



El análisis del sistema de mensajes: hacia una definición de la violencia desde el proyecto de Indicadores Culturales

Juan José Igartua

To cite this article: Juan José Igartua (2002) El análisis del sistema de mensajes: hacia una definición de la violencia desde el proyecto de Indicadores Culturales, *Cultura y Educación*, 14:1, 43-54, DOI: [10.1174/113564002317348101](https://doi.org/10.1174/113564002317348101)

To link to this article: <http://dx.doi.org/10.1174/113564002317348101>



Published online: 23 Jan 2014.



Submit your article to this journal [↗](#)



Article views: 12



View related articles [↗](#)



Citing articles: 1 View citing articles [↗](#)

El análisis del sistema de mensajes: hacia una definición de la violencia desde el proyecto de Indicadores Culturales

JUAN JOSÉ IGARTUA*

Universidad de Salamanca



Resumen

Se presenta una descripción de la metodología utilizada por George Gerbner y su equipo para analizar la violencia en televisión. El proyecto de Indicadores Culturales, en el cual se inscribe el Análisis del Sistema de Mensajes, es el marco en el que se desarrolla el estudio de la violencia. Dicho proyecto surgió en respuesta a la situación de conflicto y violencia social en que vivía EE.UU. en los años sesenta. El denominado índice de violencia es el indicador que Gerbner creará para valorar su prevalencia en televisión. Sus análisis se centran únicamente en la violencia física y, por esta razón, los estudios y resultados de Gerbner han sido parcialmente criticados. Finalmente, se establecen algunas pautas para la investigación de la violencia haciendo hincapié en un análisis contextual. No todos los actos de violencia representados en televisión son similares ni tampoco los efectos que pueden generar en las audiencias.

Palabras clave: Violencia, televisión, proyecto de Indicadores Culturales, análisis de contenido.

Message system analysis: Towards a definition of violence based on the Cultural Indicators' project

Abstract

The present paper describes the methodology used by George Gerbner and his colleagues to analyse violence on television. The study on violence is developed within the framework of the Cultural Indicators project which includes the Message System Analysis. The above mentioned project was set up as a response to the conflicting situation and social violence the United States faced in the 1960s. Gerbner created the so-called violence index as an indicator to assess the prevalence of violence on television. However, part of his work has been criticized because his analyses only focus on physical violence. Finally, some patterns for violence research are established in this study. We stress the importance of analysing the context because violent contents shown on television and their effects on viewers vary considerably.

Keywords: Violence, television, Cultural Indicators' project, content analysis.

La preocupación por la violencia y sus efectos ha estado presente en la mente de los investigadores de comunicación y de los dirigentes y representantes políticos desde la aparición de la televisión. Si bien es cierto que la aparición de cada medio de comunicación en la sociedad ha venido emparejada de una incertidumbre por los efectos (por ejemplo, morales) que pudieran provocar, la expectación ha sido mayor desde que apareció en escena la televisión. Tal como señala Gunter (1996), la primera investigación científica acerca del impacto de la violencia en los medios se desarrolló en los años veinte y treinta. En este caso el medio analizado fue el cine y la referencia más reseñable son los *Payne Fund Studies*. Los resultados de las investigaciones realizadas ponían en evidencia a la industria cinematográfica de la época: las películas contradecían las normas sociales imperantes en materia de violencia. También se han analizado otros medios (como las historietas gráficas y los cómics en los años 50) pero, sin lugar a dudas, la televisión se convirtió en el foco de la mayoría de los análisis sobre la violencia desde que, a partir de los años cincuenta, se convirtiera en el medio de comunicación de masas por excelencia o, como señala Gerbner (1996), el principal contador de historias (*storyteller*) de la era de las telecomunicaciones, en la cual nos encontramos.

Remontándonos en la historia, encontramos que en EE.UU. se crea en 1954 un subcomité en el Senado para investigar la delincuencia juvenil y su asociación con la violencia televisiva. En 1961 se publica el primer informe de investigación sobre los efectos de la violencia en los niños (Schramm, Lyle y Parker, 1961). En este trabajo se recogían 11 estudios diferentes desarrollados en diez comunidades de EE.UU. y Canadá durante los años 1958 y 1960. Y se concluía que la violencia constituía una parte integrante, y fundamental, de la programación televisiva: las peleas, los asesinatos y los tiroteos eran elementos que se presentaban con gran frecuencia en las imágenes de este nuevo medio de comunicación. Además, se presentaba evidencia empírica sobre los efectos emocionales, cognitivos y conductuales de la violencia televisada en los niños (Cole, Schramm, Gregory, Suman y Reynolds, 1997).

