

# A ascensão do termo *comunicação* a partir do Seminário Rockefeller

Rafiza Varão

**Resumo:** De 1939 a 1940, a Fundação Rockefeller promoveu, nos Estados Unidos, o Rockefeller *Foundation Communication Seminar*, que discutiu os rumos dos estudos sobre comunicação. Em plena eclosão da Segunda Guerra Mundial, o seminário acabou se tornando um marco na história do campo da Comunicação. Este artigo busca examinar uma consequência pouco visível do Seminário Rockefeller: a substituição progressiva do vocábulo *propaganda* nos estudos sobre os *media*, nos Estados Unidos, pelo termo *comunicação*. Conclui-se que as atividades do seminário foram decisivas para a mudança de terminologia, que, por sua vez, teve impacto epistemológico no campo.

**Palavras-chave:** teorias da comunicação; epistemologia; Harold Lasswell; Fundação Rockefeller; propaganda.

**Abstract:** **The rise of the term communication since the Rockefeller Seminar** - From 1939 to 1940, the Rockefeller Foundation promoted in the Rockefeller Foundation Communication Seminar, in the United States, which brought together researchers once a month to discuss the direction of studies on communication. In the outbreaks of World War II, the seminar turned out to be a milestone in the history of the field of communication. This article seeks to examine a barely visible consequence of Rockefeller Seminar: the gradual replacement of the word propaganda in the media studies in the United States, substituted by the term communication. We conclude that the activities of the seminar were decisive for the change in terminology, which, in turn, had an epistemological impact in the field.

**Keywords:** communication theories; epistemology; Harold Lasswell; Rockefeller Foundation; propaganda.

## Introdução

Um dos “pontos pacíficos” na história do campo da Comunicação é a importância que várias fundações, sobretudo americanas, tiveram na criação de institutos e no fomento de pesquisas. Instituições como o Fundo Payne, a Fundação Ford e a Fundação

Rockefeller povoam os relatos sobre o desenvolvimento dos estudos sobre comunicação no século passado.

As narrativas sobre as características das pesquisas realizadas sob os auspícios dessas fundações identificam, entre elas, os seguintes traços em comum:

1. Eram financiadas pelo governo, por empresa de comunicação e/ou grandes empresários americanos;
2. Costumavam ser identificadas como pesquisas que serviam quase exclusivamente aos interesses desses patrocinadores, sendo movidas mais por questões de ordem prática do que propriamente científicas;
3. Os cientistas envolvidos nos projetos das fundações não possuíam compromisso com a formação e fundamentação do campo da Comunicação, mais aí estavam de passagem, sob demanda. Aplica-se, neste caso, a metáfora da encruzilhada, “pela qual muitos passam e onde poucos permanecem” (MARTINO, 2001, p.78).

Contudo, apesar dos pontos assinalados acima, ao investirem na pesquisa em comunicação, as fundações ajudaram também a forjar traços que se tornariam marca do campo. Assim, poder-se-ia perguntar: de que modo as ações das fundações ultrapassaram o simples equacionamento de questões de ordem prática e interferiram de maneira significativa na construção de posicionamentos epistemológicos no campo da Comunicação?

Este artigo se ocupa especificamente de uma dessas ações, analisando a contribuição da Fundação Rockefeller para além da materialidade financeira, voltando-se para o chamado Seminário Rockefeller (*Rockefeller Foundation Communication Seminar*), capitaneado por John Marshall<sup>1</sup>. Realizado de setembro de 1939 a junho de 1940, em plena eclosão da Segunda Guerra Mundial, o seminário acabou se tornando uma baliza na história do campo da Comunicação. O motivo mais visível dessa relevância adquirida pelo encontro foi o corpo de pesquisas que se formou a partir de então, mais notadamente aquelas conduzidas por Harold Lasswell (*Experimental Division for the Study of Wartime Communications*)<sup>2</sup>, Hadley Cantril (*Princeton Radio Research Project*) e Paul Lazarsfeld (*Office of Radio Research*).

Entretanto, é sobre uma consequência menos visível do Seminário Rockefeller que nos debruçamos aqui – e que se relaciona diretamente com o trabalho de Lasswell na *Divisão Experimental para o Estudo da Comunicação em Tempos de Guerra*. Dessa maneira, a pergunta central deste texto é: de que forma o seminário foi decisivo na valorização do vocábulo *comunicação* em detrimento do termo *propaganda*?

Para respondê-la, foi necessário, primeiro, conhecer a história da Fundação Rockefeller e como seus caminhos a levaram até a comunicação. Para isso, foi realizada uma vasta pesquisa bibliográfica e um levantamento documental nos arquivos da Fundação Rockefeller, disponíveis na internet. Em seguida, analisamos de que forma o projeto

<sup>1</sup> Diretor assistente (1933-1940) e diretor associado (1940-1962) da Divisão de Humanidades da Fundação Rockefeller.

