

Cultivo mediático e suas conseqüências: um problema e duas propostas para análise de efeitos dos media

Jorge Luiz Cunha Cardoso Filho *

Resumo:

O artigo discute as possibilidades de produção de inferências a partir da hipótese de *media effects* conhecida como Cultivo Mediático e apresenta duas propostas para demonstração de efeitos cultivados pelos Media para serem empregadas em investigações posteriores. Situada no âmbito das teorias de efeitos dos media a longo prazo, a hipótese do Cultivo Mediático busca demonstrar que uma sociedade cuja principal fonte de conhecimento é a TV, tende a perceber o mundo em que vive de acordo com o que é proposto pelo texto mestre desse aparato tecnológico. O objetivo desse artigo é apontar quais tipos de inferências podem ser construídas a partir desse modelo teórico e de que maneira é possível demonstrar o sucesso dessas inferências na análise dos efeitos dos Media.

Palavras-Chave: Cultivo; Inferência; Demonstração.

Abstract:

The article discuss the possibilities of production of inferences from the hypothesis of media effects known as Cultivation Process and presents two proposals for demonstration of cultivated effects to be employed in posterior inquiries. Situated in the scope of the theories of media effects in the long run, the hypothesis of the

* Doutorando no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Sociabilidade da Universidade Federal de Minas Gerais. E-mail: jcunha@fafich.ufmg.br

Cultivation Process searches to demonstrate that a society whose main source of knowledge is the TV, tends to perceive the world where it lives in accordance with what the master text of this technological apparatus presents. The objective of this article is to point which types of inferences can be constructed from this theoretical model and how it is possible to demonstrate the success of these inferences in the analysis of the media effects.

Keywords: Cultivation; Inference; Demonstration.

1. Origens da hipótese do Cultivo Mediático: *Cultivation Processes*

A hipótese do Cultivo Mediático, também conhecida como Teoria do Cultivo, Teoria da Cultivação ou Teoria do Efeito Cultivado, foi desenvolvida pelo pesquisador norte-americano George Gerbner a partir de um projeto de pesquisa denominado *Cultural Indicators*, em 1967. Na ocasião, o projeto buscava compreender as conseqüências do crescimento dos indivíduos num ambiente cultural centrado na televisão, através da análise das notícias e dos conteúdos violentos veiculados pelo meio. Mais tarde, o projeto se expandiu e passou a investigar os efeitos de qualquer conteúdo televisivo. De maneira preliminar, pode-se afirmar que essa hipótese considera que “cultivo é um contínuo e dinâmico processo de interação entre mensagens, audiências e contextos” (GERBNER *et al*, 2002, pp. 49)

ⁱ. É possível identificar o *corpus* teórico do qual deriva a hipótese do Cultivo Mediático como a teoria de efeitos de socialização. Defleur e Ball-Rokeach explicam que:

Segundo uma perspectiva individual, a socialização equipa-nos para comunicar, pensar e resolver problemas utilizando técnicas aceitáveis pela sociedade, e, de maneira geral, para conseguirmos nossas adaptações singulares a nosso ambiente pessoal. Do ponto de vista da sociedade, a socialização leva seus membros a um conformismo suficiente, de modo a poderem ser preservadas a ordem social, a previsibilidade e a continuidade (DEFLEUR & BALL-ROKEACH, 1993, pp. 226)

Essa derivação implica que a hipótese do Cultivo Mediático sofre dos mesmos problemas que abalaram a maioria das perspectivas de investigação no âmbito da socialização: desenvolver meios de comprovar suas teses levando em consideração tanto essas adaptações pelas quais os indivíduos passam quanto o aspecto contínuo e previsível dos padrões sociais. Enquanto não se resolve esse impasse, a hipótese do Cultivo Mediático continua uma mera hipótese.

O termo *cultivo* é empregado, normalmente, para se referir aos cuidados com plantações – cultivo de hortaliças – ou terrenos, mas também está intimamente relacionado ao termo cultura. Na realidade, ambos são sinônimos – sendo possível se referir à cultura de hortaliças – o que permite aproximar a hipótese do Cultivo Mediático a uma espécie de hipótese da Cultura Mediática. Estabelecer a relação entre esses termos é importante porque no período em que a hipótese se desenvolveu, final da década de 60, a TV representava com força visão predominante do mundo através da sua capacidade de *enculturação*. Esse conceito, formulado pela antropologia, se refere ao processo de assimilação de valores, linguagem e julgamentos que permitem aos indivíduos a socialização.

Quando Gerbner afirma que a TV cultiva determinados efeitos nos espectadores, o autor está chamando atenção para o processo dinâmico e contínuo característico de todas as práticas de enculturação. Ele procura demonstrar que sua hipótese está preocupada com os efeitos a longo prazo e não com os efeitos imediatos dos media, o que distingue essa construção teórica das perspectivas que pensam a ação dos meios como causadores de efeitos diretos para uma outra que os entende como alteradores da estrutura cognitiva e de socialização das pessoas. Esse processo de cultivo, no qual os indivíduos estão inseridos, tem como principal ator a televisão – responsável pela maior parte dos referenciais partilhados pela sociedade contemporânea.

