

Além do paradigma: propaganda política e democracia em seis artigos de Harold Lasswell

Luís Mauro Sá Martino¹

Resumo

Harold Lasswell trabalhou como cientista político durante mais de meio século, e uma boa parte de seus estudos foi dedicada à Comunicação. No entanto, o campo da Comunicação apropriou-se apenas de uma pequena parte desses trabalhos. Este texto explora algumas dessas contribuições como base para uma pesquisa bibliográfica em textos menos conhecidos do público brasileiro, destacando três aspectos: 1. O impacto da propaganda política na sociedade; 2. Os fundamentos comunicacionais da deliberação na democracia; 3. Aspectos conceituais e metodológicos da “comunicação” como área acadêmica e profissional. O objetivo aqui não é fazer uma elaborada avaliação de suas ideias, mas explorar elementos que podem, ainda hoje, auxiliar o estudo da Comunicação.

Palavras-chave: Teoria da Comunicação; Lasswell; Democracia; Propaganda

Abstract

Harold Lasswell worked as a political scientist for more than half a century, and a good deal of his work deals with media communication. However, only a tiny bit of his researches have been widely known in academic media studies. This paper explores some of his lesser-known contributions to Communication Studies drawing on bibliographical research. It underlines three aspects: 1. The communicative foundations of deliberation in democracy; 2. The influence of political propaganda in society; 3. Some remarks on communication as a professional and study area. The goal is not to provide a full critical appraisal of his ideas, but to explore how his ideas can help understanding contemporary communication.

Keywords: Communication Theory; Lasswell; Politics; Propaganda

Figura presente nos livros e programas universitários de Teorias da Comunicação, onde está geralmente associado ao “Funcionalismo” ou às “Pesquisas Norte-Americanas”, o cientista político Harold D. Lasswell dedicou boa parte de sua obra ao estudo da Comunicação. No entanto, apenas uma pequena parcela de sua obra está disponível ao leitor brasileiro, deixando de lado muitos dos aspectos importantes de seu pensamento que podem oferecer alguns caminhos para se compreender a mídia. Como lembram Souza e Varão (2006:4), “mesmo tendo uma importância capital para os estudos em Comunicação, a obra de Lasswell fica a margem das discussões”.

Este texto se propõe a explorar algumas dessas ideias, restringindo a pesquisa a trabalhos menos conhecidos do autor dedicados ao estudo da comunicação. Essa

¹ Doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP. Professor do PPG em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Foi pesquisador-bolsista na Universidade de East Anglia, Inglaterra. Autor dos livros "Teoria da Comunicação" e "Comunicação e Identidade", entre outros.

opção decorre de dois fatores. Em primeiro lugar, uma preocupação histórica e epistemológica com o desenvolvimento das pesquisas em Comunicação. Lasswell, ao lado de Carl Hovland e Paul Lazarsfeld, está entre os chamados “pais fundadores” dos estudos de Comunicação, e sua obra está na base de algumas agendas temáticas do campo. Além disso, a prática em sala de aula: qual é o sentido de mantê-lo nos programas universitários de Teorias da Comunicação? Há o que aprender com ele ou o interesse se limita à história da pesquisa?

A julgar pela presença do autor em currículos universitários e em livros-texto de Teorias da Comunicação, ele deve ter algo a dizer: ele faz parte do pequeno percentual de autores citados em quase de todos os livros com esse título disponíveis para o público brasileiro (Martino, 2009). Não é parte do escopo deste trabalho fazer uma análise dessa apropriação e presença, mas usá-la apenas como índice.

Rüdiger (1998:51) destaca o chamado “paradigma de Lasswell”, seu modelo proposto para os estudos de comunicação. Araújo (2001:122) contextualiza o autor nas pesquisas norte-americanas, observando as funções da Comunicação propostas por ele, enquanto Temer e Nery (2009:56), assim como Martins (2005), exploram também suas relações com o Funcionalismo e a Escola de Chicago. Menções mais sucintas estão em Gomes (1997), Santos (2006) e Melo (1999). Apenas Costa, Machado e Siqueira (2006) fazem uma investigação desenvolvida sobre autor e obra. Há pelo menos dois estudos biográficos em português (Sousa e Varão, 2006; Costa, Machado e Siqueira, 2006).