<sup>2</sup> Doravante traduzida como Divisão Experimental para o Estudo da Comunicação em Tempos de Guerra.

elaborado por Lasswell para a *Divisão Experimental para o Estudo da Comunicação em Tempos de Guerra* (encomendado pela Fundação) determinou a substituição de *propaganda* por *comunicação*. Novamente, o método empregado foi a pesquisa bibliográfica e documental – dessa vez, nos arquivos de Harold Lasswell, disponíveis na Sterling Memorial Library, em Yale. Por fim, avaliamos o impacto epistemológico da mudança de terminologia, tanto no sentido histórico (relacionado à fundação do campo) quanto conceitual (ligado à fundamentação da área).

## A Fundação Rockefeller

A primeira providência a tomar quando se fala em Fundação Rockefeller é reconhecer a “força” por trás da instituição e que lhe dá nome: a do magnata do petróleo John Davidson Rockefeller (1839-1937), homem mais rico dos Estados Unidos durante o período em que viveu (mesmo hoje, a conversão da fortuna de Rockefeller pela inflação americana ainda o faria ser o homem mais rico do mundo). Junto a Andrew Carnegie e John P. Morgan, Rockefeller foi responsável por transformar os Estados Unidos em uma grande potência industrial ao final do século XIX. Segundo o escritor Charles Morris,

Em uma época de líderes empresariais gigantescos, ninguém desempenhou um papel tão grande na formação e canalização do ‘bum’ americano. [...] A maioria dos empresários da época acreditava na ordem dos mercados e em lucros cavalheirescos e justos, mas estes três vieram com espadas (MORRIS, 2006, p.XII)<sup>3</sup>.

Rockefeller, entretanto, mais do que os outros, acabou tornando-se o empreendedor dominante nessa mesma América, tendo tomado de maneira absolutamente rápida o mercado de petróleo – consolidando, inclusive, a distribuição em larga escala que se tornaria uma das características da política das grandes indústrias no século XX.

Foi aos 22 anos, em sociedade com o inglês Maurice Clark, que Rockefeller viu a possibilidade de entrar no comércio de petróleo. O Cel. Americano Edwin Drake havia vislumbrado a chance de explorar petróleo em um terreno da Pensilvânia (Oil’s Creek) dois anos antes, que, a essa altura, a região já produzia em torno de dois milhões de barris por ano<sup>4</sup>. Rockefeller e Clark se associaram a um terceiro empreendedor, Sam Andrews, e fundaram a Andrews, Clark and Co., em 1863. Rapidamente, a companhia se tornou a maior refinaria de Cleveland e, em 1870, depois de muitas mudanças, rupturas entre os sócios e a junção de vários concorrentes de modo predatório, se transformou na Standard Oil Company, e se tornou a maior empresa do ramo no mundo.

A Standard Oil Company, contudo, começou a enfrentar problemas legais a partir da criação da Lei Sherman Antitruste (*Sherman Act*), de 1890 – assim como outras empresas americanas

<sup>3</sup> Tradução nossa. Doravante, todas as traduções de citações extraídas de obras não traduzidas no Brasil são da responsabilidade do autor.

<sup>4</sup> 70% dessa produção era destinado à iluminação.

com caráter monopolista. Segundo a lei, “Qualquer contrato, combinação... ou conspiração que limitar o comércio’ seria declarado ilegal” (HEILBRONER; MILBERG, 2008, p.113).

A situação em relação à refinaria foi agravada em função do trabalho da jornalista Ida Tarbell, intitulado *The History of the Standard Oil Company*, em que a autora descrevia as práticas predatórias de Rockefeller. Publicada em 1904, a reportagem transformou o empresário americano no símbolo das práticas de truste e “na causa de tudo aquilo que ela sentia estar errado na vida da nação” (CHALMERS, 2003, p. XIII). Em decorrência desse cenário, Rockefeller viu o cerco ser apertado em torno de sua empresa.

Em 1911, a Standard Oil foi dissolvida pela Suprema Corte Americana em várias empresas menores, algumas ainda sob o comando de Rockefeller. Essa dissolução foi o ponto de virada rumo à criação da Fundação Rockefeller, em 1913, destinada à filantropia e a ações em várias partes do mundo, principalmente em países subdesenvolvidos. A fundação foi conduzida em especial pelo único filho homem de John Rockefeller, John Rockefeller Junior, e entre seus intuitos estava a reconstrução da imagem de seu criador.

