

# Teorías Experimentales

- Teorías sobre Efectos Limitados/  
Influencia Selectiva
  - Teoría de los dos pasos

# Abandono de la Aguja Hipodérmica (1940s)

- Empieza a **desaparecer la idea** de que el hombre reacciona por **fuerzas biológicas o instinto**
- Empieza a aparecer el concepto de **“actitud”**
- **ACTITUD**: Tendencia psicológica que se expresa en la evaluación que una persona realiza , **con algún grado de positividad o negatividad**, a algún objeto, producto o entidad.

# EL SIGLO DEL YO - marketing



# Primeras Teorías Experimentales

- Los medios alcanzan a individuos que tienen **actitudes, prejuicios, creencias y predisposiciones anteriores** –positivas o negativas– sobre el tema en cuestión.
- Las personas **forman parte de grupos sociales y comunidades más amplias** –familia, amigos– que comparten visiones del mundo.
- Las personas ya no sólo pueden ser receptoras pasivas, **sino también influir.**

# Consumismo



# Teorías Experimentales

- Empieza a diferenciar **rasgos específicos** de la personalidad y características del destinatario
- . El mensaje no llega directo al receptor, sino que está mediado por:
  1. Predisposiciones, actitudes, creencias
  2. Grupos sociales a los que pertenecen
  3. Raza, género, edad, clase social
  4. Intereses

FOR THAT "NATURAL" LOOK MEN LOOK FOR... *Seventeen*

These who saving make always a habit for the girl with the "natural" look. That's why so many of the most enough to make go the "Seventeen" make-up... young-minded cosmetics that catch the eye and win the heart... At drug and department stores "Seventeen" Powder #1... Lipstick #1... Powder #2... All other are

*Seventeen*  
COSMETICS

Young-minded makeups for young women

Copyright © 1957, The Seagram Company, Inc. New York, N.Y.

He's one of the best-looking men in town. With his handsome face and white shirt, Fred has a really smooth, delicious life.

The reason is simple, confidence, and a friendly, unpretentious human being. All he does, no matter how long and hard he works.

According to a recent *Nationwide survey*:

## MORE DOCTORS SMOKE CAMELS THAN ANY OTHER CIGARETTE

DOCTORS (Survey based on analysis of 10,000 in 400 cities) named it this trademark mark of superior performance. Their leading research organizations made the survey. The gist of the survey: What cigarette do you smoke, Doctor?

The best answer was Camel!

The fact, but keep in mind millions of Camel's biggest field of smoking tobacco men on how the best appeal to the leading class of doctors as an evidence of their smoking. If you are a Camel smoker, the confidence among doctors will hardly surprise you. If you're not a smoker, try Camels now.

Your "D. Doc" Will Tell You...

1. The Taste...  
2. The Effect...  
3. The Price...  
4. The Quality...  
5. The Quantity...  
6. The Convenience...

*Camels* Cautious Tobacco

The package that gets a welcome at home

The six-bottle carton

Could this be the classiest of gifts? It's perfect with the holiday get that comes from a lifetime of parties. In the days that never have the pleasure of giving that has delighted you... since being

Invited Coca-Cola has made the party that celebrates a family affair. With the six-bottle carton so easy to take

# WIVES.

Look this ad over carefully. Circle the items you want for Christmas. Show it to your husband. If he does not go to the store immediately, cry a little. Not a lot. Just a little. He'll go, he'll go.

CIRCLE ALL THE QUALITY DORMEYER APPLIANCES YOU WANT!



**Husbands:**

Look this ad over carefully. Pick out what your wife wants. Go buy it. Before she starts to cry.

**Dormeyer**  
THE QUALITY HOUSEHOLD APPLIANCE COMPANY

*Secretaries, look!*



The Underwood No. 140 is the most reliable typewriter ever made. It is the only typewriter that has been designed to last for 25 years. It is the only typewriter that has been designed to be used in the office, at home, or in the field. It is the only typewriter that has been designed to be used in the office, at home, or in the field.



