

Teoría de la Comunicación

Material de estudio y complemento didáctico para las cátedras de "Teoría de la Comunicación Social" de la Universidad Católica Argentina (UCA). El objetivo es generar material de estudio para los alumnos de las cátedras y la comunidad en general.

MARTES, 18 DE SEPTIEMBRE DE 2007

TEORIA DE LA AGUJA HIPODERMICA

El primer conjunto de creencia sobre la naturaleza y el poder de las comunicaciones de masas no fue formulado de hecho en su momento por ningún estudioso de las comunicaciones. Pero en visión retrospectiva se conoce como la teoría de la bala mágica. Posteriormente ha recibido otros nombres más pintorescos como teoría hipodérmica o teoría de la reacción en cadena. La idea básica que subyace tras esos nombres es que los mensajes de los medios son recibidos de manera uniforme por todo el público y que las reacciones inmediatas y directas son disparadas por estos estímulos.

DeFleur, Melvin (1986)

“Cada miembro del público de masas es personal y directamente atacada por el mensaje” (Wright, 1975). Con esta frase se sintetiza y se define adecuadamente lo que la teoría de la aguja hipodérmica sostiene.

Históricamente, la teoría de la aguja hipodérmica (o teoría de la bala mágica) coincide con el peligro de las dos guerras mundiales y con la difusión a gran escala de las comunicaciones de masas. Se comenzó a definir cuando la mirada se concentró en los efectos que tuvo la propaganda durante los conflictos.

La Primera Guerra Mundial supuso un gran despliegue de armas y de dinero, lo cual significó una mayor pérdida social. En ese momento, Gran Bretaña y Estados Unidos no habían sufrido las consecuencias de una catástrofe como esa y no estaban preparados para superar tal daño. La guerra se dio muy cerca de la población civil, por lo que se hizo necesario darle una importancia a la guerra que en realidad no tenía. Para ello se utilizó la propaganda en una sociedad en la que los vínculos eran cada vez más difíciles, para convencer a la gente de que diese su vida en un conflicto mundial que, finalmente, sólo sería beneficioso para unos pocos. Finalizada la primera guerra, en Alemania, EEUU y Gran Bretaña se comenzó a reflexionar sobre este bombardeo propagandístico tan grande como medio para manipular a la gente por parte de los gobiernos y los medios de comunicación... así se comienza a formular la teoría.

Los elementos que más caracterizaron el contexto de la teoría son la novedad del fenómeno de las comunicaciones de masas y la conexión de dicho fenómeno con las trágicas experiencias totalitarias de aquel período histórico. Se trató de una aproximación global al tema de los medios, indiferente a la diversidad entre los distintos medios, y responde particularmente a la pregunta “¿Qué efecto producen los medios en una sociedad de masas?”

La teoría plantea que la manipulación es posible ya que frente al enorme y

BÚSQUEDAS

EDITOR RESPONSABLE

Prof. Gabriel A. Curi

Cátedras Participantes:

TEORIA DE LA COMUNICACION SOCIAL (ICOS)

Primer Cuatrimestre 2014

Prof. Gabriel Curi

Prof. Rossana Scaricabarossi

ETIQUETAS

aguja hipodérmica (1)

bala mágica (1)

Benjamin Walter (1)

Castells (1)

Cine (1)

ciudadanos 2.0 (1)

Cobo Cristóbal (2)

Computadora (1)

comunicación no verbal (2)

concurso (1)

conductismo (1)

conformismo social (1)

cultivo (1)

código (1)

dependencia (2)

determinismo tecnológico (3)

disfunción narcotizante (1)

disonancia cognitiva (1)

Eco Umberto (3)

editing (1)

Escuela de Birmingham (1)

estereotipo (1)

Festinger Leon (1)

funcionalismo (2)

Función otorgadora de status (1)

futuro de los medios (1)

gatekeeper (1)

guerrilla semiológica (1)

Historia del Cine (1)

Historia de la Computadora (2)

Historia del Periódico (2)

Hovland Carl (1)

Internet (4)

creciente poder de los medios, no hay ningún elemento de resistencia; el mensaje se dirigirá por los medios de comunicación de masas, a partir de ahí, es posible crear un estímulo, un mensaje tan fuerte que se “inyecte dentro de la piel de cada miembro de la sociedad” (de ahí el nombre “aguja hipodérmica”). Entre emisor y receptor, entre estímulo y respuesta no hay ninguna intermediación que impida conseguir los objetivos, hay una relación directa de causa-efecto, algo mecánico.

