

39. EL ANÁLISIS DEL CULTIVO

Felicísimo VALBUENA DE LA FUENTE
Catedrático
Facultad de Ciencias de la Información
Universidad Complutense
MADRID

1. DE LOS INDICADORES CULTURALES AL ANÁLISIS DEL CULTIVO

George GERBNER y Elisabeth NOËLLE-NEUMAN coinciden en mantener sus respectivas posiciones durante años en contra de la corriente. Han dispuesto de fondos para investigar en sus Teorías. GERBNER, Profesor de la Annenberg School de la Universidad de Pensilvania, comenzó llamando a la suya *Teoría de los Indicadores Culturales* en 1969 para denominarla después *Análisis del Cultivo*.

Al principio, concebía la Teoría de los Indicadores Culturales como si éstos fuesen las respuestas a cuatro preguntas muy concretas, que nos recuerdan la generación de las categorías en ARISTÓTELES y en LASSWELL: *) Qué es?+; *) Qué es importante?+; *) Qué está bien?+; *) Qué está relacionado con qué?+, de manera que los *indicadores o términos del análisis+ eran: *atención, énfasis, tendencia y estructura* ¹. Con el paso del tiempo, no ha dejado en claro estos términos originarios y ha llegado a tener críticas serias, como luego veremos. Más bien, ha ido prefiriendo la expresión *análisis del cultivo*, que no le ha liberado tampoco de los problemas, a pesar de que su grupo ha dedicado un libro al asunto ².

2. MODOS DE VIVIR DE LOS PERSONAJES DE TELEVISIÓN Y MODOS DE VIVIR DE LOS TELESPECTADORES

GERBNER y su grupo no han afirmado que *modos de vivir de los personajes de TV y modos de vivir de los telespectadores* sean los *términos* últimos a los que podemos regresar. Precisamente por no hacerlo, se han encontrado con problemas. Si estudiamos lo que han publicado, encontraremos el punto de partida de su teoría, precisamente en estos términos.

) Por qué *los modos de vivir*? GERBNER proclama que su manera de investigar supera todo lo que otros investigadores han realizado hasta el momento. No son las noticias y reportajes lo que

¹ GERBNER G. y Leonard GROSS: *Toward "Cultural Indicators": The Analysis of Mass Mediated Public Message Systems+. En GERBNER, G., Ole H. HOLSTI, Klaus KRIPPENDORFF, William J. PAISLEY y J. Philip STONE: *The Analysis of Communication Content*. Nueva York, Wiley and Sons, 1969, Pp. 130-131.

² SIGMORELLY, Nancy y Michael MORGAN (Compiladores): *Cultivation Analysis: New Directions in Mass Media Effects Research*. Newbury Park, Sage, 1990, 266 Págs.

más influye en los telespectadores. Ni son los otros medios de comunicación. Elisabeth NOËLLE-NEUMAN había comenzado estudiando la Prensa; luego, la Radio y, finalmente, sí, la televisión, pero sin olvidarse de lo anterior. A GERBNER, simplemente, no le interesa la Prensa escrita ni la radio. Y dentro de la televisión, los programas dramáticos. Y dentro de éstos, las pautas que muestran *los personajes dramáticos de la TV*. El grupo de GERBNER los ha estudiado hasta extremos que nos pueden parecer exagerados. Sólo hasta 1984, afirmaba que habían examinado 2.105 programas (1.204 de los cinco primeros días y 901 de fines de semana), 6055 personajes y 19.116 personajes secundarios³. Para él, no hay duda: son los que verdaderamente hacen que la gente se comporte como lo hace.

Los modos de vivir son de los personajes dramáticos, que se engarzan en los programas dramáticos y éstos, a su vez, en la *televisión*. (*La televisión!*. Llega a tener una realidad tan grandiosa para GERBNER que parece ilimitada.

Los modos de vivir de los telespectadores: es a lo que apunta el Análisis de Cultivo. Todo está al servicio de estos modos de vivir, en sus diversas variedades y nombres. Los personajes de TV, si sirven para algo, es para influir en los modos de vida reales de la gente. GERBNER clasifica a *los telespectadores* en **los que ven poco la TV** y **los que la ven mucho**. Al hacerlo así, GERBNER ofrecerá una zona vulnerable para quien, como Paul HIRSCH, trabaje también con **quienes no ven la TV** y **quienes la ven demasiado**. Más adelante, cuando me ocupe de la polémica sobre esta Teoría, veremos que la discusión sobre quiénes forman cada subclase de telespectadores ha llenado muchas páginas.

Volviendo a la televisión, ¿por qué he escrito que muestra una realidad grandiosa, desbordante? Porque así nos la presentan GERBNER y su grupo, con unas metáforas y notas que no dejan lugar a dudas.

*La televisión es la fuente de las imágenes y mensajes más ampliamente compartidos en la historia...

*La TV es un sistema centralizado de contar historias. Es parte y parcela de nuestras vidas diarias. Su drama, noticias y otros programas traen un mundo relativamente coherente de imágenes comunes a cada casa...

*La pauta repetitiva de los imágenes y mensajes producidos en masa forman la corriente principal de un ambiente simbólico común...