Partindo da idéia de uma sociedade centrada nos media, Gerbner afirma que, ao contrário de outros meios de comunicação de massa, como o rádio e o cinema, a televisão não perdeu sua força, uma vez que é ela quem fornece grande parte das informações sobre os assuntos que os indivíduos não experimentarão pessoalmente, “a TV é um sistema centralizado de narrativas. Seus dramas, comerciais, notícias e outros programas levam um sistema relativamente coerente de mensagens para o interior de cada casa” (GERBNER *et al*, 2002, pp. 44). Essas informações veiculadas pela televisão

são usadas como atalhos para a construção dos juízos relativos às mais diversas situações, o que reafirma a idéia da TV como um dos agentes privilegiados do processo de cultivo.

A formulação básica da hipótese do Cultivo Mediático é que os espectadores assíduos de TV tendem a perceber a realidade de acordo com o que é veiculado pelo meio, não se tratando da noção de "janela para o mundo" – como considerou Walter Lippman ao estudar os efeitos dos media, no capítulo de abertura de *Public Opinion* (1922) – mas a noção de um mundo em si mesmo, um ambiente simbólico dominante. O pesquisador L. J. Shrum explica que:

A teoria do cultivo é uma teoria sobre os efeitos da experiência indireta na construção da realidade social. Na sua forma mais simples, a teoria do cultivo sugere que a experiência indireta adquirida da televisão irá substituir a experiência direta como primeiro embasamento para o desenvolvimento das crenças sociais. (SHRUM, 2001, pp. 188)

Essa percepção moldada pelo conteúdo televisivo incide sobre o julgamento do espectador assíduo, que tenderá a responder a questões relativas àquele conteúdo com uma "resposta de televisão", mesmo que as estatísticas sobre o assunto, na realidade, sejam diferentes. Tal hipótese aponta para um efeito poderoso dos media na sociedade e toma como ponto pacífico o fato dos indivíduos não conseguirem distinguir entre os conteúdos televisivos e os problemas reais, apostando na confusão dos espectadores assíduos no que diz respeito a esses assuntos.

A crítica estabelecida pelo próprio Shrum, no entanto, complexifica a idéia do efeito cultivado. Segundo o autor, os julgamentos estão vinculados aos conteúdos televisivos porque estes são mais acessíveis que outros conteúdos, e não porque os espectadores já não conseguem diferenciar entre o que é ficção e o que é realidade. Seu argumento deriva de um princípio subjacente das pesquisas em cognição social: o princípio da suficiência/heurística. "Este princípio estabelece que, quando as pessoas

constroem julgamento, elas normalmente não utilizam toda a informação relevante para o julgamento, mas somente uma pequena porção de informação já disponível” (SHRUM, 2002, pp. 71). Desse modo, os espectadores assíduos tendem a ter os conteúdos veiculados pela televisão disponíveis e mais acessíveis no processo de construção do julgamento, o que seria um forte indício de efeito cultivado.

Inicialmente formulada para compreender os modos como a exposição freqüente aos conteúdos de violência mediática influenciava a opinião dos indivíduos sobre a possibilidade de serem vítimas de crime, a hipótese do Cultivo Mediático ganhou elasticidade e passou a ser empregada para avaliar a influência exercida pela TV sobre expectativas de casamento e de amor, sobre estatísticas de desigualdade social ou mesmo sobre políticas públicas. Enquanto alguns autores insistem na idéia de que cada gênero mediático vai cultivar respostas específicas nos espectadores assíduos e que, portanto, é preciso distinguir entre os diferentes conteúdos televisivos - “a exposição à ficção televisiva irá contribuir para percepções diferentes das que seriam produzidas pela exposição aos esportes televisionados ou notícias televisivas” (GANDY JR & BARON, 1998, pp. 512) -, outros pesquisadores afirmam que não se trata mais de identificar um efeito cultivado por cada gênero mediático apenas, mas de compreender como o sistema narrativo característico da televisão promove influência no processo de construção de julgamentos e comportamentos. “Exposição ao padrão total ao invés de gêneros específicos ou programas é, portanto, o que conta para as conseqüências historicamente distintas de viver com a televisão: o cultivo de conceitos de realidade partilhados por diferentes públicos” (GERBNER *et al*, 2002, pp. 44).

As pretensões da hipótese do Cultivo Mediático se voltam, então, para o estabelecimento das relações entre o *texto mestre*ⁱⁱ televisivo e o efeito que ele cultiva em espectadores assíduos. As pretensões também avançam no sentido de identificar como os efeitos de nível perceptivo são capazes de proporcionar atitudes e comportamentos que afetarão o “mundo real” –

como se engajar numa campanha contra o desarmamento, ou na luta pela preservação do meio ambiente. Nesse sentido, os pesquisadores associados à hipótese do Cultivo Mediático distinguem dois níveis de efeitos: os efeitos em primeira ordem, que atuam no âmbito perceptivo e cognitivo, cultivando um “julgamento televisivo” no espectador assíduo, e os efeitos em segunda ordem, que atuam no âmbito das atitudes e comportamento desse espectador – podendo levá-lo a adotar medidas condizentes com o proposto pelo texto mestre televisivo. Nabi e Sullivan (2001), por exemplo, exploram os efeitos em segunda ordem da hipótese do Cultivo Mediático numa pesquisa sobre os efeitos da TV no engajamento dos cidadãos em medidas preventivas contra o crime e apontam alguns caminhos metodológicos para o refinamento da hipótese.

