

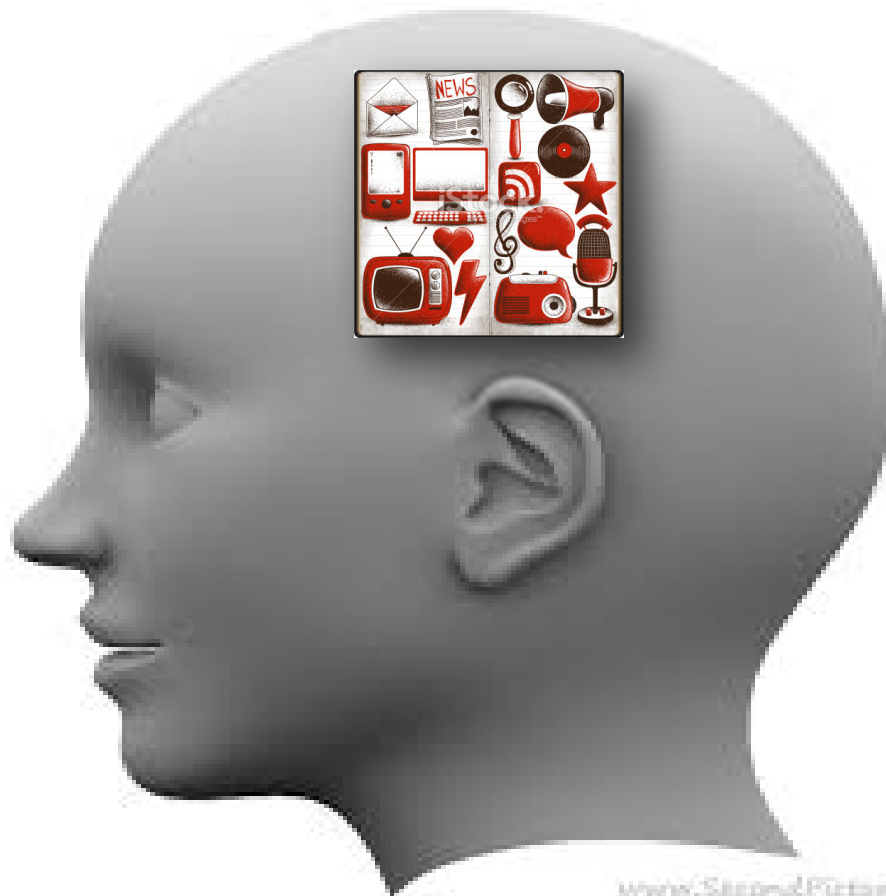
Grupo Interamericano de
**Reflexión
Científica**



Por Daniel do Campo Spada

CORRIENTES DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS—I

La Teoría hipodérmica



Grupo Interamericano de Reflexión Científica



Lic. Daniel do Campo Spada

Egresado como Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad de Buenos Aires en 1992, en el año 2004 obtiene el título de Especialista en Metodología de la Investigación Científica expedido por la Universidad Nacional de Lanús. En 2009 terminó el Profesorado Universitario en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Kennedy. Cursó las Maestrías en Metodología de la Investigación Científica de la Universidad de Lanús y el de Historia Latinoamericana Contemporánea en la Universidad Nacional de General Sarmiento.

Ex docente de la Universidad de Buenos Aires y la Universidad Nacional de Quilmes, actualmente se desempeña en las materias Teoría de la Comunicación II, Semiótica, Semiótica del Diseño, Comunicación y Semiótica, Taller de Periodismo Multimedia, Historia de la Educación y Administración de la Empresa Periodística en la Universidad Argentina de la Empresa y en la Universidad Argentina John F. Kennedy, ambas de Buenos Aires.

Sus últimas publicaciones han sido los libros "Mundus Web, bienvenidos al sexto continente" (2002), "El otro mundo contra ataca" (2004), "La Comunicación como Organon de la existencia" (2005), "E-Bosque, últimas noticias de la sociedad digital" (2005), "Los tres ciclos de internet" (2007), "1,2,3 Web" (2010), "Cristo con Fusil" (2010), "Semana CGT" (2010) y "Reflexión cristiana" (2010) entre otros quince títulos más.

