O IMPACTO MORAL E SOCIAL DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO¹

Complexa teia de fatores sociais envolve as relações entre emissores e receptores dos meios de comunicação, assunto polêmico e tema de diferentes linhas de pesquisa desde os anos 30

Um dos temas que mais preocupa pessoas da Igreja, educadores e alguns pais é a violência dos meios de comunicação e a influência deles nos valores morais e sociais da população. As pessoas de espírito religioso são especialmente sensíveis a isso.

As discussões sobre vários incidentes que manifestavam muita agressividade, incluindo assassinatos, nos Estados Unidos, Noruega e Coréia do Sul, foram atribuídos por muitos a filmes e séries de TV (na Noruega, a produção americana **Powers Rangers** é um exemplo).

Isso gerou um vivo debate sobre quem é o culpado, mas sem chegar a nenhum con-

senso. De fato, cada pesquisador tem uma teoria diferente, de acordo com os resultados de seus estudos.

Este artigo é demasiado curto para chegar a alguma conclusão, em matéria tão complexa. Pretende-se tão somente apresentar de uma forma balanceada um resumo de algumas das teorias e do que dizem os estudiosos na matéria.

OS MEIOS "TODO PODEROSOS"

Antes de mais nada deve-se perguntar: quanto os meios influem na audiência? As teorias que se centram na emissão e na mensagem enfatizam, em geral, o poder e a influência dos meios.

Desde o final do século passado até o final da década de 30, atribuíam-se aos meios (especialmente à imprensa) um grande poder para modelar a conduta das pessoas, para o bem ou para o mal. Considerava-se a

O AUTOR

José Martinez de Toda Y Terrero, S.J.
Professor do Centro Interdisciplinar de
Comunicação Social da Pontifícia Universidade
Gregoriana – Roma.

1. Artigo originalmente publicado no **Boletim Comunicación y Religión**, n.5. nov./1994, publicação da Red Internacional para el Estudio de la Comunicación y Religión.

audiência como uma presa fácil para qualquer forma de manipulação (a teoria do "efeito direto").

Os séculos XVIII e XIX foram convertidos pela imprensa na "era da ideologia", com conseqüências sociais e políticas. A chegada dos meios audiovisuais (rádio, cinema e TV) atenuou e fez declinar a ideologia, trocando-se o simbolismo conceptual por outro icônico. Era esse o pensamento predominante até os anos 70, nos Estados Unidos, em alguns países europeus e na América Latina.

Centram-se no pólo da emissão e pressupõem uma grande influência por parte dos meios as teorias de enfoque marxista e a Teoria Crítica, com as suas três variantes – a teoria político-econômica, a teoria hegemônica (Poulantzas, 1975 e Althusser, 1971) e a Escola de Frankfurt (Adorno e Horkheimer). Esta última influenciou o enfoque culturalista da Escola de Birmingham. Hoje, os estudos culturais da Escola de Birmingham provêm de influências do marxismo, da Semiótica, do pós-estruturalismo e da etnografia.

Também a teoria "funcional" dos meios massivos, o "difusionismo", as teorias de "controle social", da "formação de consciência" e a do "efeito direto" pressupõem uma grande influência por parte dos meios.

As teorias posteriores de efeitos (hipodérmica e persuasiva), derivadas da teoria anterior do "efeito direto", asseguram que o receptor é muito vulnerável, que reage quase automaticamente ante a emissão. Mas o modelo "estímulo-resposta" (E-R) aceita algo de interação entre meios e receptor, percebendo neste último algu-

ma condição de escolha. Os estudos sobre o pânico, as desordens e o terrorismo também mostraram o "efeito contágio" (Phillips, 1980).

Finalmente, muitas das teorias centradas no conteúdo dão, também, muita importância ao pólo da emissão, ao enfatizar o poder dos meios; por exemplo, a Linguística Estruturalista e a Semiologia ou ciência geral dos signos.

