Corriente Empírico-experimental o de la persuasión

Tres premisas de la corriente experimental

1. Esta teoría conduce al abandono de la Teoría Hipodérmica, es decir, de la existencia de un emisor todopoderoso.

2. Se conformó por diversas micro investigaciones, realizadas en esa época.

3. Esta corriente fue trascendental en la communication research, tal como puede observarse en teorías como "usos y gratificaciones"

Corriente empírico-experimental o de la persuasión

Revisión de

Estímulo Emisor

Mensaje

a) Estructurados adecuadamente;
b) No siempre los mensajes perseguidos son alcanzados;
c) Se consideran los factores personales del destinatario, es decir, le reconocen univocidad al receptor.

Respuesta Receptor

Surge la Teoría de las Diferencias Individuales
Es una teoría que habla de que los efectos para toda audiencia, son variables de individuo a individuo, a causa de las particularidades psicológicas de éstos…

¿Qué estudia la Teoría de la Diferencias Individuales?

- Preferentemente los efectos de los media en una situación de “campaña” electoral, informativa, propagandística, publicitaria, entre otras.

- Dichas campañas presentan características particulares:

1. Tienen finalidades específicas y está planificada para obtenerlas.
2. Tienen una duración temporal definida.
3. Es intensiva y tiene una amplia cobertura.
4. Su éxito puede ser valorado.
5. Es promovida por instituciones o entes dotados de un cierto poder y autoridad.
6. Sus argumentos deben ser “vendidos” al público, para el que son nuevos, aunque se basan en esquemas compartidos de valores.

Factores relativos a la audiencia

Interés por adquirir información

Se refiere a la audiencia denominada no informados puede hacer más compleja la transmisión de información

Exposición selectiva

1. Canal (MMC) de preferencia de la audiencia.

2. Mensaje afines a sus actitudes e intereses

Percepción selectiva

El auditorio no se presenta ante los MMC en estado de desnudez psicológica; sino revestidos y protegidos por predisposiciones.

A veces estos valores cambian el sentido mismo del mensaje.

Memorización selectiva

La audiencia selecciona los elementos que le son más significativos en detrimento de los más discordantes a su cultura.

