



Actividad 5 F. Böckelmann

Equipo 2

Rafael Bernal
Andres Werner
Talía Contreras
Denisse Velásquez
Beatriz Cervantes

Comentario [oi1]:
Calificación: 97.5

1. Explicar el concepto "dialéctica negativa" en el proceso de formación de opiniones (Adorno).

Adorno, miembro importante de la escuela teórica de Frankfurt, critica el hecho de que el pensar se haya convertido en un instrumento del poder, que controla todos los objetos bajo el dominio de un sólo sujeto. De acuerdo con este autor, esto sucede con la noción de identidad que califica como correcto y real solamente aquello que cabe en los conceptos dominantes de la sociedad y de la naturaleza dejando fuera lo demás. Con respecto a esto último, lo desfavorecido, Adorno desarrolla la dialéctica negativa, un concepto que atiende aquello que había sido excluido. Entonces, esta dialéctica requiere una forma de pensar que sea capaz de analizar y diferenciar los hechos pero que a la vez, se base en la experiencia verdadera y no en la experiencia mediada por los procesos sociales globales.

Aplicado al proceso de formación de opiniones, Adorno intenta proveer una forma de pensar que ya no es dominante y excluyente sino incluyente y que reconoce sus limitaciones. En concreto, lo anterior implica que un individuo llegue a una opinión a través de la lógica o a través de pensamientos propios pero al mismo tiempo aceptando que hay otros puntos de vista. En este sentido, se puede entender el concepto de la dialéctica negativa históricamente como un intento de evitar el totalitarismo que se basa en ciertas teorías y conceptos excluyentes.

Comentario [oi2]: Si vas a reproducir las palabras de otro autor, por favor entrecomillar y proceder a citar correctamente .75/1

2. Con base en teoría de sistemas -Niklas Luhmann- explicar el proceso de formación de experiencias.

La teoría del sistema parte de la ambivalencia entre el sistema y el universo, en donde el sistema siempre implica la complejidad del universo y el universo implica siempre sistemas que intenten reducir su complejidad. La experiencia construye y se reconstruye al paso de un infinito número de posibilidades, vivir y sentir el mundo estructuran la manifestación y la función de procesos selectivos, estructurados por las fronteras o límites del sentir de los correspondientes sistemas sociales y psicológicos.

Comentario [oi3]: Teoría de sistemas



Según Luhmann.- La “experiencia” es un acontecimiento específicamente sorprendente dentro del proceso de la conciencia, que ya presupone unas expectativas estructuradas adecuadamente y que a su vez se elabora de nuevo **adecuadamente**. El mismo explica, que la sorpresa relativa, que constituye la experiencia, se puede concebir también como complejidad actual, como un “campo de posibilidades que debe reducirse mediante la elaboración selectiva de las vivencias y de acuerdo con las estructuras del sentido, idénticas pero modificables. El sentido de la “experiencia” dentro de los sistemas parciales estancos en la sociedad (sistema político, economía, ciencia, familia, etc.) está constituido por reglas de selección histórica modificables. La experiencia da testimonio no ya de una relación recíproca entre un sujeto y un objeto consistente en sí mismo, sino que se manifiesta como un momento dentro de un proceso de reducción.

Comentario [oi4]: redundante

Al reducir la complejidad a través de la experiencia nos hace conscientes de que ya no se trata de buscar y fabricar casualidades entre el pasado y el futuro, sino que debemos ocuparnos de reducir y ampliar las posibilidades del futuro mediante la planificación. La experiencia es dinámica y define no sólo la actualidad de la “percepción estructurada de acuerdo con la expectativa”, sino también la adecuación con el sentido de la reducción de la complejidad, al ser la experiencia en este proceso continuo de construcción y reconstrucción de opciones configurando un sistema de respuestas unas dentro de otras a según el proceso de selección respecto de los sistemas sociales y psicológicos vigentes explicándose así mismos parte del **universo**.

