

Salud Mental y Comunicación Masiva

ANDRES MORALES T.*

Resumen

Este trabajo pretende analizar de qué manera se conjugan los conceptos actuales de Salud Mental y Comunicación Masiva. La concepción de la Salud Mental en la actualidad abarca todos los ámbitos de la vida del individuo. El rol de los medios de comunicación masiva en nuestra cultura se hace cada vez más insoslayable si se consideran los efectos que promueve en las audiencias, particularmente en los niños. Así, se hace necesaria la creación de mecanismos de regulación para promover la Salud Mental en los medios de comunicación, ya sea a través del estado u otras instituciones representativas.

Abstract

This article analyzes to what extent Mental Health and Mass-Media are connected nowadays. The concept of Mental Health today envelopes all aspects of individual's life. The role of Mass-Media in our culture can not be ignored, in particular with regards to children. It is necessary to create regulatory mechanisms to promote Mental Health to all audiences through government and non government institutions.

MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA, INTERSUBJETIVIDAD Y CULTURA

La pertinencia de una reflexión sobre las conexiones entre la Salud Mental y los Medios de Comunicación Masiva, se impone a la luz de la evidencia arrojada por los estudios surgidos desde el área de las comunicaciones, así como desde estudios del área de Salud Mental, también en nuestro país.

Este encuentro —que trasciende incluso hacia áreas conexas de las Ciencias Sociales, el Análisis Cultural, la Neurociencia y la Biología del conocimiento entre otras disciplinas— da cuenta de la enorme complejidad de la situación actual en cuanto al impacto cultural de los medios de comunicación masiva sobre los individuos.

Los medios de comunicación masiva se han instalado en la cultura, constituyéndose en gestores de la reproducción social e ideológica del orden existente. Son el espacio contradictorio donde se negocia el sentido y donde se crea y se recrea la hegemonía cultural en un juego de mediaciones

(Mattelart & Mattelart, 1989). En este juego están implicados, además de los medios de comunicación, otros actores sociales tales como instituciones o grupos e individuos, dependiendo del nivel de análisis. Pero es en los individuos donde se determinará finalmente un sentido, que al hacerse intersubjetivo y consensual se constituirá en un referente cultural. En otras palabras, los medios de comunicación masiva se sitúan en un lugar de privilegio, en la actualidad, para la construcción del sentido común, constituyente y expresión esencial de la cultura contemporánea. Sin ser el único elemento que constituye a esta intersubjetividad (entre otros están la educación, el aparato jurídico y el sistema ético-religioso), los "mass-media" surgen en este siglo como un elemento cada vez más poderoso del universo simbólico compartido de los individuos que constituyen una comunidad y por ende una cultura particular. Siendo la televisión el medio masivo más poderoso y estudiado en la actualidad, se ha determinado que ejerce una influencia importante en la constitución de la audiencia. Para entender esta influencia hay que partir del hecho que la televisión es a la vez un medio técnico de producción y transmisión de información y una institución social, productora de significados, definida históricamente como tal y condicionada política, económica y culturalmente (Orozco, 1992).

* Médico-Psiquiatra. Postgraduado en Comunicación Social, Universidad Diego Portales, actualmente becado en Inglaterra. Envíos postales a: Carlos Ossandón 391-g, La Reina, Santiago-Chile.

Las características tecnológicas de los medios de comunicación masiva, en cuanto a su alcance en términos de cobertura a grandes cantidades de personas en forma simultánea, les otorgan una característica tan novedosa y sorprendente en cuanto a su efecto sobre la conducta de grandes poblaciones, que esto ha dado origen a toda una línea de investigación, iniciada a principios de siglo (González Molina, 1990).

Se han propuesto diferentes hipótesis explicativas respecto de los efectos de los medios de comunicación sobre la población, los cuales han ido evolucionando desde una postura más reduccionista y simplista, con el clásico modelo de la aguja hipodérmica, es decir dada una información "inyectada" en una población a través de los medios se producirá un efecto predecible y cuantificable en los individuos, hasta una postura absolutamente escéptica en cuanto al efecto de cualquier mensaje, en el sentido de su absoluta impredecibilidad.