*El ritual de masas que es la TV no muestra signos de aflojar su mando sobre el ambiente simbólico común en el que nuestros niños nacen y en el que vivimos nuestras vidas. Y sin embargo, muy poco sabemos e incluso menos aún coincidimos en el rol dinámico de la TV en nuestras vidas...

*La TV da, quizá por primera vez desde la religión preindustrial, un ritual diario de contenido muy atrayente e informativo que forma un fuerte vínculo cultural entre las élites y el resto de la población. El corazón de la analogía de TV y religión, y la semejanza de sus funciones sociales, se apoya en la repetición continua de pautas (mitos, ideologías, "hechos", relaciones, etc.), que sirven para definir el mundo y legitimar el orden social... Lo que más interesa para estudiar la TV no es tanto qué puede preferir éste o aquel espectador sino que virtualmente ningún espectador regular puede escapar...⁴+

) A qué nos suenan párrafos así? Aunque GERBNER no lo cite ni una sola vez -al menos, que yo haya comprobado-, esta manera de expresarse recuerda mucho a la de Michel FOUCAULT y su *discurso del poder+. No quiero decir que el europeo haya influido en el norteamericano.

³ GERBNER, George, Larry GROSS y Nancy SIGNORIELLI: *Living with Television: The Dynamics of Cultivation Process+. En BRYANT, Jennings y Dolf ZILLMAN: *Perspectives on Media Effects*. Hillsdale, Nueva Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 1986 (En 1994, reeditaron el libro con algunos cambios) P. 25.

⁴ *Ibíd.* Pp. 17-19.

Sencillamente, los compases de uno y otro suenan muy parecidos. Y al igual que dije que FOUCAULT había secularizado algunos atributos divinos y los había fundido en el término *poder+, acabamos de ver que también GERBNER acude a comparaciones religiosas para exponer qué piensa él sobre la televisión. Si no nos olvidamos de este aspecto, comprobaremos que GERBNER se mueve según este punto de partida que establece.

3. LA TELEVISIÓN CONFORMA LAS IDEAS DE LOS TELESPECTADORES

) Por qué da tanta importancia GERBNER a la televisión? Hemos visto algunas de sus metáforas y notas globales. Más en concreto, la TV **igual**a (estandariza) las concepciones básicas que la mayoría de la gente tiene sobre su ambiente. Como esto suena rotundo, GERBNER se dedica a desdibujar la importancia de las objeciones, hasta dar la impresión de que tiene respuestas para todo.

*Las encuestas muestran que el grado de ver TV sigue al estilo de vida del espectador y es relativamente insensible a la programación. La audiencia siempre es el grupo disponible a cierta hora del día, de la semana y de la estación, a pesar del programa... Pero creemos, nuevamente, que concentrarnos en las diferencias individuales y cambio inmediato pierde el punto principal de la TV: la absorción de corrientes divergentes en una corriente estable y común⁵+

Lo que está diciendo GERBNER es que él y sus colaboradores emplean una metodología α -operatoria. Los cuestionarios de GERBNER pueden impresionar. El punto que hay que dejar claro, desde el principio, es el carácter porfiriano de su teoría: la TV anega o, si se quiere, *absorbe+ las notas individuales, las diferencias. Otros autores pueden extraer conclusiones diferentes de los resultados que arrojen las encuestas de GERBNER.

Si queremos plantear en serio las *relaciones* entre los términos, hemos de recordar lo que ha dicho BUENO sobre la vuelta a las causas que estamos viendo en el mundo contemporáneo. Aunque a GERBNER no le guste hablar de causalidad, lo que realmente está diciendo es que la televisión es causa formal de las concepciones que los telespectadores tienen sobre el mundo que les rodea. Aprovechando la imagen de la causa formal como la figura de la Venus de Milo, podemos decir que, según GERBNER, la televisión ofrece continuamente personajes-estatua que los telespectadores colocan en sus cerebros.

Podemos prolongar esta imagen. Claro está que las estatuas no salen de la mente del escultor como Afrodita de la mente de Zeus. Hacen falta muchos golpes para lograr el David de Miguel Ángel. Y ya sabemos que el gran artista dejó varias obras inacabadas. Igualmente, los modos de vida de los personajes no pueden darse en un solo episodio. Para eso están las series. Incluso, como GERBNER insiste tanto en que unos personajes se parecen tanto a otros, diríamos que esculpir es un proceso acumulativo. Ya hemos dado con el término que le gusta a GERBNER: *acumulación+. Pero él es un aristotélico cuando expone lo que piensa sobre lo que ocurre, a pesar de que no le guste hablar de *efectos+. Esto tiene remedio: que hable sobre causas y seguro que desemboca en la formal. Sufrirá ataques por no dejar las cosas más claras y por concebir a los personajes de televisión tan inundatorios y a los telespectadores tan inundados por la *corriente general+.

⁵ *Ibíd.* Pp. 17-18, 20 y 21.

4. ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN A TRES PUNTAS

El Grupo se ha propuesto una estrategia de investigación a tres puntas. Por tanto, realizan sus *operaciones* en tres niveles. La primera punta, llamada *análisis del proceso institucional* busca investigar la formación de políticas que dirigen el flujo masivo de los mensajes de los medios. Aquí han avanzado poco. Confiesan que resulta difícil encontrar compañías e instituciones que paguen para que el resultado sea criticar a quien paga la investigación. Por tanto, aquí no se han comportado como Edward EPSTEIN, Herbert GANS o David HALBERSTAM. Les han importado más las otras dos puntas: *análisis del sistema de mensaje* y *análisis de cultivo*.