A partir de los años sesenta se efectuará un análisis mucho más minucioso y detallado acerca de la violencia en televisión. Varios factores y circunstancias sociales contribuyeron a este resultado. En EE.UU. los años sesenta fueron una época de importantes tumultos: se produjo un gran incremento de disturbios en determinados núcleos urbanos, se daba un mayor activismo político en los campus universitarios y tuvieron lugar numerosas protestas por la guerra de Vietnam. Todo ello provocaba un clima social de miedo generalizado por el aumento de la tasa de criminalidad y generaba la impresión de que el tejido social se estaba resquebrajando. Recordar también que es la época en la que se asesina a cuatro figuras públicas de renombre: John F. Kennedy, Malcom X, Martin Luter King y Robert Kennedy (Gunter, 1996). En respuesta a esta situación el presidente Lyndon B. Johnson establecerá, en 1968, la *National Commission on the Causes and Prevention of Violence*. Aunque dicha comisión buscaba analizar todas las fuentes de la violencia social, se hizo un hincapié especial en la televisión como agente causal de gran parte de esa violencia. El método de análisis que se utilizó para evaluar los aspectos cuantitativos y cualitativos de la violencia en televisión fue el análisis de contenido¹ y el proyecto de investigación fue encargado al profesor George Gerbner, decano entonces de la *Annenberg School for Communication* de la Universidad de Pennsylvania. Este esfuerzo por analizar sistemáticamente la violencia en la televisión supuso el inicio de los que más tarde se denominaría Proyecto de Indicadores Culturales (Cole *et al.*, 1997).

El proyecto de indicadores culturales

El proyecto de Indicadores Culturales constituye una perspectiva de investigación con una orientación, en principio, aplicada (estudiar la violencia televisiva), aunque fuertemente anclada en consideraciones teóricas sobre el papel de la televisión en la sociedad (Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli, 1986). Su propósito general se centra en determinar cuáles son las consecuencias sociales de los mensajes difundidos a través de la televisión. Se centra en investigar los efectos “no buscados” o “no intencionados” de la programación convencional de la televisión que está diseñada para “entretener” a la audiencia (como series y películas de ficción).

Desde la perspectiva de Gerbner y su equipo, la televisión se presenta como un instrumento cultural que socializa conductas y roles sociales, afectando no tanto a las actitudes y opiniones sobre temas específicos como a través del cultivo de asunciones más básicas sobre la realidad social (Gerbner y Gross, 1976; Signorielli y Morgan, 1990; Roberts y Bachen, 1981; Wimmer y Dominick, 1996). Por ello, desde esta perspectiva se establece que la influencia de los medios es esencialmente de carácter «sutil y acumulativa» (Morgan, 1990), lo que se aparta de la línea clásica de investigación sobre los efectos de los medios (cuyo objeto de estudio era la persuasión, las campañas de información y los efectos a corto plazo) (McQuail, 1994). Para verificar este planteamiento, Gerbner y su equipo recurrirán a tres tipos de datos: el análisis institucional de los medios, el análisis del sistema de mensajes y el análisis del cultivo (Gerbner, 1977; Signorielli y Morgan, 1996).

En primer lugar, el *análisis institucional de los medios* estudia cómo se producen y distribuyen los mensajes de la televisión. La televisión hoy en día sirve principalmente como vehículo para la difusión de los anuncios publicitarios. De modo que se puede afirmar que el verdadero “cliente” de la televisión no es el espectador sino el anunciante; se debe servir al anunciante, porque éste hace posible la televisión (Barwise y Ehrenberg, 1988; Condry, 1989). La competencia para conseguir la máxima audiencia significa que hay que utilizar los “reclamos” más amplios y convencionales, difuminando los conflictos agudos, mezclando y compensando perspectivas competitivas y presentando las imágenes divergentes y desviadas como algo que casi siempre hay que evitar, temer o suprimir (Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli, 1990). Todas las cadenas de televisión (y todos los medios en general) actuarán de este modo, por lo que los mensajes difundidos serán muy similares; de este modo, la mayoría de los programas televisivos van a ser comerciales por necesidad (Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli, 1996). Todo ello contribuye a un fenómeno de homogeneización de los relatos audiovisuales de ficción, y a una consonancia de puntos de vista sobre la realidad social. De ahí que se afirme que la televisión posee un “currículum oculto”, en el que se presenta una visión de la vida “sintética”, “selectiva” y “sesgada”, y una explicación “ficticia” sobre cómo funcionan las cosas, que ayuda a mantener y reforzar las conductas y valores convencionales.

Mediante el *análisis del sistema de mensajes*, la segunda línea de investigación, se pretende conocer el “modelo de realidad” que se difunde por la televisión. Este análisis de las circunstancias y situaciones de la realidad que son objeto de tratamiento por la televisión es importante, puesto que posibilita establecer comparaciones entre la realidad y la imagen que de ella se transmite. Los análisis desarrollados anualmente desde 1967 constatan que en la programación de televisión se produce un marcado *sesgo* a la hora de mostrar la realidad social (véase, por ejemplo, Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli, 1990).