Realizó investigaciones para la Universidad Nacional de Lanús, "Ética en los Contenidos pedagógicos en Internet" (120 horas - 2002/2003) y la Universidad Argentina de la Empresa, "Causa de éxitos y fracasos en el e-commerce" (Caso argentino. 340 horas - 2002), "Empresas anunciantes en la web. Nuevos paradigmas" (300 horas - 2003).

Es periodista y actualmente dirige TV Mundus - NOVO MundusNET / TECUM (www.tvmundus.com.ar), el sitio de investigación de la comunicación www.komunicacion.com.ar/k, el canal web CatolicosNacionales.com.ar y el Departamento noticias de la 90.7 FM Flores.

Es miembro fundador del Grupo Interamericano de Reflexión Científica.



La Teoría hipodérmica

Por Daniel do Campo Spada

Los grupos sociales sufrieron a finales del siglo XIX importantes modificaciones que se sintetizarían en la siguiente centuria. La revolución industrial había modificado entre 1750 y 1850 en forma radical los volúmenes y los procedimientos de fabricación. La irrupción de la fábrica llevó indefectiblemente a un impacto demográfico considerable. Entre los finales del siglo XIX y principios del XX pasó de 1.000 a 2.000 millones de habitantes a nivel global.

El ferrocarril y los barcos a vapor acercaron distancias al tiempo que la demanda de obreros industriales condicionó las primeras concentraciones urbanas. Ello trajo consecuencias lógicas de hacinamiento y enfermedades al tiempo que creó la necesidad de instruir rápidamente a millones de personas. Las máquinas necesitaban operadores con un mínimo nivel de lecto-escritura y habilidades técnicas.

En el siglo XX, en las vísperas de la primera guerra mundial (1914-1918) comenzaban a darse importantes concentraciones en torno a polos económicos e industriales. El control de las mismas pasó a ser un nuevo problema para los go-

biernos existentes mas allá de su clasificación. Eran muy escasos los ejemplos de democracia y sí abundantes las dictaduras y las monarquías. El “hombre masa” tenía poder en su número, mas allá de su pertenencia de clase.

La posibilidad cercana de la interacción entre pares iba de la mano de un momento en el que no solo había perdido espacio el poder moral y político de la Iglesia Católica Romana sino que además tomaban gran fuerza las ideas libertarias (ligadas al anarquismo), socialistas y comunistas (sobre todo después de la Revolución bolchevique en Rusia en 1917). El rol de adoctrinamiento social ya no era exclusivo de los templos sino que el sistema educativo, manejado por Estados de reciente consolidación competían en situación de igualdad.

De Fleur y Ball Rokeack clasifican a la Teoría de la Sociedad de Masas como grupos de individuos que deben vivir en situación de aislamiento psicológico, mas allá de integrar espacios geográficos densamente poblados. A ese aislamiento va asociada la despersonalización, en la que cada uno es nadie. Por lo tanto *masa*¹. Mientras que una parte de los sociólogos vieron en esta nueva situación un nuevo es-



tadio de evolución, otra parte percibió allí los primeros indicios de la alienación del individuo.

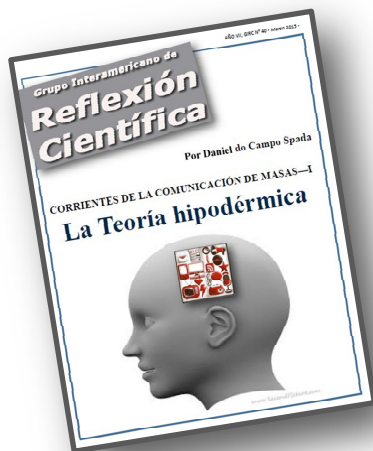
Pero los avances técnicos no solo habían creado cambios en las fábricas sino que además se expandieron los productos impresos y surgieron el cine y la radio. El escaso tiempo libre en las nacientes sociedades industriales también tenía destinado un rol a tener en cuenta. Dentro de ese momento “no laboral” el entretenimiento pasó a ser una industria con claros fines políticos y comerciales. La transmisión de una cosmovisión de la existencia iba de la mano de una lucha de ideas no solo para la formación de los ciudadanos sino también para fomentar el consumo (eje central del capitalismo).

Los estudios culturales de masas y la Teoría Hipodérmica.