Para desarrollar la segunda punta, cada año graban muestras de una semana de tiempo de drama de televisión en todas las cadenas y aplican un riguroso análisis de contenido para saber qué lecciones está dando la TV a los ciudadanos. (Recordemos el gran número de personajes analizados).

En la tercera punta, encuestan a quienes ven mucho la televisión y a quienes la ven poco para saber qué piensan sobre esas lecciones que la TV imparte... aunque sin decirles que les están preguntando sobre lo que la TV enseña. Es como si fuera una encuesta cualquiera ⁶.

5. EL GRAN CAMPO QUE EL ANÁLISIS DEL CULTIVO QUIERE EXPLORAR

Ya hemos visto que el grupo de GERBNER trabaja mucho estudiando grandes segmentos de la programación dramática. También entrevistan cada año a muchas personas. Comenzaron interesándose por la violencia en TV y en la vida real pero, como les ocurre a las Teorías con un toque imperialista -ya veremos la *Agenda-Setting+- ha ido extendiendo su quehacer, a otros *referentes* de la realidad ⁷.

*Aunque los tempranos esfuerzos (y muchos informes publicados) principalmente sobre la naturaleza y funciones de la violencia en TV, el Proyecto fue concebido ampliamente desde el principio. Incluso la violencia fue estudiada como una demostración de la distribución del poder en el mundo de la TV, con serias implicaciones para confirmar y perpetuar el status de las minorías. El Proyecto se ha ocupado de estereotipos de sexo y rol de edad, salud, ciencia, la familia, logros educativos y aspiraciones, política y religión ⁸⁺.

A pesar de haber ampliado su ámbito de intereses, GERBNER es conocido por su Perfil o Índice de Violencia anual ⁹. No parece poco, sobre todo si tenemos en cuenta que la violencia es un

⁶ *Ibíd.*, p. 21.

⁷ GERBNER, George y Marsha SIEFERT (Compiladores): *World Communications: A Handbook*. Nueva York, Longman, 1984.

⁸ GERBNER (1986) p. 23.

⁹ $IV = \% P + 2 (R/P) + 2 (R/H) + \% V + \% K$

IV es el Índice de Violencia; % P=Porcentajes de programas que incluyen algún contenido violento; R/P= Número de episodios violentos por programa; R/H: Número de episodios violentos por hora; % V= Porcentaje de personajes centrales implicados en la violencia, como perpetradores o como víctimas; % K= Porcentaje de personajes principales relacionados con muertes, como perpetradores o como víctimas.

tema que preocupa a muchos ciudadanos, muy sensibles a la idea de que la TV fomenta las escenas de violencia para subir en los índices de audiencia.

6. LOS CAMBIOS SON ILUSIONES

GERBNER carga la suerte en el sector de los *fenómenos*, porque le parece que la principal influencia de la TV es no representar la realidad como es. Es decir, las estatuas no responden a los modelos reales. Y lo peor es que los telespectadores toman a las estatuas como si fueran la realidad misma. Con lo que se produce un desajuste intelectual, cuyo símil sería un defecto de visión o una ilusión óptica.

) De qué tipos son esos fenómenos? Ante todo, la TV está para preservar las cosas tal como son, para que no cambien. En este punto, se pone del lado de LAZARFELD y MERTON, que sostenían el mismo punto de vista respecto de los medios de comunicación ya en 1948¹⁰. Él sostiene que los contenidos y funciones de los medios reflejan los intereses y el poder de las instituciones. Dice que esos son los resultados que arrojan sus estudios de la primera punta, es decir, sobre las instituciones. Pero como ya ha declarado que ahí no han investigado lo suficiente, es preferible otro argumento, extraído de la segunda punta: El objetivo de apelar a la mayor audiencia de TV al menor costo exige que la mayoría de los mensajes sigan una moralidad social convencional¹¹.

) En qué consiste ésta? En el mito de que la clase media representa a los ciudadanos. Por eso, invade el mundo de la TV (7 de cada 10 personajes). La mayoría son profesionales y directivos. Los trabajadores manuales son el 67% de los americanos y sólo el 25 de los personajes de TV. Esto no es lo peor, sino que la lucha por la audiencia lleva a que el Estado aparezca, sobre todo, para combatir a quienes amenazan la ley y el orden: 30 oficiales de policía, 7 abogados, y tres jueces, pero sólo un ingeniero o científico y muy pocos trabajadores manuales... en horas de máxima audiencia. Así no es la vida real.

Qué hacen los personajes es otro aspecto muy importante: El crimen es, al menos, diez veces mayor que en la vida real. Un término medio de 5 a 6 actos de violencia física manifiesta cada hora amenazan a más de la mitad de los personajes principales.) Al servicio de qué está esa violencia? No para mostrar la vida real, puesto que el sufrimiento y las atenciones médicas que siguen a cualquier acto violento no ayudan a subir la audiencia. Los personajes se comportan violentamente para demostrar quién es más poderoso y quién se sale con la suya.

