

Crise, Mídia e Postura Humana

JORNAL DE BRASÍLIA

7-4 JUL 1996
VALDO FRANÇA

JORNAL DE BRASÍLIA

A crise sócio-econômica, causada pelo desemprego acumulado no setor industrial, afeta todos os outros setores da economia e da organização social.

Além da indignação, os segmentos sociais organizados devem dar uma resposta coerente à situação. Deixar-se abater no pessimismo e na passividade é a estratégia que pode levar toda economia e a convivência social a situações deploráveis.

A palavra crise em chinês possui dois significados marcantes: perigo e oportunidade. Neste momento é necessário que cada indivíduo comece a reagir, encarando a crise como um momento de aprimoramento, eficiência, criatividade, organização e auto-superação. Os limites para a auto-realização não estão no ambiente em si, mas sim no próprio interior da mente humana.

É o momento para se viver em torno de propósitos mais elevados, debater, avaliar e promover a criatividade e a determinação.

A mídia, sendo quem possibilita a homogeneização e universalização da informação e da cultura na sociedade tem papel fundamental neste processo. No Brasil, o que se constata predominantemente é este espaço valioso ocupado na veiculação "trash" bobageiras da política

fisiológica, vida social, miséria humana e consumismo.

É necessário inverter a atuação da mídia, colocando a sua força a favor da cidadania, dignidade e esperança humanas, prestigiar temas que apontem, exemplarmente, soluções para melhorar a alimentação, saúde, higiene, sanidade, organização comunitária, habitação, educação, proteção da criança, cuidado aos idosos, natureza, geração de empregos etc. É esta uma boa iniciativa para reverter o pessimismo e ancorar a esperança coletiva.

À medida que os resultados desse esforço forem aparecendo e sendo divulgados, teremos adesões, participações e motivações crescentes em todo tecido social.

A nível mental, é geral a preocupação com a crise. Esta postura "pré-ocupada", com a mente voltada para as dificuldades, tem se mostrado inócuia para melhorar o País. Mais proveitosa será se todos se ocuparem em torno de idéias e afazeres direcionados para melhorar a si mesmos como pessoas e como coletivo. Reclamar das enchentes e do poder público inoperante ao mesmo tempo em que se joga lixo na rua, não tem graça nenhuma, como diz o Jô Soares.

As pessoas otimistas são aquelas que mantêm a mente focalizada

nos objetivos desejados, nas idéias e afazeres possíveis para tornar os momentos do cotidiano mais agradáveis. A felicidade é, essencialmente, um estado de satisfação com relação ao que a pessoa consegue para si.

Apesar do dinheiro e do consumo material estarem tão presentes na vida contemporânea, a experiência tem mostrado que somente estes elementos não são suficientes para a realização ou felicidade humanas, ao contrário do que acontece com a afetividade, o bom convívio social e o ocupar-se com trabalhos que trazem plena satisfação.

Esses três últimos elementos, se isolados, se mostrariam suficientes para fazer uma pessoa sentir-se saudável e feliz, enquanto o dinheiro e o consumo sozinhos não seriam capazes de levar ao mesmo resultado.

Assim, é urgente que, mentalmente, cada um procure reverter o pessimismo e encontre uma maneira de ser útil, acreditando e investindo em relações e convívio saudáveis e fraternos.

O equilíbrio emocional e a felicidade de cada indivíduo é que vão compor a esperança e o bem-estar da Nação.

■ Valdo França é engenheiro e professor de Neurolingüística