

Comunicación, política y poder: una reconsideración de la obra de Harold Lasswell

Pedro Cerruti

pedrocerruti@gmail.com

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Instituto de Investigaciones Gino Germani.

Recibido: 29 de agosto de 2019.

Aceptado: 31 de octubre de 2019.

Resumen

Harold Lasswell ha sido reconocido por su papel en el surgimiento, el desarrollo y la consolidación de múltiples disciplinas, incluidas las ciencias de la comunicación. En lo que respecta a esta última, por una parte, es habitual que su obra sea interpretada como un ejemplo paradigmático de las teorías que conciben la comunicación masiva como un acto lineal, unidireccional y poseedor de efectos omnipotentes en sus destinatarios, usualmente conocidas como modelos de la “aguja hipodérmica” o de la “bala mágica”. Por otra parte, el conocimiento de su trabajo en el mundo de habla hispana se ha visto limitado debido a la escasa traducción de su producción. En este artículo, se propone, por un lado, presentar los aspectos fundamentales de su pensamiento sobre la comunicación, que no se conocen adecuadamente; por el otro, se busca profundizar en ellos de acuerdo con su complejidad intrínseca y considerar cómo son parte de una interpretación más amplia sobre la sociedad de su época, en la que establece una relación entre comunicación, política y poder. En consecuencia, en primer lugar, se expone un enfoque biográfico de su trabajo y se discute la forma como ha sido catalogado en la historia del estudio científico de la comunicación social, y luego se desarrolla un análisis en profundidad de su pensamiento en torno a tres temas fundamentales: la propaganda, el análisis político de la dimensión simbólica del poder y la teoría general de la comunicación.

Palabras clave: Harold Lasswell, comunicación, política, poder, propaganda.

Communication, politics, and power: reconsidering Harold Lasswell's work

Abstract

Harold Lasswell has been recognized for his role in the emergence, development, and consolidation of many fields. This includes communications, where his work has typically been seen as a classic hypodermic needle or magic bullet theory, conceiving mass communications as linear, unidirectional, and having an overpowering effect over its audience. In the Spanish-speaking world, his work has scarcely been translated and, therefore, has received limited exposure. So, in the article that follows, we will present the central tenets of his thinking on communications,

which are inadequately known; and then consider them in greater depth, plumbing the internal complexity of his ideas and looking at how they fit into a broader vision of the society of his time, as they draw the relationship between communications, politics, and power. We will first offer a biographical overview of his work and discuss how it has been classified in the history of communications studies. Then we will carry out an in-depth analysis of his ideas, focusing on three main topics: propaganda, the political analysis of power's symbolic dimension, and the general theory of communications.

Key words: Harold Lasswell, communications, politics, power, propaganda.

Comunicação, política e poder: uma reconsideração da obra de Harold Lasswell

Harold Lasswell foi reconhecido por seu papel no surgimento, desenvolvimento e consolidação de várias disciplinas. Entre elas, se incluem as ciências da comunicação, nas que, por um lado, é comum que seu trabalho seja interpretado como um exemplo paradigmático das teorias que concebem a comunicação de massa como um ato linear, unidirecional e com efeitos onipotentes em seus receptores, geralmente conhecidos como modelos de “agulha hipodérmica” ou “bala mágica”. Por outro lado, o conhecimento de seu trabalho no mundo de língua espanhola foi limitado devido à escassa tradução de seu trabalho. Neste artigo, propomos, por um lado, apresentar os aspectos fundamentais do seu pensamento sobre a comunicação que não são adequadamente conhecidos; e, por outro lado, aprofundar neles de acordo com sua complexidade intrínseca e entender de que forma eles fazem parte de uma interpretação mais ampla da sociedade contemporânea, que estabelece uma relação entre comunicação, política e poder. Consequentemente, expomos uma abordagem biográfica de seu trabalho e se discutimos o modo como ele foi catalogado na história do estudo científico da comunicação social; logo, realizamos uma análise aprofundada de seu pensamento desenvolvida em torno de três temas fundamentais: a propaganda, a análise política da dimensão simbólica do poder e a teoria geral da comunicação.

Palavras chave: Harold Lasswell, comunicação, política, poder, propaganda.