Son estos análisis de los datos, este calar más allá de los actos concretos los que dan interés a los estudios de GERBNER y los que hubieran podido ganarle un gran respeto entre sectores importantes. Cuando ha pretendido ir más allá y abarcar demasiado, es cuando los investigadores han empezado a fruncir el ceño. Y es que toda teoría ha de recortarse a una escala determinada, sin querer explicar demasiado, porque entonces corre el riesgo de convertirse en palabrería.

) Cuándo empieza GERBNER a resultar discutible? Cuando asegura que la pauta básica ha resultado estable y persistente a través de los años y a pesar de los cambios. Dice que esto es llamativo, pero no sorprendente. Las fluctuaciones han sido menores, a pesar de los cambios sociales, lo que explica que la acumulación de mensajes de los programas dramáticos cultive la estabilidad y la resistencia al cambio.

¹⁰ LAZARFELD y MERTON (1985).

¹¹ GERBNER (1986), P. 21.

Cuando BUENO dice que las Metodologías α -operatorias recuerdan el fatalismo de ciertas doctrinas religiosas parece que está refiriéndose a tesis como la que acabo de resumir. O GERBNER es poco sensible a los cambios o ¿qué podemos hacer, si parece que nada cambia? Todd GITLIN ha mostrado que es posible detectar los cambios. Al menos, eso ha demostrado cuando ha estudiado lo que él llamaba la *ideología+ en los programas dramáticos de los años 50, 60 y 70. Y lo ha hecho de tal manera que podemos leer su trabajo como un viaje bastante fiel al pasado. Elihu KATZ ha criticado algunos aspectos de su estudio, pero ya sabemos los motivos del *pique+.

) Qué consecuencias extrae GERBNER de su visión tan englobante? Que la divergencia entre la realidad simbólica y la objetiva es incorporada por quienes ven mucho la TV. De esta manera, ven el mundo a través de lo que la TV les da. Si quienes tienen más de 65 años forman el segmento que más rápidamente aumenta en la vida real, pero apenas existen para la TV, quienes ven mucho la TV llegan a pensar que los viejos son *una casta en extinción+, que gozan de peor salud y viven menos que hace veinte años. Lo cual es falso.

Lo mismo ocurre con la violencia. Quienes se pasan mucho tiempo ante el televisor piensan que hay más violencia en las calles de la que hay en realidad ¹².

Volviendo a la moralidad social convencional, la TV se rige por el lema de molestar al menor número posible de personas. Por eso, tiende a equilibrar, a caminar por la vía del medio, de la moderación, a difuminar las diferencias políticas ¹³.

) Y cuando las cosas no resultan tal como las presenta GERBNER? No importa: tiene respuestas para cualquier pregunta. Hay un fragmento que quiere explicar los comportamientos individuales como excepciones que confirman la regla pero que, lo que en realidad revela es que puede haber quienes se salgan de esa *corriente principal+:

*Finalmente, han observado una compleja reacción entre el cultivo de orientaciones o supuestos generales sobre los hechos de la vida y expectativas personales más específicas. Piensan que el mundo es inseguro pero tampoco esperan que ellos van a ser las víctimas. Diferentes grupos pueden mantener los mismos supuestos sobre los hechos pero relacionarse con ellos de maneras diferentes, dependiendo de sus propias situaciones.

Así pues, compartir una misma posición sobre temas públicos o alguna decisión de compra no necesita desembocar en otra conducta consonante con esa concepción. Esta última (por ejemplo, expectativa de carrera, probabilidad de ser víctima) puede desviarse por situaciones demográficas o personales o por otras corrientes dentro de la principal de TV. Nuestra atención generalmente ha estado en esas perspectivas o concepciones básicas que se relacionan poderosamente con las expectativas comunes y con la formación de política pública ¹⁴⁺.

Es aquí donde le falta finura al Grupo de GERBNER. Resulta que ellos van buscando las creencias de una época, pero ven que no varían. GITLIN se da cuenta de que el vigor de algunas creencias sí que varía, y más rápido de lo que el Grupo piensa. Según MARÍAS, no podemos descubrir las creencias de una determinada época hasta que ya no tienen vigencia. En ese caso, sí que sería admirable el intento de GERBNER, pues si lo lograsen, demostrarían que MARÍAS no tiene razón. Ahora bien, si esto no es así -porque pasan años y años y las fluctuaciones son mínimas-, entonces el trabajo del Grupo parece ir encaminado a probar el carácter porfiriano, inundatorio,

¹² GERBNER (1986) Pp. 26-28.

¹³ Ibíd. Pp. 29, 34 y 37.

¹⁴ Ibíd. P. 29.

absorbente, de cuanto la TV nos entrega: *valores generales, ideologías, y perspectivas así como supuestos específicos, creencias e imágenes+.) Y qué ocurre con quienes se salen de la corriente?) Es que ellos no cambian la realidad?) Es que lo que el Grupo afirma sólo vale para quienes ven mucho la TV?

Pongamos un caso: quienes ven mucho la TV, al ver tanta violencia en los programas, llegan a pensar que vivimos en un mundo mezquino y peligroso, que no podemos confiar en la *mayoría de la gente+ y que la gente *sólo están mirando por sí misma+. Y quienes ven poco la TV) piensan de la misma manera sobre el mundo?