Entre os principais desdobramentos já propostos, se destacam: a concepção da teoria da ação razoávelⁱⁱⁱ que é usada a fim de complementar a análise de efeitos cultivados. “Pesquisas na área têm demonstrado evidências que, sob circunstâncias apropriadas, ‘visões de mundo’ podem de forma confiável prognosticar intenções de comportamentos e, de fato, transformar comportamentos” (NABI & SULLIVAN, 2001, pp. 807). O efeito da *linha central*^{iv}, que indica que os espectadores assíduos sofrerão de maiores efeitos cultivados se não tiverem qualquer tipo de experiência com o tema narrado pela TV, “especificamente, aqueles cujas experiências são mais discrepantes do mundo da televisão são os mais prováveis de serem influenciados por sua mensagem” (SHRUM & BISCHAK, 2001, pp.190). O efeito de *ressonância*^v, oposto ao efeito da linha central, que afirma que espectadores assíduos que já tiveram experiência direta com o tema apresentado sofrem uma dose dobrada do efeito cultivado, “aqueles cujas experiências de vida são similares às experiências apresentadas pelo mundo da TV serão os mais prováveis influenciados pela mensagem” (SHRUM & BISCHAK, 2001, pp.191). E o efeito de *impacto impessoal*^{vi}, que aponta que a percepção do efeito cultivado ocorre, em primeiro lugar, no âmbito social ou pessoal e, posteriormente na natureza direta ou indireta da experiência, na qual o indivíduo avalia a proximidade do tema em relação a si mesmo,

“isso sugere que o efeito de ver televisão varia em função do tipo de julgamento” (SHRUM & BISCHAK, 2001, pp.193).

Tais desdobramentos indicam uma preocupação dos pesquisadores dessa hipótese em identificar moderadores que atuem sobre a influência do cultivo dos media, aumentando ou reduzindo seu efeito. Esses moderadores buscam conceder maior importância às experiências individuais dos espectadores, ao relacionamento estabelecido entre estes e o texto mestre televisivo e, finalmente, às demais fontes de conhecimento além dos media.

Explorar os modelos teóricos contemporâneos da investigação em *media effects* pode contribuir significativamente para a compreensão dos padrões de julgamento, percepção e atitude de uma sociedade cada vez mais calcada nos meios de comunicação massa. Explorar essa hipótese, em particular, implica conhecer seus pontos fortes e fracos, apontar caminhos que norteiem pesquisadores e reconhecer seus limites. Aspectos abordados a seguir.

2. O problema da inferência

A fim de atingir o objetivo de examinar com profundidade os limites e possibilidades que a hipótese do Cultivo Mediático possui na sua aplicação é necessário avaliar o mecanismo através do qual se chega a algumas conclusões a partir dos seus pressupostos: o processo de *inferência*^{vii}.

A inferência é um processo de dedução, através de raciocínio lógico, no qual o indivíduo chega à determinada conclusão sobre o fenômeno ou objeto analisado. É, portanto, uma ação constituinte de qualquer atitude de interpretação do sujeito e a principal ferramenta empregada pelos pesquisadores para a produção de conhecimento. Entretanto, o ato de

inferir algo em relação a um objeto ou fenômeno obedece a certas regras, não podendo ser avaliada como uma boa inferência qualquer conclusão a que se chegue após a observação do mesmo. Uma pesquisa realizada por Jan Van den Bulck (2004) em Flandres, por exemplo, testa o sucesso de três inferências produzidas a partir da observação da relação que se estabelece entre ver crimes na televisão e temer ser vítima de crime, além de sugerir uma quarta hipótese que considera impossível relacionar o consumo de TV às percepções do indivíduo.

A primeira dedução testada por Bulck é a que mais se aproxima, segundo ele, da hipótese do Cultivo Mediático e afirma que, se a pessoa é um espectador assíduo de crimes na TV, então temerá mais ser vítima de crime que um espectador ocasional. Essa inferência estabelece uma relação direta entre o ato de ver os crimes na TV e a sensação de exposição aos crimes na vida real. De maneira similar, a segunda dedução testada pelo pesquisador vai estabelecer o mesmo tipo de relação direta, mas desta vez é o temor real que leva o indivíduo a refugiar-se nas informações da TV: se o indivíduo teme ser vítima de crimes, então assistirá mais crimes na TV para aprender a conviver com o próprio temor. A terceira inferência testada por Bulck, ao contrário, não estabelece uma relação direta entre o ato de ver TV e o julgamento sobre a criminalidade, mas sugere apenas uma relação indireta. Ela afirma que, se o indivíduo teme ser vítima de crime, ele não sairá de casa, então ele assistirá mais TV. A pesquisa de Bulck é importante para o desenvolvimento da hipótese do Cultivo Mediático porque mostra como é possível produzir deduções diferentes a partir da observação do mesmo fenômeno. O pesquisador quer descobrir qual a relação entre o ato de ver crimes na TV e temer ser vítima de crimes na vida real, fazendo uma série de inferências sobre essa relação.

Um dos critérios utilizados para saber se uma inferência é melhor que a outra é o critério de economia que envolve os termos p e q da relação. Dessa maneira, quando o primeiro termo implica diretamente o segundo, ou

seja, quando há uma relação de causa e consequência entre os dois termos, é possível afirmar que a inferência é bem sucedida no aspecto lógico-formal. As duas primeiras inferências produzidas por Bulck, então, são as que melhor seguem esse princípio. A terceira dedução pode ser desdobrada em duas, da seguinte maneira: se temer ser vítima de crime, então não sairá de casa – primeira inferência – se não sai de casa, então vê mais TV – segunda inferência. Pelo critério econômico, portanto, essa dedução é menos satisfatória que as outras duas porque não consegue estabelecer uma relação direta de causa e efeito entre os termos p e q . O problema principal é que embora as duas primeiras deduções sejam melhores no aspecto lógico-formal, é a terceira que reúne as condições necessárias para se confirmar empiricamente, segundo as considerações primordiais da hipótese do Cultivo Mediático e não primeira, como acreditava Bulck.