A pesar de todo, los estudios sobre audiencias y los efectos de los medios sobre ellas persisten en forma muy acuciosa, ya que parece haber consenso en que la dimensión comunicacional afecta —y en buena parte modula— en forma significativa los procesos de distribución y consumo de productos y servicios (González Molina, 1990).

En síntesis, la comunicación masiva en la actualidad se ha situado a manera de un trasfondo referencial simbólico y valórico común a todos los componentes de la sociedad y en esta medida se constituye como un reproductor cultural que, junto a otras instancias tales como la escuela, gobierno, política, religión y negocios —instancias que se refuerzan mutuamente—, reafirma los modos complementarios del poder cultural y económico (Lull, 1992).

Sin embargo la inmediatez de la presencia de la comunicación masiva en el ámbito diario, en comparación con las otras instancias de reproducción cultural, le otorga una especial cualidad en cuanto a la modulación de los matices de la percepción de la realidad cultural cotidiana.

A causa de esta especial cualidad, la comunicación masiva puede ponerse al servicio de intereses económicos (lo saben los publicistas y los gerentes de marketing) e ideológicos (lo saben los directores de prensa de distintos medios). No obstante lo anterior, existen márgenes para esta utilización, puesto que, como todas las instancias de reproducción cultural, los medios tienden a ser conservadores y no van más allá de lo que en conjunto la cultura imperante permite y espera.

De esta manera los medios tienen un carácter modulador de la cultura a corto y largo plazo y a la vez son un reflejo o una expresión cultural muy

inmediata. Considerando esto e independientemente de cómo se conceptualice a las audiencias en términos de su influenciabilidad (ver cuadro) los medios se constituyen como instrumentos de poder, ya sea político-ideológico, económico, cultural y ético-religioso.

EL EJE DE LA INFLUENCIA COMUNICACIONAL

Influencia total	Influencia relativa	Influencia sutil	Influencia marginal
La audiencia es concebida como			
* Pasiva		* Activa	
* Homogénea		* Heterogénea	
* Receptiva Emocional		* Racional/Crítica	
* Indiferente		* Selectiva	
* Predecible		* Contradictoria	
* Influenciable		* Buscadora de gratificaciones	

(González Molina, 1990).

En la concepción de las audiencias, en este contexto, importa fundamentalmente el grado de predicibilidad de su respuesta dado un mensaje determinado.

CONCEPCION ACTUAL DE LA SALUD MENTAL

Ahora, ¿en qué medida la Salud Mental de los individuos de una sociedad está influenciada por la presencia de los medios de comunicación masiva?

Hace 40 años la definición de salud establecida por la OMS se amplió, desde el concepto de ausencia de enfermedad, a un estado que más bien se asemeja a un "completo bienestar" en los dominios físico, mental y social. Desde esta nueva perspectiva, la salud de los individuos, y particularmente la Salud Mental, se relaciona íntimamente con las interacciones con el entorno humano, físico, cultural, incluyéndose también las influencias sociales, políticas y económicas. Desde entonces la salud es entendida como una dimensión esencial de la calidad de vida.

Esta concepción dinámica e interaccional refleja la naturaleza social del hombre, dando cuenta de la constante interinfluencia entre la experiencia del individuo y la de sus grupos de pertenencia y su ambiente.

Así, el concepto de Salud Mental manejado actualmente tiende a ser amplio e integrativo. "La Salud Mental se refiere a las capacidades de las personas, los grupos y el ambiente, para interactuar entre sí, de modo de promover el bienestar subjetivo, el desarrollo y uso óptimo de capacidades psicológicas, cognitivas, afectivas, relacionales y el logro de metas individuales y colectivas, consistentes con la justicia y el bien común" (Ministerio de Salud, 1992, p. 3). Aquellos factores que interfieren la eficacia y adecuación de esta interacción constituirán una amenaza o una barrera a la Salud Mental (Pemjean, 1990).