7. EL PANTELEVISISMO: CULTIVO, CORRIENTE PRINCIPAL Y RESONANCIA

Para este último aspecto, tiene GERBNER una explicación que me parece extraída de McLUHAN al ciento por ciento:

*Todos estamos imbuidos de las perspectivas de la cultura de la imprenta y de sus ideales de libertad, diversidad, y un punto de vista activo de una variedad saludable de intereses competitivos y conflictivos. Por eso, muchos también cuestionan el acento del análisis de cultivo en el espectador pasivo que es programado desde el nacimiento y la disolución de auténticos públicos que este acento implica. Estos investigadores y analistas razonan que intervienen otras circunstancias y que pueden afectar e incluso neutralizar el proceso de cultivo, que muchos, si no la mayoría de los espectadores, ven selectivamente y que esas selecciones de programa marcan una diferencia.

... El análisis de cultivo acentúa la inmersión total más que la visión selectiva y la difusión de semejanzas estables de apariencia más que de fuentes restantes de diferenciación y cambio cultural...

Si, como razonamos, los mensajes son tan estables, el medio es tan ubicuo u la exposición total acumulada es lo que cuenta, entonces casi todos deben estar afectados. Incluso quienes ven poco la TV viven en el mismo ambiente cultural como la mayoría de los otros, y de lo que no se enteran por la TV pueden adquirirlo indirectamente de otros que ven la TV. Está claro, entonces, que las cartas están repartidas en contra de hallar evidencia de efectos. Por tanto, descubrir una pauta sistemática de incluso pequeñas pero extensas diferencias entre quienes ven mucho y poco la TV pueden indicar consecuencias a largo plazo¹⁵+

Lo de que quienes defienden la iniciativa, libertad, diversidad y actividad son personas pertenecientes al mundo del pasado, de la imprenta, es una broma que deja abiertos grandes boquetes a la crítica en el Análisis del Cultivo. No sé si hace falta seguir insistiendo en conceptos que ya han salido una y otra vez. GERBNER y su grupo mantienen una teoría tan englobante que borra los límites con su pantelevismo. Si comparan el ritual de la TV con el ritual religioso,) no se trata más bien del panteísmo, que afirma que *todo es dios+? Incluso, los cambios mínimos en las fluctuaciones adquieren tal importancia a favor de la TV y en contra del individuo que, lógicamente, nos preguntamos por qué esos cambios no pueden estar a favor del individuo y del Grupo que puede iniciar un cambio. Digámoslo de una vez: lo que GERBNER dice sobre la gran transcendencia que tienen los pequeños cambios en TV, es la misma que descubren quienes investigan sobre innovaciones cuando comprueban que los innovadores empujan a la mayoría madrugadora y ésta a la tardía hasta que se produce un *corrimiento de tierras+. Entonces,) por qué la teoría de GERBNER rezuma fatalismo, cuando podría dar las pautas para una renovación?

*Un ligero pero extendido (por ejemplo, generacional) cambio en el cultivo de perspectivas comunes puede alterar el clima cultural y trastornar el equilibrio de la toma de decisiones sociales y políticas sin cambiar

¹⁵ Ibíd. P. 22.

necesariamente la conducta observable. Un sólo punto de diferencia porcentual en los índices de audiencia vale millones de dólares en ganancias de publicidad, como las cadenas saben demasiado bien. Un pequeño cambio en la temperatura media trae una edad de hielo. Una oscilación de un margen de 3% a 15% (típico de los diferenciales de cultivo) en un campo grande y de otro modo estable a menudo indica un corrimiento de tierras, un apoderarse del mercado, o una epidemia, y ciertamente vuelva la escala de cualquier elección o decisión cuidadosamente equilibrada 12¹⁶+

Sin tocar la estructura de este fragmento y sustituyendo unos términos por otros, podríamos convertirlo en un programa de renovación para desanimados.

Y así es como llegamos a lo que GERBNER considera sus grandes conceptos, que incluyo dentro del *sector ontológico*, aunque son dudosamente metafísicos. Me refiero a *cultivo*, *corriente principal* y *resonancia*.

Del *Cultivo* dicen que no es un proceso unidireccional, monolítico, sino multidireccional, un proceso de gravitación. El centro de gravedad es la *corriente principal* del mundo de la TV. Creen así que explican combinatoriamente estos conceptos cuando, en realidad, son porfirianos.) Qué puede escapar a la ley de la gravedad?

* Los efectos de un medio extendido en la composición y estructura del ambiente simbólico son sutiles, complejos, y entremezclados con otras influencias. Esta perspectiva, por tanto, supone una interacción de medio y públicos.