Uma crítica formulada, há muitos anos, por Paul Lazarsfeld e Robert Merton, por exemplo, pontua que mesmo que o consumo de bens culturais de massa seja significativo, essa observação não permite inferir quais efeitos eles possuem sobre a sociedade. Segundo os autores, são inferências que:

Focalizam o que as pessoas fazem, e não o impacto social e psicológico deste meio. O fato de se conhecer o número de horas que as pessoas utilizam o rádio nada nos indica sobre os efeitos daquilo que ouvem. O conhecimento dos dados de consumo no campo dos mass media dista muito de seus efeitos totais sobre o comportamento, as atitudes e as perspectivas. (LAZARFELD & MERTON apud LIMA, 2000, pp. 112 – 113)

De modo semelhante, é possível objetar que o fato de conhecer os hábitos de consumo de crimes televisivos de um indivíduo não indica, necessariamente, os efeitos daquilo que ele vê, tampouco os julgamentos que ele constrói a respeito do que viu. Conhecer seu temor em ser vítima de crime, do mesmo modo, não indica os hábitos que ele irá desenvolver para vencer tal sensação – embora seja plausível pensar numa consulta ao psicólogo, ou aos programas especializados de televisão. Isso porque, entre o fato observado e a conclusão construída, existe o indivíduo, que sofre

pressões de outros atores sociais nas suas percepções de mundo, julgamentos e atitude.

Essa é uma crítica forte, constantemente reformulada pelos que se contrapõem à hipótese do Cultivo Mediático. Os pesquisadores do campo da recepção, sobretudo, vem demonstrando como esse suposto cultivo praticado pelos media é falacioso, na medida em que tomam o espectador como passivo.

Segundo a perspectiva da recepção, parece lógico argumentar que outras circunstâncias intervêm e podem neutralizar o processo de cultivo, que os espectadores assistem seletivamente, que a seleção de programas faz diferença, e que o modo como os espectadores constroem sentidos a partir dos programas é mais importante que a quantidade de TV eles assistem. (GERBNER et al, 2001, pp. 48)

Essas afirmações, segundo Gerbner *et al*, são irrefutáveis. Muitas pesquisas já foram realizadas demonstrando que os espectadores não são "folhas em branco nas quais os media deixam impressas suas mensagens". A questão, para os autores, é outra. Reconhecer que há diferenças nos modos de consumir a televisão não implica negar a possibilidade de estabelecer padrões cultivados pelo aparato televisivo. Ao contrário, são essas diferenças perceptíveis no consumo de TV que legitimam a dedução de um padrão de significados compartilhados culturalmente. Uma metáfora, utilizada pelo autor e seus colegas de pesquisa, compara o efeito do cultivo mediático ao da força da gravidade na Terra, afirmando que "o ângulo e a direção da força depende de onde os grupos de espectadores e seus estilos de vida estão em referência à linha de gravidade, a linha central do mundo da televisão" (GERBNER *et al*, 2001, pp. 49).

A articulação entre teoria da Ação Razoável e hipótese do Cultivo Mediático, como proposta por Nabi e Sullivan (2001), por exemplo, busca integrar esses dois aspectos da investigação dos *media effects*: os estilos de vida de indivíduos distintos e o texto mestre construído pela TV. O operador da ressonância, bem como o de impacto impessoal, chamam atenção para as

experiências particulares dos indivíduos ou de grupos de indivíduos sobre determinados assuntos e os modos como essas experiências interferem no efeito cultivado. Esses desenvolvimentos apontam respostas que a hipótese do Cultivo Mediático oferece às críticas fundamentadas no paradigma do espectador passivo. Apesar de todos essas experiências, afirma Gerbner, “a polissemia não é ilimitada e leituras preferenciais podem ter maior força. Glorificar ou privilegiar apenas o fator polissêmico é correr o risco de remover os vestígios de poder articulador ou determinante do texto” (GERBNER *et al*, 2001, pp. 48).

Fica estabelecido, portanto, que as melhores inferências produzidas a partir dessa hipótese são as que apontam a existência de um indivíduo que sofre pressões de outros atores sociais – como os partidos políticos, grupos religiosos, familiares etc. – entre o ato de ver TV e a ação ou julgamento praticada posteriormente. Ora, o grande problema torna-se, então, explicar qual a causa da ação ou julgamento praticado posteriormente. A causa é necessariamente da TV, último ator consultado pelo indivíduo antes de realizar a ação? Ou os outros atores sociais com os quais o indivíduo estava em contato foram os causadores da atitude? A televisão teria poder para incutir determinada percepção? Ou apenas reforça percepções já existentes?