No entanto, essa presença nos estudos da área é desafiada pela dificuldade de acesso aos seus textos principais. Em português, um leitor ou pesquisadora com interesse em ir além do que apresentado nos livros-texto encontrará o artigo “A estrutura e a função da comunicação na sociedade”, publicado em Comunicação e Indústria Cultural, organizado por Gabriel Cohn. Os livros *A linguagem da política*, *Poder e Sociedade* e *As elites revolucionárias* não encontraram, aparentemente, espaço na Comunicação.

Ao se delinear aqui algumas de suas propostas e questionamentos o objetivo não é fazer um “resgate” de suas ideias ou uma análise crítica de toda a sua obra, mas, tendo em mente a limitada a disponibilidade de consulta, delinear algumas de suas perspectivas. Por conta desse recorte, não será incluído aqui o texto publicado na coletânea de Cohn (1971), dando-se espaço para outros escritos do autor.

Este texto é construído ao redor de seis textos de Lasswell publicados entre 1927 e 1972, agrupados não de maneira cronológica, mas temática. Serão explorados três aspectos de seu pensamento sobre comunicação. Em primeiro lugar, usos e os limites da propaganda política na sociedade. Segundo, a Comunicação e a deliberação pública na democracia. Finalmente, preocupações teóricas e metodológicas sobre a constituição de uma área de estudos dedicada à Comunicação. As traduções dos textos de Lasswell aqui apresentadas são de responsabilidade do autor.

Embora sejam feitas, quando possível, aproximações com ideias contemporâneas, isso acontece apenas como ilustração. Não é o objetivo sugerir que Lasswell tenha tido preocupações com este ou aquele tema *avant la lettre*, o que demandaria aprofundamentos em outras direções, mas usar, se necessário, conceitos e termos contemporâneos. Vale iniciar com palavras do autor:

Quando tive contato pela primeira vez com o campo da opinião pública e da pesquisa em comunicação não havia Roper, nem Gallup, nem Cantril, Stouffer ou Hovland. Lazarsfeld não era uma pessoa, nem uma unidade de medida ou categoria. Não havia pesquisa de opinião, análise de conteúdo ou pesquisa quantificada em profundidade. Não havia sistemas computadorizados para lidar com a informação nem cooperação inter-universitária. Não havia institutos de treinamento, centros de pesquisa, revistas ou associações. Na verdade, não havia sequer transmissões de rádio ou TV. E antes que vocês pensem que eu vivia em um país subdesenvolvido, já existiam carruagens sem cavalos. (Lasswell, 1972:301)

Os estudos de Lasswell sobre Comunicação estendem-se ao longo de cinquenta anos. Pode-se esperar, em um intervalo de tempo como este, algumas mudanças e revisões de propostas. No entanto, é possível fazer um delineamento preliminar no sentido de assentar o terreno para os próximos itens. Como uma premissa, é possível sugerir que Lasswell tinha duas concepções de “Comunicação”.

A primeira, *lato sensu*, entendia por “Comunicação” a interação humana mediada por símbolos. A proximidade com a Escola de Chicago, especialmente G.H. Mead, é pronunciada. A apropriação dessas ideias, no entanto, não chegou a ser usada na elaboração de uma teoria da comunicação em termos gerais, mas em sua aplicação específica – o que parece ter transformado a noção mesma de uma “interação simbólica” em algo mediado pelas tecnologias de comunicação, o que altera, ao menos em magnitude, as possibilidades de seu uso.

Como cientista político, interessava-lhe a matéria *strictu sensu*, conforme presente nos “meios de comunicação de massa” e, portanto, capaz de intervir no cotidiano da tomada de decisões. É nesse segundo aspecto que a Comunicação

parecia lhe interessar, pensada como auxiliar na compreensão da política, seja em seu aspecto partidário-eleitoral, seja como o todo das relações de poder, pressão e decisões na sociedade.

