ontologia da liberdade na rede: a guerra das narrativas na internet e a luta social na democracia. Revista FAMECOS. Porto Alegre .v. 17. n. 3. P. 286-294. set/dez. 2010.

WORKSHOP DE GEOGRAFIA CULTURAL, 1, 2013, Alfenas. Mídia, cultura de massa e cultura local: Conflitos Culturais, Alfenas: UNIFAL, 2013. *ANAIS DO WORKSHOP DE GEOGRAFIA CULTURAL: A multiplicidade da cultura no espaço e suas territorialidades*

Disponível em: <<http://www.unifal-mg.edu.br/geografia/sites/default/files/MIDIA33-46.pdf>>.

Acesso em: 5 de maio de 2017.

CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E CONSUMO, 2014. JUNIOR, Marcelo Alves dos Santos. Cartografia das Redes da Revolta: Fluxos Políticos Reacionários no Facebook.

Disponível em: <http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2014/gts/gt_cinco/GT05_%20DOS_SANTOS.pdf>

Acesso em: 20 de maio de 2017.