Colocada dessa forma, a questão se volta para uma antiga discussão no âmbito dos estudos em *media effects* sobre efeitos limitados ou poderosos dos meios de comunicação de massa, que não contribui significativamente para o avanço do campo da Comunicação. É razoável afirmar que a “televisão é a fonte da maior parte de imagens e mensagens partilhadas da história. É a linha central do ambiente simbólico comum no qual nossas crianças nascem e no qual todos nós vivemos nossas vidas” (GERBNER *et al*, 2001, pp.43) e que, portanto, exerce influência nos modos de percepção da realidade dos indivíduos – o que não é razoável é supor que ela se constitui como a única fonte de imagens e mensagens partilhadas

contemporaneamente, erro cometido por muitos pesquisadores que superestimam o aspecto mediático da sociedade contemporânea. A análise de efeitos cultivados pelos media deve ser feita, portanto, pressupondo o embate entre efeitos cultivados por atores sociais distintos – os media, a escola, o partido político – e não observando a dimensão mediática, apenas.

O delicado é o fato que a TV pode se apropriar dos discursos de outros atores sociais, adquirindo outra vez o status de única e principal fonte de imagens e mensagens partilhadas – na medida em que se constitui como espaço privilegiado de visibilidade pública. É através desse meio que os indivíduos constroem seus atalhos, afinal, e são esses os conteúdos mais acessíveis aos espectadores assíduos. Caso não ganhassem a visibilidade concedida pela televisão, dificilmente os indivíduos teriam acesso àqueles conteúdos e formariam seus juízos – detalhes sobre seus partidos políticos ou sobre a opinião de seus líderes religiosos, por exemplo. A dedução que os pesquisadores da hipótese do Cultivo Mediático produzem legitimados por essa constatação é: se ganhar visibilidade através da televisão, então o efeito é produzido pela TV. Embora seja uma inferência econômica, ela ainda se baseia no pressuposto da causa-conseqüência das teorias de efeitos diretos. É necessário distinguir o texto mestre televisivo das narrativas clássicas que a TV se apropria, a fim de não responsabilizar os media pelos juízos, percepções e comportamentos construídos há muito tempo por outros atores sociais: como as fábulas ou a sociedade burguesa, por exemplo.

Esse equívoco foi cometido por Chris Segrin e Robin Nabi (2002), por exemplo, ao analisarem as expectativas idealizadas que os adolescentes possuíam sobre o casamento e suas intenções em casar. As autoras supunham que o principal contribuinte para as expectativas idealizadas de casamento eram os programas de TV, que veiculavam histórias de casais felizes para sempre, compreensivos e cúmplices, características que não condiziam com as relações de matrimônio reais. Segrin e Nabi se apressam em afirmar, desse modo, que a televisão cultivou esse efeito nos

adolescentes, não atentando para a concepção romantizada que as relações entre homens e mulheres normalmente adquiriram nas narrativas clássicas. Essa distinção é imprescindível para se compreender quais efeitos são cultivados especificamente pelos media, através de suas características e gramáticas próprias, e quais são cultivados por outros atores da sociedade.

Um dos principais problemas da hipótese do Cultivo Mediático, como se pretendeu demonstrar, é que nem todas as inferências produzidas a partir de suas asserções fundamentais são boas. Algumas delas não respeitam a perspectiva de longo prazo da hipótese, outras a idéia de efeito indireto e cumulativo e outras não estabelecem qualquer distinção entre uma "resposta da TV" e uma "resposta de narrativa clássica", considerando qualquer conteúdo que seja veiculado pela TV como um conteúdo tipicamente televisivo. No entanto, alguns cuidados podem ser tomados pelos pesquisadores para evitarem inferências imprudentes ou ousadas demais sobre os efeitos que a TV exerce na sociedade contemporânea a partir da hipótese do Cultivo Mediático.

Tomadas essas precauções, espera-se que: a) os pesquisadores consigam produzir deduções mais complexas sobre a condição necessária para a existência do cultivo mediático, b) que eles sejam capazes de apontar um elemento básico do efeito cultivado pelos media e c) que sejam capazes de identificar situações exemplos nas quais o efeito cultivado pelos media se comprove de maneira empírica.

3. Duas propostas para demonstração do efeito cultivado

A investigação a partir da hipótese do Cultivo Mediático possui, pelo menos, dois momentos bastante distintos. O primeiro corresponde a uma análise do texto mestre televisivo, que identifica os padrões recorrentes e estáveis dos

conteúdos veiculados. Um segundo momento é o da pesquisa de opinião, que acessa a percepção e julgamentos dos indivíduos sobre os mais variados assuntos. Correspondências identificadas entre o que é proposto pelo texto mestre da TV e os julgamentos construídos pelos espectadores assíduos são as comprovações de um efeito cultivado.

É necessário refinar os operadores de análise utilizados tanto na primeira etapa da investigação quanto na segunda a fim de deixar mais evidentes os elementos básicos que provam a cultivação de um efeito pela TV. Oscar Gandy Jr. e Jonathan Baron (1998), por exemplo, se aprofundaram de maneira mais consistente no estabelecimento dessa relação ao estudarem o modo como os brancos e os negros fazem seus julgamentos sobre desigualdade social nos Estados Unidos. Para os autores, as experiências anteriores dos indivíduos são extremamente importantes no estabelecimento do julgamento, por isso, eles decidiram construir uma pesquisa de opinião que revelasse o maior número de influências que os entrevistados brancos e negros sofriam, além da influência da televisão – esforço que refina o segundo momento da investigação de cultivo. No desenvolvimento da primeira etapa, os autores sugerem que são os *frames*^{viii} televisivos que devem ser analisados e não somente o conteúdo veiculado – o texto mestre pode ser identificado a partir da constatação das molduras específicas que a TV cria para os conteúdos veiculados e o efeito de cultivo ocorre devido à exposição cumulativa às mesmas.