Finalmente, mediante el *análisis del cultivo* (la tercera línea de investigación), Gerbner y su equipo tratan de determinar empíricamente la influencia de los contenidos televisivos en sus audiencias (Wimmer y Dominick, 1996). Desde esta perspectiva teórica, se plantea como hipótesis central que la influencia de los medios se traducirá en la existencia de una concordancia entre la definición de la realidad dada por la televisión y las posiciones mantenidas por los receptores de ese medio. Un concepto central que se plantea es la noción de “cultivo”, que se refiere a «...la contribución de la televisión a las concepciones de los televidentes» (Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli, 1990, p. 73); es decir, alude al modo en que las personas forman impresiones acerca de la vida social, a partir de la penetración sistemática de los contenidos de la comunicación de masas. El efecto cultivador se manifiesta en la manera sutil e indirecta con que la televisión forma nuestra percepción del entorno. Concebir el cultivo como un proceso de generar ciertas orientaciones o creencias sociales, no implica hablar de “efectos” a corto plazo de la televisión, sino que se refiere a aquellos efectos producidos como consecuencia de una exposición acumulativa, durante largos lapsos de tiempo, a un sistema de mensajes estable y repetitivo en sus contenidos (Morgan y Signorielli, 1990). Se señala que la función de los medios es el cultivo de un modelo determinado de ver y entender la sociedad, que se corresponde con lo establecido por el *status quo*. De acuerdo con lo anterior, los medios realizan una operación ideológica que sirve para cimentar los privilegios y diferencias sociales existentes. Es por ello que el enfoque de Gerbner enfatiza la función de reproducción ideológica de los medios. Sin embargo, esta función no se expresa mediante un discurso explícitamente opresivo, sino principalmente cuando los medios convierten la realidad en ficción (Roda, 1990).

Dado que el tema que aquí nos interesa es el estudio de la violencia en televisión, expondremos a continuación, brevemente, cómo se efectúa el denominado *Análisis del Sistema de Mensajes*.

El análisis del sistema de mensajes y el estudio de la violencia en televisión

A través del *Análisis del Sistema de Mensajes*, Gerbner y su equipo se encargan de registrar y analizar muestras semanales de los programas de tipo “dramático” (como series y películas para adultos y dibujos animados para el público infantil) emitidos en televisión durante el horario de máxima audiencia (*prime-time*, entre las 8 y las 11 de la noche) y en la programación infantil de fin de semana (entre las 8 y las 2 de la tarde). Dichos programas se someten a análisis de contenido para determinar las características que presenta el mundo de la televisión. El proceso de análisis se lleva a cabo de forma independiente por parejas de codificadores entrenados; y, a partir de sus observaciones, se establece la fiabilidad (interjueces) del análisis (Signorielli, 1990). Al analizar los relatos televisivos que tratan de lo que hay, lo que es importante, lo que es correcto e incorrecto y la forma en que los distintos elementos se relacionan entre sí, se puede conocer el estilo de vida y la concepción del mundo que se comunica a través de los medios de comunicación de masas (Roda, 1989). Las características de dicha concepción se consideran “potenciales lecciones de televisión” y se utilizarán como material para la construcción de las preguntas de cuestionario necesarias para la segunda estrategia de investigación, el análisis del cultivo (Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli, 1980; 1986; 1990).

Un tema central en los programas televisivos lo constituye la violencia. Gerbner y su equipo han dedicado un gran esfuerzo por analizar la presencia de la violencia en la televisión y calibrar las repercusiones en los sujetos más asiduos a este medio. Como ya se mencionó anteriormente, el estudio de este fenómeno se inscribe dentro del proyecto de Indicadores Culturales que comenzó en 1967-68 con una investigación para la Comisión Nacional sobre las Causas y la Prevención de la Violencia. Dicho proyecto se ha seguido desarrollando, periódicamente, bajo el patrocinio de distintas instancias gubernamentales de los Estados Unidos. El objetivo principal, como ya se dijo, era analizar la violencia presente en la televisión.

La definición de violencia que utilizan estos autores es la siguiente: la expresión abierta de comportamientos que implican forzar físicamente a otra persona (o a uno mismo, como en el caso del suicidio), y por tanto incluye cualquier acción, en contra del deseo de uno, que cause heridas, la muerte (asesinatos), o la amenaza de herir o asesinar (Gerbner y Gross, 1976; Signorielli, Gerbner y Morgan, 1995). Como se puede apreciar, en su definición los autores se refieren únicamente a la violencia física, no evaluando la violencia psicológica por considerarse que su medición no se puede efectuar con la misma rigurosidad y fiabilidad. Sin embargo, la definición de violencia utilizada por Gerbner y su equipo es suficientemente amplia como para recoger otros tipos de violencia como la “accidental” y los “actos de la naturaleza” (como terremotos, huracanes o tornados en los se ven implicados seres humanos como víctimas). Se argumenta que en el mundo dramático o ficticio de la televisión nada es accidental ni aparece por azar o de manera “natural”, sino que hay alguien (guionistas, realizadores, editores) que decide mostrar (de manera consciente) una situación específica, un plano o toma de una imagen, o una secuencia de acontecimientos de un hecho en vez de otra (Lometti, 1995; Signorielli *et al.*, 1995).

En los estudios efectuados por Gerbner y su equipo se toman en consideración tres tipos de unidades de análisis: el programa como un todo, cada acción o acto de violencia específica, y cada personaje dramático presente en dichos programas (Gerbner y Gross, 1976). Con este procedimiento, se ha llegado a obtener un banco acumulativo de datos de aproximadamente 3.000 programas y 35.000 personajes (Signorielli *et al.*, 1995). De este modo, se pretende estudiar la prevalencia (*prevalence*), la frecuencia (*rate*), y la caracterización de la violencia analizando los personajes que la sufren y la cometen (*role*).