Comentario [oi5]: Correcto y muy completa 1/1

3. ¿Cuáles son las funciones de los medios de acuerdo con Lasswell y Wright?

De acuerdo con Lasswell, las funciones de comunicación básicas son tres, a saber:

- a) Observación y control del mundo circundante, es decir, recopilar información acerca de los eventos que son considerados como importantes.
- b) La selección e interpretación de dicha información con sus respectivos comentarios, es decir, una función redaccional.
- c) La transmisión a manera de herencia cultural y social para la generación siguiente (Böckelmann: **46**)

Comentario [oi6]: Correcto 1/1

A estas funciones, Wright agrega una más: la función del entretenimiento. Asimismo, hace una distinción entre las funciones manifiestas y las latentes.

4. Opinar sobre la siguiente tesis: "La opinión pública debe traducir las demandas de la sociedad en problemas con soluciones políticas".

Los sucesos históricos en el México del siglo XX, en la perspectiva de fenómenos políticos y sociales experimentados en diversas etapas del sistema político mexicano, son muestra de la percepción y referentes que han nutrido a la sociedad desde la conciencia colectiva a partir de la asimilación de las condiciones individuales como esfera privada con respecto al poder, en donde las estructuras de poder tradicionales se ponen a prueba en virtud de aquellas



organizaciones de ciudadanos más informadas acerca de las plataformas políticas y económicas. Sin embargo, la interacción de estas estructuras sociales no tendría movilidad política sin la congruencia de la inconformidad manifiesta en la esfera individual por la modificación o ampliación en el ejercicio de derechos que afectan lo privado en lo social por mejores condiciones de vida. Es así como la participación ciudadana por la exigencia de apertura política, respeto a la libre determinación, elecciones ciertas apegadas a la legalidad entre otros temas eje, traducen los defectos experimentados por las estructuras de poder existentes para construir canales que modifiquen la toma de decisiones del poder político y público. Estas reacciones sociales denotan el agotamiento de un modelo gubernamental o institucional, al impactar generando reformas institucionales, políticas y normativas importantes.

La innovación tecnológica dota a los individuos de herramientas distintas e interlocutores diversos afectando precisamente el análisis básico de su realidad ya que con los medios de comunicación masiva, televisión, radio y prensa, en relación de un porcentaje más amplio de población en acceso a estos, no así Internet y otros medios de acceso a información e interacción personal (web 2.0 y 3.0) es a través de ellos como precisamente esta esfera de lo privado, individuo y su entorno así como elección de prioridades en referencia al contraste de su aspiración de bienestar generan juicios de valor. Estos juicios de valor son el espejo de la realidad cotidiana empleo, salud, educación, seguridad, que activan la acción institucional en donde el reto será que el sector político y económico procuren el fortalecimiento e innovación de propuestas de solución a los diversos temas de la problemática nacional, más allá de intereses cortoplacistas de grupos de interés en donde los medios de comunicación inclusive tienen un límite fáctico en la administración y manipulación de los contenidos que es la realidad social, en tanto al todavía elitista acceso de otro tipo de medios de comunicación.

El autor nos refiere a la industria de programas de la comunicación de masas, especialmente en la televisión, la radio y la prensa, tiene la pretensión de dar universalidad, a los contenidos temporales, pero la intención de generar un reflejo representativo del mundo en conjunto es ilusoria; la totalidad, la "universalidad" y la ponderación de los programas de los medios son ficticios. Y el receptor no está ajeno a ello, ya que como lo refiere el autor en el tema de la selectividad arbitraria "Que todos los individuos que toman parte en la comunicación de masas "reconozcan las reglas institucionalizadas de la atención "no significan que estén de acuerdo con ellas, que las justifiquen,.. Pero lo que sí significa ciertamente es que "entienden" dichas reglas y seleccionan de acuerdo con ellas. Ahí se encuentra la línea delgada de la acción y reacción, entre opinión pública y ruptura o cambio radical (revolución).

