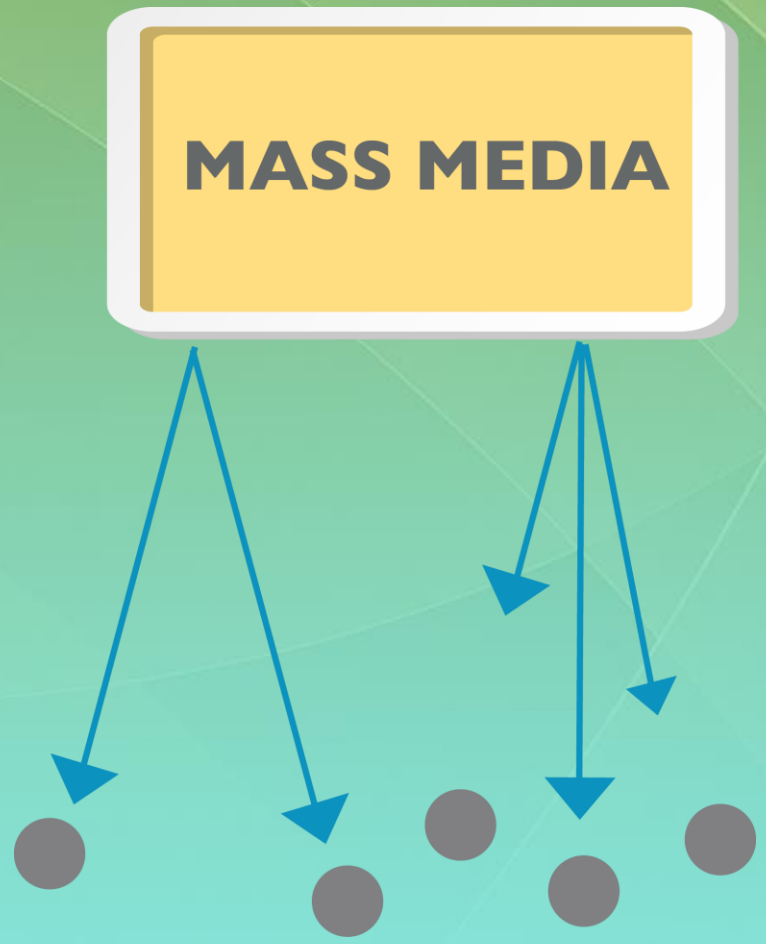
Teoría Hipodérmica

Postura de la Teoría Hipodérmica

- Esta teoría puede sintetizarse con la afirmación de que cada miembro del público de masas es personal y directamente atacado por el mensaje

- La teoría responde a la pregunta **¿qué efecto producen los media en una sociedad de masas?**



Teoría hipodérmica

Sociedad de masas

De y sobre la propaganda

Individuo

Producto de

a) Industrialización;
b) Revolución de los transportes;

Genera

a) Debilitamiento de vínculos tradicionales
b) Hombre-masa.

Masa (s)

1. Todo lo que no se valora a sí mismo (…) 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.

2. Las masas se componen de personas que no se conocen, espacialmente separadas unas de otras, con escasas o ninguna posibilidad de interactuar.

