

KLAPPER, Joseph T.

(JGC)

PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

1. Información bibliográfica.

a. Del libro reseñado.

KLAPPER, Joseph. T., Efectos de las comunicaciones de masas. Poder y limitaciones de los medios modernos de difusión. 1ª. Edición, Madrid, Aguilar, 1974, 266 páginas.

b. De la edición original.

The effects of mass communication, 1ª edición, New York, The free press, 1960. Traducción José Aurelio Álvarez Remón.

2. Descriptores conceptuales de contenido.

a. Epistemología. Positivismo

b. Fuentes. Sociología funcionalista, (Psicología social)

c. Comunicología. Difusión

d. Macro-objeto. Medios de difusión

e. Objeto específico. Efectos

SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

3. Ubicación campal de la obra.

a. Clasificación campal. Dentro-dentro

b. Época. Los setenta. Desarrollo del espacio conceptual

c. Región. América del Norte

4. Contenido de la obra.

a. Género. Teoría

b. Índice de la obra.

<i>Prefacio</i>	XIII
Naturaleza del libro	XIII
Literatura examinada	XIV
Exclusiones	XV
Referencias y notas	XVII
Agradecimiento	XVII
Capítulo I. Introducción	
Razones para el pesimismo	4
Razones para la esperanza	6
El enfoque fenoménico	7
Generalizaciones iniciales	9

PARTE I

Efectos de la comunicación persuasiva

Nota preliminar	12
Capítulo II. Refuerzo, cambios menores y fenómenos relacionados:	
Frecuencia relativa del refuerzo, los cambios menores y la conversión	15
Factores intermediarios que favorecen el refuerzo	18
Introducción	18
Predisposiciones y procesos relacionados: exposición selectiva, percepción selectiva y retención selectiva	19
Grupos y normas de grupo	25
Difusión interpersonal de las comunicaciones masivas	29
Liderazgo de la opinión	30
Naturaleza de los medios de comunicación de masas en una sociedad de libre empresa	37
Fenómenos relacionados	42
Frecuencia de los cambios menores de actitud	43
Resistencia al cambio de las actitudes “vinculadas al yo”	44
Consideraciones teóricas	46
Sumario	48
Capítulo III. Creación de opiniones acerca de cuestiones nuevas:	
La eficacia de las comunicaciones de masas	51
Razonamientos y conjeturas	55
Consideraciones teóricas	57
Sumario	57
Capítulo IV. Conversión	
El hecho de la conversión	59
Factores intermediarios al servicio de la conversión	61
Exposición, percepción y retención selectivas	61
Influencia de los grupos primarios	62
Liderazgo de la opinión e influencia personal	65
“Persuasibilidad”	68
<i>Fenómenos relacionados</i>	72
La susceptibilidad de conversión en el caso de personas bajo presiones contradictorias	73
Representación de papeles	75
Comunicación de hechos sin consiguiente cambio de opinión	79
“Ataque de flanco” y conflicto personal	84
Consideraciones teóricas	86
Sumario	88
Capítulo V. Aspectos cooperantes de la comunicación y de la situación de comunicación:	
Introducción	91
La fuente	92
Imagen que el público tiene de ella	92
Fuentes especializadas	95
Los medios “per se”	96

Imagen que el público tiene de los medios de comunicación de masas	96
Diferencias en el poder persuasivo de los distintos medios de comunicación	98
Empleo combinado de medios de comunicación, complementado por el contacto personal directo	101
Ventajas peculiares atribuidas a los distintos medios	102
Aspectos técnicos	104
<i>Características del contenido de las comunicaciones</i>	104
<i>Presentación de un lado de la cuestión o de ambos</i>	105
Explicitud frente a implícitud	108
Empleo extremo de la amenaza	109
Repetición, variación y exposición acumulativa	110
Función “canalizadora” y alivio de tensiones	112
Orden, énfasis, organización, etc.	114
Clima de opinión	117
Efecto de “carro de vencedor”	117
La resistencia de las pequeñas minorías	118
Consideraciones teóricas	119
Sumario	120
PARTE II	
Efectos de tipos específicos de material	
Nota preliminar	124
Capítulo VI. Efectos de los crímenes y violencias presentados en los medios de comunicación de masas:	
Intensidad de la preocupación	125
Aparición de crímenes y violencia en los medios de comunicación de masas	126
Documentación	126
Crítica	127
<i>Efectos popularmente temidos</i>	130
Descubrimientos definitivos de la investigación	133
Efectos emocionales inmediatos de diferentes tipos de violencia	139
Aspectos influyentes de la comunicación, valores personales y comportamiento delictivo	139
Consideraciones teóricas	148
Sumario	151
Capítulo VII. Efectos del material de evasión presentado en los medios de comunicación de masas:	
El material en cuestión y el temor	155
¿Qué son comunicaciones de “evasión”?	155
Efectos supuestos	157
La naturaleza real del material	158