Na intersecção de ambos, trata-se de uma concepção geral de vida social, formulada pelo Interacionismo Simbólico, aplicada a uma situação particular, sua divulgação pelos meios de comunicação, em uma área específica, a política.

1 Democracia e propaganda política

A primeira preocupação de Lasswell na área acadêmica foi a propaganda política. Em 1927, publica sua tese de doutorado, *Propaganda Technique in the World War*, análise do esforço norte-americano de propaganda durante a guerra na Europa. O tema o acompanha, em artigos esparsos, desde 1921, e, com vários focos de análise, será uma de suas preocupações constantes no âmbito da Comunicação.

Propaganda technique in the world war faz um estudo qualitativo dos slogans usados pelo governo norte-americano, buscando identificar os padrões subjacentes ao conjunto. O resultado é mais um resumo comentado dos elementos da propaganda de acordo com os agrupamentos e junções feitas pelo autor do que propriamente uma teoria da propaganda política, embora existam lá temas importantes relativos à conduta dos meios de comunicação – o tema da “agulha hipodérmica” está presente.

O resultado do trabalho não satisfaz Lasswell completamente, e os anos seguintes viram uma transformação teórica e metodológica: a análise da propaganda política não seria fruto de interpretação, mas um exercício quantitativo, o único, segundo ele, a assegurar precisão – em outras palavras, à análise de texto ele preferia a análise de conteúdo como metodologia para a pesquisa em Comunicação.

De fato, Lasswell inicia *A linguagem da política*, publicado em 1949, com uma crítica ao trabalho anterior sobre propaganda. Em *Propaganda technique in the world war*, afirma, o trabalho havia sido conduzido por critérios qualitativos de avaliação da propaganda, o que não oferecia aos pesquisadores uma efetiva possibilidade de compreender o que se passava no âmbito da persuasão e, mais ainda, quais os fatores da propaganda com maior probabilidade de funcionar. No lugar disso, propõe um método quantitativo, buscando, na recorrência de palavras, no uso de slogans e de jargões encontrar os critérios de persuasão.

Lasswell elaborou as primeiras versões de sua teoria da propaganda política sob o impacto causado pelo uso dos meios de comunicação na primeira guerra mundial. Seu texto principal, nesse ponto, é o artigo “The Theory of Political Propaganda”, que apareceu em 1927 na *American Political Science Review*. A maneira pela qual a mídia norte-americana conseguiu persuadir a população a apoiar a guerra se tornou o objeto de estudos. Ao fazer uma análise dos temas presentes, notou como a persuasão parecia se dar ao redor de um núcleo composto de meia dúzia de ideias centrais. Repetidas, essas ideias constituiriam o estímulo responsável pela mudança de atitude nos indivíduos (Christians, 1995:156). Nas palavras de Lasswell: “Propaganda é o gerenciamento de atitudes coletivas pela manipulação de símbolos significantes. A palavra “atitude” é entendida como a tendência a agir segundo alguns padrões de valor” (Lasswell, 1927:627).

Há ao menos dois elementos presentes aí. Em primeiro lugar, como estabelecer quais seriam os estímulos “corretos” para se obter os resultados desejados; a segunda é a ênfase dada por Lasswell à questão da mudança de “atitude”, não de “opinião”.

Ambos são derivados da concepção de “comunicação” adotada pelo autor. Para Lasswell, como visto, comunicação é a troca de “símbolos significativos” entre as pessoas. No entanto, o que torna um símbolo “significativo”? Na tradição do Interacionismo Simbólico, entra em cena a concepção de “cultura” como o conjunto de símbolos compartilhados por uma coletividade, na qual adquirem “significado”.

Os objetos que tem um significado padrão em um grupo são chamados de “símbolos significantes”. A sobrançelha elevada, o punho fechado, uma voz cortante, uma frase pungente, todos tem suas referências estabelecidas dentro de uma rede de uma cultura particular. Esses símbolos são os elementos empregados na expressão das atitudes, mas também podem ser empregados para reafirmar ou redefinir essas atitudes. Assim, símbolos significantes tem uma função ao mesmo tempo expressiva e propagandística na vida pública (1927:627).