Assumindo que a influência a exposição de molduras recorrentes é cumulativa, a preponderância de molduras esporádicas parece influenciar não apenas as estimativas sobre extensão do problema, mas as crenças, independente das explicações mais razoáveis para os fatos (GANDY JR. & BARON, 1998, pp. 510)

O que Gandy Jr. e Baron fazem, de maneira muito preliminar, é uma articulação entre a hipótese do Cultivo Mediático e a pesquisa de *Framing* para compreender que tipo de efeito é esse que a TV pode cultivar nos espectadores assíduos. Norte-americanos negros e brancos, que assistam freqüentemente televisão, argumentam os autores, farão suas estimativas e

atribuirão culpa pela desigualdade a depender do modo como o tema seja apresentado. De maneira geral, os autores afirmam que se a moldura do tema apresenta a desigualdade como um problema histórico, de responsabilidade social, os dois grupos tendem a considerar a desigualdade como grande e atribuem a culpa ao governo e a falta de políticas públicas de ações afirmativas. Se, por outro lado, a moldura do tema apresenta a desigualdade como um problema individual, de responsabilidade pessoal, os grupos divergem nos julgamentos e atribuem a culpa um ao outro.

Na primeira etapa de análise da hipótese do Cultivo Mediático, a de identificação do texto mestre televisivo, é necessário que não só os padrões recorrentes e estáveis de conteúdo sejam avaliados como também as molduras recorrentes que acompanham esses conteúdos, para que dois tipos distintos de indícios sejam reunidos para apontar um efeito cultivado pela TV. Algum tipo de confusão pode haver quando somente o conteúdo recorrente é analisado – essa é uma resposta específica da TV? Ou é uma resposta de ideologia política? – mas se o aspecto formal, o modo recorrente como o conteúdo é apresentado, também é alvo da análise, então, é possível definir de maneira mais convincente “quem” cultivou aquele julgamento no indivíduo.

Esse tipo de análise do texto mestre televisivo se torna mais interessante quando os modos como os diferentes atores sociais enquadram o mesmo conteúdo são distintos. Uma eleição política, por exemplo, que é tradicionalmente abordada pelo ângulo da “corrida de cavalos” na TV, pode ser abordada numa perspectiva de “celebração da democracia” por um partido político. A identificação das molduras diferentes para o mesmo assunto – disputa ou comemoração – permite afirmar, de maneira mais segura, qual ator social cultivou o efeito no indivíduo. Temas relacionados à sexualidade, que podem ser apresentados pela TV por meio de um enquadramento de precauções e medidas pelo sexo seguro – implicando liberdade sexual – ou através de um enquadramento que implique

repressão e censura a determinadas escolhas sexuais, por uma organização como a Igreja, por exemplo. Esse tipo de análise comparativa soma indícios fortes de efeitos cultivados para a hipótese em questão e deve se tornar etapa obrigatória nas pesquisas sobre o Cultivo Mediático.

Quando os enquadramentos dos diferentes atores sociais são similares há outro modo de estabelecer se o efeito foi cultivado pela TV, instituição religiosa ou grupo político, por exemplo. Deve-se ser capaz de reconhecer as marcas impressas pela TV, tanto no conteúdo quanto na sua forma de apresentação, sobre pena de reduzir a análise do texto mestre televisivo a uma simples análise dos conteúdos e posições ideológicas que o aparato veicula.

William Eveland Jr. (2003) faz uma crítica pertinente às investigações em *media effects* que não conseguem apontar quais as características dos meios de massa que estão favorecendo a produção de determinados efeitos na sociedade. Segundo ele:

Pesquisas demais dentro do paradigma da teoria dos efeitos dos media não se direcionam, na verdade, para os efeitos dos media. Ao invés disso, elas focalizam nos efeitos dos conteúdos que são simplesmente veiculados pelos variados media (EVELAND JR., 2003, pp. 408)

Essa crítica formulada pelo autor demonstra como a maioria das definições sobre efeito dos media é simplificado ou vago. Na sua perspectiva, ao invés das pesquisas focalizarem o mero estudo dos efeitos dos media é necessário apontar quais elementos e particularidades produzem os efeitos, pois assim, mesmo os pesquisadores que não adotam os pressupostos dos *media effects* poderiam se beneficiar dos estudos, promovendo o fortalecimento do estudo dos fenômenos da comunicação de massa. Visando sanar esse problema, Eveland Jr. sugere que as investigações sobre a relação entre media e efeitos na sociedade sejam realizados pelo viés da Combinação de Atributos, uma abordagem que considera que cada media é composta por elementos diferenciados que exercem efeitos sobre o público – esses

elementos podem ser indicados pelos pesquisadores na medida que forem descobertos – e que parte de uma perspectiva histórica linear, o que contribui para uma visão dos novos media como uma variação de outros já existentes. O aspecto fundamental na perspectiva que o autor deseja instaurar é o foco nos elementos da linguagem mediática que vão configurar os conteúdos e, necessariamente, produzir efeitos diferenciados na audiência.