Cabe ressaltar que a Fundação não foi um evento isolado na vida de Rockefeller, no que diz respeito à filantropia. Antes, foi a consolidação da tendência de associar o trabalho de grande empresário ao de filantropo. As ações de filantropia dos grandes empresários americanos são sempre marcadas por controvérsias, uma vez que suas intenções finais não são suficientemente claras. Jefferson Pooley, historiador das pesquisas em comunicação, nos lembra da vasta percepção acerca da filantropia nos EUA, caracterizada como “as the ‘robber barons’ soft gloves” (POOLEY, 2011, p. 212). Desde o final dos anos 1880, o bilionário já realizava grandes doações em seu país, seguindo o exemplo de outros magnatas. A mais famosa de todas foi a que possibilitou a criação da Universidade de Chicago, avaliada em 35 milhões de dólares e consolidada em duas décadas. Além disso, como o investimento na Universidade de Chicago também havia deixado claro, o interesse em pesquisas de cunho social de Rockefeller faria com que a sua fundação também tivesse como vocação o desenvolvimento de trabalhos voltados para as ciências médicas e sociais.

A criação da Fundação Rockefeller foi aprovada sem restrições pelo governo novo iorquino, apesar da condenação anterior da *Standard Oil*, como mostra o trecho de seu primeiro relatório anual, publicado em 1913:

A Fundação Rockefeller foi constituída sob as leis do Estado de Nova York em 14 de maio de 1913, data em que a Lei de Incorporação, aprovada pelo Legislativo sem oposição em 24 de abril de 1913, foi aprovada pelo Governador (ROCKEFELLER FOUNDATION. 1913-1914 Annual Report).

As relações estreitas entre as fundações e o governo, de fato, acabaram por se tornar bastante frequentes, em especial no período entre guerras, e aproximaram a Fundação Rockefeller, assim como as outras citadas neste texto, da necessidade de se pensar a questão da comunicação. Jefferson Pooley explica:

Começando com a Fundação Rockefeller em 1930, passando à farra de gastos sociais da Fundação Ford em 1950, a agenda filantrópica foi, em grande medida, a agenda do campo. E os fundamentos durante este período frequentemente se alinharam com os do governo federal, o outro padroeiro gigante da pesquisa em comunicação. Um dos resultados foi a organização do estudo da comunicação, a um grau notável, em torno do planejamento eficaz da propaganda. Com a Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria como pano de fundo, o pesquisador de comunicação tornou-se, com efeito, um cientista social especialista em em uma “guerra psicológica” (POOLEY, 2011, p.211).<sup>5</sup>

Com a proximidade de uma Segunda Guerra Mundial, a fundação do magnata do petróleo tratou de reunir as maiores autoridades em comunicação no mundo, para oferecer soluções estratégicas para a pesquisa do fenômeno em tempos de conflito: estava criado o Seminário Rockefeller.

## O Seminário Rockefeller, Harold Lasswell e a *comunicação*

Em 1939, um grupo de cientistas sociais foi reunido pela Fundação Rockefeller para considerar “[...] o atual estado no campo da comunicação de massa e dos estudos de opinião pública” (LASSWELL, 1951), o *The Rockefeller Foundation Communication Seminar*. Além dessa discussão, mais ampla, a fundação encomendou a Harold Lasswell um projeto para a comunicação de guerra. Nessa época, o campo da comunicação, ainda não institucionalizado, se ocupava especialmente dos estudos sobre propaganda e opinião pública.

Aqui, é necessário fazer um recuo para entender como esses dois tópicos se tornaram centrais às pesquisas que buscavam compreender a sociedade que se formou após a Revolução Industrial e como estas ajudaram a formar o campo da Comunicação. Podemos considerar que o período que vai do século XVII ao XIX constitui uma espécie de “pré-história” dos estudos em Comunicação – que surgem sobretudo em decorrência de inquietações acerca dos efeitos dos meios de comunicação massivos –, e lançou elementos seminais cujas influências serão sentidas durante um bom tempo na pesquisa que se segue.

Num primeiro momento, pelo menos até o século XVIII, esses estudos ainda carecem de aporte teórico e não há uma noção de campo comunicacional. Num segundo período, no século XIX, paradigmas sociológicos e psicológicos se alinhavam para cumprir o desafio de explicar, ainda que de forma periférica, sem privilegiá-lo, o papel dos *media*. Estes paradigmas sofriam inspiração mútua – embora também se repelissem, pois cada uma das Ciências Sociais nascentes perquiria encontrar sua própria especificidade. Tratava-se de esquadrihar, concentrando-se no *humano*, as particularidades e a sociedade fruto da Revolução Industrial, na qual

---

<sup>5</sup> Tradução nossa.