**THE NEW UNDERWOOD 140 IS THE TYPEWRITER DESIGNED TO KEEP YOUR HANDS LOVELY TO LOOK AT**

The new Underwood No. 140 is the most reliable typewriter ever made. It is the only typewriter that has been designed to last for 25 years. It is the only typewriter that has been designed to be used in the office, at home, or in the field. It is the only typewriter that has been designed to be used in the office, at home, or in the field.

It is the only typewriter that has been designed to be used in the office, at home, or in the field. It is the only typewriter that has been designed to be used in the office, at home, or in the field. It is the only typewriter that has been designed to be used in the office, at home, or in the field.

*Secretaries, look again!*

Underwood No. 140 is the most reliable typewriter ever made. It is the only typewriter that has been designed to last for 25 years. It is the only typewriter that has been designed to be used in the office, at home, or in the field. It is the only typewriter that has been designed to be used in the office, at home, or in the field.

Underwood No. 140 is the most reliable typewriter ever made. It is the only typewriter that has been designed to last for 25 years. It is the only typewriter that has been designed to be used in the office, at home, or in the field. It is the only typewriter that has been designed to be used in the office, at home, or in the field.

Underwood No. 140 is the most reliable typewriter ever made. It is the only typewriter that has been designed to last for 25 years. It is the only typewriter that has been designed to be used in the office, at home, or in the field. It is the only typewriter that has been designed to be used in the office, at home, or in the field.

# El Palacio de Hierro



# Anuncio de Sensodyne



Entonces,

¿ MANIPULAN LOS MEDIOS DE  
FORMA **DIRECTA Y UNIFORME?**

**NO**

La palabra clave en las teorías experimentales YA NO ES

**MANIPULACIÓN**

**SINO: EFECTO**  
**(SELECTIVO)**

# Teoría de la Persuasión

- Las audiencias tienden a exponerse a la información **más afín a sus actitudes**.
- La persona ya está de acuerdo y la audiencia **YA comparte** el punto de vista del emisor.
- Evita los mensajes que **le resultan disonantes o incongruentes**.

**SO THE HARDER A WIFE WORKS, THE CUTER SHE LOOKS!**

**PEP**

Vitamins for pep! PEP for vitamins!

The advertisement features a central illustration of a man in a suit and a woman in a dress and apron embracing. To their right is a large speech bubble containing the headline. Below the main illustration is a smaller cartoon panel showing a man kneeling to help a woman with a basket. At the bottom left is the PEP logo, and at the bottom center is the slogan. The entire ad is set against a plain background.

# Fox News y la Inmigración



# TEORÍA DE INFLUENCIA SELECTIVA

- **Exposición Selectiva:** Tendencia de los individuos a exponerse a la información más afín con sus actitudes
- **Percepción Selectiva:** Se interpreta el mensaje de acuerdo con las actitudes y valores del receptor
- **Memoria Selectiva:** Memorizo aquellos aspectos de los mensajes que resultan coherentes con lo que creo-pienso

# Estudios de Opinión

## *The People's Choice*

*How the Voter Makes Up  
His Mind in a Presidential  
Campaign*

*by Paul F.  
Lazarsfeld*

*Columbia Univ. Press*

Bernard R. Berelson  
Paul F. Lazarsfeld  
and William N. McPhee

## *Voting*

*A Study of Opinion Formation  
in a Presidential Campaign*



*Midway Reprint*

## EN SÍNTESIS, ¿QUÉ DICE LA TEORÍA?

- Hay **pobre o casi nula influencia** de los medios en la gente
- En el mejor de los casos, **los medios sólo refuerzan actitudes previas y pre-existentes**
- **AUTORES CLAVE: LAZARSFELD, KATZ**