Assim, o ato de “comunicação” é um intercâmbio de símbolos dotados previamente de um sentido; a aquisição dos símbolos pelo indivíduo acontece dentro de um contexto social que lhe dará, igualmente, os significados a partir dos quais pode haver qualquer interpretação. Os símbolos expressam valores, sentimentos, assertivas e igualmente estão ligados à ação: os significados dados por um indivíduo à

realidade que o cerca tende a indicar as ações possíveis desse indivíduo. Esse pano de fundo teórico lhe permitiu construir o básico de sua teoria da propaganda política.

Ao analisar a propaganda soviética, em um texto de 1951, Lasswell indica esse vínculo direto entre política e comunicação: “Propaganda é um instrumento de política, ao lado da diplomacia, da economia e das forças armadas. A propaganda política é o gerenciamento da comunicação de massa por questões de poder. A longo prazo, o objetivo é economizar os custos materiais do poder” (Lasswell, 1951:214).

O profissional da propaganda precisa manipular símbolos de acordo com os significados que eles já têm dentro de uma cultura se pretende fazer qualquer alteração; elementos alienígenas trazidos pela propaganda tendem a não ser compreendidos. O uso de estereótipos, nesse caso, parece ser o mais adequado na medida em que não demanda a construção de novos significados, mas a reiteração dos que já encontram eco em determinada cultura.

A estratégia da propaganda, estipulada em termos culturais, pode ser prontamente descrita em termos de “estímulo-resposta”. Traduzida nesse vocabulário, que é especialmente inteligível para alguns, pode-se dizer que o propagandista está preocupado com a multiplicação dos estímulos calculados para evocar as respostas desejadas, e a anulação dos estímulos que poderiam instigar as respostas indesejadas (Lasswell, 1927:630).

É preciso, acredita, encontrar em cada cultura os símbolos que provocarão os melhores estímulos na direção esperada pelo propagandista e, ao mesmo tempo, eliminar ou reduzir a influência daqueles que poderiam trazer estímulos na direção contrária. Na síntese de Souza e Varão (2006: 03) “para Lasswell, a propaganda era capaz de manipular as crenças, atitudes e ações do público. Essa posição é, até certa medida, herdeira de uma tradição aristotélica, onde a comunicação era, sobretudo, um ato político e intencional, direcionado para influenciar”.

O uso de “estímulo” e “resposta” não é uma questão de linguagem, mas a expressão de um ponto de vista da época acerca da comunicação e do próprio fazer científico: Lasswell entende que a tarefa da propaganda é fornecer “estímulos” para a obtenção de uma “resposta” do público, da mesma maneira que é tarefa do pesquisador investigar os “conteúdos” e “efeitos” da mídia nas pessoas (DeFleur e Ball-Rokeach, 1993:183). Mais do que isso, a noção de “reposta” se

materializa na ação: por isso Lasswell fala de mudança de “atitudes” mais do que de opinião:

A “atitude”, enquanto ação valorada e definida pelos símbolos dentro de cada cultura, é o objeto de mudança esperada quando da manipulação desses símbolos pela propaganda. O “modo de pensar” é corroborado pelo “modo de agir” e garante o sucesso do propagandista. Não se está, neste universo da propaganda, pensando na discussão, mas na persuasão. Não há espaço para a busca de uma reflexão propriamente “democrática” no processo político guiado pela propaganda, mas apenas na formação de atitudes – a propaganda visa uniformizar o processo, enquanto a deliberação é definida a partir das discussões entre iguais. Não é de estranhar, portanto, a conclusão a que chega o autor: “Muito que que antigamente poderia ser feito pela violência e intimidação agora pode ser feito pelo argumento e pela persuasão. A democracia proclamou a ditadura da palavra, e sua técnica é chamada de “propaganda” (Lasswell, 1927:631)

Seus estudos posteriores sobre política tendem a deixar de lado esse superdimensionamento do poder da mídia e, como lembram Souza e Varão (2006:6), “marcavam a superação da Teoria Hipodérmica”, embora o modelo continuasse a receber críticas de vários autores (Cf. Beltrán, 1981). As relações entre mídia e política, nesse aspecto, passam a ser vistas a partir de uma ótica da deliberação.

