

## SAÚDE MENTAL E OS MCM

Adísia Sá (\*)

Não sou cientista, tampouco especialista em saúde mental. O tema, entretanto, interessa a todos que se envolvem com o ser humano, direta ou indiretamente.

O assunto me empolga duplamente: como estudiosa de Filosofia e como jornalista, sendo que, nessa última atividade, a coisa me toca mais de perto, vez que o meu campo de trabalho é sempre questionado, principalmente pelos especialistas em saúde mental.

Reconheço e encontro pontos de convergência entre as atividades de jornalistas e de especialistas em saúde mental, porque temos o ser humano como objeto de nossas preocupações.

Por termos “pontos de convergência”, fica subentendido que nossos “mundos” são diferentes. Há necessidade, então, de clarearmos conceitos e definirmos espaços.

Quando eu falo, por exemplo, em “jornalistas”, estou dando, *stricto sensu*, ênfase a um segmento da atividade do comunicador social ou de massa.

Como jornalista sei até onde vai meu trabalho e tenho consciência dos deveres e direitos de minha profissão. Isto porque vivo dessa atividade e tenho meu trabalho regido por normas próprias, inclusive Código de Ética.

Essa primeira colocação tem por fim mostrar que o jornalista não age no escuro: ele sabe o que faz e por que faz. É possível que alguns titubeiem aqui e ali, quer por incompetência, negligência e até não decência profissional.

A competência e a responsabilidade não são bens e usufruto dos profissionais, de modo geral. Há as exceções.

Há que não esquecer, também, que alguns deslizes, falhas e erros não podem ser computados na conta do profissional de Imprensa e sim à empresa.

---

\* Professor Titular do Dept.º de Comunicação Social e Biblioteconomia da UFC; Prof. Titular da Universidade Estadual do Ceará, Docente-Livre pela Universidade Federal Rural de Pernambuco e jornalista.

Quando se comunica algo, o fazemos com um propósito. Aqui a responsabilidade do comunicador: sua competência, sua seriedade, sua ética profissional.

Por envolver qualidades tais, a profissão do comunicador é de relevância social e sua formação e sua atividade são, também, preocupações do Poder Público e de entidades classistas. Daí o Estado atentar para o conteúdo e o horário de programações, quer de rádio, cinema e televisão, por exemplo.

Daí, também, as entidades classistas possuírem os seus Códigos e até Comissões de Ética para manter o profissional nos quadrantes ideais de sua atividade.

Não pode responder o comunicador, entretanto, pelos efeitos de sua mensagem, notadamente em termos de indivíduos, isoladamente.

Mas, controlemos o ímpeto da exposição e analisemos mais o tema.

Carl Hovland, um cientista social, diz que vivemos numa época de comunicação social. Vale dizer que estamos sob a égide da Imprensa *lato sensu*: jornal, revista, livro, rádio, televisão, cinema, publicidade, veículos que constituem o leque dos Meios de Comunicação de Massa (MCM).

Coloco, então, estas indagações:

— Os MCM são responsáveis pelo que ocorre no comportamento do ser humano?

Isto é, os MCM respondem pelo agir do ser humano?

Sabe-se que o comportamento humano é regido por princípios, alguns francamente estudados, como, por exemplo, o processo perceptivo — primeira etapa da ação — : o da seletividade, o da experiência prévia e dos fatores contemporâneos do indivíduo.

Tomando-se esses pontos, pergunta-se mais ainda:

— A partir de que momento os MCM induzem as pessoas a agir desta ou daquela maneira?

— Pode-se falar em poder coercitivo dos MCM?

— Que pessoas são influenciadas pelos MCM: homens, mulheres, crianças, adultos?

— Os MCM são responsáveis pelo comportamento do indivíduo?

— A saúde mental do indivíduo é afetada pelos MCM? Isto é, os MCM têm a ver com a saúde mental de seus usuários ou consumidores?