[...] os indivíduos são considerados numa situação de isolamento psicológico uns dos outros; (2) diz-se predominar a impessoalidade em suas interações com os outros; (3) são considerados isentos das exigências de obrigações sociais informais forçadas (DEFLEUR & BALL-ROKEACH, 1993, p.177-178).

Essa visão se formou a partir das primeiras teorias sociológicas, marcadamente europeias, acerca da Sociedade Tecnológica e foi fortemente pautada nas ideias de Auguste Comte, Herbert Spencer, Emile Durkheim, Gabriel Tarde e outros autores que se viam às voltas com a definição das relações sociais que se estabeleceram então. São fruto dessas ponderações as noções de que a sociedade constituía um organismo vivo, um sistema complexo mantido por diversas partes, em que o sentimento de *Gemeinschaft* (termo utilizado por Ferdinand Tönnies para designar a sensação de pertencimento a uma comunidade) dava lugar a *Gesellschaft*, outra designação utilizada por Tönnies para descrever as ligações que se estabeleciam como contratos sociais, nas quais “[...] os indivíduos visam maximizar o que podem obter de trocas e minimizar o que dão, ao mesmo tempo aprendendo a precaver-se dos outros” (Idem, ibidem, p. 173).

Nesses trabalhos pioneiros casam-se uma série de perspectivas que frequentemente têm como pano de fundo a presença de uma teoria da sociedade de massa, além de questionamentos políticos e ideológicos sobre a atuação da imprensa, bem como sobre as implicações psicológicas do uso dos meios. É interessante observar que, nesse momento, há pouca reflexão voltada para a propaganda e a publicidade. Entretanto, as formulações acerca do fenômeno das comunicações de massa são mais marcadas pelo senso comum, seguindo um raciocínio no âmbito da opinião, do que sistematizadas a partir de bases teóricas sólidas que dessem conta desse fenômeno.

Tais pesquisas possuem pontos em comum: o: uma preocupação com o conteúdo das mensagens, a ligação forte entre política e comunicação e a análise dos meios a partir de uma teoria da sociedade de massa. Mas a análise desses elementos só vai adquirir um caráter mais sistemático e próximo ao conhecimento científico a partir do final da primeira metade do século XX, quando o pensamento europeu acerca da imprensa entra na rota da produção acadêmica americana das Ciências Sociais. Nessa fase, os Estados Unidos se ocuparão mais amiúde da propaganda, considerada um elemento fundamental para a construção da identidade nacional daquele país, além de elemento decisivo no jogo político.

Esses estudos que privilegiavam a propaganda foram mais tarde agrupados sob a clássica designação de teoria hipodérmica, metáfora construída, segundo Rüdiger, “para caracterizar o pensamento comunicacional segundo os meios possuem o poder de moldar a consciência, exercendo, pois, uma influência direta e pontual sobre o público” (RÜDIGER, 2015, p. 99). Tomada como uma arma política, a propaganda era considerada extremamente poderosa, o que incentivava os pesquisadores a centralizar suas forças especialmente na propaganda de fundo político. Além disso, era considerada

uma ferramenta de manipulação, ideia que fez com que o termo fosse interpretado de forma negativa e pejorativa – e até mesmo como ação maligna. Todas essas obras tinham como pontos de partida e denominador comum os seguintes motes:

- a. A percepção do fenômeno da comunicação a partir da noção de sociedade de massa;
- b. A ênfase na dimensão quantitativa da pesquisa, sob um viés empírico;
- c. A predominância da psicologia behaviorista nas análises, com vistas a localizar e avaliar, na base do esquema estímulo-resposta, os efeitos dos meios de comunicação sobre a sociedade.

Esse período costuma ser situado entre o fim da Primeira Grande Guerra e os anos que antecedem a década de 1940. É a partir dessa época, também, que o governo americano e uma série de instituições privadas (o Fundo Payne e a Fundação Rockefeller, entre outras) começam a investir maciçamente nas pesquisas sobre comunicação, entendendo-as como estratégicas.

O Seminário Rockefeller privilegiou, em especial, três nomes da pesquisa em Comunicação: Paul Lazarsfeld, Hadley Cantril e a menina de seus olhos, Harold Lasswell, conforme é possível ver em seu relatório de 1940. Nele, estão listadas as pesquisas em Princeton (*Public Opinion Research Project*, sob o comando de Cantril); em Columbia (*Office of Radio Research*, dirigido por Lazarsfeld); Biblioteca do Congresso (*Experimental Division for the Study of Wartime Communications*, capitaneado por Lasswell).