Estados Unidos era un territorio propicio para comenzar con los estudios culturales de masas ya que en su territorio convergían casi todos los elementos necesarios. Territorio, población numerosa, mercado de consumo, industria, obreros y fundamentalmente una industria de medios y entretenimientos (cines, teatros, discográficas, etc) desarrollada.

Básicamente, usando la metáfora de la aguja, la Teoría Hipodérmica creía en una emisión (estímulo) que creaba un directo efecto (respuesta) en el receptor. Lo más discutible es imaginar que dicha reacción ante el mensaje no tendría sentido crítico ni efectos de resistencia. Mas allá de la credibilidad que generaban los medios de comunicación masiva, ningún estudio ha demostrado hasta ahora que los destinatarios del contenido actuaran en un todo como se buscaba que actuaran.

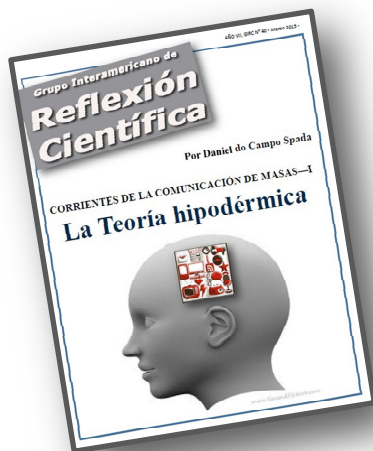
Respecto a la población podemos agregar y destacar que aquellos que habían quedado en la periferia industrial pasaron a ser masa gracias a los medios de comunicación masiva. Por eso, mas allá del agrupamiento de las familias ligadas a la fábrica quienes estaban en los pequeños centros rurales compartían a través de los medios de comunicación y los medios de comunicación masiva disponibles en la época campos de interés social, cultural y fundamentalmente de consumo². La publicidad y las propagandas podían llegar junto a las noticias creadoras de sentido a todos los habitantes de un país. Los únicos frenos que se daban a estas integraciones eran por motivos ne-



tamente económicos de cada mercado.

En el caso argentino, a los diarios y el cine, en la década del 40 del siglo XX la radio fue llevando las voces de los artistas y de los políticos. Muchas hipótesis indican que mas allá de los diarios, la verdadera expansión del peronismo se dio a través de los diarios y la radio. Juan Domingo Perón tenía una voz y una capacidad gestual que le permitían un importante acercamiento a amplias audiencias que rápidamente se sintieron identificadas con él. Mas allá de su política social y económica, su figura junto a la de la actriz Eva Duarte pasaron a ser elementos cotidianos aún en los hogares más humildes de los rincones más remotos del país. La televisión, también iniciada por el primer peronismo a principios de la década del 50 tardó unos veinte años en llegar a todos lados. Ahí se volvió a reencontrar con el retorno del exilio del líder más importante de su centuria. Los medios cumplieron un rol ineludible en la experiencia política. Podríamos decir lo mismo de algunas experiencias latinoamericanas como el caso de Salvador Allende (Chile), Fidel Castro (Cuba) y Getulio Vargas (Brasil) entre otros.

Esas masas eran un grupo compuesto por individuos que se diluían en las multitudes. Por ello el control político de los sectores poderosos vieron allí a un amenaza. Habían cambiado las reglas de juego. Ya no eran personas identificables los que tomaban decisiones por las mayorías. De allí surgió la imperiosa necesidad de invertir en el control social por medio de los sistemas educativos y la propaganda o publicidad que eran capaces de distribuir los medios. El sistema religioso ya había perdido un espacio importante en el último cuarto del siglo XIX, cuando el racionalismo positivista ubicó a las prácticas teológicas en el marco de los ámbitos privados. Aunque esto no es válido si lo considero en un extremo, sí podríamos decir que el poder empezó a pasar mayoritariamente por otro lado. Aunque por momentos recuperó poder ya no volvió al mismo espacio de dominio exclusivo que supo detentar durante siglos. Si la comunicación implicaba una *respuesta* ante el *estímulo*, como creían los partidarios de la teoría hipodérmica, los medios de comunicación acentuaron el proceso de impacto. El cine y la radio aceleraron los procesos a una velocidad superior a la de los diarios. El estar



ligados al entretenimiento les permitió tener una capacidad de penetración hogareña que hasta allí se desconocía.