Sabe-se que o fenômeno perceptivo é eminentemente de pessoa e não de objeto. O ser humano, como um todo, participa da percepção: suas simpatias e antipatias, suas experiências e suas cir-

cunhâncias, seus órgãos sensoriais e sua carga emocional/intelectual. Cada um possui a sua própria bagagem de opinião.

“Para a formação destas opiniões contribuem muitos fatores: a família, a religião, a escola, o ambiente social e, muitas vezes, até mesmo o clima das zonas geográficas nas quais cada um viveu. Todos estes fatores constituem um conjunto, uma base de convicções que chamaremos “primária, enquanto existentes independentemente dos meios”, escreve Domenico De Gregório.

No meu entender o objeto se põe — ao sentido de que é algo fora dele e dele contrário — e se põe a ele, indivíduo, justamente como algo a seu alcance perceptivo.

Noutras palavras: o objeto (no caso, os MCM) é posto à frente do indivíduo, mas não gera, por si, o comportamento do indivíduo: há um reservatório enorme de elementos nele, acionável no instante de seu agir.

O que expus talvez possa ser emoldurado da seguinte maneira: sujeito e objeto, embora sejam categorias diferentes, completam-se numa atividade prática ou conhecimento. Isto é, o objeto não existe independentemente do sujeito e vice-versa: a existência do objeto depende da consciência do sujeito e a consciência do sujeito depende da existência do objeto, porque consciência é consciência de alguma coisa (objeto).

O que existe é uma relação radical, permanente e indissolúvel entre sujeito e objeto.

Para se falar sobre MCM, seja para responder às indagações já formuladas ou outras, não se pode deixar de analisar o modelo de Harold Lasswell, notadamente o elemento “efeitos”. (1)

Aristóteles, na *Retórica*, já dizia que o discurso (mensagem) tem por fim persuadir alguém.

As mensagens dos MCM, naturalmente, visam a persuadir, convencer alguém a aceitar, a acreditar, a fazer algo.

O que se questiona é justamente isto: a influência dos MCM no comportamento dos indivíduos.

A partir do momento em que entram em função os meios, principalmente a Imprensa e em seguida com ritmo vertiginoso os demais, sobre a base das opiniões “primárias” sobrepõe-se outra faixa de opiniões, que chamaremos “secundárias”. Essas sobrepõem-se, mas também interagem com aquelas preexistentes, com proces-

---

(1) O esquema de Harold Lasswell compreende: *quem* (comunicador ou análise de controle) *diz o que* (mensagem, conteúdo da comunicação ou análise de conteúdo); *em que canal* (ou meios de comunicação: pessoal ou de massa-análise de meios) *a quem* (traduz-se por audiência ou receptor atingido pela comunicação, estudada na análise de audiência), *com que efeito* (refere-se às conseqüências ou efeitos produzidos pela comunicação, pesquisada na análise de efeito).

tos que variam grandemente segundo um grande número de variáveis, diz ainda Domenico De Gregório, professor de jornalismo, em Roma.

Como dissemos, os indivíduos, graças à sua bagagem existencial, reagem diferentemente aos estímulos, às pressões, às influências.

Quem pode, então, responder pelos seus atos?

Quando, entretanto, se fala em termos coletivos, os MCM têm parcela ponderável no comportamento do ser social.

São levadas em consideração, enfaticamente, as faixas etárias ocupando os indivíduos de menor idade, lugar destacado nas preocupações dos que fazem responsabilmente os MCM, no que diz respeito às mensagens produzidas e emitidas para seu público específico. E o Estado também tem o cuidado de salvaguardar o público, através, como já disse, do controle dos MCM, notadamente rádio, televisão, cinema, quanto ao conteúdo e horário. (2)

Mesmo partindo da premissa de que os MCM não respondem pelas reações dos indivíduos isoladamente, examinemos o seu caráter influenciador e pressionante junto ao ser social ou coletividade.