Dos três, o mais ambicioso era, obviamente, o de Lasswell, que serviria de base aos outros pesquisadores privilegiados pela fundação. Foi assim que, em 1940, Lasswell tornou-se o chefe da Divisão Experimental para o Estudo das Comunicações em Tempo de Guerra, da Biblioteca do Congresso, em Washington. Ele ainda exerceria, entre 1930 e 1940, a função de *lecturer* na New School of Social Research em Nova York e em Yale. A função é comumente desempenhada por acadêmicos em estágio inicial da carreira, conduzindo pesquisas e grupos de estudo. Inteiramente sustentada pela Fundação Rockefeller, a divisão garantiu o aprofundamento dos estudos de Lasswell sobre propaganda e representou uma transição epistemológica importante para o campo da Comunicação.

O próprio Lasswell o afirma em seu memorial:

Com o envolvimento progressivo dos Estados Unidos no esforço de defesa, minhas atividades como consultor se concentraram mais diretamente em torno de projetos diretamente relacionados a esse esforço. Desde 1939, eu participava de um grupo informal que se encontrava sob os auspícios da Fundação Rockefeller para avaliar o status da pesquisa no campo da comunicação de massa e dos estudos em opinião pública. A partir dessas discussões, cresceu a ideia de uma pesquisa sobre a comunicação de guerra, e eu fui convidado pela Fundação a submeter um projeto. Foi o que fiz, e recebi uma bolsa de dois anos, depois estendida para que me compromissasse com um programa em três frentes: 1) desenvolver os métodos da “análise de conteúdo” na pesquisa em comunicação, assim como

da análise organizacional (como na Procuradoria Geral da República); 2) treinar pessoal para as agências do governo que se esperava serem mais ativamente envolvidas na propaganda e nos serviços de inteligência; 3) me manter disponível, em Washington, de modo que eu pudesse ser uma espécie de consultor dos oficiais públicos desenvolvendo várias propagandas do governo e o progresso da inteligência.

O projeto como um todo foi colocado sob a administração da Biblioteca do Congresso, apesar de muito do nosso trabalho ter sido em nome do Departamento de Justiça, particularmente nas acusações de agentes comunistas, nazistas e fascistas sob o Ato de Registro de Agentes Estrangeiros.<sup>6</sup>

Os trabalhos da Divisão de Guerra representaram o maior empenho coletivo para a consolidação de um aparato teórico-metodológico para a compreensão da comunicação de massa nos Estados Unidos. Junto a isso, produziram uma base para as pesquisas contemporâneas a ela ou que vieram depois, inclusive na direção de se construir uma *teoria* da comunicação – ideia que aparece de modo mais incisivo a partir das suas atividades. O relatório *Termos-chave para uma Teoria da Comunicação*, de 1941, por exemplo, mostra como a noção de uma teoria da comunicação era essencial para a Divisão. E é a partir desse ponto que o termo *propaganda* começa a dar espaço ao vocábulo *comunicação*.

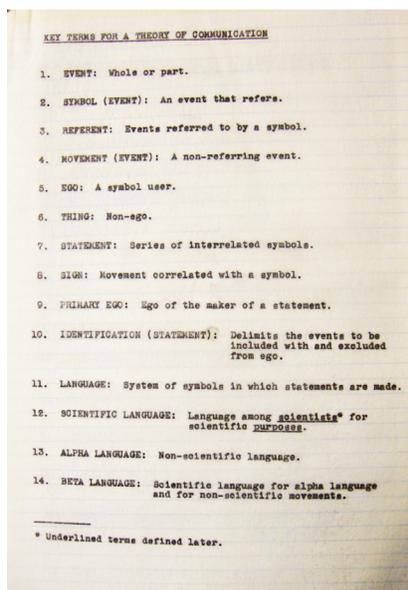


Fig. 1. Primeira página do arquivo “Termos-chave para uma Teoria da Comunicação”.

Fonte: *Harold Lasswell's Papers*, Yale Manuscripts and Archives, Sterling Memorial Library, Universidade de Yale.

<sup>6</sup> Em memorial (*affidavit*) exigido como documento para que tomasse posse como professor de Ciência Política na Universidade de Yale. 23 de outubro de 1951.

De acordo com Park e Polley (2008), Lasswell foi o principal responsável por essa guinada, rumo à valorização e implantação do termo “comunicação” como central nos estudos da Divisão. Obviamente, Lasswell não inventou a palavra comunicação, mas, sendo discípulo de John Dewey, a reconheceu como termo relevante para dar conta de todos os fenômenos envolvendo atos comunicativos. Essa valorização nos institutos estava longe de ser fruto do acaso, apesar das pesquisas ainda se concentrarem na propaganda. Michael J. Sproule corrobora a afirmação de Park e Pooley. Sproule assevera que

A escolha da palavra comunicação como um termo mestre para estudar as influências sociais foi característica em dois programas de pesquisa particularmente importantes, o de Harold D. Lasswell, na Biblioteca do Congresso, e o de Carl I. Hovland para o Exército americano.