Comentario [oi7]: Muy completa 1/1

5. Con base en Maletzke, Hovland, Dröge, Weissenborn y Haft, Bledijan, Stisberg y Roth: distinguir opiniones y actitudes.



Todas las teorías en cuestión engloban las diferencias y definiciones de opinión y actitud en términos de su temporalidad y su profundidad en el psique del público receptor. Maletzke simplifica la relación entre estos dos conceptos simplemente aludiendo a el nivel de anclaje de una idea en el público, mientras que Hovland toma la idea de temporalidad, definiendo las opiniones como anticipaciones y expectativas futuras y las actitudes como orientaciones generales presentes.

Bledijan, Stitsberg y Roth intentan hacer una devolución científica del concepto de actitud con la finalidad de separar todos los componentes cognitivos que la forman y así poden hacer una medición más exacta y a priori del impacto que puede tener la comunicación.

Evidentemente, la importancia del estudio de la formación de la opinión pública implica no sólo poder controlar la forma en que un medio de comunicación afecta a ésta, sino la aptitud del medio para medir su nivel de afectación. Independientemente de que definiciones se les de a la opinión y a la actitud, la relevancia de éstas opera en base a la alteración de comportamientos reales, que por el momento sirven como el único sistema objetivo de medición de impacto mediático. Es difícil pensar en una actitud formada exclusivamente por un mensaje, ya que hay un número incontrolable de influencias sobre el comportamiento de las personas.

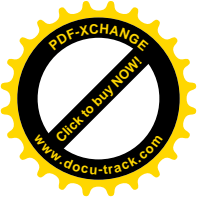
La idea que presentan Bledijan, Stitsberg y Roth sobre la separación de influencias cognitivas y emocionales es importante, pero es difícil creer que pueda haber un método científico para lograr esto. Si bien llaman "falso dilema" a la imposibilidad de medir la influencia por medios alternos a la conducta observable, también es importante destacar que los sistemas de medición alternativos en existencia se enfocan en anticipaciones y expectativas. Extrañamente, justamente con esas palabras es como Hovland define la **opinión**.

Comentario [oi8]: Muy completa 1/1

6. Describir las variantes de efectos sometiendo al receptor -cambios de actitud-, de acuerdo con Bledijan.

El estudio del impacto de la comunicación de masas se limita al efecto a corto plazo de la comunicación persuasiva sobre las actitudes. De acuerdo con Bredijan pueden existir cinco variantes de efectos a los que puede verse sometido un receptor: novedad, afianzamiento, debilitamiento, inversión o ningún cambio;

1. Nueva creación de actitudes o de elementos cognitivos. Asimismo se estipula que el aspecto afectivo puede estar vinculado o desvinculado de dicha nueva creación.
2. Afianzamiento de las actitudes, elementos cognitivos y/o afectivos. En este caso se explica que las variaciones de la actitud se caracterizan por una extensión de sus límites.
3. Debilitamiento de una postura o de sus elementos cognitivos y/o afectivos. Bredijan explica que en este caso existe simplemente una reducción de los límites de la actitud.



4. Inversión de las actitudes o bien de sus elementos cognitivos y/o afectivos. En este caso existe una modificación de la dirección y posiblemente también de los límites.
5. Ningún efecto

Comentario [oi9]: Correcto
1/1

Frente a estas variantes de efectos es indispensable entender la definición de límites y dirección, ambas parte de las dimensiones en las que es posible tengan lugar las variaciones de actitud.

Un cambio en la dirección de una actitud se refiere a un salto de una actitud positiva a una neutral o negativa o viceversa. Por su lado, un cambio en los límites o intensidad de una actitud se refiere a la distancia entre la posición de una actitud y un punto neutro de referencia, o bien la energía y empeño con que un individuo defiende su postura.