Un problema de Salud Mental, en los términos más generales, sería una alteración en la interacción entre el individuo, el grupo y el ambiente, que puede originarse y/o mantenerse por factores propios del individuo, incluyendo el desorden mental (DSM III), o también por inadecuación de factores externos tales como pobreza, estructuras sociales débiles, conflictos intrafamiliares, insuficiente cobertura de salud, etc.

Por consiguiente, una persona que sufre un desorden mental, pero que ha sido tratada para eliminar sus síntomas con éxito, puede permanecer en un bajo nivel de Salud Mental debido a otros factores intervinientes: el rechazo que experimente de sus familiares, amigos o compañeros, o por el estigma de la enfermedad mental, o por la ausencia de un lugar de residencia adecuado, o de oportunidades de trabajo, de integración social o de recreación, o por falta de información o de habilidades necesarias.

Ahora bien, indudablemente la presencia de desórdenes mentales constituye una barrera significativa al logro de la Salud Mental, más allá del modelo de salud-enfermedad tradicional, porque no sólo limita al individuo que lo padece, sino también a su grupo familiar, y a otros grupos de pertenencia inmediatos, tales como la escuela, el trabajo, etc., y por extensión a la sociedad entera.

Asimismo, en la génesis del desorden mental concurren factores de diversa índole (tanto individuales como sociales), siendo algunos difícilmente controlables desde el sector de salud, como por ejemplo: las condiciones económicas y sociales, las relaciones familiares, el ambiente físico y organizacional, etc.

Si bien aún es precaria la disponibilidad de instrumentos para calcular el costo social y económico de los desórdenes mentales en el país, los datos que se tienen demuestran ser significativos; basta mencionar las tasas de alcoholismo (5%) y consumo excesivo (20%) y las tasas de morbilidad y mortalidad asociadas a consumo de alcohol (Mi-

nisterio de Salud, 1992) para dimensionar la magnitud del impacto en la sociedad.

Por las consideraciones expuestas en los párrafos anteriores se han incluido muy diversos contenidos entre los componentes de la Salud Mental:

- armonía e integración psicológicas y psicosocial
- calidad de vida y bienestar general
- autorrealización y crecimiento personal
- adaptación personal eficaz a las influencias recíprocas con el grupo social y el ambiente, etc.

Inspirado en esta concepción de la Salud Mental, el Ministerio de Salud se encuentra elaborando las políticas y acciones destinadas a proveer una adecuada atención de las personas con desórdenes mentales y a promover una elevación del nivel de Salud Mental mediante el concurso de equipos multisectoriales y multidisciplinarios (Ministerio de Salud, 1992). Dada esta concepción global e integrativa de la Salud Mental adoptada a nivel oficial en nuestro país, es imperativo el planteo sobre la influencia de los medios de comunicación masiva en el nivel de Salud Mental de los chilenos.

TELEVISION Y SALUD MENTAL EN CHILE

La necesidad del estudio de la influencia de los medios de comunicación masiva en el nivel de Salud Mental ha hecho concurrir a diversos investigadores y expertos que han analizado el problema desde diversas perspectivas.

Una de las influencias de mayor importancia y que ha recibido gran atención es la de la televisión sobre el público infantil. En general existe consenso acerca de que "la televisión se ha constituido, en los últimos decenios, como uno de los factores que más influyen en el desarrollo infantil" (Vicentini, Mesa, Concha, Fernández, Campos & Medina, 1992, p. 13).

Desde el advenimiento de la T.V. se ha conceptualizado ésta como un nuevo agente socializador. Esta noción se basa en la gran proporción de tiempo que los niños ven T.V. Un estudio de la UNESCO, citado por Montenegro (1992), revela un promedio de 3 a 4 horas diarias que los niños invierten actualmente en ver T.V. Nunca antes un medio de comunicación social concitó tanto interés por parte de los niños, incluso de los preescolares. Variables tales como el tiempo de exposición a la T.V., la edad, el sexo, el nivel socioeconómico, factores constitucionales, la dinámica familiar, los modelos parentales, entre otros factores, van a determinar el mayor o menor peso que adquiera la T.V. como agente socializador.