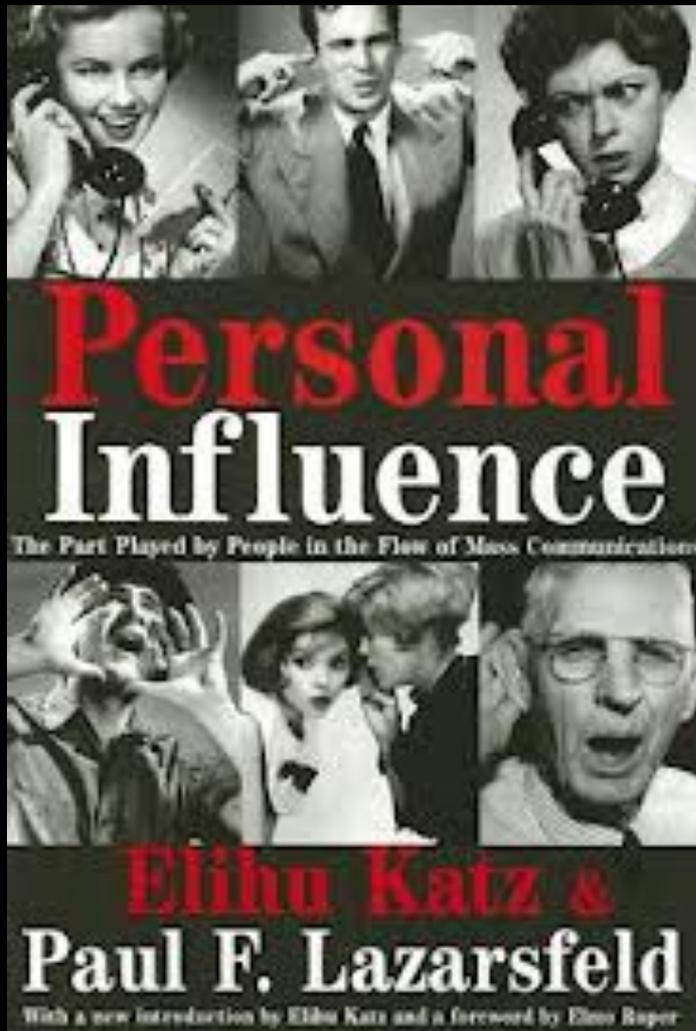
Gerardo Fernández Noroña



# ¿Y QUÉ DE LOS QUE DIFIEREN?

- Si la disonancia se hace presente, por resultar incómoda, **las personas harán todo lo posible por reducirla y lograr la consonancia.**

# PAUL LAZARSFELD, 1955



# El estudio

- Llevado a cabo en Chicago
- Los líderes de opinión **interpretan, interceptan y difunden** lo que ven y escuchan en los medios **a las redes personales** a las que pertenecen.
- Influyen en asuntos de interés público, moda, cine, y comportamiento del consumidor.

# ¿Y QUÉ DE LOS QUE DIFIEREN?

- Si la disonancia se hace presente, por resultar incómoda, las personas harán todo lo posible por reducirla y lograr la consonancia.

# ADAL RAMONES Y VOTO X VOTO



# Teoría de los Dos Pasos

- Influencia de los medios de comunicación de masas no se produce de manera lineal y directa, sino que **se produce a través de los líderes de opinión**
- Los líderes, son aquéllos que **realizan el papel mediador** y aseguran que los mensajes lleguen al destino que esperan.