El ángulo y dirección del "tirón" depende de dónde se encuentran los grupos de espectadores y sus estilos de vida con referencia al centro de gravedad, la "corriente principal" del mundo de la TV. Cada grupo puede esforzarse en una dirección diferente, pero todos los grupos están afectados por la misma corriente central. El cultivo es así parte de un proceso continuo, dinámico, en marcha de interacción entre mensajes y contextos. Esto es así incluso aunque (y en un sentido, especialmente porque) el sello del proceso es o estabilidad relativa o cambio lento... Implica afirmación para los creyentes y adoctrinamiento para los desviados. Ése es el proceso al que llamamos *corriente principal* ¹⁷+

) Qué diferencia hay entre concebir así el cultivo y la *masa viscosa+ a la que se refería BUENO cuando hablaba de la cultura objetiva? La prueba está en que, cuando algunos miembros del Grupo han publicado un libro para explicar qué entendían por *cultivo*, han empeorado las cosas, puesto que no han logrado definir bien qué es el cultivo.) Es un conjunto de procedimientos?) De hipótesis específicas?) Cualquier efecto de los medios de masas sobre cualquier proceso de realidad social?. Incluso, GERBNER ha dicho que *cultivo* (Cultivation) debería ser un término reservado única y exclusivamente para los supuestos del Grupo de Annenberg. Lo cual demuestra una vez más que si vamos a decir algo que tenga sentido en TGI, hemos de fundarnos en una Teoría de la Ciencia, aunque ésta sea externa a la misma TGI.

Sobre todo porque, si no lo hacemos así, caeremos en contradicciones. Cuando pensamos que nadie puede escaparse de esa corriente principal, de ese centro de gravedad, resulta que sí. GERBNER admite en este punto las tesis que nos suenan de otras Teorías más tradicionales: Si los padres ayudan a ver críticamente la TV a los adolescentes, si éstos forman parte de grupos que no necesitan impulsivamente ver la TV sino que tienen otras maneras de estructurar el tiempo, si viven más directamente la realidad, entonces se escapan de la corriente principal ¹⁸. La mejor explicación

¹⁶ Ibid. P. 21.

¹⁷ Ibid. P. 24.

¹⁸ Ibid. P. 30.

que encuentro para la Teoría del Cultivo es que sólo aspira a explicar la conducta de parte de la población. Entonces, ¿por qué son tan ambiciosos los hombres de Annenberg, al afirmar que han estudiado poco a las Instituciones y al asegurar categóricamente que son de las Instituciones de donde surge el potencial de la corriente principal?.

Podrían haber dicho, y quizá hubieran sido más consecuentes con su teoría inundatoria, que era el mercado el que fabricaba la corriente principal. Pero, claro está, el *mercado+ es un concepto *i-rrresponsable+ y, además, admite cambios con tal que resulten rentables. Si al mercado le interesa que salgan más mujeres o más minorías en televisión, ¿por qué va a impedirlo? Pero entonces se resiente la afirmación de que apenas hay cambio.

Si esto es así, entonces es fácil admitir el concepto de *resonancia*. Cuando el ambiente diario de uno es congruente con y refuerza los mensajes de TV, el resultado es la *resonancia*. Quienes viven en áreas urbanas con alto porcentaje de crímenes, viven más inseguros. Por tanto, la realidad diaria les administra una dosis, y la TV, otra. No es extraño que los mensajes que reciben de esas dos fuentes resuenen y amplifiquen el cultivo. Lo mismo ocurre con quienes ven que se parecen a los personajes de la TV.

8. LOS RECuentOS ANUALES

Los investigadores de Annenberg realizan recuentos anuales- *autologismos*- para ver el estado de los mensajes y dan cuenta seguidamente de cómo ven el panorama. También, y eso es muy importante en esta teoría, los investigadores son subjetivos al deducir toda una Teoría de los datos que obtienen. Afirman explícitamente que deducen *ex-post-facto+. Por aquí es por donde van a ofrecer más flancos a los críticos.

9. *LA+ POLÉMICA

Como les ocurre a otros investigadores que tienen fama de ser primeros *espadas+, el grupo de GERBNER recibe continuamente encargos para que encapsule o desarrolle su doctrina. Acceden a lo que les solicitan. El resultado es que las diferencias entre artículo y artículo son, a veces, muy poco importantes, aunque la diferencia sea de varios años ¹⁹.

9.1. Las críticas de Paul HIRSCH

Si KATZ y LAZARFELD tuvieron un crítico implacable en Todd GITLIN, al grupo de GERBNER se les cruzó con otro temible en su *viaje+ anual para informar a la comunidad científica y política sobre el Perfil de Violencia. El nombre de este crítico fue Paul M. HIRSCH y hay que reconocer que les hizo pasar muy malos tragos. Al menos, eso es lo que deduzco después de leer las casi 115 páginas de crítica-defensa de HIRSCH y las casi 55 de defensa-crítica de

¹⁹ GERBNER, G, L. GROSS, M. MORGAN y N. SIGNORIELLI: *Carta de la corriente principal: las contribuciones de la televisión a las orientaciones políticas+. En GRABER, Doris (Compiladora), 1986, Pp. 147-160. Es un artículo muy semejante al que vengo citando en el texto.

GERBNER y su grupo ²⁰.

Procuraré sintetizar esta polémica, pues los puntos de vista de cada uno son fáciles de entender y quien esté interesado puede consultar los datos estadísticos que exhibe cada parte.

Las acusaciones de HIRSCH son, entre otras:

1.- Que GERBNER y su grupo seleccionan arbitrariamente los asuntos y la manera de codificarlos en las encuestas que emplean: No informan de algunos que no apoyan el modelo que presentan. HIRSCH también capta ambigüedades en lo que informan, que proyectan graves dudas sobre su validez.