[...]

A escolha de Lasswell pela rubrica comunicação estava diretamente relacionada à confluência das condições da guerra, das quais patrocinadores, administradores, e acadêmicos tentavam distanciar seu trabalho (o estudo da “comunicação”), daquele feito pelos inimigos (rotulado de “propaganda”). Aqui o consultor Lasswell continuou com a função de construir uma “teoria básica da comunicação”. A invocação da rubrica politicamente neutra da comunicação permitiu a fundações, agências do governo, e pesquisadores individuais estudar as mensagens simbólicas domésticas sem a lembrança inconveniente – inerente ao termo “propaganda” – de que as mensagens oficiais possuem fins persuasivos mais profundos<sup>7</sup> (SPOULE, 2008, p.164-165).

Nessa altura, “propaganda” já era um termo compreendido de modo pejorativo, sobretudo pelo seu uso na Primeira Guerra Mundial. Ao mudar o foco para *comunicação*, os trabalhos americanos passariam a imagem de neutralidade, afastando o sentido negativo que a atividade de propaganda carregava consigo. O fato de a Alemanha possuir um Ministério da Propaganda e os Estados Unidos denominarem seus órgãos governamentais utilizando a palavra comunicação mostra como era estratégico se desvencilhar da ideia de que o que se fazia em terra ianques também era propagada. Para aproximar esses trabalhos do conhecimento científico que lhe era tão caro<sup>8</sup>, Lasswell procurou, ativamente, construir uma “teoria básica no campo da comunicação” (Idem, *ibidem*, p.165).

Assim, mesmo que o próprio Lasswell tenha continuado a usar a expressão propaganda, *comunicação* começa a ser mais frequente em seus textos, como demonstram alguns títulos de seus trabalhos em 1942: *Analyzing the Content of Communication: a Brief Introduction*, *The Communications Front: Strategies of Political and Moral Warfare*, *Communication Research and Politics*.

O emprego do termo “comunicação” como uma espécie de guarda-chuva para os demais vocábulos presentes nos estudos da área, como “propaganda”, “publicidade” e “opinião pública”, avolumou-se extraordinariamente nos anos que se seguiram à atuação da Divisão.

<sup>7</sup> Tradução nossa.

<sup>8</sup> O apreço pelo conhecimento científico rigoroso foi, inclusive, um dos motivos que o afastou da Economia. Em carta aos pais, justificou a sua mudança para a Ciência Política: “[...] a economia é um campo que, infelizmente, necessita de uma reorganização geral do lado teórico”. Carta a Anna e Linden Lasswell, 16 de abril de 1926.

O estudo da comunicação estava em andamento em 1930, mas foi somente em 1942 que os índices da *Psychological Abstracts* passaram a incluir regularmente “comunicação” como uma entrada, e o total de tais entradas entre 1942 e 1947 foi de apenas 22 artigos. No entanto, em 1948, o número anual subiu para dezesseis, daí para 32 em 1949, e 48 em 1950. As médias anuais, posteriormente, tinham entre cinquenta e cem artigos durante a década de 1950, chegando a mais de cem nas décadas de 1960 e 1970, indicando o crescimento e a estabilidade do termo como um conceito focal importante na pesquisa em ciências sociais (PARK & POOLEY, 2008, p.164).

A Divisão Experimental para o Estudo das Comunicações em Tempo de Guerra encerrou suas atividades em 1944 (Lasswell permaneceu no cargo até 1943), mas seus resultados continuaram a reverberar por um bom tempo, não só na obra lasswelliana, mas no campo de saber que, após os anos do conflito mundial, estabilizava-se cada vez mais como campo da Comunicação. As décadas que se seguiram elevaram a quantidade de publicações sobre comunicação.

Nesse período, os enfoques ingênuos e com pouco fundamento científico sobre o fenômeno da comunicação já haviam se tornado, em grande medida, obsoletos. E mesmo que se possam fazer muitas críticas à pesquisa administrativa em comunicação, é patente o seu empenho em desenvolver uma teoria da comunicação (ou, pelos menos, *sobre* a comunicação, como quer Martino “[...] teorias *sobre* comunicação e teorias *da* comunicação, ou seja, teorias que se ocupam de fenômenos comunicacionais no sentido amplo e teorias propriamente comunicacionais, que se caracterizam por um certo tipo de aproximação ou recorte da realidade” (2007, p. 30).