MENOR INFLUÊNCIA DOS MEIOS

Apesar disso, muitas das pesquisas realizadas entre o final dos anos 30 até o início dos 60 chegaram à conclusão de que "a comunicação massiva não é, obrigatoriamente, causa necessária e suficiente dos efeitos na audiência, até porque seu funcionamento ocorre através de um conglomerado de fatores mediadores" (Joseph Kappler, 1960, p.8). Assim cresceram as teorias centradas na audiência, deixando claro que a influência dos meios não é tão grande, dadas as características "interpretativas" da audiência².

"A televisão não causa efeitos claramente identificáveis nos indivíduos; estes interatuam com a televisão. (O que há não é efeito, e sim 'efetividade').

A televisão, na realidade, atua em nível ideológico, promovendo e preferindo certos significados do mundo a outros; servindo a alguns interesses sociais em detrimento de outros.

Este trabalho ideológico pode ser mais ou menos efetivo, dependendo de muitos fatores sociais. 'Efetividade' é um termo

2. WHITE, Robert A. *Audience interpretation of media: emerging perspectives*. (Interpretação da audiência da mídia: perspectivas emergentes) **Communication Research Trends**, v.14, n.3. CCCC. St. Louis M.O., 1994.

sócio-ideológico, 'efeito' é um termo individual-condutista"³.

"Historicamente, as perguntas-chave investigadas têm sido: a exposição a certos conteúdos dos meios massivos leva a audiência a alterar sua conduta de uma forma mensurável (tornando-a mais agressiva, trocando seu voto)? E tal exposição altera atitudes ou opiniões sobre tópicos específicos (a ONU, o fumar, os candidatos presidenciais)?"⁴. De tais estudos brotou um consenso frágil entre os cientistas sociais: há pouca evidência de que as atitudes básicas ou a conduta das pessoas mudam em resposta direta à exposição a programas específicos, noticiários e campanhas informativas de curto prazo (Kappler, 1960).

Muitos estudos concluíram que as pessoas tendem a buscar... as categorias de informação e os formatos de entretenimento que lhes resultam menos ameaçadores, e a interpretar... as notícias ou os argumentos dramáticos de acordo com posições preconcebidas. Mais que atingir diretamente o telespectador, um grupo de fatores mediadores – a família e os amigos, as organizações, a experiência passada e outros laços sociais – atuam como filtro de percepção, através do qual o conteúdo dos meios massivos é interpretado, com características diferenciadas, por cada membro da grande audiência (Katz e Lazarsfeld, 1955; Janowitz e Shils, 1948).

Excluindo-se períodos de protesto social generalizado e de confusão, ou quando as mediações dos grupos sociais parecem

enfraquecidas, percebeu-se que há exagero ao se afirmar que o conteúdo da televisão causa impacto nas atitudes e na conduta do telespectador. A única dúvida com respeito a esta generalização refere-se às crianças que não tenham tido experiências anteriores⁴, que possam lhes servir como base para interpretar o que vêem. As pesquisas praticamente não apóiam a proposição de que os telespectadores jovens acabam por se tornar mais agressivos como resultado de exposição a programas violentos (Rubenstein, Comstock e Murray, 1972). A pergunta simplesmente enganosa 'qual é o efeito da televisão?' deve ser precedida por outra pergunta: 'Em que áreas e em que nível de conduta e de organização social?'⁵.

Há recentes e extensos resumos de estudos sobre a violência dos meios⁶. "Na maior parte dos estudos há uma relação positiva entre a violência ficcional e a conduta agressiva do telespectador. Apesar disso, alguns estudos mostram que não há uma relação importante entre a violência nos meios e a conduta agressiva... Não há uma conclusão clara e sistemática sobre os possíveis efeitos causados pela violência da televisão sobre a conduta agressiva"⁷.

Wiio acaba de concluir um estudo para responder ao seguinte: há mais violência nos países onde se vê muita televisão do que onde se vê menos? Essas são as conclusões: "não há uma correlação clara entre as variáveis **homicídio** e **tempo de TV**... Os dados comparativos sobre ver TV e crimes violentos parecem não apoiar

3. FISKE, John. *Television culture*. (Cultura televisiva) London: Methuen, 1987. p.19.

4. AGUIRRE, Jesús María. *La violencia programada en televisión y su influencia en los niños bajo la perspectiva venezolana*. *Revista de Ciencias de la Información*. n.8, Universidad Complutense de Madrid, 1993.