2 Deliberação e a formação da opinião pública

Nos anos 1950, volta-se para o estudo da opinião pública e da deliberação, deixando em segundo plano a questão específica da propaganda. Isso não significou abandonar o tema da Comunicação. O tema, aliás, está presente em *Poder e Sociedade*, publicado em parceria com Abraham Kaplan em 1950.

Em sua preocupação com as relações entre mídia e democracia, Lasswell dedica uma atenção particular ao que ele denomina “deliberação”. Talvez não seja o caso de procurar equivalências minuciosas entre seu uso desse conceito e a noção contemporânea, tal como apresentada por vários autores da área (Gomes & Maia, 2008). No entanto, vale ressaltar alguns dos componentes dessa “deliberação” tal como entendida pelo autor.

Aparentemente, Lasswell chega à noção de “deliberação” em suas buscas pela formação da opinião pública. A propaganda pode ser um poderoso instrumento nesse processo, mas não é o único. As demandas do público, a argumentação e a expectativa de mudanças formam o contraponto. Desse modo, se existe um efeito “direto” da mídia na opinião pública, ela também é formada a partir da deliberação:

Deliberação implica a busca pela solução de um problema estabelecido sem estar propenso, por antecipação, a nenhuma solução. O propagandista está sempre atento a respeito de como uma solução específica pode ser evocada e aplicada. E embora uma propaganda sutil possa se parecer com uma deliberação desinteressada, não há dificuldade de distinguir entre os extremos (Lasswell, 1927:628).

Uma delas refere-se à natureza dos participantes na deliberação: Lasswell acredita que a tomada de decisões pela via democrática acontece apenas quando há, na discussão, dois elementos necessários: a igualdade de condições entre os participantes e o estabelecimento de normas para a discussão que devem ser obedecidos por todos e cujo rompimento encerra o debate. Dessa maneira, parece se esboçar uma procura pela racionalização do debate público, entendido como o enfrentamento racional e deliberativo das partes interessadas quando se está diante de um antagonismo.

É essencial para o conceito de opinião pública que se observe que diferenças são pertinentes apenas quando envolvem um antagonismo. Tenho procurado mostrar que não é apenas uma questão de linguagem falar em demandas. (...) Demandas são discutíveis. Aqueles que participam desse processo são o público (Lasswell, 1931:313).

No que diz respeito ao primeiro pré-requisito, trata-se de sublinhar a igualdade de condições de participação de todos no debate, livres de laços que possam impedir uma discussão de igual para igual. Assim, no momento da deliberação que vai orientar as tomadas de decisão, há, ou deveria haver, cidadãos engajados no exercício cívico do debate: “Entendemos por participação uma atitude ativa no sentido de encontrar o resultado em um debate sobre as alternativas de ação” (Lasswell, 1931:315).

Orienta esse pressuposto uma certa visão de sociedade na qual se considera como certo que na democracia todos são iguais perante a lei. A validade desse princípio não é questionada em nenhum momento, e deixa de levar em conta quaisquer desigualdades – etnia, classe ou gênero, por exemplo.

Isso não significa dizer, no entanto, que Lasswell deixasse de lado por completo as diferenças e estratificações sociais de seu tempo: alguns de seus estudos lidam diretamente com a problemática das elites dentro da sociedade. No entanto, seu conceito de “deliberação” parece não levar isso em consideração por conta de sua concepção de igualdade de direitos dentro de uma democracia. O

espaço de deliberação pública não está clivado, a seu ver, por esse tipo de diferença na medida em que o recurso último do cidadão é a lei que o torna igual a todos os outros: no Estado de Direito, a norma jurídica é ao mesmo tempo o fundamento e o argumento final para garantir a igualdade de direito para expressar as ideias.