O ser humano é um ser mundano, isto é, ser social cravado no meio, de onde recebe os estímulos formadores de sua consciência.

O ser humano joga-se entre dois campos antagônicos, contrário existencial: valores, aspirações, atitudes, opiniões (base "primária").

Este o seu acervo espiritual.

Quando algo se apresenta em contradição, em choque com este acervo, instala-se no ser humano a dúvida, a insegurança, a ambigüidade.

O ser humano joga-se entre dois campos antagônicos, contrários até: aquilo que é (está nele) e aquilo que lhe apresenta o meio. (No caso, os MCM ou opiniões secundárias).

Esta dualidade de realidades (interna e externa) responde por possível instabilidade psíquica de determinados indivíduos, os quais podem, a partir daí, agir confusa e contrariamente aos dispositivos até então normativamente obedecidos.

É possível que os MCM, com a amostragem de valores os mais diversos, concorram para a exteriorização de comportamentos contraditórios ou mesmo contrários por parte de alguns indivíduos.

---

(2) Eu falei em "preocupações dos que fazem responsabilmente os MCM". Isto porque, pelo menos no Brasil, "as pesquisas de audiência reduzem-se a mero referencial para convencer anunciantes a ocupar espaços publicitários recheados de programas sintonizados por compradores potenciais dos produtos. (José Marques de Melo, in *As pesquisas de audiência na televisão brasileira*).

Situações apresentadas fortemente como salutares e belas, gratificantes e enriquecedoras, podem se tornar desejáveis, imitáveis.

No caso da publicidade e da propaganda, por exemplo, a mensagem, para melhor atingir o receptor e convencê-lo a adquirir o produto ou a pensar como se lhe propõem, tem que ser apresentada o menos equivocadamente possível, a fim de não ser distorcida pelos processos psicológicos: é direta e até os símbolos ou figuras empregados são claros e facilmente identificados pelo sujeito.

Assimilados sem dificuldade, são também, possivelmente, vivenciados imediatamente.

Vivenciados rapidamente em termos coletivos, convém frisar. O próprio coletivo serve de apoio e reforço no vivenciar de novos valores. É o caso, por exemplo, de modelos de roupas, gestos, palavras e comportamentos lançados pela televisão, notadamente pelas novelas, logo seguidos por *ene* pessoas, principalmente quando tais situações e/ou elementos são representados como “bonitos”, “vitoriosos” e corporificados por artistas de sua simpatia, que são, como diria Edgar Morin, os olímpianos do nosso século.

Quanto aos indivíduos propensos a comportamentos marginais (fora das margens... das normas... do convencional... do normal) tais modelos, se são copiados, podem sê-lo deturpadamente, ou seja, com finalidade egocêntrica, aniquiladora do “outro”, antropofágica...

Para estes os MCM são aparelhos acionadores de baterias desconjuntadas. Não é possível controlar os efeitos dos MCM até às íntimas antenas de todos os indivíduos, muito menos às mais recônditas fissuras de suas consciências.

Os MCM não têm poder coercitivo sobre os indivíduos? Quando muito, catalisadores de emoções e desencadeadores de reações até então adormecidas no seio de cada um, na razão direta do grau de dependência de cada um de nós.

Cientificamente não há, pelo menos no meu campo de conhecimento, prova suficiente dos efeitos dos MCM sobre o público, em termos universais e absolutos.

As pesquisas realizadas, notadamente nos EE.UU, têm sido mais de caráter prático, não teórico e analítico.

E os pesquisadores divergem quanto aos resultados: há os que enfatizam os efeitos dos MCM, como há os que os reduzem ao mínimo.

Sobre os LIVROS, os estudos vêm desde 1939, com Malcolm Cowley, e as suas conclusões se referem mais à importância de alguns títulos, como a *Bíblia* e o *Capital*. Fatores condicionantes (históricos e pessoais) pesam nos efeitos produzidos por estas duas obras citadas, isto até nós podemos comprovar.