Credibilidad del comunicador

Es un factor trascendental en la aceptación o negación del mensaje



Explicación de Las conclusiones

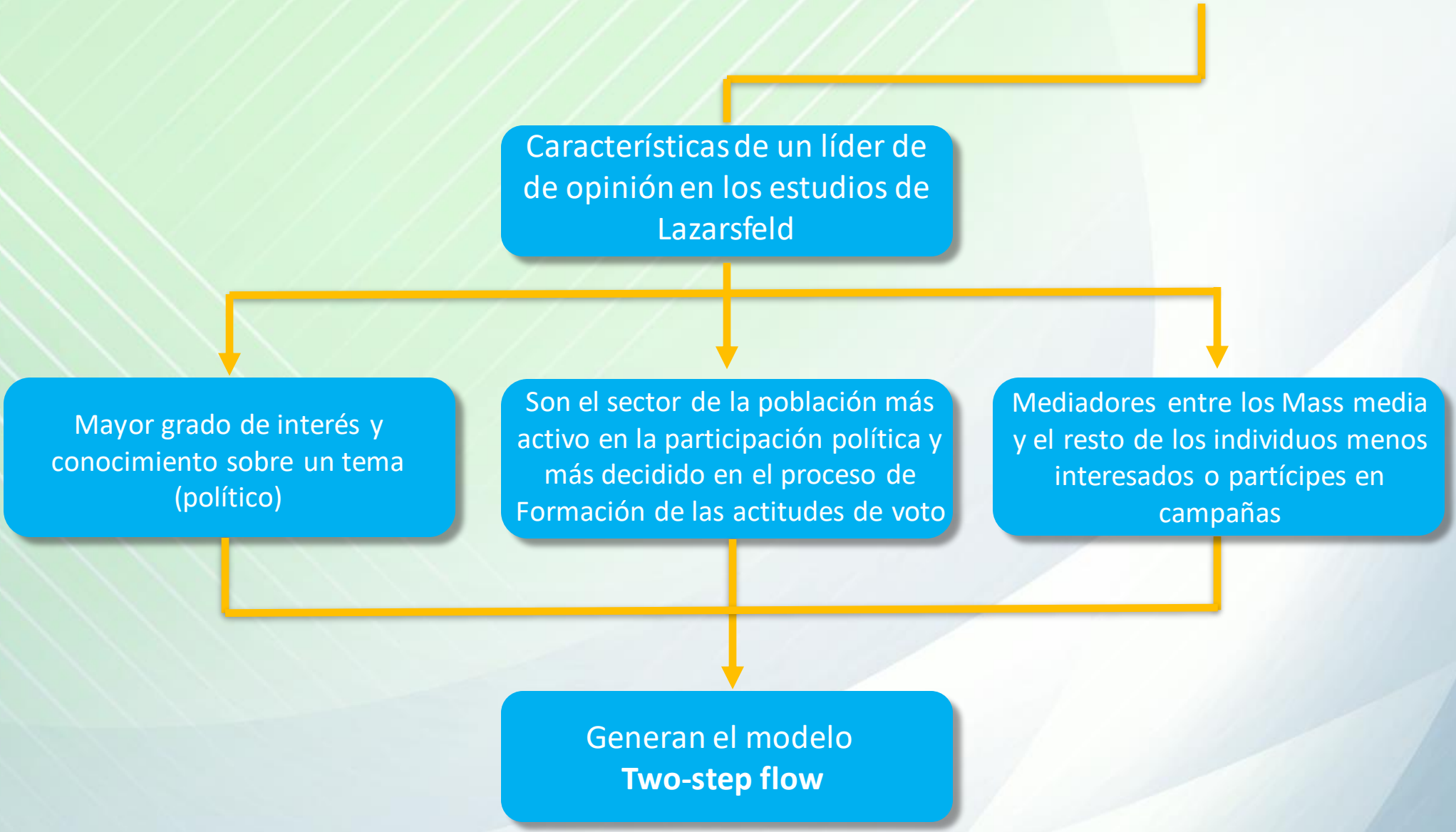
Orden de las argumentaciones

Es una variante muy subjetiva

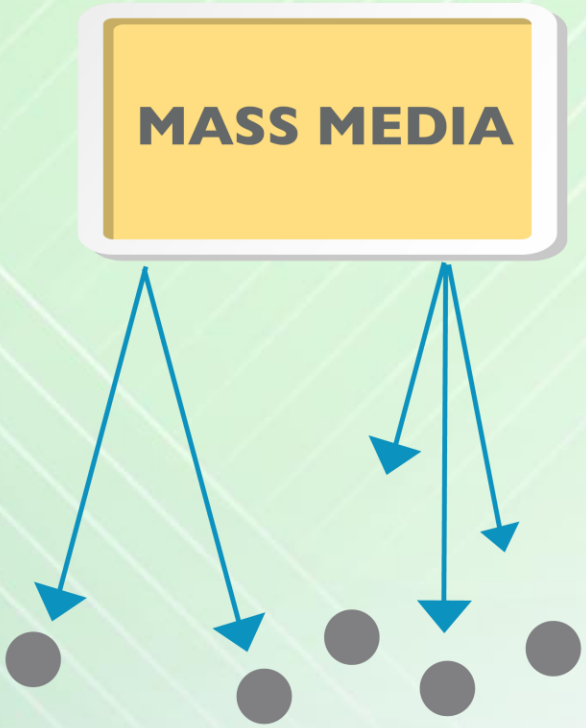
Exhaustividad de Las argumentaciones

Teoría Mediológica
(estudios de campañas y decisión de votos)

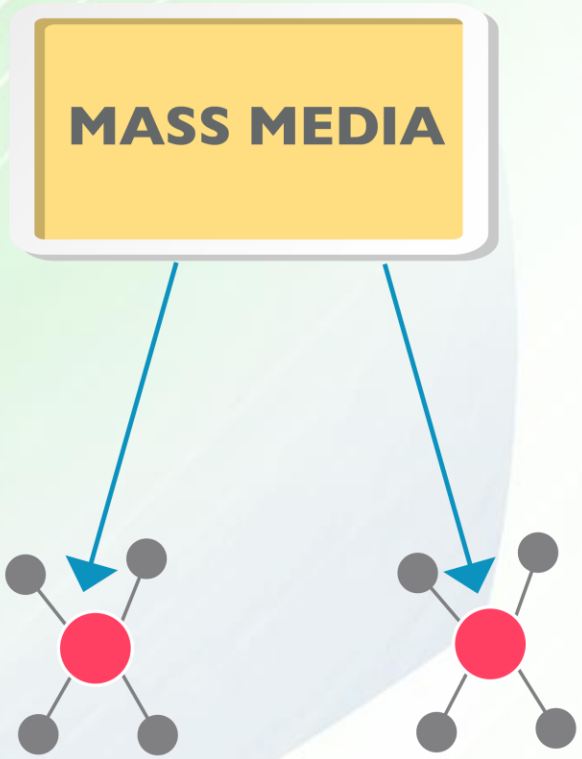



Características de un líder de de opinión en los estudios de Lazarsfeld
Mayor grado de interés y conocimiento sobre un tema (político)
Son el sector de la población más activo en la participación política y más decidido en el proceso de Formación de las actitudes de voto
Mediadores entre los Mass media y el resto de los individuos menos interesados o partícipes en campañas
Generan el modelo
Two-step flow

Comparativo aguja hipodérmica y Two-step flow



Este proceso de comunicación tropieza inevitablemente con el obstáculo de la exposición y percepción selectivas



En este proceso la influencia suele ser más eficaz que la que se desprende directamente de de los media