Sin embargo, es imposible hablar de la teoría hipodérmica sin mencionar los diversos conceptos de la sociedad de masas que se sostenían en aquel momento y sin concentrarse en la propaganda, más que en los medios en sí.

La sociedad de masas

-El pensamiento político del siglo XIX, de carácter conservador, señala en la sociedad de masas el resultado de una progresiva industrialización, de la revolución en los transportes, comercios y en la difusión de valores de igualdad y libertad. Estos procesos provocan la pérdida de exclusividad por parte de las élites que se encuentran expuestas a las masas. Se pierde un vínculo con las tradiciones, lo cual contribuye a debilitar la conexión que une a los individuos como sociedad, provocando aislamiento y alienación.

-Ortega y Gasset introduce en 1930 el concepto de hombre-masa, el cual es descrito como el resultado de la desintegración de la élite y como la antítesis de la figura del humanista culto. La masa es el juicio de los incompetentes, es la representación de una especie que basa su valor en el saber técnico y científico, “es todo lo que no se valora a sí mismo- ni en bien ni en mal- mediante razones especiales, pero que se siente “como todo el mundo” y sin embargo, no se angustia, es más, se siente a sus anchas al reconocerse idéntico a los demás” (Ortega y Gasset, 1930). La masa arrasa todo lo que es diferente, singular, individual, cualificado y seleccionado; revelan un absurdo estado de ánimo, sólo están preocupadas por su bienestar y, al mismo tiempo, no se sienten solidarias con las causas de este bienestar, mostrando una absoluta ingratitud hacia lo que les facilita la existencia.

-Georg Simmel estudió la dinámica entre individuos y masas así como su nivel de homogeneidad. Observa que la masa es una formación nueva que no se basa en la personalidad de sus miembros, sino sólo en aquellas partes que unifican a cada uno con todos los demás. Las acciones de la masa apuntan directamente a su mente e intentan llegar a ella por la vía más breve: esto hace que lo que las domine sea siempre una única idea, la más sencilla posible. Sin embargo, cada idea simple debe ser también la más radical exclusiva.

-Según Herbert Blumer, la sociedad de masas es vista como el comienzo de un orden social más compartido, o bien, como una estructura social originada por el desarrollo de la sociedad capitalista. Se compone de personas que no se conocen, separadas unas de otras, con escasas o ninguna capacidad de interactuar. Carecen de tradiciones, reglas de comportamiento, liderazgo y estructura organizativa.

-Eliot Friedson sostuvo que los individuos- en tanto componentes de la masa- están expuestos a mensajes, contenidos, acontecimientos que van más allá de su experiencia y de valor que no coincide con las reglas del grupo del que el individuo forma parte. En este sentido, la pertenencia a la masa dirige la atención de los miembros lejos de sus esferas culturales y vitales, hacia áreas no estructuradas por modelos o expectativas. Las

Janis Irving (2)

Katz Elihu (1)

knowledge gap (3)

L'Arrivée d'un train à la Ciotat (1)

La Guerra de los Mundos (1)

largo plazo (1)

Lasswell Harold (1)

Lippman Walter (1)

Lumiere (1)

Marcuse Herbert (1)

masas (1)

Mc Luhan (3)

Melies (1)

Merton Robert (1)

mito (1)

Morin Edgar (1)

newsmaking (2)

Origen Computadora (1)

Origen Internet (2)

Origen PC (1)

Ortega y Gasset José (1)

programa (1)

reacción de consistencia (1)

redes sociales (1)

Sarlo Beatriz (2)

Sartori Giovanni (1)

semiótica (1)

Shannon (1)

sociedad de masas (2)

susceptibilidad (1)

teoría del cultivo (1)

textos (1)

The War of the Worlds (2)

trabajo práctico (1)

tv digital (3)

tv historia (2)

tv historia argentina (2)

Usos y Gratificaciones (2)

valor de cambio (1)

valor de uso (1)

valor noticia (1)

Voyage dans la lune (1)

web 2.0 (1)

Welles Orson (2)

Wells H. G. (2)

masas son un grupo que surge y vive más allá y contra los vínculos comunitarios preexistentes, que resulta de la desintegración de las culturas locales y en la que los papeles comunicativos son forzosamente impersonales y anónimos. La debilidad de una audiencia indefensa y pasiva deriva precisamente de esta disolución y fragmentación.