O gráfico abaixo ilustra a ascensão da ideia de comunicação e o declínio dos trabalhos específicos sobre propaganda entre os anos da Divisão e os anos 2000, de forma bastante clara, apresentando o fosso que afastou as duas terminologias.

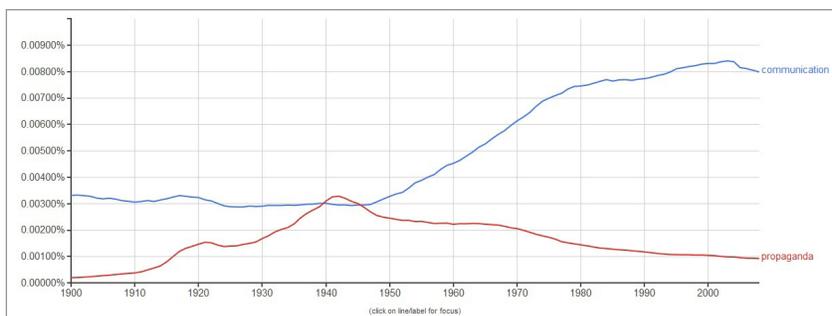


Fig. 2. Curva de obras sobre propaganda (em vermelho) e comunicação (em azul) entre 1900 e 2015.

Fonte: GoogleNgram. Consulta em 20/10/2015.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> O gráfico foi elaborado a partir de busca simples cruzada. Os termos cruzados foram “communication” e “propaganda”, em inglês, visto que essa é a maior produção bibliográfica da área da comunicação. Como o GoogleBooks, base de dados consultada pelo GoogleNgram, possui milhões de livros disponíveis em seus registros, importa aqui não tanto o número redondo de obras, mas a percepção da redução de obras sobre propaganda e o crescimento de trabalhos sobre comunicação. A porcentagem apresentada no gráfico é sobre milhões de obras.

Note-se o que se segue a partir das demandas da Fundação Rockefeller:

A chefia da época da guerra, a mais importante, permitiu a Lasswell desenhar em torno dele um grupo de jovens brilhantes cientistas políticos “na prática”, incluindo Lerner, Abraham Kaplan, Bruce Lannes Smith, Heinz Eulau, Gabriel Almond, David Truman, Itiel de Sola Pool, Nathan Leites, Edward Shils, Morris Janowitz, Irving Janis, e Sebastian de Grazia. Eles colaboraram com outros especialistas a serviço da inteligência em Washington, como Samuel Stouffer, Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin, Bernard Berelson, Wilbur Schramm, Hans Speier, Carl Hovland, Hadley Cantril e Ralph Casey (ver SPROULE, 2008). Dificilmente teríamos um grupo de cientistas sociais mais famosos ou promissores atuando como cientistas políticos. Reunidos pela guerra, eles defenderam a democracia, aconselharam os tomadores de decisão, analisaram pesquisas políticas, inventaram métodos como a análise de conteúdo, escreveram de forma rápida e longamente sob prazos apertados, e criaram um interdisciplinar “corpo de estudiosos experientes guiados pela responsabilidade” (1951, p. 133), inventaram a pesquisa em comunicações como um campo e fomentaram uma revolução comportamental nas ciências sociais (FARR, HACKER & KAZEE, 2006, p.581).

A abordagem interdisciplinar que distinguiu a Divisão Experimental também legou o *approach* interdisciplinar ao campo comunicacional. Até hoje, marca uma série de discursos sobre a possibilidade de se unir o conjunto de conhecimentos de disciplinas variadas para se entender o fenômeno da comunicação. Segundo esse direcionamento, a comunicação deveria ser entendida como um objeto passível de ser estudado por múltiplas perspectivas de análise – que passaram a ser bastante ampliadas desde então.

## Conclusão

A mudança terminológica aqui em apreço foi explicitada no tópico anterior, mas é imprescindível avaliarmos essa transição também no caso do termo “comunicação”. Qual o seu impacto epistemológico?

Ao optar pelo uso da palavra *comunicação*, Lasswell primeiro ampliou o escopo de atuação da Divisão Experimental de Comunicação em Tempos de Guerra e juntou, mesmo que não intencionalmente, as diversas vertentes de pesquisas sobre comunicação que cresciam desde o início do século passado. Por outro lado, reunindo as diferentes perspectivas sob uma única insígnia, o empreendimento forçou a reflexão sobre o próprio termo. Se, a princípio, Lasswell havia desenvolvido uma teoria específica da propaganda, a nomenclatura engendrada pela Divisão Experimental para Comunicação em Tempos de Guerra trazia a necessidade de uma teoria da comunicação também. O que antes se encontrava disperso, começava a ser agrupado.