TABLA I
Unidades de análisis para estudiar la violencia televisada

-
- **Programa.** Son historias de ficción que se presentan en forma dramática. Series, películas de ficción, dibujos animados.
 - **Acción violenta.** Son los episodios violentos presentes en un programa. Una acción violenta es una escena en la que se produce algún tipo de confrontación violenta y en la que están implicados un mismo grupo de personajes.
 - **Personajes.** Pueden ser de dos tipos: personajes principales y secundarios. El análisis se centra en los personajes principales.
-

Para efectuar la codificación de los materiales analizados, se entrena durante tres semanas a un grupo de 12 a 18 codificadores o jueces en una etapa previa al trabajo de análisis definitivo. Los jueces trabajarán de forma independiente, pero por parejas, observado la muestra de contenidos. Por tanto, todos los programas de la muestra serán codificados por parejas de codificadores de forma separada, para suministrar datos de fiabilidad (*interrater reliability*) (Krippendorff, 1990).

Sólo aquellos criterios que se codifican con cierta fiabilidad (un acuerdo interjueces de 60% en adelante) se toman en consideración para los análisis.

En cuanto al sistema de cuantificación, se establecen tres grupos de medidas o indicadores para inferir la presencia de la violencia en la televisión:

1) El porcentaje de programas con algún episodio de violencia (*prevalence*). Se analiza en qué medida aparece la violencia en todos los contenidos o programas analizados (su presencia o ausencia). En este caso, la unidad de análisis de contenido es el programa en su conjunto (una serie, un dibujo animado o un largometraje de ficción).

2) La frecuencia de los episodios de violencia (*rate*). Es una razón que expresa la frecuencia de las acciones violentas en unidades de programación y en unidades de tiempo. El número total de actos de violencia dividido por el número total de programas nos da la razón de violencia por programa (R/P). Mientras que la razón de la violencia por hora (R/H) es el número de acciones violentas dividido por el número de horas de programación en la muestra. Este último indicador evalúa la “saturación” de la violencia en el tiempo, y se utiliza para compensar la diferencia en R/P entre unidades de programación de larga duración (como una película) y unidades de programación de corta duración (como un dibujo animado).

3) El rol de los personajes principales (*role*). Los personajes se codifican como perpetradores de actos de violencia/crímenes, como víctimas de actos de violencia/crímenes o asumiendo ambos roles. También se analizan otros criterios en los personajes: grupo de edad al que pertenecen, estado civil, clase social, nacionalidad, raza, tipo de personaje (héroes o “buenos”, mixtos, villanos o “malos”).

Los criterios anteriores se combinan para crear el *índice de violencia (violence index)*. Previamente, los indicadores de razón “actos de violencia por programa” (R/P) y “actos de violencia por hora” (R/H), se ponderan por 2, dado su bajo valor. Gerbner señala que utiliza el concepto de “indicador” para completar el abanico de indicadores de la realidad social (económicos, sociales) y así disponer de un barómetro de aspectos relevantes de carácter cultural (Morgan y Shanahan, 1996).

TABLA II

Concepto y medida de las variables que conforman el índice de violencia

Prevalencia de la violencia (*prevalence*):

- Horas de programación conteniendo algún episodio violento.
- Porcentaje de programas que contienen algún tipo de acto violento (%P).

Frecuencia de la violencia (*rate*):

- Número total de episodios violentos (R).
- Actos de violencia por programa (R/P).
- Actos de violencia por hora de programación (R/H).

Análisis de los personajes principales (*role of leading characters*):

- Porcentaje de personajes violentos (que cometen algún acto de violencia).
- Porcentaje de personajes víctimas (son quienes sufren la violencia).
- Porcentaje de personajes principales implicados en cualquier acto de violencia (como víctima, violento o ambos) (%V).
- Porcentaje de asesinos (que cometen algún asesinato).
- Porcentajes de víctimas asesinadas.
- Porcentaje de personajes principales implicados en asesinatos (como asesinos o asesinados) (%K).

Indicadores de violencia:

- En los programas (*program score*): PS = (%P) + 2(R/P) + 2(R/H)
- En los personajes (*character score*): CS = (%V) + (%K)
- Índice de violencia (*violence index*): IV = PS + CS

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

Se ha observado que el índice de violencia (IV) cumple con los requisitos empíricos y estadísticos que ha de cumplir cualquier índice que se precie: unidimensionalidad y consistencia interna (homogeneidad). Así por ejemplo, para los programas de *prime-time* y sobre la base de datos que contenía las muestras obtenidas en un período de 13 años, se obtuvo mediante análisis factorial (efectuado sobre los indicadores que forman este índice) un único factor que explicaba el 70% de la varianza. Igualmente, la consistencia interna (evaluada mediante el coeficiente Alpha de Cronbach) fue de 0.89 (Gerbner *et al.*, 1980).