Aislados
Anónimos
Separados
atomizados

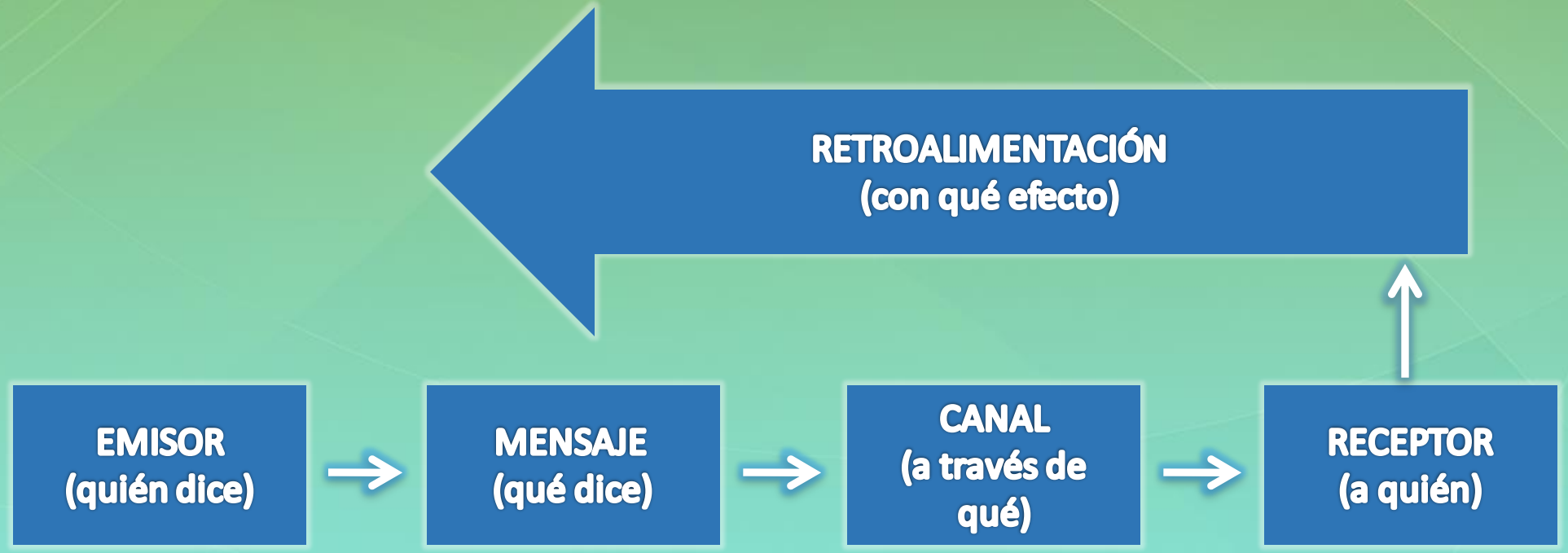
Elementos de la Teoría Hipodérmica

Emisor	Receptor
1. La teoría hipodérmica concede la capacidad manipuladora de los primeros medios de comunicación de masas.	1. Habla de una audiencia indefensa y pasiva.
2. Monopolizados	2. Impersonal y anónimo. Reacciona por separado a las órdenes y sugerencias de los medios de masas.
3. Estímulo	3. Respuesta

Hipótesis: Si una persona es alcanzada por la propaganda, puede ser controlada, manipulada, inducida a actuar.

Modelo de Laswell

Propuesto en 1948 expone



Elementos del esquema de Laswell

- **EMISOR (quién).** En el modelo de Harold Laswell, señala este elemento, sin distinguir en él univocidad de un periodista, ejecutivo o un medio masivo de comunicación o empresa.

- **MENSAJE (qué).** En el esquema de Laswell los mensajes generalmente estaban contenidos por datos estadísticos destinados a provocar una reacción esperada dentro del destinatario, esto porque su visión era utilizada principalmente en sectores de promoción y propaganda.

Elementos del esquema de Laswell

- **CANAL (a través de qué).** Es el adecuado medio de comunicación masiva para transmitir el mensaje y que provoqué el efecto deseado en la masa pasiva.

- **DESTINATARIO (a quién).** En este tipo de modelos, la importancia del *destinatario* es únicamente obtener una conducta y/o reacción esperada.

- **RETROALIMENTACIÓN (con qué efecto).** Conocer la reacción del destinatario a la provocación del emisor, para realizar una interpretación de tipo cuantitativa y mantener el patriarcado del emisor.

Premisas de Laswell en torno a la Comunicación de Masas

a) Existe un emisor activo que produce un estímulo y una masa pasiva de destinatarios que reacciona;

b) La comunicación es intencional y tiene un fin de un efecto observable (en el contenido del mensaje);

c) El comunicador y destinatario aparecen aislados, independientes de las relaciones sociales, situacionales y culturales…