En octubre del año 1992 se realizó en Santiago el X Congreso de la Sociedad de Psiquiatría y Neurología de la Infancia y Adolescencia, que tuvo por tema oficial "La Televisión, el Niño y el Adolescente". En este congreso se presentaron trabajos que describen los hábitos de consumo de medios y particularmente la exposición a la televisión de grupos representativos de sectores populares y medios.

De estos resultados es interesante destacar que:

- El principal medio consumido por adolescentes de 6º año de enseñanza básica a 2º año de enseñanza media, de escuelas municipalizadas de Santiago, es la televisión.
- Comparativamente, el consumo es mayor en los niños de 6º básico en relación al resto del grupo estudiado.
- Los padres sólo "algunas veces" conocen lo que sus hijos ven, leen o escuchan. Así como sólo "algunas veces" establecen reglas para el consumo de T.V. (Castellón & Avendaño, 1992).
- En una muestra representativa de dos colegios particulares de Las Condes y dos colegios municipalizados de La Cisterna, se observó lo siguiente:
 - El 99% de los hogares tiene televisor.
 - El 97% de los niños en ambos sectores ve televisión en la semana.
 - El 80% en ambos sectores ve más de una hora diaria.
 - El 45% en el sector Las Condes y el 78% en La Cisterna ve televisión en las horas de comida.
 - Durante la semana un 17% de los niños del sector Las Condes y un 57% del sector La Cisterna ven televisión después de las 22 horas. Durante los fines de semana esto sube a 69% y 80%, respectivamente.
 - Respecto a entretenimientos alternativos, éstas son prácticamente inexistentes, a excepción del deporte, que alcanza un 27% en los colegios de Las Condes y un 13% en los de La Cisterna (Guajardo, Messen, Concha & Zamora, 1992).
- Los resultados respecto a hábitos televisivos de un grupo familiar chileno medio indican que:
 - El 38% de las madres y el 52% de los niños ven T.V. entre 2 y 4 horas al día.
 - El 56% de los padres ven más de 2 horas diarias.
 - El 70% de los niños ve televisión después de las 20 horas y al regreso del colegio.

- Y el 55% de los niños opta por ver T.V. frente a la alternativa de otras actividades.

Estos resultados, en conjunto, demuestran la importante presencia de la T.V. en la vida cotidiana de los grupos familiares de sectores sociales medios y populares, es decir, aquellos que son los constituyentes mayoritarios de la sociedad chilena. Esto justifica el planteamiento del estudio más detallado de la influencia de la T.V.

Uno de los efectos más estudiados que tiene la exposición a la televisión sobre la conducta se refiere al impacto de la violencia televisiva, al punto que en la actualidad la pregunta de los investigadores se ha transformado desde determinar si hay o no efecto de la T.V. violenta sobre la conducta, hacia la búsqueda de explicaciones para tal efecto. La evidencia acerca de que la observación de violencia televisiva y la agresividad en niños están positivamente relacionadas resulta abrumadora. La tarea actual es, entonces, dilucidar a través de qué proceso se produce esta relación (Montenegro, 1992).

Siendo la televisión el medio de comunicación masivo preponderante en la actualidad, como lo demuestran coincidentemente numerosos estudios nacionales e internacionales, serán sus contenidos los que estarán dando una imagen de la realidad a las audiencias expuestas, y esta imagen tendrá la inevitable distorsión o sesgo que imponga el productor y quienes detentan el poder sobre los medios masivos. Dentro de estas audiencias, sin duda los niños son los más vulnerables para incorporar los sesgos que el sistema de televisión imperante introduce.