Isso conduz ao segundo pré-requisito: essa igualdade de expressão em uma discussão é secundada pelo estabelecimento e aceitação, pelos participantes, das normas que vão guiar o debate. Lasswell não parece ir além no desenvolvimento do que poderia ser chamado, usando apenas o nome moderno, não o conceito, de uma “ética da discussão”, embora mostre uma preocupação com o estabelecimento de uma estrutura normativa responsável por regulamentar a deliberação: a validade de um argumento, nesse ponto, não está ligada apenas às características intrínsecas da proposição, mas também à sua adequação aos valores e normas do próprio debate.

A presença de diferenças que podem ser discutidas implicam a presença de um consenso a respeito dos procedimentos de discussão e sobre os critérios que serão aplicados no debate. (...) Demandas podem ser debatidas na medida em que elas não transgridem um consenso moral. Quando isso acontece, o público dissolve, o debate cessa, tem início a intolerância e a coerção fica a um passo de distância (Lasswell, 1931:316)

A deliberação assume, dessa maneira, uma certa prerrogativa de oposição à propaganda. Se esta funciona a partir de um circuito fechado estímulo-resposta, ao gosto de uma certa tradição behaviorista, a deliberação, por sua vez, nasce das inquietações específicas de um grupo, a partir das quais se determinam quais serão as demandas e como elas serão colocadas no debate coletivo que tende a formar a “opinião pública”. Seria possível dizer que a deliberação atua como uma espécie de contraponto ao modelo de manipulação mencionado por Lasswell quando trata de propaganda.

Não há, no entanto, uma dualidade: são modalidades de formação da opinião pública, o objeto que, de certa maneira, foi alvo das preocupações do autor em boa parte de seu trabalho. A definição do objeto “opinião pública” parecia resolver um problema epistemológico e profissional presente em sua atividade como cientista político dedicado, ainda que parcialmente, aos estudos de Comunicação. Esse último aspecto será visto na sequência.

3 Os aspectos teórico-metodológicos e o campo da comunicação

As relações de Lasswell com o campo da comunicação foram, em certo aspecto, claras: ele era um cientista político preocupado com a circulação do que ele chamava de “símbolos significantes” pela sociedade e com as implicações que isso tinha na tomada de decisões. No entanto, ao que tudo indica, havia também um cuidado com o estatuto profissional dos pesquisadores da área de Comunicação. Essa preocupação parece tê-lo incomodado em vários momentos de sua carreira e, é sintomático notar, dirigia-se primeiramente aos problemas de formação não de um profissional de mídia, mas de um cientista político: “Quando pensamos na ciência política em termos funcionais, vemos de saída que alguns dos mais importantes trabalhos na área tem sido feito por outras pessoas e não pode cientistas políticos treinados” (Lasswell, 1951:133).

Escrevendo em 1972, menciona os elementos responsáveis pela caracterização de uma profissão e insiste na formação de quem se dedica aos estudos da mídia. Para ele, a formação é o elemento que distingue o “técnico” do “profissional”. Profissionais teriam um “mapa cognitivo” da área em que atuam, não apenas as habilidades técnicas – essa é a diferença entre um homem de negócios e um economista.

Não é suficiente para o especialista em comunicação adquirir habilidades de pesquisa, análise de conteúdo ou outras operações técnicas. Um genuíno profissional complementa a habilidade com esclarecimento. No caso da comunicação, isso implica ter um mapa comum das tendências, condições e projeções de todo o processo. (Lasswell, 1972: 306)

Esse interesse na formação do profissional está ligado, de alguma forma, à especificação dos limites de atuação e da área. O estudo da Comunicação, visto a partir da Política, era o estudo da maneira como os indivíduos se agrupavam no cotidiano, tomando decisões e debatendo questões específicas – e qual era a “função” da propaganda nisso. O problema da definição dos limites da área o levou a uma questão epistemológica: como se deveria estudar comunicação?