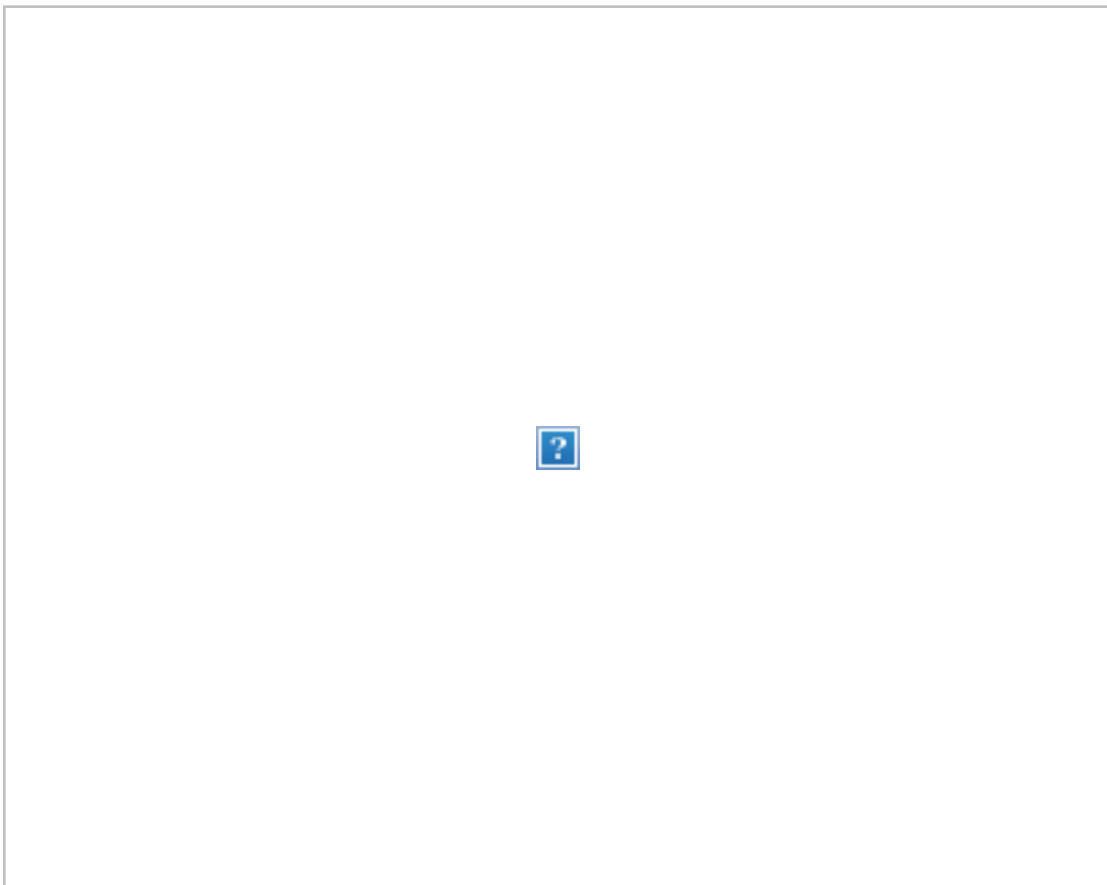
-Finalmente, Charles Wright Mills concluyó que cada individuo es un átomo aislado que reacciona por separado a las sugerencias de los medios de comunicación de masas monopolizados. Si los mensajes de la propaganda consiguen llegar a los individuos de masa, la persuasión puede ser fácilmente "inoculada", es decir, si se da en el "blanco", la propaganda obtiene el éxito preestablecido.

Características particulares de la teoría de la aguja hipodérmica

En la sociedad de masas el individuo se queda impotente para elaborar de forma específica los mensajes que llegan de los medios masivos de comunicación, por eso es posible hablar del modelo conductista de Estímulo-Respuesta. Los medios de comunicación son los emisores de un mensaje que se hace llegar a los individuos de una sociedad, los mensajes pasan por debajo de la piel sin ningún problema: el mensaje como estímulo que provoca una reacción. Como emisores del mensaje, los medios de comunicación o los gobiernos desean provocar ciertas reacciones.

La masa está constituida por individuos juntos que están separados y que no tienen capacidad de captar los mensajes que proceden del emisor de forma invisible. El

conductismo habla de reacciones iguales de individuos ante estímulos determinados.



Las implicaciones de este modelo son:

-El aislamiento, la individualidad, la falta de interacción, la pasividad.