Indudablemente la violencia televisiva es uno de los sesgos más significativos y se ve ampliamente favorecido con el predominio de la televisión comercial (Montenegro, 1992). Pero indudablemente no es el único sesgo posible, están también todos los sesgos ideológicos presentes en la presentación de la realidad nacional e internacional a través de los noticieros, los sesgos culturales a través de la transmisión de programación envasada, adquirida en países con mayor hegemonía en la producción televisiva, tales como Estados Unidos, los sesgos sociales y sexuales presentes en esta misma programación y también en la producida dentro del país. Particularmente en el avisaje comercial, la exaltación del consumo, al no ser accesible a toda la audiencia, constituye lo que se ha denominado una suerte de "violencia simbólica", que resulta un fenómeno inquietante e importante de analizar en los sectores marginados del consumo, particularmente en las generaciones jóvenes. (Un ejemplo de esto es la publicidad de pro-

ductos alimenticios en sectores de marginalidad económica que genera rabia, impotencia y frustración).

Sin duda los medios de comunicación masiva son herramientas poderosas para catalizar o inducir reacciones sociales a gran escala, lo que es aprovechado por los intereses imperantes en la cultura.

Dentro de este contexto, las posibilidades de favorecer la Salud Mental de la población a través de los medios masivos de comunicación dependerá, en gran parte, del poder que tengan las instancias oficiales de regular la transmisión de contenidos desfavorables (como la excesiva violencia por ejemplo) y de fomentar aquellas tendencias que se acerquen a las condiciones que la definición de Salud Mental actual sugiere como relevantes.

Sin embargo, la regulación aludida dependerá fundamentalmente del rol asignado al Estado y, por lo tanto, del poder relativo del Estado en la regulación de un "Espacio Psíquico" común (Maturana, 1992). En todo caso siempre se requerirá del concurso de varias instancias que exceden sin duda el alcance del sector salud, pues la concepción de Salud Mental tiende a ser abarcativa de todos los planos de existencia de los individuos.

Las opciones se sitúan entre un Estado que no interviene en esta regulación, dejando que la situación se regule según las leyes del mercado (cuyo paradigma es Estados Unidos), en un extremo, y una televisión no comercial, dependiente del Estado con una administración representativa elegida democráticamente (cuyo ejemplo es la televisión sueca), en el otro; para no mencionar la opción de la televisión estatal del estado totalitario. En Chile la televisión está más cercana al paradigma norteamericano, regida por el mercado y obligada a autofinanciarse. El poder del Estado para regular su funcionamiento en los términos acá expuestos es escaso, ya que no tiene la posibilidad de moderar contenidos probadamente perjudiciales para la Salud Mental (tales como la violencia por ejemplo) y tampoco puede imponer una campaña de prevención de una enfermedad que involucra la conducta sexual de los individuos, como el SIDA, a toda la televisión. Y esto a pesar de que la campaña de prevención fue diseñada por expertos dentro del Ministerio de Salud y que los efectos sobre la Salud Pública en general, y sobre la Salud Mental en particular, cuando los miles de personas que ya están infectadas se hagan sintomáticas, serán indudablemente catastróficos. (Se estima una cantidad de hasta 9.000 personas portadoras asintomáticas en la actualidad, CONASIDA, 1993).

CONCLUSIONES

Siendo la Salud Mental una expresión directa de la calidad de vida de los individuos, su logro y conservación en un nivel aceptable requieren de una visión y una voluntad política para generar los mecanismos reguladores en cada plano. En el caso particular de los medios de comunicación masiva se hace necesario un organismo que coordine los objetivos de la salud, incluyendo la Salud Mental, con las instancias reguladoras de los medios, las cuales si es necesario deberán aumentar su poder resolutorio y representatividad. Junto con esto, a nivel del grupo familiar, es posible establecer mecanismos de regulación de la exposición a los medios de comunicación, especialmente a la televisión, en la medida que los padres estén informados y conscientes. En ese sentido Vicentini *et al.* (1992) mencionan que el 58% de los padres entrevistados no ha recibido información sobre los efectos de la T.V., pero que al 91% le preocupa; que el 87% lo conversa con sus hijos y que un 62% les ha prohibido algún programa.