Y aquí cabe acotar un punto imprescindible en nuestro análisis. El entretenimiento no solo empezó a ser concebido como industria desde el punto de vista comercial sino que además se lo instrumentó como herramienta de transmisión de valores, esencialmente políticos. Dentro de esos valores para gobernar, en el caso que nos ocupa, Estados Unidos, el punto era que las personas canalizaran sus expectativas en torno a los ejes propios del capitalismo, aceptando las desigualdades de clase como algo natural.

Hablando de este momento de los estudios culturales de masas, Mauro Wolf sostiene que las masas buscan ideas sencillas, fáciles de metabolizar³. Una de las formas de sentirse parte de la sociedad es copiando conductas colectivas mas allá de su racionalidad. Al respecto teorizaron Ortega y Gasset, Sigmund Freud y Gustavo Le Bon.

Aunque el individuo integra una masa receptiva, al momento de la recepción está en la soledad de su casa. La potencia de la emisión se enfrenta a la debilidad de quien

recibe en clara situación de asimetría. Esto podría trasladarse a la idea de la agenda *setting* que es impuesta desde el afuera tiñendo los intercambios sociales a los que el receptor se somete durante su jornada.

Mientras que Freud y Ortega y Gasset mostraban su horror ante un mundo masivo⁴ tendiente a conductas bárbaras los gobiernos y las corporaciones económicas vieron la posibilidad (y la necesidad) de controlar ese *aluvión* en su favor. Mientras que una conducta aluvional nos remite a fuerzas descontroladas, la ilusión eficientista de la Teoría Hipodérmica puso mucho empeño en sistematizar una conducción de esas fuerzas masivas.

De la ingenuidad a los tecnicismos conductistas.

Una disciplina no se da en un marco aislado sino que por el contrario se mueve en un mar de convivencias de otras áreas. En Estados Unidos, el conductismo tenía una importante presencia (que no ha perdido un siglo después) y desde allí se trabajaba sobre cierta ingenuidad en la que se daba por hecho el efecto en los receptores. Esta teoría remanente de la psiquiatría



médica en clara competencia con la psicología freudiana tuvo entre sus principales referentes a John Broadus Watson (1878-1958) quien sostenía que si le daban diez niños para educar, él podía tomar a cualquiera de ellos y convertirlo en lo que quisiera (desde médico a ladrón).

La concepción de masas pasivas alimentaba un mito que hasta allí nadie podía medir fehacientemente. Tengamos en cuenta que recién en 1935 el periodista Horace Gallup instrumentó sus primeras herramientas para medir la opinión pública política⁵. Según Wolf los efectos se daban por hechos⁶.

Harold Lasswell fue quien comenzó a darle una patina de racionalidad científica midiendo la teoría de los efectos basado en un esquema de preguntas esquemáticas tales como

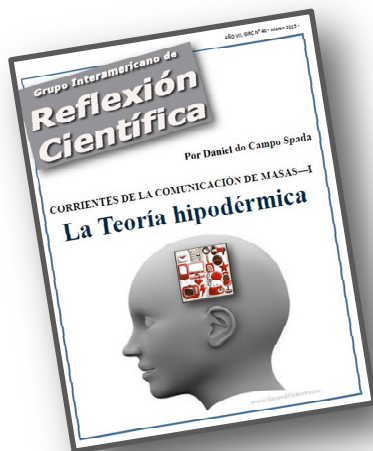
“¿QUIÉN dice QUÉ a través de que CANAL, a QUIÉN con qué EFECTO?”⁷.

En el sitio de investigación en comunicación Infoamérica establecen que:

“Para Lasswell, el proceso de la comunicación en la sociedad realiza cuatro funciones: a) vigilancia del entorno, revelando amenazas y oportunidades que afecten a la posición de valor de la comunidad y de las partes que la componen; b) correlación de los componentes de la sociedad en cuanto a dar una respuesta al entorno; c) transmisión del legado

social; d) entretenimiento”⁸.