2.- Que en casi todos los casos, especialmente cuando suman varios controles en las relaciones entre ver televisión y sus consecuencias, el efecto de ver la TV es claramente mínimo cuando se examinan separadamente las respuestas de quienes no ven la TV con las de quienes la ven mucho. Por tanto, no existen efectos y las pautas son casuales.

3.- Después de cuestionar cómo emplean las estadísticas y cómo interpretan, HIRSCH propone que las afirmaciones del análisis de cultivo pierdan el status de hallazgos científicos y pasen a ser una hipótesis de cajón de sastre (aunque interesante).

4.- Cuando un investigador pone múltiples controles -educación, raza, sexo y si está trabajando o no- la cantidad de horas en que los sujetos ven la TV es insignificante.

5.- La asociación entre las actitudes de los subgrupos de población (mujeres, viejos, gente de color) y la cantidad de horas que ven la TV está casi totalmente ausente. Más bien, las actitudes de los subgrupos a menudo se mueven en dirección contraria a las expectativas de la hipótesis del *mundo mezquino+ sobre su relación con el número de horas que ven la TV.

6.- Quienes no ven la televisión tienen más miedo, están más alienados y son más favorables al suicidio que los que la ven poco. Lo cual cuestiona una de las tesis fundamentales del Grupo. Quienes más ven la TV son amas de casa, enfermos, desempleados y gente de pocos ingresos. Están entre los miembros más alienados de nuestra sociedad y los investigadores los encuentran *disponibles* para ver mucha TV porque están confinados en sus casas la mayor parte del tiempo. La investigación indica que alienación y aislamiento tienden a estimular un elevado consumo de los medios más que viceversa.)Y qué decir de la ausencia de altos niveles de tensión nerviosa en quienes más ven la TV -una anomalía para la hipótesis del cultivo? HIRSCH la explica como resultado de las discutibles funciones que la TV juega en las vidas de las personas que están aisladas y que la usan como compañía.

7.- Quienes ven más la TV dan menos a menudo la *respuesta de la TV+ que quienes la ven poco. Son menos favorables que los que la ven poco a usar violencia física.

8.- Como quienes ven poco la TV forman más del 50% de la muestra, esto dice más sobre los estilos de vida y sobre la demografía que sobre la experiencia de ver la TV o de sus efectos.

²⁰ HIRSCH, Paul M.: *The "Scary World" of the Nonviewer and other Anomalies: A Reanalysis of Gerbner et al.'s Findings of Cultivation Analysis. Part I+. *Communication Research*. 1980, Octubre, Vol. 7, N1 4, Pp. 403-456; *On Not Learning From One's Mistakes: A Reanalysis of Gerbner et al.'s Findings of Cultivation Analysis. Part II+. *Communication Research*. 1981, Enero, Vol. 8, N1 1, Pp. 3-37; *Distinguishing Good Speculation from Bad Theory: Rejoinder to Gerbner et al.+. *Communication Research*. 1981, Enero, Vol. 8, N1 1, Pp. 73, 95.

GERBNER, George, Larry GROSS, Michael MORGAN y Nancy Signorielli: *A Curious Journey into the Scary World of Paul Hirsch+. *Communication Research*. 1981, Enero, Vol. 8, N1 1, Pp. 39-72; *Final Reply to Hirsch+. *Communication Research*. 1981, Julio, Vol. 8, N1 3, Pp. 259-280.

9.- Mientras parece que rechaza la importancia del análisis *causal+, el Grupo atenúa el fondo conceptual común entre análisis causal y de cultivo.

10.- Por tanto, hay que buscar explicaciones alternativas de ese no encontrar apoyo para la hipótesis del cultivo: los modelos humanistas pueden dar mucho juego.

11.- Una explicación alternativa de lo que van buscando GERBNER y su grupo es la de *inconsistencia del status*. Podemos considerar inconsistentes en status a quienes teniendo altos status, ingresos y educación, ven mucho la TV. Lo mismo ocurre con quienes, teniéndolos altos, apenas o en absoluto ven la TV. HIRSCH se inclina por ver que los *efectos+ en ambos extremos del espectro están entre quienes son inconsistentes. Lo cual va en contra de quienes afirman un efecto universal. Queda abierta la vía para estudiar las experiencias sociales que actúan entre la TV y los niveles de tensión personal.

9.2. El Grupo replica

GERBNER y su grupo responden que no se les puede juzgar por datos aislados, pues entonces hay que reconocer que el apoyo para sus tesis resulta muchas veces tenue. Ahora bien, el conocimiento se acumula gradualmente, si no linealmente, a lo largo de muchos estudios. De hecho, es la consistencia acumulativa de los hallazgos lo que les da más peso. El Grupo va buscando los fenómenos sistemáticos que pueden explicarse por la *corriente general+ y por la *resonancia+.

El fallo de quienes no entienden en análisis del cultivo está en no fijarse que GERBNER y su grupo prestan mucha atención a las *excepciones+, que se convierten en la clave del rompecabezas, pues demuestra que la TV cultiva concepciones comunes de la realidad social.