Gerbner y Gross (1976), analizando los contenidos transmitidos en televisión en la franja de máxima audiencia (*prime time*) en EE.UU., con datos recogidos en un período de nueve años (desde 1967 hasta 1975), encontraron que el 79.8% de los programas analizados (de un total de 924) contenían, al menos, un acto de violencia (%P), observándose 5.1 actos de violencia por programa (R/P) y 7.4 actos por hora (R/H). Además, el 62.9% de los personajes centrales de los programas (sobre un total de 2649 personajes) se veía envuelto en episodios violentos (%V) y un 10.2% en muertes (%K). Con todos estos datos los autores elaboraron el índice de violencia que arrojaba el siguiente valor: $79.8 + 2 * 5.1 + 2 * 7.4 + 62.9 + 10.2 = 177.9$. Este indicador nos permite reducir un gran número de datos, obtenidos mediante análisis de contenido, y poder efectuar comparaciones transversales y análisis de tendencias: comparaciones entre distintos momentos del tiempo (ver la evolución de la violencia en el mundo de la televisión a lo largo de los años), entre distintos tipos de programas (por ejemplo, entre dibujos animados y otros tipos de programas para adultos), entre distintos horarios de emisión (programación nocturna frente a matinal de fin de semana) y entre distintas cadenas de televisión.

Gerbner y colaboradores llevan años indicando que el mundo de la televisión es un mundo violento, y constatan también (comparando los datos de análisis de contenido con datos de la realidad social, como tasas de criminalidad) que el delito en la programación de máxima audiencia es 10 veces más habitual que en el mundo real. La violencia televisiva constituye, ante todo, una *demonstración de poder*, ya que se describen las condiciones en que ésta es legítima y quiénes pueden ser las víctimas más probables (Gerbner, 1996; Gerbner *et al.*, 1986).

La originalidad del proyecto de Indicadores Culturales se debe al hecho de indagar (mediante el análisis del cultivo) los efectos «sutiles» de las lecciones simbólicas de violencia expresadas en la televisión, en vez de centrarse en el papel de la televisión como inductor de conductas agresivas (Gerbner y Gross, 1976; Gerbner *et al.*, 1980, 1996). En este contexto, un concepto central en el análisis de Gerbner y su equipo es el de «victimización». Señalan que una de las consecuencias de una exposición masiva a la violencia de la televisión, no es tanto el incremento de conductas agresivas, sino que se instaura en el público la sensación de riesgo y vulnerabilidad personal, y la interiorización de los supuestos convencionales y estereotipados presentes en la televisión.

Conclusiones

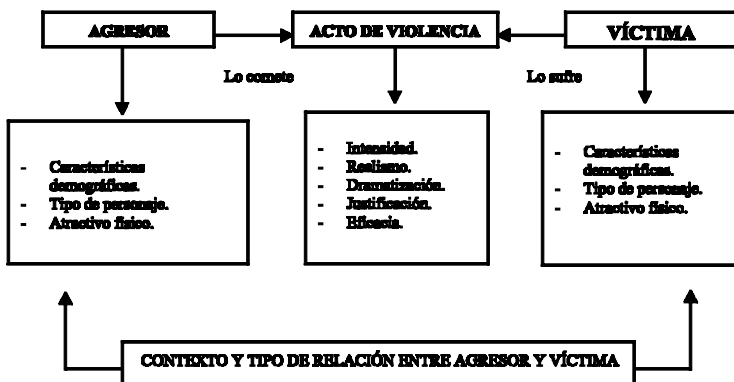
No cabe duda de que el proyecto de Indicadores Culturales supuso el primer intento por analizar con criterios de fiabilidad y validez la violencia en televisión. Sin embargo, desde los años sesenta se han desarrollado otros proyectos de investigación que han intentado mejorar algunos de los problemas que se planteaban en el proyecto liderado por Gerbner.

Una de las críticas que se ha efectuado al proyecto de Gerbner y colaboradores se refiere a la falta de validez de sus resultados, en cuanto que la definición de la violencia no recoge una dimensión importante como es la violencia psicológica.

La violencia física sorprende, puede asustar o atemorizar y preocupa porque puede generar efectos antisociales. Además, para los realizadores es un recurso útil para captar la atención de las audiencias, ya que se puede representar con alta visibilidad y vivacidad, sirve de “adorno” de cualquier narración audiovisual y permite poner en juego toda una batería de efectos audiovisuales (cámara lenta, efectos musicales, repeticiones, etc.). En cambio, la violencia psicológica parece más invisible, menos gráfica y se apoya en códigos verbales y no verbales como insultos, modos de habla particulares, amenazas, gestos de hostilidad, etc. A pesar de las dificultades que conlleva evaluar la violencia psicológica en la televisión, consideramos que ésta debe también analizarse aunque ello requiera una mayor esfuerzo de definición y de análisis. Su función social es clara (por ejemplo, la norma social indica que no se puede levantar la voz a un jefe pero *sí está permitido hacerlo* al dirigirse a un subordinado) y su reparto social es mucho más amplio en comparación con lo que sucede con la violencia física (Averill, 1982). Además, condiciona nuestras interacciones cotidianas, es especial, a la hora de resolver conflictos interpersonales.