5. NEWCOMB, Horace (ed.). *Television: the critical view*. (Televisão: a visão crítica) New York: Oxford University Press, 1979, p.252, 268, 269.

6. VIEMERO, V. *Relationships between filmed violence and aggression*. (Relação entre violência filmada e agressão). Finland: Abo Akademi, 1986. (Tese de doutorado). WARTELLA, E. & Reeves, B. *Communication and children*. (Comunicação e crianças) In: BERGER & CHAFFEE (eds.). *Handbook of Communication Science*. Sage, 1987.

7. WIIO, Osmo A. *TV: guilty or not guilty?* Television and violence: an international comparison. (TV: culpada ou inocente? Televisão e violência: uma comparação internacional) Finland: Univ. of Helsinki, 1994. p.4.

uma relação de nível macro entre ver TV e violência. A taxa de crimes violentos não cresce quando cresce o número de televisores. A exposição à TV não aumenta o número de crimes violentos em um país. O conteúdo violento da TV tampouco faz aumentar os crimes violentos em um país... A TV claramente não é o bode expiatório pela conduta agressiva existente, embora a opinião pública sempre a responsabilize. Se se busca eliminar a conduta violenta é preciso considerar outros fatores. Este estudo não deve ser considerado como uma desculpa para ter mais programas violentos na TV. Tais programas formam um subsistema na 'cultura da violência' que perpetua a conduta agressiva nas sociedades modernas"⁸.

Hoje, já não se aceita uma relação definitiva de causa e efeito quando se considera o impacto geral dos meios. Há várias possibilidades: os meios podem causar mudanças pretendidas ou não pretendidas; eles podem causar pequenas mudanças; eles podem facilitar as mudanças; eles podem reforçar o que já existe, sem nenhuma mudança e eles podem impedir a mudança⁹.

O ENFOQUE NEGATIVO

Outra pergunta importante é se a influência dos meios massivos é negativa ou positiva. Alguns têm um enfoque pessimista, outros mais otimista e os pesquisadores se colocam em algum ponto entre os "apocalípticos" e os "integrados"¹⁰.

A esquerda se mostrou muito crítica dos meios massivos. Roger Rosenblatt, George Gerbner e Larry Gross (1977) preocupam-se com as consequências negativas. Enfocam o conteúdo e o símbolo mais que o meio. Rosenblatt argumenta que a televisão não apresenta modelos positivos para os adultos. Segundo o seu ponto de vista, é um meio que não deixa ao adulto muito para escolher. Ele teme as consequências disso na conduta.

Gerbner e Gross, ao estudarem as ações violentas na TV, chegam a uma conclusão diferente. O método deles deriva dos princípios das Ciências Sociais, de amostragem e medição, e baseia-se nos estudos de respostas de telespectadores. Concluem que a TV, como um sistema simbólico dominante nos Estados Unidos, fomenta um clima de medo. Eles se preocupam menos com os atos individuais de violência cometidos por imitação aos programas de TV, e mais com uma audiência conservadora e passiva que, segundo eles, a TV cria. Como Kosinski, sentem que a audiência se converterá em uma vítima quase complacente da exploração tanto no campo político quanto no econômico¹¹.

O ENFOQUE POSITIVO

Há outros autores que oferecem uma visão mais ampla e otimista sobre os conteúdos dos meios. Mesmo assim, admitem algum grau de negatividade neles.

1. Fiske estabelece: "Considero a TV como um agente cultural, particularmente como provocador e circulador de significados que servem aos interesses dominantes da socie-

8. WIIIO, Osmo A. *op. cit.* p.17.

9. MCQUAIL, Denis. *Mass communication theory*. (Teoria de Comunicação de massa) Sage, 1983, p.179.

10. ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1976.

11. NEWCOMB, Horace (ed.). *op. cit.* p.248.

dade... A televisão consiste de programas, os quais produzem significados e prazeres e, em menor grau e forma, incorporam-se na rotina diária de suas audiências"¹². Defende o paradigma da audiência ativa.

