

La teoría de los efectos limitados

La teoría de los efectos limitados, cuyo principal exponente fue el sociólogo Paul Lazarsfeld, surgió durante la década de los 40 del siglo XX, en ambientes intelectuales de EE UU, en el marco de la Mass Communication Research.

En sus investigaciones, Lazarsfeld descubre que los efectos de los mensajes están fuertemente condicionados por el contexto social del individuo. Es decir, que los grupos de pertenencia del destinatario inciden en su manera de valorar los mensajes que recibe por los medios. De ahí que el poder de los medios no sea el que se les había supuesto hasta entonces (en las teorías anteriores), ya que estarían limitados por variables relativas al orden social.

Se opone en este punto a la teoría hipodérmica. Ésta asemeja el proceso de comunicación a la función que realiza una aguja hipodérmica: el mensaje que emiten los medios penetra en la piel del cuerpo social sin que éste pueda hacer nada por remediarlo, y acabe por asumir, sin capacidad crítica o selectiva, los mensajes que le llegan. En la Hipótesis de la persuasión se sigue pensando en que los medios tienen la capacidad de afectar fuertemente a sus destinatarios, aunque se descubre que las características psicológicas individuales juegan un papel importante en el posible éxito de una acción mediática.

El esquema comunicativo de esas tres teorías es unidireccional. Así, el mensaje siempre va de los medios a la sociedad, si bien la teoría de los efectos limitados presupone en la sociedad una cierta capacidad selectiva con respecto a los mensajes.

La elección de Roosevelt y los líderes de opinión

Durante una campaña electoral en 1940, en la que resultó electo Franklin Roosevelt, Lazarsfeld advirtió que la decisión del voto dependía del grupo social de pertenencia del ciudadano y le restó importancia a la influencia de la radio y de la prensa. Los habitantes de medios rurales, los sectores de nivel alto y los de religión protestante preferían votar por los candidatos del partido republicano, en cambio, los votos del partido demócrata provenían de los obreros urbanos y de los católicos. Es decir, que el voto de la gente se definía según su grupo religioso, su nivel socioeconómico y su lugar de residencia.

Por otro lado, Lazarsfeld señaló que las discusiones con familiares bien informados eran las influencias más vigorosas. De esta manera, existían **líderes de opinión** en estos grupos de pertenencia. La comunicación masiva se produciría entonces en dos etapas: durante la primera, cada uno de nosotros quede incluso atender a los mensajes de los medios, pero en la segunda etapa, la forma en que apreciamos esa información está marcada por la opinión que sobre esos mensajes tengan las personas a quienes les reconocemos una cierta "autoridad" sobre el tema.

Es importante destacar que la teoría de los efectos limitados concibe que el proceso comunicacional está siempre inscripto en una red de relaciones sociales, también considera que la comunicación interpersonal influye más que la masiva, es por eso que se habla de "efectos limitados", al sopesar las influencias de los medios masivos.

Fuentes:

"Comunicación, Sociedad y Medios" de editorial Santillana. Capítulo 2: "Estudios y Teorías Sobre los Medios Masivos".