Mustonen y Pulkkinen (1997) desarrollaron una investigación de análisis de contenido sobre la violencia en la televisión finlandesa, aportando una definición más amplia de la violencia ya se aludía tanto la violencia física como a la psicológica. Para esos autores un acto de violencia es “una acción que causa o pretende causar un daño a otra persona o a uno mismo, tanto de forma física o psicológica, e incluyendo amenazas implícitas, conductas no verbales y explosiones de cólera dirigidas contra animales y objetos inanimados” (p. 173). Es decir, un acto de violencia (o incidente PAT, *perpetrator, act y target*) incluye cualquier acción contra otra persona o grupo que implica dolor o sufrimiento (violencia física), pero también amenazas, abuso verbal, agresión mezclada con ironía y otros tipos de violencia psicológica (agresión psicológica). El daño psicológico lo definen como agresiones mediante mensajes simbólicos (insultos, amenazas, gestos de desprecio o presionar o forzar a alguien a hacer algo que no desea). También se incluyen en los análisis, como actos de violencia, aquellos dirigidos contra objetos inanimados y animales pero excluyen las actividades antisociales que no poseen la connotación de agresión (como robos).

FIGURA 1
Escenario o incidente violento (PAT) y componentes



Potter, Warren, Vaughan, Howley, Land y Hagemeyer (1997) también incluyeron en su definición de la violencia las muestras de agresión verbal, en este caso, para analizar los contenidos de no ficción (informativos). En cambio en el *National Television Violence Study* (1997), que representa la investigación de mayor envergadura hasta la fecha realizada sobre la violencia en televisión (con 2693 programas analizados, un total de 2500 horas de emisión de 23 cadenas de televisión de EE.UU. y muestras de programación de 17 horas al día), se sigue utilizando una definición de la violencia similar a la postulada por Gerbner.

Queda en evidencia que lo que realmente se necesita para poder evaluar la violencia psicológica (verbal y no verbal) es delimitar criterios de inclusión y exclusión para saber cuándo una determinada acción televisiva es un acto de violencia (física o psicológica) y también para *cortar* una unidad de análisis de contenido (cuándo comienza y cuándo termina un acto de violencia). A nuestro juicio, los tres criterios fundamentales para determinar que un acto cualquiera es violento son los siguientes. En primer lugar se debe apreciar (en el agresor) la *intención de dañar* a una víctima: es decir, no se trata de una conducta que, accidentalmente, causa daño en otro objeto o persona; quien actúa violentamente pretende hacerlo aunque las motivaciones puedan ser muy diferentes. En segundo lugar, el *daño* (en la víctima) puede ser físico o psicológico (tal como lo definen, por ejemplo, Mustonen y Pulkkinen, 1997). Y en tercer lugar, la violencia la comete un ser animado contra otro ser animado, contra animales o contra objetos inanimados.

Lo que tienen en común los estudios mencionados anteriormente es que se afirma que la violencia no se puede definir como un constructo unidimensional y que no existe un único tipo de violencia (Cantor y Nathanson, 1997). En este sentido, una segunda crítica realizada al proyecto de Indicadores Culturales se refiere a que cuando se calcula el *índice de violencia* no se establece ningún tipo de ponderación, con lo cual todos los actos de violencia analizados “pesan” igual (y la violencia analizada puede desarrollarse en diferentes contextos, con humor o sin él, en escenarios realistas o de fantasía, con gran despliegue de recursos audiovisuales o sin ellos, etc.) (Kunkel, Wilson, Donnerstein, Linz, Smith, Gray, Blumenthal y Potter, 1995). Es preciso reconocer que el problema de la violencia televisada no es su mera presencia (cuánta violencia se emite), sino que lo verdaderamente importante es describir la naturaleza y el *contexto* en el que se produce dicha violencia. Creemos que se debe apostar por una perspectiva de análisis que vaya más allá de la cuantificación de la violencia, dado que lo verdaderamente importante es saber por qué se utiliza la violencia en las narraciones de ficción y también si todos los tipos de violencia son igualmente dañinos. Ello significa reconocer la importancia del “contexto” en el que aparece la violencia. La violencia que se muestra en películas como *Terminator* o *Rambo* no es de la misma naturaleza que la que se observa en obras como *La lista de Schindler*, *Raíces* o *La bella y la bestia*. En todos estos relatos aparece violencia pero su inclusión cumple funciones diferentes. En este sentido, abordar algunos asuntos históricos (por ejemplo, sobre guerras) requiere incluir “actos” de violencia en la narración (Kunkel *et al.*, 1995). Por esta razón los últimos análisis de la violencia señalan que es más importante describir cómo se representa la violencia (criterio cualitativo y taxonómico o clasificador), que contabilizarla. Ello puede dar lugar a una perspectiva de análisis diferente, que nos permita analizar distintos escenarios de violencia y, en definitiva, centrar el análisis en las representaciones sociales de la violencia en el medio televisivo. Puede que nos encontremos con *subtipos* de violencia, algunos más dañinos que otros (véase del Río, 1996, en donde se muestra una clasificación en cuatro tipos de la violencia de televisión). Así se ha señalado que algu-