JORNAIS são, talvez, o veículo mais pesquisado e seus efeitos têm sido objeto de estudo, também desde 1939, com Bent e Mort e Lazarsfeld em 1944.

O que se sabe é que, sendo os jornais um amálgama enorme de notícias (algumas até contraditórias nas mesmas edições e páginas, pela diversidade de editoriais e seções), não podem produzir os mesmos efeitos sobre o todo social e sim sobre indivíduos.

As REVISTAS, por sua vez, tendem a influenciar mais as pessoas. Segundo observações de Lazarsfeld, Beresolson e outros, a revista pode ser extremamente eficaz no atingir público especializados.

As HISTÓRIAS EM QUADRINHOS vêm alcançando grande penetração pública e sua influência e efeitos sobre o público, notadamente o infantil, têm sido sensíveis e, por isso, analisados sobejamente. Há, como em relação aos demais MCM, opiniões conflitantes sobre seus efeitos. Enquanto uns consideram as HQ prejudiciais à criança, como Wertham, — que diz que elas “representam o envenenamento do manancial de espontaneidade da infância”, outros, como Wolf e Fiske, asseguram que as HQ, notadamente as de bichos, são “temas para suas primeiras necessidades projetivas e, mais tarde, nos heróis invencíveis, temas para a expansão do eu.”

FILMES CINEMATOGRAFICOS. Segundo Lazarsfeld, os filmes podem ter efeito duradouro sobre o comportamento social, mas isto só poderá ser determinado pelo historiador social.

RÁDIO. O que vemos são os seus efeitos imediatos, a curto prazo. Não se acompanha estes efeitos, por assim dizer, a longo prazo e o comportamento, tanto social, como individualmente falando, não se restringe ao aqui e ao agora.

As inúmeras pesquisas feitas até esta data colocam o rádio como o MCM que cobre o maior público e o que também, mais influencia, notadamente em termos de informações práticas, como as utilizadas pelo Governo e a Igreja junto, principalmente, às pescas com menos acesso a outros veículos informativos, como as do meio rural. O que se constatou, também, foi que o ouvinte de rádio tende a buscar os outros veículos (livro, jornal), para complementar suas informações.

Quanto à TELEVISÃO as pesquisas são as mais controvertidas, e vão desde o endeusamento do veículo à sua crucificação.

Os efeitos dos MCM podem ser de 3 níveis:

- opinião (conceito sobre... mudança passageira, imediata)
- atitude (mudança considerável e de largo período de tempo... ou sentimento favorável ou contra...)
- comportamento (mudança permanente).

O circuito destes níveis é: opinião influi na atitude e a atitude, no comportamento.

Finalizo.

Não há a coisa em si, sabemos disto muito bem. O que vale dizer que os MCM não são, *a priori*, responsáveis pelo comportamento do ser humano social ou individualmente falando. A coisa fora de si, entre, ou seja no contexto infinito de relações, compõe os estímulos provocadores de reações do ser humano. Ou seja, os MCM estimulam as respostas, também, do ser humano, se bem que não absolutamente.

Chego a acreditar, isto sim, mais no poder ou força dos fatores circundantes sobre o comportamento humano, do que outro qualquer objeto ou fenômeno, inclusive os MCM.

Os comportamentos sociais de caráter patológico, por exemplo, ocasionados por circunstâncias externas, são estudados pela Psicologia Social, e têm, sem dúvida, sua raiz no psiquismo humano.

Agora para citar exemplos próximos vêm sendo registradas explosões de violência no mundo, algumas fatais, inclusive nos pontos de lazer, como o esporte. E a razão disto, reconhecem os cientistas, é o momento político e social vivido pelos povos e países: censura, opressão, alto índice de desemprego, pressão política, insegurança.

Fiquemos por aqui mesmo, já que temos desejos de falar no Brasil.

Mas isto comportaria em outro trabalho.