Una película del cine estadounidense describe la convivencia entre información, entretenimiento y la búsqueda de influir externamente a la sociedad (“Ciudadano Kane”, de Orson Welles). En 1941, con la segunda guerra mundial en marcha describe el surgimiento y ocaso del magnate de medios William Randolph Hearst. Aunque el guion hable de un imaginario “Kane” todos reconocen al mencionado empresario de medios. Desde el control de casi ochenta diarios opera productoras de cine y emisoras de radio. Su poder lo hizo tan importante como un presidente elegido por la voluntad de los ciudadanos. También se ve claramente en la película “RKO 281”. En el film de Benjamin Ross basado en la historia detrás de aquel film, muestra como en entre bambalinas se movía el interés de un poderoso dueño de medios capaz de hacer desaparecer de la opinión pública a quien él quisiera. Aunque el primer film fue hecho en 1941 y el segundo en el 2000, en sesenta años se ha mantenido la reconstrucción de una etapa en la que se creía y se empezaba a experimentar con el poder de los medios. La ilusión del poder de manipulación por parte de los medios de



comunicación y los de comunicación masiva también fue adoptado por el gobierno de Estados Unidos, que no dudó en impulsar desde el FBI una saga fílmica y una historietita con el Capitán América⁹. Vestido con los colores de la bandera norteamericana, todos sus guiones llegaban al punto de que a minutos de terminar la trama, el personaje parecía irremediadamente derrotado por sus enemigos (los mismos que la política de la Casa Blanca pusiera en el bando contrario). Pero en unos breves segundos todo cambiaba para obtener un contundente e irreversible triunfo. La idea subyacente es la de entender que los “americanos” (es decir, los estadounidenses) nunca podían perder, aunque todo pareciera en contra.

De Fleur y Ball Rokeach insisten en que las guerra obligaron a los gobiernos a poner a masas de individuos aislados detrás de un objetivo nacional. Para ello se utilizó a la propaganda como elemento catalizador.

“La propaganda fue el medio para lograr esos objetivos urgentes. Mensajes de propaganda, cuidadosamente diseñados, cubrieron a la nación con relatos noticiosos, fotografías, películas, discos, discursos, libros, sermones, pósters, despachos del telégrafo sin hilos, rumores, publicidad en muros y folletos”¹⁰.

Orson Welles, autor símbolo de esa época y que acabamos de mencionar unos párrafos más arriba había sido el protagonista de una experiencia única en radio. En 1938, en Estados Unidos adaptó una novela de H.G. Wells titulada *La guerra de los mundos*. Simulando un noticiero real anunciaba en directo la invasión de los marcianos. El pánico empezó a correr más rápido que las aclaraciones de la emisora, que en dos momentos anunció que el programa era una parodia ficcional. Aunque las crónicas no son certeras, cientos de personas murieron huyendo hacia ningún lado o como víctima de los disparos de individuos que en su desequilibrio creían ver extraterrestres. Esta experiencia abonó la teoría del poder omnímodo de los medios de comunicación. A falta de estudios receptivos se le daba un excesivo e imaginario poder a las emisiones de los medios.



BIBLIOGRAFÍA

De Fleur, Melvin y Ball Rokeach, Sandra. Teorías de la comunicación de masas. Barcelona. Paidós. 1993.

do Campo Spada, Daniel. *Aproximación hacia una clasificación de medios.* Buenos Aires. Grupo Interamericano de Reflexión Científica. 2008 GIRC N° 8. http://www.reflexioncientifica.com.ar/08_GIRC_008.pdf

Ferrari, Germán. *La Comunicación. Principio, fin y dilema de los medios masivos.* Buenos Aires. Longseller. 2001.

Lasswell, Harold. *Propaganda. Technique in world war.* 1927

Wolf, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas.* Buenos Aires. Paidós. 2004

S/a. "Harold Dwight Lasswell (1902-1978)". Infoamérica. <http://www.infoamerica.org/teoria/lasswell1.htm>

NOTAS

1 **De Fleur, Melvin y Ball Rokeach, Sandra.** Teorías de la comunicación de masas. Barcelona. Paidós. 1993. Pág. 201-211

2 **do Campo Spada, Daniel.** *Aproximación hacia una clasificación de medios.* Buenos Aires. Grupo Interamericano de Reflexión Científica. 2008. GIRC N° 8. http://www.reflexioncientifica.com.ar/08_GIRC_008.pdf

3 **Wolf, Mauro.** *La investigación de la comunicación de masas.* Buenos Aires. Paidós. 2004. Pág. 25

4 En el texto sobre la Clasificación de Medios redefinimos el concepto de lo masivo como una potencialidad. Nunca lo asociamos a términos numéricos o de calificaciones como "muchos" o "bastantes" ya que se convierten en variables ante valores relativos. ¿Cuánto es *mucho* o *bastante*? ¿Atendiendo a qué número decimos esto? Un mismo valor absoluto puede interpretarse en forma diametralmente opuesta en función a mercados o poblaciones de distintos tamaños.