Quizá más fundamental que la restricción de programas y horarios de televisión para los niños es estimular el desarrollo de una conciencia crítica frente a lo que es presentado en la pantalla, compartiendo con ellos la experiencia desde algún punto de vista que tenga que ver con la idiosincrasia de los padres, enseñando a no perder de vista que la televisión es un medio de acercarse a conocer la realidad, pero que no la sustituye, y que tampoco es el único ni el más válido.

Quizá resulte utópico este planteo si consideramos el nivel de influencia que la televisión tiene en los adultos, pero en la medida en que no existan otros mecanismos de regulación específicos y poderosos en relación a los Mass-Media no se tiene otra posibilidad de proteger a los sectores más vulnerables de la población.

Sin duda queda mucho por investigar sobre las influencias interactivas entre la Cultura, los Mass-Media y la Salud Mental, para profundizar el conocimiento sobre un medio tan importante y poderoso como es la televisión, así como también sobre otros medios que indudablemente han ejercido y ejercen una importante influencia cultural, tales como la radio y la prensa, especialmente en algunos sectores de la población. Considerando la poderosa influencia que todos ellos tienen en la cultura, su conocimiento profundo permitirá su uso en pro de la consecución de mejores estándares de vida y de salud.

BIBLIOGRAFIA

- Castellón, L. & Avendaño, C. (1992). Pautas de consumo y percepción de medios de comunicación en adolescentes de Escuelas Municipalizadas. *Resumen trabajos libres X Congreso de la Sociedad de Psiquiatría y Neurología de la Infancia y la Adolescencia*, 12.
- CONASIDA (1993). *Boletín epidemiológico 1er. Semestre 1993*. Ministerio de Salud.
- González-Molina, G. (1990). Publicidad y propaganda: Reflexiones sobre la naturaleza heterogénea de la recepción. *Diálogos de la Comunicación*, 27, 53-62.
- Guajardo, H., Messen, R., Concha, A., & Zamora, C. (1992). El hábito de la televisión en niños, encuesta a padres. *Resumen de trabajos libres, X Congreso de la Sociedad de Psiquiatría y Neurología de la Infancia y la Adolescencia*, 12.
- Lull, J. (1992). La estructuración de las audiencias masivas. *Diálogos de la Comunicación*, 32, 50-57.
- Mattelart, M. & Mattelart, A. (1991). La recepción: el retorno al sujeto. *Diálogos de la Comunicación*, 30, 10-18.
- Maturana, H. (1992). Lenguaje y televisión. *Conferencia dictada en el X Congreso de la Sociedad de Psiquiatría y Neurología de la Infancia y la Adolescencia*. Grabación magnetofónica personal.
- Ministerio de Salud, Division Programas de Salud, Departamento Programas de las Personas, Unidad de Salud Mental (1992). *Políticas y plan de Salud Mental 1992*. Documento de circulación interna en estudio actual.
- Montenegro, H. (1992). Impacto de la T.V. en la conducta de niños y adolescentes. *Vida Médica*, 45, 59-61.
- Orozco, G. (1992). La audiencia frente a la pantalla, una exploración del proceso de recepción televisiva. *Diálogos de la Comunicación*, 34, 54-63.
- Pemjean, A. (1990). *Elevar el nivel de bienestar psicológico y social de los chilenos*. Ministerio de Salud, Unidad de Salud Mental, Documento de trabajo interno.
- Vicentini, E., Mesa, T., Concha, E., Fernández, L. M., Campos, F. & Medina, L. (1992). Hábitos, actitudes y opiniones sobre televisión, en un grupo familiar chileno de estrato medio. *Resumen trabajos libres X Congreso de la Sociedad de Psiquiatría y Neurología de la Infancia y la Adolescencia*, 13.