El Grupo siempre define claramente qué entiende por ver poco o mucho la TV en cada encuesta. Añadir, como hace HIRSCH, dos categorías -quienes no ven la TV y quienes la ven demasiado- es tan torpe y no convincente como quien trata de estudiar religión comparando ateos y fundamentalistas fanáticos. Al fijarse en éstos, que representan menos del 10% de la población, HIRSCH deja al descubierto que hay asociaciones monotónicas para el más del 90% de la población. Pueden tener cierto interés las pautas de respuestas que dan estos grupos marginales, pero no tienen importancia para la teoría del cultivo, porque estos grupos difieren probablemente de otros telespectadores en terceras variables no controladas.

GERBNER y su grupo vienen a decir que quienes ven demasiado la TV o los que no la ven muestran un perfil complejo y contradictorio. Es muy difícil entenderlos.

El Grupo se enfada con HIRSCH por haber insinuado éste que ocultaban los datos que no cuadraban en su hipótesis. Olvida que una tarea fundamental del análisis científico es sumergirse siempre más profundamente en los fenómenos, examinar capas de asociación, con un foco siempre más agudo.

9.3. La contrarréplica

Al contrarreplicar, HIRSCH insiste en sus puntos de vista y se permite una malicia más: entrecomillar las palabras "teoría", "efectos" y "hallazgos" cuando habla del Grupo. Plantea dos cuestiones:

*) Contiene realmente el corpus de la publicación del Grupo de Annenberg una teoría clara, verificable, formal, que explique con sentido o prediga asociaciones estadísticas encontradas en los datos, y que esté sujeta a desconfirmación?+. Si la contestación es negativa, como HIRSCH piensa, entonces muchos de los problemas que plantea la respuesta del Grupo merecen menos atención que

la que HIRSCH y los científicos en general les han concedido.

Los supuestos de que no tiene consecuencia alguna qué programas son vistos, que todos transmiten la misma visión del mundo, que los telespectadores interpretan las historias sólo según gruesas características demográficas de los personajes, que los telespectadores ven incidentes únicos separados de la narrativa, contexto y género en que ocurren, que los telespectadores no distinguen la fantasía de la realidad en la diversión popular, y que no son los estilos de vida y las actitudes previas de los individuos las que dan cuenta de la cantidad de TV que ven (más que lo opuesto) son todos supuestos no probados, incorporados al armazón y retórica de los Perfiles de Violencia del Grupo de Annenberg así como las estrategias de investigación de otros en este campo. Necesitamos investigar sobre la validez de estos supuestos y las condiciones en las que cada uno puede operar tanto o más que las continuas repeticiones de esfuerzos ateóricos para situar (débiles) asociaciones estadísticas con las horas vistas. Es decir, HIRSCH plantea muy seriamente que el Grupo de Annenberg entiende porfiriana, no combinatoriamente, los principales conceptos que ellos mismos manejan.

9.4. *Dúplica del Grupo*

En su *dúplica*, el Grupo dice que **corriente principal+* es un proceso más general y **resonancia+* se ocupa del relieve especial que temas específicos tienen para grupos específicos en ciertos momentos..

Cuando HIRSCH habla de que la Teoría del Cultivo no especifica las afirmaciones explícitas sobre qué grupos específicos mostrarán esas pautas condicionales y cuando concibe la **corriente principal+* como un punto específico, fijado, no entiende lo que el Grupo quiere decir.

La polémica cesó, pero no la influencia de HIRSCH. Tres años más tarde, en un estudio con NEWCOMB, decía que no podíamos considerar a la televisión como si sólo cultivase imágenes deformadas de la realidad y mentes uniformes. Vieron que en las series de TV, los personajes mantenían posiciones diferentes sobre muy diferentes temas. Por tanto, empezó a abrirse paso la TV como un **foro cultural+*, aunque sea dentro de los límites de competición reducida en que se mueve el sistema de TV ²¹.

10. LA NORMATIVA ABIERTA A PARTIR DE LOS DATOS

Si algunas Instituciones adoptan el sistema de GERBNER, todo depende de la interpretación que científicos concretos quieran dar a los datos. Una cosa es cierta: Si GERBNER trabaja con una Metodología α , donde el sujeto queda diluido, ¿hasta dónde puede llegar su *normativa intencional*? Hasta donde quieran los científicos y filósofos que interpreten los datos. Es posible desprender el fatalismo del Análisis de Cultivo y pasar de la cultura objetiva a la subjetiva. Entonces, planteando los objetivos de los individuos, grupos y organizaciones que la TV puede ayudar a lograr, la niebla de esta Teoría puede dar paso a propuestas concretas. De lo contrario, la Teoría de GERBNER se convertirá en un arma arrojada en manos de unos grupos. Quizá en ese momento otros grupos se

²¹ NEWCOMB, H. y P. HIRSCH: **Television as a cultural forum: implications for research+*, *Quarterly Review of Film Studies*, 1983, 8, Pp. 45-55). Recordemos que, según LIEBES y KATZ (1992), Horace NEWCOMB, junto con Raymond WILLIAMS representan dos jalones importantes para estudiar los géneros en TV. Así pues, HIRSCH no se buscó una mala compañía.

dediquen a desactivarla con argumentos parecidos a los de HIRSCH.