Estas ações não excluem as influências que recebeu quando de sua participação das discussões do Seminário Rockefeller, do qual seu projeto é fruto. Por isso, pode-se

afirmar que a guinada epistemológica que se deu com a substituição de “propaganda” por “comunicação”, a partir da década de 1940, é resultado indireto do investimento de Rockefeller e sua fundação nas pesquisas em comunicação.

Enquanto esteve à frente da Divisão, Lasswell formulou uma série de preceitos teóricos para a área que se consolidaria adiante com o nome de Comunicação (o famoso esquema que leva seu nome foi construído durante esse período, por exemplo). Além disso, o empenho de Lasswell na Divisão Experimental fez com que a ideia de uma teoria da comunicação gerasse textos importantes, que difundiram mais amplamente a compreensão do processo de comunicação de massa e as formas de analisá-lo.

Em tudo isso, portanto, é inegável a parcela de contribuição da Fundação Rockefeller, quando, ao instituir seu seminário, abriu as portas para a discussão epistemológica do campo entre seus pares – o que possibilitou, também, a liderança de Lasswell durante a Segunda Guerra Mundial. A opção do cientista político pela rubrica “comunicação” influenciou os rumos que a pesquisa sobre os fenômenos comunicacionais teriam dali por diante. Mesmo que se afastem do modelo adotado naqueles anos, hoje criticado e pouco estudado, as pesquisas que se seguiram construíram sua identidade sob o termo *comunicação*, que, longe de ser neutro conforme se quis acreditar, foi fruto de uma opção epistemológica consciente, que gerou vínculos entre o que antes se encontrava difuso.

Rafiza Varão é doutora em Teorias e Tecnologias da Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). É professora da Universidade Católica de Brasília.

rafiza@gmail.com

## Referências

- CHALMERS, D. M. Introduction. In: TARBELL, Ida M. **The history of the standard oil company**: Briefer Version. Mineola: Dover Publications, 2003.
- FARR, J.; HACKER, J. S. & KAZEE, N. The Policy Scientist of Democracy: The Discipline of Harold Lasswell. In: **American political science review**, 2006, p. 579-587.
- FEARING, H. John D. Rockefeller. In: **Cleveland historical**, 2015. Disponível em: <<http://clevelandhistorical.org/items/show/328>>. Acesso em: mar. de 2015.
- HEILBRONER, R. L. & MILBERG, W. **A construção da sociedade econômica**. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- MARTINO, L. C. Interdisciplinaridade e objeto de estudo da comunicação. In: FAUSTO NETO, A.; PRADO, J.L.A.; PORTO, S. (Org.). **Campo da comunicação**: caracterização, problematização e perspectivas. João Pessoa: Editora da Universidade Federal da Paraíba, 2001, p. 77-90.
- MORRIS, C. R. **The Tycoons**: how Andrew Carnegie, John D. Rockefeller, Jay Gould, and J. P. Morgan invented the American supereconomy. Nova Iorque: McMillan, 2006.

PARK, D. P. & POOLEY, J. **The history of Media and Communication research: contested memories.** Nova Iorque: Peter Lang, 2008.

POOLEY, J. From Psychological warfare to social justice: shifts in foundation support for communication research. In: POOLEY, J.; TAUB-PERVIZPOUR, L.a & J.; CURRY, S. **Media and social Justice.** Nova Iorque: Palgrave McMillan, 2011.

ROCKEFELLER FOUNDATION. **1913-1914 annual report.** Disponível em: <<http://www.rockefellerfoundation.org/uploads/files/812e6b1a-4785-4d58-b2e3-77eb3f5a2b0d-1913-1914.pdf>>. Acesso em: mar. de 2015.

ROCKEFELLER FOUNDATION. **1940 Annual Report.** Disponível em: <<http://www.rockefellerfoundation.org/uploads/files/686282e6-7fd4-4793-ace5-6a6518481670-1940.pdf>> . Acesso em: mar. de 2015.

RÜDIGER, Francisco. **O mito da agulha hipodérmica e a era da propaganda:** 12 estudos de arqueologia do pensamento comunicacional. Porto Alegre: Sulina, 2015.

SPROULE, Michael J. 'Communication': from Concept to Field to Discipline. In: PARK, D. W. & POOLEY, J. **The history of Media and Communication research: contested memories.** Nova Iorque: Peter Lang, 2008.

VARÃO, Rafiza. **Harold Lasswell e o campo da comunicação.** Tese de Doutorado em Comunicação. Brasília: UnB, 2012.

*Artigo recebido em julho  
e aprovado em novembro de 2015.*