2. Newcomb considera a televisão como símbolo central na cultura dos Estados Unidos. Muitos dos seus significados e dos valores básicos dessa cultura, diz Newcomb, se discutem nela, dentro do contexto de entretenimento e de informação. A televisão, por isso, é a "cultura popular", o conglomerado de símbolos de maior alcance público nos Estados Unidos. É a arte mais popular e um meio de entretenimento massivo. "Isolar-se de seu conteúdo por um período longo é quase como retirar-se do fluxo maior da vida naquele país (Wilenski, 1964)"¹³.

Os que mandam nos meios de comunicação sempre dão ao seu conteúdo seus sentidos preferidos. Não há, porém, nenhuma garantia de que esses são os mesmos significados que a audiência capta. Cada indivíduo certamente cria significados próprios dentro do contexto de sua família, comunidade, grupo social e de acordo com sua educação, conhecimento e habilidade crítica.

Mas o sistema público simbólico, considerado na sua totalidade, é tão complexo, confuso e contraditório como os demais sistemas. Newcomb recomenda, com respeito à TV, o pensamento crítico como a base do trabalho para o bem comum, ainda que isso não seja de agrado dos estudantes. Newcomb avisa aos pais que, se eles optam por uma reação negativa ao invés de uma

crítica positiva, serão culpados por não estarem educando seus filhos. Logo, ignorar as complexidades da TV como parte da cultura é evitar a tarefa dura de ensinar habilidades críticas e condenar os estudantes a respostas simplistas num mundo complexo.

3. Thorburn considera a TV como a estética popular. "O melodrama na TV tem sido nossa forma estética, a mais característica de nossa cultura"¹⁴.

4. Tarroni: "A TV pode ser considerada como uma arte nova, ao menos potencialmente"¹⁵.

5. Martín-Barbero¹⁶ enfatiza a importância da TV como cultura popular. Por isso afirma que o melodrama (telenovelas...) na América Latina é o começo da subversão política.

6. Fuenzalida e Hermosilla¹⁷ se fixam no fato de que as famílias colocaram a TV no meio de sua casa como uma fonte contínua de mensagens agradáveis de entretenimento, publicidade, exibição de modelos pessoais e de situações humanas e pessoais.

SOLUÇÕES

Ainda que haja diferenças entre os investigadores sobre o impacto moral e social dos meios massivos, todos estão de acordo que tal impacto é, às vezes, negativo. Por isso, cada escola propõe diferentes formas de regular os meios.

Os meios massivos gozam de nível excepcional de liberdade e autonomia.

12. FISKE, J. *op. cit.* p.1 e 13.

13. NEWCOMB, Horace (ed.). *op. cit.* p.259.

14. In: NEWCOMB, Horace (ed.). *op. cit.* p.536.

15. In: NEWCOMB, Horace (ed.). *op. cit.* p.440.

16. MARTÍN BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. México: G. Gilli, 1987.

17. FUENZALIDA, Valerio; HERMOSILLA, Maria Elena. *Visiones y ambiciones del televidente*. Estudios de recepción televisiva. Chile, CENECA, 1989, p.15-19.

Todos, especialmente a imprensa, gozam de um *status* especial (baseado no artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos e no Convênio Internacional sobre os Direitos Cíveis e Políticos), que os protege contra as diferentes políticas sociais convencionais. Por outro lado, essa liberdade é um elemento vital em uma sociedade democrática – uma salvaguarda teórica dos direitos humanos em uma sociedade civil. Certamente esse *status* especial constitucional dos meios e sua liberdade devem ser respeitados e defendidos.

No entanto, os meios massivos acarretam deveres e responsabilidades que reclamam uma regulação normativa, como parte da esfera da ecologia cultural. As teorias "normativas", especialmente as que indicam como devem ser os meios, têm favorecido este planejamento.

As três teorias normativas apresentadas a seguir são do Primeiro Mundo e ali nasceram. A teoria da "imprensa livre" (Estados Unidos), estabelece que o indivíduo é livre para publicar o que quer. Mas a Comissão dos Estados Unidos de Liberdade de Imprensa se deu conta de que a imprensa livre havia incrementado o poder de uma única classe e havia feito decrescer as oportunidades de acesso à imprensa de indivíduos e grupos, assim como a prestação de serviços à sociedade. Assim nasceu a teoria da "Responsabilidade Social", que exigia algum tipo de controle público sobre a crescente indústria do rádio e do cinema. Da mesma forma, a teoria "Autoritária" buscava legislar e ter controle direto estatal e censura.