nos tipos de violencia pueden ser beneficiosos, siempre y cuando la violencia no sea reforzada, se muestren las consecuencias negativas (sufrimiento de las víctimas) y exista una moral(eja) que justifique su aparición. El “contenido” (violento) siempre puede estar matizado (su significado) por la “forma” de empaquetarlo y con ello dar un nuevo sentido al tema central de la narración. Esto implica adoptar nuevas formas de análisis de la violencia y apuntar criterios novedosos para el análisis de contenido. Este *análisis contextual* de la violencia requiere que en los estudios sobre la violencia televisada se recoja información pormenorizada sobre: 1) la naturaleza del agresor, 2) la naturaleza de la víctima (*target*), 3) las razones que conducen a la violencia, 4) la presencia o no de armas, 5) el grado de dramatización y vivacidad de la representación de la violencia, 6) el realismo del escenario de violencia, 7) las consecuencias de la violencia para el agresor (si ésta es reforzada o castigada), 8) las consecuencias de la violencia para la víctima, 9) y la presencia o no de humor en el escenario (*National Television Violence Study*, 1997).

Consideramos que es preciso, para analizar las representaciones sociales de la violencia, responder a las seis “w” (*who, what, when, where, why* y *how*): quién actúa violentamente y quién como víctima, qué se muestra, cuándo se actúa violentamente, dónde se ejerce la violencia, por qué se actúa violentamente (qué motivación subyace al acto violento) y cómo se representa la violencia (intensidad, realismo, dramatización, atractivo, eficacia) (Mustonen y Pulkkinen, 1997).

También consideramos que es preciso conectar los estudios de análisis de contenido, con estudios sobre los emisores (por qué y para qué se utiliza la violencia en televisión) y con investigaciones sobre los efectos que ésta provoca. Existe evidencia de que la violencia genera efectos directos, en el comportamiento (Gunter, 1996). Pero los efectos indirectos (cognitivos y afectivos, a largo plazo, acumulativos) parecen más relevantes que los directos. La televisión es una extensión del aula, pero no únicamente porque permite el aprendizaje (por observación o modelado) de comportamientos, sino principalmente porque es fuente de representaciones sociales sobre la realidad. Ello quiere decir que aunque hayamos criticado el planteamiento metodológico del proyecto de Indicadores Culturales, la esencia teórica de la que parte nos sigue pareciendo válida, en tanto que se preocupa por los efectos de aculturación, socialización y formación de representaciones a través del contacto simbólico con el principal contador de historias (*storyteller*) de nuestra era, la televisión (Morgan y Shanhan, 1996).

Notas

* Juan José Igartua Perosanz es doctor en Psicología. Ha impartido clases de Psicología de la Publicidad en la Universidad del País Vasco y actualmente es profesor de Comunicación Audiovisual en la Licenciatura de Comunicación Audiovisual y en el programa de doctorado *Comunicación, Cultura y Educación* de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Salamanca. Sus trabajos se centran en el estudio de los efectos de los medios, los estudios de recepción, la publicidad de servicio público y métodos de investigación en comunicación.

¹ El análisis de contenido es quizá el método de investigación más utilizado en comunicación, en particular, para estudiar el mundo “dramatizado” de la televisión. En un estudio realizado por Riffe y Freitag (1997), en el que se revisaban los artículos publicados entre 1971 y 1995 en la revista *Journalism and Mass Communication Quarterly*, se observaba que el análisis de contenido era el método de elección en el 24.6% de los casos (486 artículos de un total de 1977), observándose además que su utilización como técnica de recogida de datos se estaba incrementando de manera *lineal* con el paso de los años.

² En un estudio de meta-análisis realizado por Morgan y Shanahan (1996), utilizando como muestra las publicaciones realizadas en los últimos 20 años sobre el análisis del cultivo, se observaba que el *tamaño del efecto* es pequeño ($r=0.09$). Sin embargo, los autores concluyen que el *tamaño* del efecto (cuánta varianza del fenómeno se puede explicar aludiendo a la influencia de la televisión) es menos importante que la *dirección* del mismo. Además, este resultado es convergente con el planteamiento cultivacionista: la influencia de la televisión no se manifiesta a corto plazo, sino que supone un efecto sutil, producido como consecuencia de una exposición

acumulativa, durante largos lapsos de tiempo, a un sistema de mensajes estable y repetitivo en sus contenidos. Los factores que modelan nuestras creencias y representaciones sobre la realidad son múltiples; la televisión contribuye en este proceso, no como el principal agente causal (o la influencia más poderosa), pero sí constituye nuestro medio ambiente cultural en el cual nos socializamos.