Ao focalizar de volta o campo dos media pela perspectiva da combinação de atributos, nós estamos tentando desenvolver mais e melhores teorias que estejam centradas em questões mais relevantes para as pesquisas de comunicação de massa (EVELAND JR., 2003, pp. 405)

A abordagem a partir da Combinação de Atributos ainda não foi testada pelos pesquisadores associados à hipótese do Cultivo Mediático para analisar efeitos produzidos pela TV, por isso pode se conformar como uma das alternativas viáveis para demonstração de suas teses. Pode, ainda, revelar os elementos específicos dos media que favorecem o cultivo de padrões perceptivos determinados. A análise do texto mestre seria antecedida por uma análise do media, que permitiria identificar as características de sua linguagem e reiterabilidades próprias. Eveland Jr. apresenta cinco atributos iniciais, além do conteúdo, que devem ser analisados nos sistemas de mensagens mediáticos: interatividade, organização, controle, canal e textualidade. Uma congruência detectada entre as características da resposta do espectador assíduo e das características básicas do texto mestre televisivo seria indício de efeito cultivado, neste caso.

O atributo *interatividade* mede a extensão que os media são capazes de ativar ou encorajar interatividade com a audiência. *Organização* mede a extensão com a qual o conteúdo é organizado de maneira linear ou não-linear. *Controle* é um atributo que resulta da relação entre interatividade e organização, mede a extensão do usuário em alterar o andamento, a ordem e a quantidade do que é apresentado. *Canal* avalia os sentidos estimulados

pelo media para produzir seus efeitos: visual, auditivo ou audiovisual, por exemplo, além das possibilidades de estímulo ao aspecto táctil ou olfativo. Por fim, *textualidade* mede a extensão com que o media utiliza símbolos textuais. Eveland Jr. define, então, a TV como um meio de comunicação com baixa interatividade e estrutura de organização linear, com extensão de controle também baixa, uma vez que nem o andamento, nem ordem, tampouco a quantidade do conteúdo podem ser modificados. Níveis altos de sentidos estimulados (tanto o visual quanto o auditivo), mas baixo índice de símbolos textuais.

Uma análise pelo viés da Combinação de Atributos do texto mestre televisivo, segundo Eveland Jr., constrói explicações mais claras sobre os efeitos produzidos por esse meio, maior facilidade de teorização sobre os efeitos, maior habilidade em explicar exceções, habilidade de incorporar usos atípicos da tecnologia e a eliminação da necessidade de reinventar a teoria após o surgimento de um novo meio de comunicação. Ao invés de focalizar no mero estudo dos efeitos dos media, ela aponta quais elementos e particularidades produzem efeitos. Como a proposta do autor é que essa abordagem dê conta tanto de efeitos dos media como das novas tecnologias de comunicação, é plausível testar o funcionamento da mesma para identificação de um efeito cultivado.

Se a mesma eleição política ou campanha sobre sexualidade, por exemplo, fosse apresentada através de enquadramentos similares tanto pelo texto mestre da TV quanto pelos partidos políticos ou Igreja, o pesquisador poderia recorrer à identificação dos atributos de texto mestre televisivo presentes na resposta do espectador assíduo. Respostas com grande número de metáforas visuais – devido ao alto nível do atributo canal – e respeitando os princípios de linearidade típicos da gramática televisiva – relacionado ao atributo organização – seriam as comprovações do efeito cultivado, nesse caso.

Além de contribuir para a coleta de indícios de efeito cultivado pela televisão e não pelos outros atores de socialização – mesmo quando seus enquadramentos são similares –, uma investigação integrada entre Combinação de Atributos e Cultivo Mediático possibilita a identificação dos elementos de linguagem mediática que contribuem para produção dos efeitos.

As duas propostas apresentadas para reunir indícios consistentes de efeito cultivado pela televisão – *Framing* e Combinação de Atributos – respeitam as formulações iniciais da hipótese do Cultivo Mediático – perspectiva a longo prazo, efeitos indiretos e de socialização –, complexificam as condições necessárias para a existência de seu efeito e indicam situações exemplos nas quais o efeito cultivado pode ser identificado. Sugere-se que as articulações desenvolvidas nesse artigo sejam testadas em investigações empíricas, a fim de comprovar ou refutar a eficácia das integrações propostas.

4. Considerações finais

A partir da afirmação inicial da hipótese do Cultivo Mediático, pesquisadores produzem as mais variadas inferências sobre os efeitos sociais do ato de ver TV – Gross & Aday (2003) ou Romer, Jamieson & Aday (2003) – sem se preocupar em reunir indícios evidentes de um efeito possivelmente cultivado pela televisão. A maior parte dessas inferências são construídas de maneira extremamente econômica, mas sem respeitar as prerrogativas básicas da hipótese inicial. Inferências frágeis são incapazes de sustentar uma afirmação forte como a estabelecida pela hipótese do Cultivo Mediático e, portanto, devem ser reparadas a partir da reunião de pistas mais convincentes.

Dois modos de obtenção dessas pistas foram apontados nesse trabalho, a fim de contribuir para a construção de deduções mais seguras sobre efeitos cultivados. Uma dessas propostas baseia-se na formulação inicial feita por Oscar Gandy Jr. e Jonathan Baron (1998), que integra a análise de efeitos cultivados à pesquisa de *Framing*, e sugere que os enquadramentos que acompanham os conteúdos veiculados também sirvam de indícios para analisar a ocorrência de um efeito cultivado. A outra proposta se fundamenta numa crítica formulada por William Eveland Jr. (2003) sobre pesquisas em *media effects* que não apontam quais os elementos da linguagem mediática que produzem efeitos na sociedade, e sugere que os elementos de linguagem mediática que acompanham os conteúdos também sirvam de indícios para analisar a existência de efeito cultivado.