Outras teorias normativas foram criadas por grupos de pesquisadores com um enfoque mais global, levando em conta, também, as necessidades dos países do Terceiro Mundo. O Informe McBraith

(1980), sob a responsabilidade da UNESCO, desenvolveu a teoria dos "Meios para o Desenvolvimento", que se opunha à dependência, à dominação estrangeira e ao autoritarismo arbitrário. Em contraposição, buscava o uso positivo dos meios, em função do desenvolvimento.

Da mesma forma, a teoria dos "meios democrático-participativos", a mais recente das teorias normativas, se dá conta de que algumas necessidades sociais da maioria pobre da população não estão suficientemente presentes nos meios massivos estatais e comerciais. E defende que tais meios devem estar, prioritariamente, a serviço das suas audiências e não exclusivamente para o benefício de seus donos.

Outro enfoque normativo muito comum, tanto no Primeiro quanto no Terceiro Mundo, é o enfoque "moralista", que provém de certo tipo de religião, filosofia e ciência e que esquece outros aspectos importantes. O enfoque moralista considera a cultura de massas e popular como "popularesca", plebéia e de mau gosto. Insiste em que os meios massivos devem, em primeiro lugar, servir ao bem comum da sociedade, mas como os adeptos desse enfoque o entendem. Dá ao Estado a responsabilidade de vigiar para que os meios não manipulem e para que se garanta a qualidade da informação e se protejam os mais frágeis, especialmente as crianças e os jovens, das produções daninhas que deterioram os valores humanos. O enfoque moralista é assumido, geralmente, por instituições que pretendem exercer certa hegemonia de pensamento na sociedade e partem do pressuposto de que os meios exercem uma influência decisiva sobre as audiências; por isso recomenda

censura e receita redução do tempo de exposição diante dos meios.

Muitos pais, educadores e gente da Igreja se sentem a gosto com os enfoques normativos e moralistas. Mas as novas gerações, dentro de seu humor pós-modernista, cada vez os aceitam menos. Dada a complexidade de interesses e de forças presentes na sociedade, serão realistas, hoje, tais teorias?

Planejaram-se diversas formas de regular os meios, como as políticas nacionais e regionais (UNESCO, 1976, NOMIC), o controle governamental, o monitoramento, a auto-regulação e as associações de usuários, mas estas de alguma forma fracassaram.

Resumo: O artigo trata das diferentes abordagens teóricas das pesquisas relativas ao impacto moral e social dos meios massivos, em especial da televisão, sobre os receptores. Dá uma visão geral do pensamento de cada Escola e reafirma a complexidade de fatores que envolvem a relação emissão – recepção, recomendando cuidadosa caracterização de tais influências.

Palavras-chave: meios de comunicação, televisão, influência, violência, receptores, audiência, teorias.

Por isso, em muitos países, hoje se enfatiza mais e mais a importância da educação para os meios, não só para proteger as audiências contra a negatividade evidentemente presente, mas também para ajudá-las a desenvolverem a criatividade e a utilizar as técnicas modernas para melhor comunicação.

Mesmo assim seus enfoques diferem, segundo as teorias de comunicação que assumem.

A variedade de teorias mostra a complexidade do problema e o quanto cuidadoso se deve ser ao tentar caracterizar a influência dos meios¹⁸.

Abstract: The article tells about the different approaches – theoretical as well as methodological – of the researches related to moral and social impact of massive means of communication, specially television, on TV viewers. It gives a general idea of the intentions of each school, restates the complexity of factors concerning the relation emission – reception and it recommends a careful characterization of these influences.

Key-words: means of communication, television, influence, violence, TV viewers, audience.

---

18. Outros artigos sobre esse assunto podem ser encontrados na *Revista de Ciencias de la Información*. n.8, Universidad Complutense de Madrid, 1993.