Estudios de efectos: la orientación funcional y las funciones simples	160
La orientación funcional	160
Las funciones simples	161
Estudios de efectos: las funciones complejas y la cuestión de la causalidad	166
Desahogo emocional	167
La función de escuela de la vida	169
La cuestión de la reafirmación social y la cuestión de la causalidad	171
Tendencia a la evasión: ¿causa o efecto?	177
La comunicación de evasión y su influencia a favor de la apatía social	184
Consideraciones teóricas	186
Sumario	189
Capítulo VIII. Efectos de los programas de televisión destinados a los adultos sobre los públicos infantiles:	
Introducción	192
El hecho de la exposición	193
Motivos de la exposición	195
Efectos atribuidos	197
Resultados de la investigación	201
Un estudio: el de Himmelweit, Oppenheim y Vince	203
Consideraciones teóricas	212
Sumario	214
Capítulo IX. Contactos con los medios de comunicación de masas y pasividad:	
Naturaleza y extensión del problema	217
Opiniones de psicólogos y psicoanalistas	219
Descubrimientos de la investigación empírica	221
Consideraciones teóricas	229
Sumario	223
Capítulo X. Nota final	232
Bibliografía	243
Índice alfabético de autores y materias	259

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice.

El libro está dividido en dos partes. La primera presenta la propuesta general sobre los efectos de la comunicación de masas. La segunda presenta una selección de las áreas temáticas más sugerentes y presentes en la época en que el texto fue escrito, como el tema de la violencia y los medios, la evasión, y los muy emergentes y polémicos asuntos de los niños y la televisión y la pasividad. La primera parte presenta la tesis básica, no hay cambio en el comportamiento por efecto de los medios que no haya estado ya ahí antes de la exposición. La imagen básica es la de que los medios refuerzan más que

cambian a los públicos. Lo que se presenta entonces es un marco para comprender y estudiar esta situación desde lo simple hasta lo complejo, las variables que colaboran a que un mensaje de los medios tenga impacto social son contextuales. El texto es muy claro en presentar lo que es propio del fenómeno mediático y lo que es situación y contexto del fenómeno. Cada capítulo es presentado con una argumentación que precisa las tesis que se están desarrollando, concluyendo con una síntesis teórica y un sumario que resume el contenido. El libro se completa con un prefacio y una introducción y con una nota final. La claridad en la exposición de la información y los elementos de la argumentación es la cualidad básica en toda la presentación del libro.

d. Sugerencia: ¿cuál es la parte más importante?

Sin lugar a dudas la primera parte, la general. De ahí se deriva toda la argumentación que se aplica a la segunda, que es más una noticia de temas sectoriales, que un desarrollo especializado de ellos. La primera parte, la general, es impecable, clara, contundente, fundacional.

TERCERA PARTE: COMENTARIO

5. Importancia teórica-conceptual del libro. Aportaciones de la obra a los estudios sobre comunicación y a la comunicología.

Este libro es un libro central en el estudio de los medios de difusión. Lo que ahí se afirma en 1960 sigue como una lectura lúcida y responsable de la relación de los medios y sus públicos. Es de tal magnitud su cuerpo central de tesis, que podemos afirmar que sólo se ha desarrollado lo que ahí se presenta en forma de confirmación, nada sustantivo se ha agregado. El libro es un texto fundamental para el estudio de los efectos.

6. Importancia social (fama, presencia en el campo).

Es un clásico, en los años sesenta y setenta fue la obra de referencia básica sobre el tema. En los ochenta se olvidó, y en los noventa también. Lo cual es una pena. Durante los últimos años se ha continuado una discusión que estaba resuelta en este libro hace cuarenta años. Los medios refuerzan, colaboran, y tienen eficiencia cuando se aprovechan todos los elementos sociales que favorecen sus intenciones y representaciones. Es ingenuo afirmar que lo son todo, es una torpeza afirmar que son irrelevantes. El olvido es quizás lo más destacable en la relación de este libro con el campo académico de la comunicación.

7. Ubicación del libro dentro de la obra del autor.

Klapper se consagró con este libro, es su obra suprema, su texto más importante. Él es un sociólogo norteamericano que quizás murió sin saber que su libro sería una pequeña biblia sobre los efectos de los medios.