# Teoría de los Dos Pasos (2 step-flow)

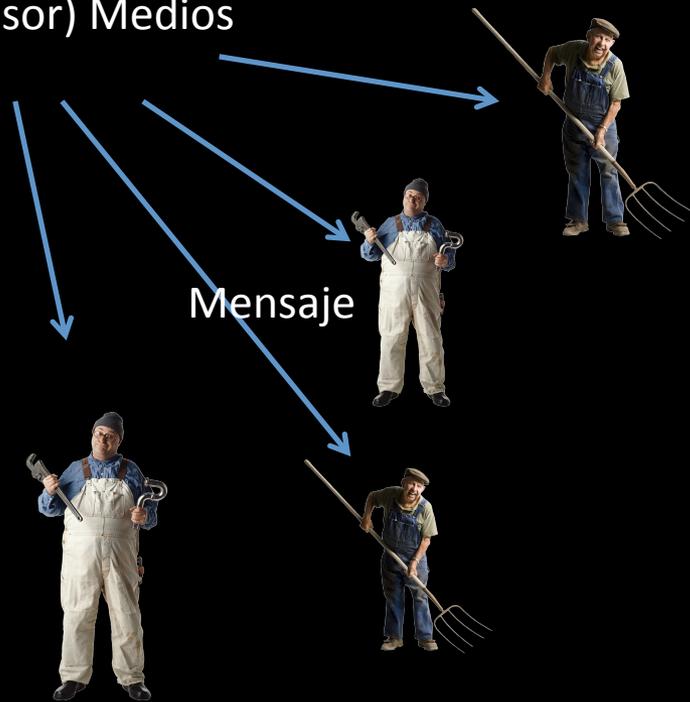
- Influencia de los medios de comunicación de masas no se produce de manera lineal y directa, sino que **se produce a través de los líderes de opinión**
- Los líderes, son aquéllos que **realizan el papel mediador** y aseguran que los mensajes lleguen al destino que esperan.

# Diferencias entre teorías

## Hipodérmica



(Emisor) Medios

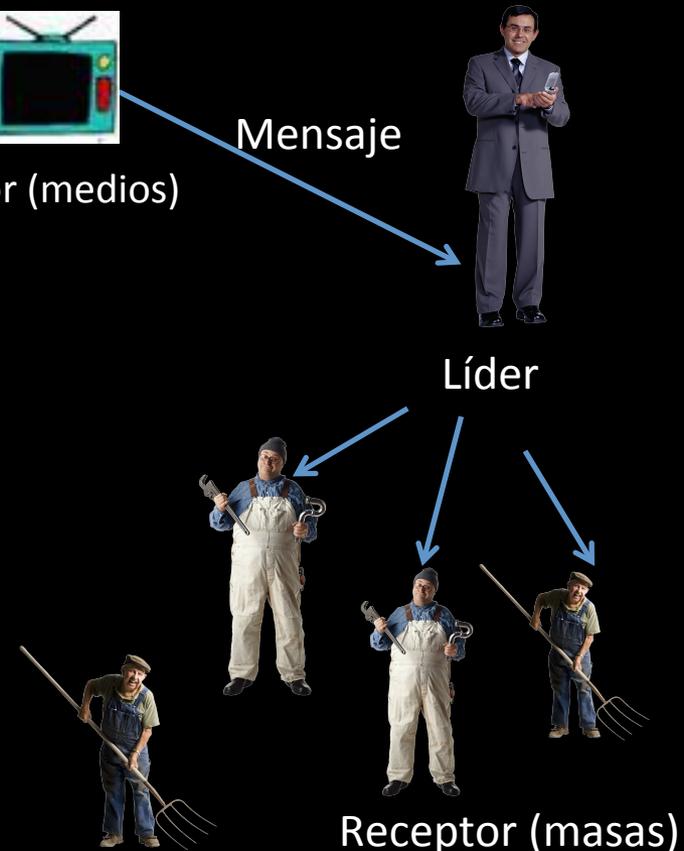


Receptor (masas)