7. Explicar, de acuerdo con Festinger, la percepción selectiva.

Festinger propone la percepción selectiva como un fenómeno psicológico mediante el cual un grupo de personas modifica su realidad para acomodar a sus creencias. El ejemplo clásico que utiliza es el de una sociedad de culto que creía en la destrucción del planeta a manos de alienígenas en una fecha precisa. Cuando llegó esa fecha y no sucedió lo dicho en la predicción de su líder, el culto modificó su percepción para acomodarse a la idea de que los alienígenas habían cambiado sus planes por piedad a la raza humana. Es decir, la percepción selectiva actúa en el psique colectivo o individual como un filtro mediante el cual la información que contradice las creencias del ente receptor es ignorada o al menos reconfigurada para encajar dentro de éstas.

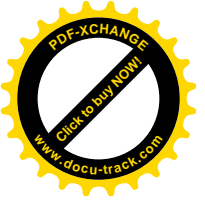
Comentario [oi10]: Cuen comentario 1/1

8. Explicar con base a Klapper la teoría de la confirmación y del reforzamiento.

Para Klapper en general los medios de comunicación de masas propician el reforzamiento de actitudes y muy pocas veces provocan un cambio de actitud. Klapper señala que existen diferentes grados de impacto que dependen de los diferentes tipos de influencias en las actitudes: efecto creativo, efecto de reforzamiento, efecto de indiferencia, efecto de conversión (inversión de actitudes) y ausencia de efecto.

La mayoría de las veces los medios de comunicación de masas tienen un efecto de reforzamiento. Un efecto creativo es posible solamente cuando en un tema determinado, el individuo todavía no cuenta con una, es decir, no hay un marco de referencia. Por su parte, un efecto de conversión es posible cuando el individuo se encuentra en una encrucijada y busca una tercera opción. Sin embargo, dicha situación es poco probable.

Asimismo, de acuerdo con Klapper la comunicación se lleva a cabo en un contexto donde existen diferentes factores intermediarios y de influencias. Estos *mediating factors* son precisamente los que permiten que la comunicación de masas funcione como un estímulo. Sin embargo, la comunicación de masas no es la única causa del proceso de reforzamiento. Cuando la comunicación logra



un cambio de actitud es debido a que los factores intermediarios son **ineficientes**.

Comentario [oi11]: Correcto
171

9. ¿Qué es el *sleeper effect*?

Se refiere al fenómeno en cual las personas escuchan declaraciones o reciben informaciones, las cuales son rechazadas o recibidas escépticamente al inicio, es decir, en el momento en que están confrontadas con ellas, pero que después quedan grabadas en su mente y terminan por ser aceptadas. Son aceptadas cuando el individuo olvida el rechazo inicial hacia el comunicante o medio. En otras palabras, la información que en un principio objetamos, “duerme” en nuestra memoria y después de un tiempo “despierta”, o sea, es aceptada cuando nos olvidamos de la persona que emitió el **mensaje**.

Comentario [oi12]: Correcto
1/1

10. ¿Por qué son importantes los estereotipos -Lippman- en el estudio de la opinión pública?

La mayoría de las comunicaciones, como las redacciones, talleres, etc., se rigen en su práctica diaria por estereotipos, por modelos estandarizados que representan la conducta condicionada de los individuos en calidad de receptores aislados. No así sucede en el caso de un individuo como miembro de un grupo comunicativo. Los estereotipos son contextuales y tienen calidez **oficial**. Más específicamente Lippman dice que los estereotipos son ideas de un pseudoentorno que se van fijando como fotografías en nuestra cabeza y que pueden competir con lo representado por la categoría de real. Esto se debe a que dichas imágenes que nos creamos nos garantizan una orientación y una coherencia en un mundo confuso. De este modo las ideas, generalmente simplificaciones que vamos creando nos ayudan a dar coherencia y a orientarnos en nuestro mundo desordenado, a pesar de que estos estereotipos puedan ser ideas falsas. Una característica fundamental de los estereotipos es que al ser opiniones generalizadas reducen el efecto de las convicciones personales.

Comentario [oi13]:
Respuesta completa 1/1