Referencias

- AVERILL, J. (1982). *Anger and aggression*. Nueva York: Springer-Verlag.
- BARWISE, P. y EHRENBERG, A. (1988). *Television and its audience*. Londres: Sage.
- CANTOR, J. y NATHANSON, A. I. (1997). Predictors of children's interest in violent television programs. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 41 (2), 155-167.
- COLE, J., SCHRAMM, P., GREGORY, M., SUMAN, M. y REYNOLDS, J. (1997). *The UCLA television violence report 1997*. Los Angeles, CA: UCLA Center for Communication Policy.
- CONDRY, J. (1989). *The psychology of television*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- DEL RÍO, P. (1996). *Psicología de los medios de comunicación*. Madrid: Síntesis.
- GERBNER, G. (1977). *Mass media policies in changing cultures*. Nueva York: John Wiley and Sons.
- GERBNER, G. (1996). Fred Rogers and the significance of story. En M. Collins y M. M. Kimmel (Eds.), *Mister Rogers' Neighborhood: children, television and Fred Rogers*. Pittsburgh, PA: University of Pittsburgh Press.
- GERBNER, G. y GROSS, L. (1976). Living with television: the violence profile. *Journal of Communication*, 26, 173-199.
- GERBNER, G., GROSS, L., MORGAN, M. y SIGNORIELLI, N. (1980). The «mainstreaming» of America: violence profile number 11. *Journal of Communication*, 30 (3), 10-29.
- GERBNER, G., GROSS, L., MORGAN, M. y SIGNORIELLI, N. (1986). Living with television: the dynamics of the cultivation process. En J. Bryant y D. Zillmann (Eds.), *Perspectives on media effects* (pp. 17-40). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- GERBNER, G., GROSS, L., MORGAN, M. y SIGNORIELLI, N. (1990). Trazando la corriente dominante: contribuciones de la televisión a las orientaciones políticas. *Revista de Psicología Social*, 5(1), 71-79.
- GERBNER, G., GROSS, L., MORGAN, M. y SIGNORIELLI, N. (1996). Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación. En J. Bryant y D. Zillmann (Comps.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías* (pp. 35-66). Barcelona: Paidós.
- GUNTER, B. (1996). Acerca de la violencia de los media. En J. Bryant y D. Zillmann (Comps.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías* (pp. 223-286). Barcelona: Paidós.
- KRIPPENDORFF, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- KUNKEL, D., WILSON, B., DONNERSTEIN, E., LINZ, D., SMITH, S., GRAY, T., BLUMENTHAL, E. y POTTER, W. J. (1995). Measuring television violence: the importance of context. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 39, 284-291.
- LOMETTI, G. E. (1995). The measurement of televised violence. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 39, 292-295.
- MCQUAIL, D. (1994). *Mass communication theory. An introduction*. Londres: Sage (3ª edición).
- MORGAN, M. (1982). Television and adolescent's sex role stereotypes: a longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43 (5), 947-955.
- MORGAN, M. (1990). International cultivation analysis. En N. Signorielli y M. Morgan (Eds.), *Cultivation analysis. New directions in media effects research* (pp. 225-248). Newbury Park, CA: Sage.
- MORGAN, M. y SHANAHAN, J. (1996). Two decades of cultivation research: an appraisal and meta-analysis. *Communication Yearbook*, 20, 1-45.
- MORGAN, M. y SIGNORIELLI, N. (1990). Cultivation analysis: conceptualization and methodology. En N. Signorielli y M. Morgan (Eds.), *Cultivation analysis. New directions in media effects research* (pp. 13-34). Newbury Park, CA: Sage.
- MUSTONEN, A. y PULKKINEN, L. (1997). Television violence: a development of a coding scheme. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 41 (2), 168-189.
- NATIONAL TELEVISION VIOLENCE STUDY (1997). *National television violence study. Volume 1*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- POTTER, W. J., WARREN, R., VAUGHAN, M., HOWLEY, K., LAND, A. y HAGEMEYER, J. (1997). Antisocial acts in reality programming on television. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 41 (1), 69-75.
- RIFFE, D. y FREITAG, A. (1997). A content analysis of content analysis: twenty-five years of Journalism Quarterly. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 74 (3), 515-524.
- ROBERTS, D. F. y BACHEN, C. M. (1981). Mass communication effects. *Annual Review of Psychology*, 32, 307-356.
- RODA, R. (1989). *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporáneas*. Madrid: CIS-Siglo XXI.
- RODA, R. (1990). Televisión y cultura política. *Revista de Psicología Social*, 5(1), 63-70.
- SCHRAMM, Q., LYLE, J. y PARKER, E. P. (1961). *Television in the lives of our children*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- SIGNORIELLI, N. (1990). Television's mean and dangerous world: a continuation of the cultural indicators perspective. En N. Signorielli y M. Morgan (Eds.), *Cultivation analysis. New directions in media effects research* (pp. 85-106). Newbury Park, CA: Sage.
- SIGNORIELLI, N., GERBNER, G. y MORGAN, M. (1995). Violence on television: the Cultural Indicators Project. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 39, 278-283.
- SIGNORIELLI, N. y MORGAN, M. (1990). *Cultivation analysis. New directions in media effects research*. Newbury Park, CA: Sage.

- SIGNORIELLI, N. y MORGAN, M. (1996). Cultivation analysis: research and practice. En M. B. Salwen y D. W. Stacks (Eds.), *An integrated approach to communication theory and research* (pp. 111-126). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- WIMMER, R. D. y DOMINICK, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.