## Dos Pasos

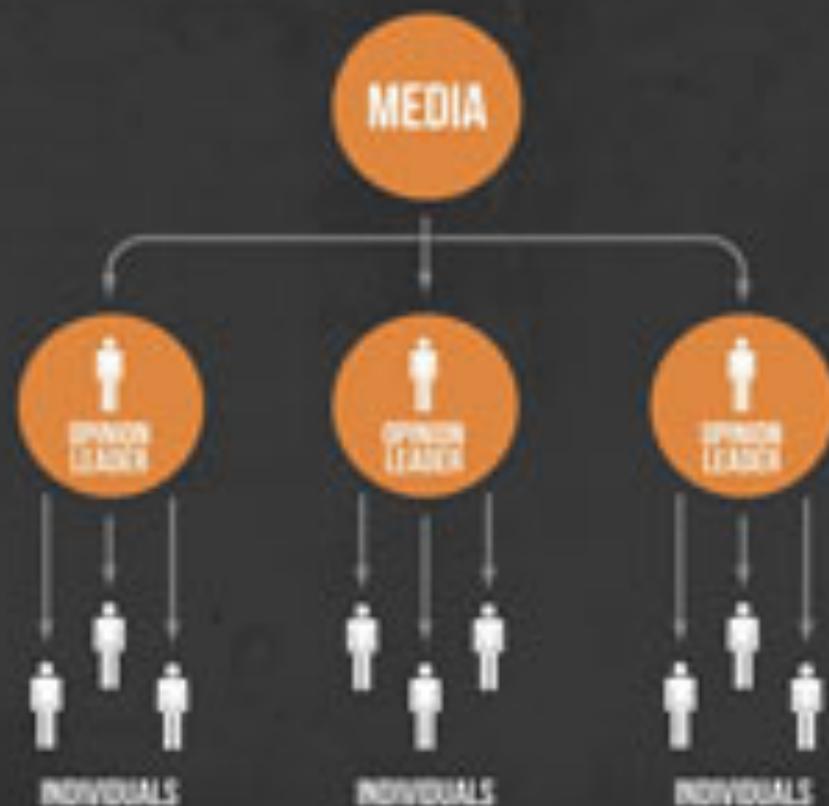


Emisor (medios)



Receptor (masas)

# THE TWO-STEP FLOW THEORY



# Líderes de Opinión: Laura



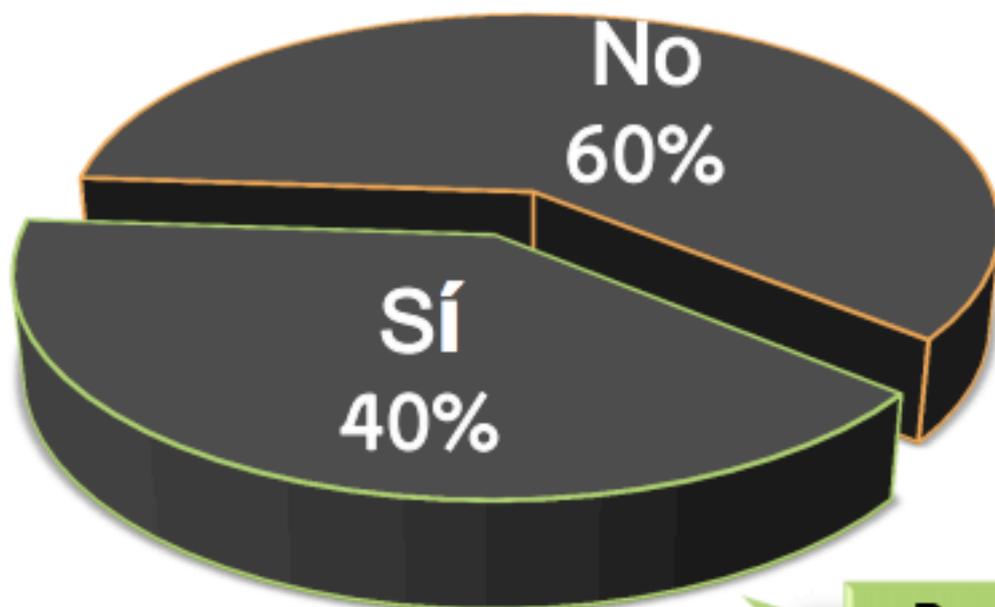
# Líderes de Opinión: Ciro



# Principal Premisa

- “Las ideas fluyen frecuentemente de la radio y el diario a los líderes de opinión y de ellos a los ámbitos menos activos de la población. La gente **tiende a estar mucho más afectada** en su toma de decisiones **por sus encuentros personales** con sus pares influyentes **que por los medios de comunicación**” (Lazarsfeld, Menzel, 1963).