O chamado “paradigma de Lasswell”, pelo qual o autor é conhecido dentro da área, é de fato uma das primeiras, senão a primeira, formulação de um modelo específico para o estudo do tema. Na formulação do autor, ao elogiar os “novos instrumentos” existentes em 1957 para a obtenção e processamento de dados que

permitiriam melhorias na condução de entrevistas e no “exame dos conteúdos e efeitos da comunicação” (Lasswell, 1957:34).

Aos olhos acostumados com discursos posteriores na área de Comunicação é possível que se falar em “conteúdos” e “efeitos” da mídia cause algum tipo de estranhamento. No entanto, escrevendo na década de 1950, Lasswell teria como contraponto as hipóteses de “efeitos limitados” desenvolvidas por Lazarsfeld, Gaudet e Berelson em *The people's choice* (1944) e Lazarsfeld e Katz em *Personal Influence* (1955), nos quais questionam o modelo de persuasão de Lasswell – a disputa entre as hipóteses de “efeitos limitados” e os “modelos de persuasão” está documentada nos livros sobre o discurso teórico-epistemológico da Comunicação, bem como a volta à “mídia poderosa” nos anos 1970, com as hipóteses de Gerbner, McCombs e Noelle-Neuman (Cf. McQuail, 2005; McQuail e Windhal, 1998).

Em 1957, porém, Lasswell mantinha seu ponto de vista nas questões gerais de estudo e na formulação de um método e na explicitação dos objetivos de qualquer pesquisa. Para ele, a mente do cientista “está preocupada não com profecias, mas com a predição. O cientista procura descrever uma série típica de eventos e então relacioná-las com outra série de eventos típica” (Lasswell, 1931:318).

A resposta a essa pergunta seria formulada no contexto de preocupações e concepções epistemológicas próprias de seu ambiente intelectual. Qualquer tentativa de formular um estudo de comunicação política deveria reivindicar uma posição semelhante à das outras áreas de investigação. Aqui é possível notar certa preocupação epistemológica de Lasswell baseada em uma concepção de “ciência” decalcada de suas correlatas naturais e biológicas. A preocupação está ligada também a uma questão de *status* profissional, como escreve retrospectivamente em 1972:

A pesquisa moderna em opinião pública e comunicação se desenvolveu em resposta a uma memorável convergência de condições favoráveis. As ciências sociais estavam em uma situação de inferioridade quando comparadas com seus parentes, as ciências físicas e biológicas. Muitas das figuras principais estavam convencidas de que, a menos que os especialistas em sociedade conseguissem “quantificar” suas proposições, eles estariam condenados ao status de cidadãos de segunda classe no universo do conhecimento (Lasswell, 1972: 302).

Lasswell parece indicar que o trabalho com Comunicação, ao menos do ponto de vista das políticas de reconhecimento institucional, passam pela definição do profissional. Presidente que foi de várias associações profissionais, e tendo enfrentado vários problemas profissionais na elaboração de pesquisas

interdisciplinares englobando teoria política e psicologia, ele parecia estar ciente de que a produção de conhecimentos em uma área não escapava das políticas existentes (Almond, 1987).

Considerações finais

A presença de Lasswell na Teoria da Comunicação parece ser justificável por seu foco específico nos meios de comunicação como um objeto a partir das referências da Ciência Política. Se é possível colocar em questão seu “pioneirismo” na área – isso depende muito do que se entende por “estudos de Comunicação” – não se pode deixar de mencionar sua preocupação em se debruçar sobre uma área de estudos no momento em que novos meios técnicos se consolidavam e abriam novas possibilidades de investigação. Mesmo sob cerradas críticas, seu modelo manteve-se nas pesquisas em Comunicação (Sousa e Varão, 2006; Severin e Tankard, 1979:31)

O aspecto propriamente “teórico” de sua obra está em segundo plano; apesar de ter escrito vários livros, é questionável perguntar se ele desenvolveu propriamente uma “teoria” da comunicação que possa ser pensada como um encadeamento de conceitos abstratos. No entanto, nota-se o interesse do autor em problematizar os meios de comunicação. E seria o caso de perguntar como ele teria entendido a atual comunicação online. Uma breve pista, de seu artigo de 1972, insinua uma postura mais apocalíptica do que se poderia esperar:

A revolução dos computadores criou um instrumento que pode ser empregado pelas elites para consolidar sua posição. Não é novidade que conhecimento é poder, especialmente um conhecimento que está prontamente acessível e inclui informações sobre indivíduos e grupos que os torna vulneráveis à chantagem ou outros métodos de indução (Lasswell, 1972: 307).