-La unidireccionalidad

-La asimetría de los roles: La acción es del emisor que envía el mensaje, produciendo así un estímulo; la pasividad está en el receptor porque sólo lo recibe y reacciona de manera uniforme.

0911114

Accredited mba degree programs.

-La comunicación como proceso intencional, que busca un efecto concreto y que es medible porque da lugar a una conducta visible, relacionada con el objeto del emisor

En síntesis, la iniciativa está exclusivamente en el emisor y los efectos sólo en el receptor. La perspectiva está concentrada sólo en el análisis del mensaje, ya que entre la emisión y la recepción hay una linealidad de la que no se puede escapar.

Los emisores tienen un efecto omnipotente, ante absolutamente todo estímulo, se espera una respuesta que será siempre igual, siempre la misma y siempre de igual medida, en otras palabras, una respuesta homogénea.

Bibliografía

-*Enciclopedia Wikipedia*

http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_hipod%C3%A9rmica

-Wolf, M., “*La investigación de la comunicación de masas*”. Ediciones Paidós, Buenos Aires.

-Ortega y Gasset, J. “*La rebelión de las masas*”. El Mulino, Bolonia, 1962.

-Wright, C. R. “*Mass Communications: A Sociological Approach*”. 2da edición, Random House, Nueva York.

-comunicacion.idoneos.com

(http://comunicacion.idoneos.com/index.php/337570#La_teor%C3%ADa_de_la_bala_m%C3%A1gica)

Realizado por: Pablo Andrés Barone

Publicado por Gabriel A. Curi en 19:30

+49 Recomendar esto en Google

Etiquetas: [aguja hipodérmica](#), [bala mágica](#), [sociedad de masas](#)

4 comentarios:

Lucas Burgos dijo...

Excelente resumen de la Teoría Hipodérmica.

Actualmente me encuentro realizando un trabajo de investigación universitario sobre el caso Madeleine McCann. Mi tesis gira en torno a la enorme influencia mediática que ha tenido el caso en la opinión pública de Inglaterra y de Portugal.

A la hora de buscar un marco teórico que sustente la investigación, encuentro a esta teoría como la más pertinente. Sin embargo, en casos actuales como este de la niña desaparecida, las teorías de los efectos de las audiencias necesitan, en mi humilde opinión, una revisión, una actualización a nuestros tiempos.

La web 2.0 cambió radicalmente la forma de absorber la información; de la conducta pasiva del individuo de antaño, manifestada a menudo como respuesta de masa, hemos pasado a un contexto híper estimulado donde todo el mundo opina. Las noticias vía web son directamente avaladas o refutadas por la audiencia, quienes a través de sus comentarios influyen muchas veces directamente en la opinión de los periodistas. Hay un proceso de continua realimentación nunca antes generado por medio alguno. El cybernauta se ampara en la virtualidad de la web para brindar libremente sus opiniones; muchas veces desde el anonimato o con la utilización de seudónimos.

Quizá no sea la Teoría de la Aguja Hipodérmica la más indicada para mi investigación. Dejo la inquietud a los redactores y lectores del blog.

Un cordial saludo desde Mendoza.

Lucas Burgos

15 de febrero de 2008, 6:14



Gabriel A. Curi dijo...

Estoy totalmente de acuerdo con vos acerca de los cambios producidos por la Web 2.0.

Como marco teórico para tu trabajo de investigación se me ocurre que podrías consultar las siguientes teorías:

Agenda Setting

Newsmaking

Usos y Gratificaciones

Teoría de la Dependencia.

Cordialmente.

Gabriel Curi.

15 de febrero de 2008, 6:38

richard garcia dijo...

BUEN CONCEPTO AHORA ENTENDI MUCHAS COSAS Y EL PODER QUE TIENEN LOS MEDIOS, NO EN VANO RAFAEL CORREA LOS PERSIGUE TANTO.

24 de enero de 2011, 13:29



Alejandro dijo...

Esta teoría muestra un clarísimo y basto ejemplo de cómo funciona la sociedad moderna. Excelente trabajo.

25 de marzo de 2012, 21:09

Publicar un comentario en la entrada

GRUPO SANOOR SEGUROS

Para tu bienestar y el de tu familia.

PrevençãoSalud

Conocé los planes a medida. **INFORMATE**

Anuncios Google

[▶ Aquja](#)

[▶ BlogSpot](#)

Imágenes de plantillas de [sindr](#). Con la tecnología de [Blogger](#).