## Intención de voto en Redes Sociales de algún Candidato



**4** de cada **10**

Internautas Mexicanos que se han hecho fan o seguidor de algún candidato, votarán por él en las próximas elecciones.



Base: **367** entrevistados que se hicieron fans o seguidores de algún partido/candidato.

### ¿Por quién votarías?

- AMLO
- EPN
- GQ
- JVM



Base: **147** fans o seguidores de algún partido/candidato.

# Los diez 'hashtags' de la elección



# Peña Nieto en la Ibero

11 MAYO



Usuarios

**157.836**

Tweets

**668.159**

Impactos

**132.963.641**

Noticias

**5.240**

La visita de Peña Nieto a la Universidad Iberoamericana es un acontecimiento que invariablemente marca el desarrollo de las campañas y resulta ser el punto de inflexión a partir del cual nace el movimiento #YoSoy132. Las críticas hacen eco en la red dando un duro golpe al aspirante por la coalición Compromiso por México. La inconformidad de los jóvenes que levantan la voz contra "el candidato de Televisa" genera 18 trending topics en un solo día.



**Downloading completed!**

# #FueraPeñaNieto

11 MAYO  
20.000



La visita del candidato priista a la Universidad Iberoamericana y el abucheo por parte de los estudiantes se posicionan entre los temas más populares. A pesar de que los Ectivistas intentan revertir la notoriedad de los comentarios en contra de Peña Nieto, no lo logran.

La Ibero sigue haciendo eco de los hechos que están a punto de marcar de forma imprevista el curso de la campaña.

# #MeEscondoEnElBañoComoEPN

11 MAYO

47.000



La visita del candidato del tricolor a la UIA le da un golpe severo a su campaña, pues los estudiantes muestran públicamente supuestos actos de represión y corrupción para enjuiciarlo. Según las menciones en Twitter, al no soportar la presión de los jóvenes de la Ibero que le gritan "asesino", se refugia en el baño. Las imágenes o 'memes' que se crean al respecto incrementan el impacto de esta tendencia.



## ¿Cuánto odia Twitter a Antonio Attolini?

Un tornado de fuego le espera al ex secretario del ITAM del movimiento #YoSoy132. Los usuarios no le perdonan haber captado un programa pagado en televisión. Las diatribas en su contra van a la moneda de cambio durante las próximas semanas.

ACTUALIZACIÓN

Featured / One Comment



## Los 100 tuiteros que más influyen en la percepción sobre el Club América

La actividad alrededor de este popular equipo de fútbol es monopolizada por dos brazos que juntan su fuerza en esta red social: la comercialización y las noticias en tiempo real sobre el mismo, tal como sucede en la televisión mexicana.

Featured / Leave a comment



## Los 100 tuiteros que más influyen en la percepción sobre el Tec de Monterrey



## Los 100 tuiteros que más influyen en la percepción sobre la Universidad Panamericana

¿Qué se puede decir de la imagen que destila la UP en Twitter? Hay escasa actividad alrededor de esta universidad del Opus Dei. Esto debe ser tomado por la UP como un área de oportunidad y no necesariamente una falla.

Featured / Leave a comment



## ¿Qué impacto causó en Twitter el Festival Corona Capital 2012?

Ningún evento masivo captura el zeitgeist cultural de la juventud mexicana como el Festival Corona Capital. Es el cáliz sagrado de lo trendy, lo hipster, y va de la mano con Twitter como whiskey con soda o Jack & Coke.

Featured / 3 Comments



## ¿Cuál es la percepción de los tuiteros sobre la Reforma Laboral?

Los usuarios de esta red social ven



## ¿Qué impacto generó en Twitter la muerte del hijo de Humberto Moreira?



# Los 300 tuiteros que más influyen en la percepción sobre López Obrador

By eduportas / May 8, 2012 / Investigaciones de Percepción en Twitter / One Comment



# Los 100 tuiteros que más influyen en la percepción sobre la Ibero

By eduportas / August 19, 2012 / Investigaciones de Percepción en Twitter / 4 Comments