5 **Ferrari, Germán.** *La Comunicación. Principio, fin y dilema de los medios masivos.* Buenos Aires. Longseller. 2001. Pág. 22

6 **Wolf, Mauro.** *La investigación de la comunicación de masas.* Buenos Aires. Paidós. 2004. Pág. 30

7 **Lasswell, Harold.** *Propaganda. Technique in world war.* 1927

8 S/a. "Harold Dwight Lasswell (1902-1978)". Infoamérica. <http://www.infoamerica.org/teoria/lasswell1.htm>

9 El *Captain América* fue creado en 1941 por los historietistas Joe Simon y Jack Kirby. Fuertes indicios señalan que la publicación de Marvel Comics estuvo impulsado por el FBI.

10 **De Fleur, Melvin y Ball Rokeach, Sandra.** Teorías de la comunicación de masas. Barcelona. Paidós. 1993. Pág. 2013.



Últimas Publicaciones en formato PDF.

Disponibles en http://reflexioncientifica.com.ar/publicaciones_numero.htm

Nº 34— **Derecho de las sucesiones**— Dra. Carolina Leone

Nº 35— **Educación Universitaria en la Argentina: Porqué y para qué estudiar.**

Dra. Aida Alt, Dra. Elizabeth Baggini, Lic. Patricia Dau y Dra. Carolina Leone.

Nº 36— **La “nueva economía” según Kevin Kelly.**—Lic. Daniel do Campo Spada

Nº 37— **La Tercera Ola según Alvin y Heidi Toffler.**— Lic. Daniel do Campo Spada

Nº 38— **La Creatividad del Periodista Profesional en la web 2.0.**— Lic. Daniel do Campo Spada

Nº 39— **Relación entre periodista y empresa en la nueva internet**—Lic. Daniel do Campo Spada

Nº 40— **Teorías de la Comunicación de Masas I—La Teoría Hipodérmica**—Lic. Daniel do Campo Spada

Nº 41 — **Teorías de la Comunicación de Masas II— La Teoría Funcionalista**—Lic. Daniel do Campo Spada

Declaración fundacional del Grupo Interamericano de Reflexión Científica.

Buenos Aires, 10 de Febrero de 2008.

Ante un presente en el que la Argentina dispone de una importante masa de nuevos profesionales y profesores universitarios jóvenes, nos encontramos ante la realidad de que los centros dedicados a la creación de conocimiento (universidades, instituciones específicas de investigación, academias, etc) presentan excesivas barreras de acceso a todos aquellos que desean fervientemente participar de un enriquecedor intercambio interdisciplinario.

Frente a esta problemática, se crea una SOCIEDAD CIENTIFICA, con figura legal a determinar que permita desarrollar actividades beneficiosas para sus integrantes y la comunidad en general. Bajo el nombre inicial de GRUPO INTERAMERICANO DE REFLEXION CIENTIFICA se propone dar un espacio a nuevas expresiones que aporten al análisis de la realidad argentina y continental.

El espíritu multidisciplinario pretende abrir espacios específicos a cada ciencia y de encuentro con las otras que permitan superar barreras que en muchos casos respondieron a intereses institucionales o particulares antes que a realidades epistemológicas concretas con el fin de aunar esfuerzos y facilitar intercambios.

El GRUPO INTERAMERICANO DE REFLEXION CIENTIFICA es amplio y no se ubica aferrado a ningún dogma ni corriente científico-filosófica preexistente, dando el espacio necesario al debate que merezca producirse, propio del diverso origen y orientaciones de sus componentes permitiendo la diversidad de opinión de criterios y de visiones.

El bien común, el respeto a la ética en todas sus interpretaciones, la integridad humana y la honestidad intelectual son los parámetros a los que adhieren sus integrantes fundacionales y los que a futuro se incorporen.

Aprobación definitiva en reunión plenaria del 5 de Abril de 2008.