Referências

- ALMOND, G. Harold Dwight Lasswell. *Biographical Memoirs*, v. 57. Washington: National Academy of Sciences, 1987.
- BELTRÁN, L. R. Adeus à Aristóteles: *comunicação horizontal*. Revista Comunicação & Sociedade, n. 6, Set. 1981, São Paulo: Ed. Cortez, p. 5-35.
- CHRISTIANS, G. Propaganda and the technological system. In: GLASSER, T. e SALMON, C. *Public opinion and the communication of consent*. Nova York: Guilford Press, 1995.
- COSTA, R. *et alli*. *Teoria da Comunicação na América Latina*. Curitiba, UFPR, 2006.
- DeFLEUR, M. e BALL-ROKEACH, S. *Teorias da Comunicação de Massa*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- FARR, J.; HACKER, J. e KAZEE, N. The Policy Scientist of Democracy: The Discipline of Harold D. Lasswell *American Political Science Review*, s.d., novembro 2006.
- GOMES, P. *Tópicos de Teoria da Comunicação*. São Leopoldo, Ed. Unisinos, 1997.
- HOHFELDT, A. *et alli*. *Teorias da Comunicação*. Petrópolis, Vozes, 2002.
- LASSWELL, H. *Propaganda technique in the World War*. Boston: MIT Press, 2009.
- _____. The Theory of Political Propaganda *The American Political Science Review*, Vol. 21, No. 3. (Aug., 1927), pp. 627-631.
- _____. The Measurement of Public Opinion *The American Political Science Review*, Vol. 25, No. 2. (May, 1931), pp. 311-326
- _____. The Immediate Future of Research Policy and Method in Political Science *The American Political Science Review*, Vol. 45, No. 1. (Mar., 1951), pp. 133-142.
- _____. The Strategy of Soviet Propaganda *Proceedings of the Academy of Political Science*, Vol. 24, No. 2, The Defense of the Free World. (Jan., 1951), pp. 66-78.
- _____. The Impact of Public Opinion Research On Our Society *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 21, No. 1, (Primavera, 1957), pp. 33-38.
- _____. Communications Research and Public Policy. *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, No. 3. (Outono, 1972), pp. 301-310.
- _____. *A linguagem da política*. Brasília: Ed. UnB, 1979.
- _____. *Poder e Política*. Brasília: Ed. UnB, 1983.
- MARTINS, L. *Teorias da comunicação no século XX*. Brasília, Casa das Musas, 2005.
- MARTINO, L. M. S. *Teoria da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- McQUAIL, D. e WINDHAL, S. *Communication models*. Londres: Longman, 1998.
- McQUAIL, D. *Mass communication theory*. Londres: Sage, 2005.
- MELO, J. M. *Teoria da Comunicação*. Petrópolis, Vozes, 1999.
- RÜDIGER, F. *Introdução à Teoria da Comunicação*. São Paulo, Edicon, 1998.
- SANTOS, R. *As Teorias da Comunicação*. São Paulo, 2003.
- SEVERIN, W. e TANKARD, J. *Communication theories*. Nova York: Hastings, 1979.
- SOUSA, J. K. L. e VARÃO, R. Harold Lasswell: as contribuições do ‘paladino’ do saber comunicacional. Trabalho apresentado no XXIX Intercom. Brasília, 2006.
- VARÃO, R. Notas Sobre o Mito dos Quatro Fundadores do Campo Comunicacional. Trabalho apresentado no XXXI Intercom – Natal, RN, 2008.