Dessa forma, deduções do tipo “se é espectador assíduo de violência na TV, então acredita que o mundo real é violento” serão substituídas por esse tipo de dedução: “se assiste muita violência TV e não contrapõe a outra informação sobre violência, então tende a perceber o mundo como um local violento”. Esse tipo de dedução implica a coleta sistemática e comparativa entre informação veiculada pela TV e informação oriunda de outros atores sociais, implica também a identificação dos elementos da linguagem mediática que favorecem a construção de determinadas percepções nos indivíduos.

Inferências assim construídas estão mais condizentes com as suposições da hipótese do Cultivo Mediático que as formuladas Gross & Aday e Romer, Jamieson & Aday, por exemplo, sendo mais legítimas para fundamentar uma investigação empírica. Havendo comprovação da tese durante o processo de investigação empírica, as duas operações propostas pelo artigo podem se tornar etapa obrigatória para construção de uma metodologia de análise de efeitos cultivados.

5. Referências bibliográficas

ADORNO... et al. *Teoria da cultura de massa*. In: LIMA, Luiz Costa (org.). 6ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

BRYANT, J.; ZILMANN, D. (org.) *Media effects: advances in theory and research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum, 2002.

BULCK, Jan Van den. Research Note: the Relationship between Television Fiction and Fear of Crime: An Empirical Comparison of Three Causal Explanations. *European Journal of Communication*, Volume 19, Number 2 (June 01, 2004), pp. 239-248.

DEFLEUR, M.; BALL-ROKEACH, S.. *Teorias da Comunicação de Massa*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

EVELAND, William. A "Mix of Attributes" Approach to the Study of Media Effects and New Communication Technologies. *Journal of Communication*, 2003, 53 (3): 395-410.

GANDY Jr, O.; BARON, J.. Inequality: It's All in the Way You Look at It. *Communication Research*, Volume 25, Number 5 (October 1, 1998), pp. 505-527.

GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M.; SIGNORIELLI, N.; SHANAHAN, J.. "Growing up with television: cultivation processes". In: BRYANT, J; ZILLMAN, D. (org.) *Media Effects: advances in Theory and Research*, 2002 , pp. 43-68.

GROSS, K.; ADAY, S.. The Scary World in Your Living Room and Neighborhood: Using Local Broadcast News, Neighborhood Crime Rates, and Personal Experience to Test Agenda Setting and Cultivation. *Journal of Communication*, Volume 53, Number 3 (September 01, 2003), pp. 411-426.

HOHLFELDT, A.; MARTINO, L.; FRANÇA, V. (org.). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001.

LAZARSFELD, P.; MERTON, R.. Comunicação de Massa, Gosto Popular e A Organização da Ação Social. *Teoria da Cultura de Massa*. 6ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

MCQUAIL, Dennis. *Teoria da Comunicação de Massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

MUNDORF, N.; LAIRD, K.. Social and Psychological Effects of Information Technologies and Other Interactive Media. In: BRYANT, J; ZILLMAN, D. (org.) *Media Effects: advances in Theory and Research*, 2002. P. 583 – 602.

ROMER, D.; JAMIESON, K.; ADAY, S.. Television news and the Cultivation of Fear of Crime. *Journal of Communication*, Volume 53, Number 1 (March 01, 2003), P.88 – 104.

SEGRIN, C.; NABI, R.. Does Television Viewing Cultivate Unrealistic Expectations About Marriage?. *Journal of Communication*, Volume 52, Number 2 (June 2002), pp. 247-263.

SHRUM, J.; BISCHAK, D.. Mainstreaming, resonance, and impersonal impact. Testing moderators of the cultivation effect for estimates of crime risk. *Human Communication Research*, Volume 27, Number 2 (April 2001), pp. 187-215.

SHRUM, J.. Media Consumption and Perceptions of Social Reality: Effects and Underlying Processes. In: BRYANT, J; ZILLMAN, D. (org.) *Media Effects: advances in Theory and Research*, 2002. P. 69 – 96.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2005.

ⁱ Todas as citações de textos cujos originais estão em inglês são de responsabilidade do autor.

ⁱⁱ A idéia de um texto mestre – *master text* – da televisão que não se restringe aos diferentes gêneros ou programas é apontada por Gerbner *et al* (2001) como o foco da análise do processo de cultivo.

ⁱⁱⁱ *Theory of Reasoned Action*, articulada por Nabi e Sullivan à hipótese do Cultivo Mediático. Afirma que o consumo da televisão se relaciona com as variáveis de gênero, etnia ou idade escolar, o que favorece certas crenças e determinados posicionamentos sobre a realidade.

^{iv} *Mainstreaming*, moderador desenvolvido por Gerbner e pelos pesquisadores do projeto *Cultural Indicators*.

^v *Resonance*, outro refinamento desenvolvido por Gerbner *et al*.

^{vi} *Impersonal Impact*, formulado por Tyler (1980) e Tyler & Cook (1984).

^{vii} Fundamenta-se no mecanismo da Lógica, se p então q.

^{viii} Termo que pode ser traduzido como quadro ou moldura, refere-se ao modo como o conteúdo é apresentado ao espectador.