Introducción

Harold Lasswell ha sido considerado en el mundo académico angloparlante como uno de los científicos sociales más importantes del siglo XX. Es reconocido por el carácter decididamente interdisciplinario de sus investigaciones y su papel en la emergencia, el desarrollo y la consolidación de múltiples disciplinas, tales como las ciencias políticas, la psicología política y las ciencias de la comunicación, así como en la orientación de las ciencias políticas hacia las políticas públicas.

En lo que se refiere específicamente al campo de las ciencias de la comunicación, Lasswell ha pasado a ser una referencia prácticamente obligada en las reconstrucciones de la historia y las teorías de la disciplina, como representante de la *Mass Communication Research* (junto con otros referentes, como Paul Lazarsfeld y Robert Merton) y de los enfoques empíricos, funcionalistas y positivistas del estudio de los medios masivos. Si bien existen diferentes recepciones de su obra, suele ser recordado, en primer lugar, porque su libro *Propaganda Technics in the World War*, de 1927, cons-

tituye uno de los primeros abordajes científicos sobre el tema, así como un ejemplo característico de las teorías que le atribuyen efectos omnipotentes a la comunicación masiva, concepción que retrospectivamente se ha conocido como el paradigma de la “aguja hipodérmica”. Y, en segundo lugar, debido al influyente modelo que describe el acto de la comunicación a partir de la definición de “quién ha dicho qué, por qué canal, a quién y con qué efecto”. Este modelo es reconocido por sentar las bases para el estudio científico de la comunicación y por su eficacia para la producción y el análisis de contenidos de la comunicación masiva, pero al mismo tiempo es habitualmente criticado por su perspectiva lineal, unidireccional e instrumental.

Ambas cuestiones serán evaluadas y discutidas con detenimiento más adelante. Sin embargo, hay que agregar que, en el mundo académico de habla hispana, a lo ya comentado se le adiciona que su obra ha sido escasamente traducida al castellano y que en su apreciación ha influido notablemente la amplia difusión del único texto específicamente dedicado a la temática disponible en nuestro idioma, “Estructura y función de la comunicación en la sociedad”, de 1948, incluido en el segundo volumen del conocido compendio editado por Miquel de Moragas, *Sociología de la comunicación de masas* (1985), que se dedica justamente a los abordajes funcionalistas.¹

Dado este panorama, este artículo se propone, por un lado, presentar los aspectos fundamentales del pensamiento de Lasswell sobre la comunicación, muchos de ellos poco conocidos en el medio local.² También se intentará indagarlos en profundidad, atendiendo a su complejidad intrínseca y al modo como forman parte de una interpretación de mayor alcance sobre la sociedad contemporánea, que pone en relación la comunicación, la política y el poder.

Sobre la obra de Lasswell y su recepción en el campo de la comunicación. Foco y alcance del artículo

Lasswell gozó de una larga carrera académica, que se extendió desde de la década del 20 hasta su muerte en 1978, y fue autor de una vastísima obra que abarcó temáticas correspondientes a múltiples disciplinas y áreas de interés –como las ciencias políticas, la sociología, la psicología, el derecho, la comunicación, el periodismo, la arquitectura, entre otras– e incluye la autoría, coautoría y edición de sesenta libros, más de trescientos artículos y cientos de reseñas y comentarios (Muth, Finley y Muth, 1989).

¹ Miquel de Moragas ha publicado también *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa* (2011), otro trabajo en el que se estudian las teorías funcionalistas. La misma perspectiva se encuentra en otros manuales sobre la temática como, por ejemplo, Lozano (2007).

² Más allá de los manuales sobre las ciencias de la comunicación social, son sumamente escasos los trabajos en castellano que enfocan el pensamiento de Lasswell de manera más o menos directa. Entre los pocos que existen pueden mencionarse el de Caldera Serrano y Zapico Alonso (2004) y el Fornieles Sánchez (2012), que además son ejemplares en tanto que recuperan únicamente el modelo instrumental de la comunicación. Para un abordaje sopesado de la llamada *Mass Communication Research* en nuestro idioma y la participación de Lasswell en esa tradición, véase Sánchez Narvarte (2018). En todos estos casos, el pensamiento de Lasswell es analizado exclusivamente a partir de la lectura de “Estructura y función de la comunicación en la sociedad”.

Es habitual referirse a su trayectoria intelectual como segmentada según los cambios en la inserción institucional de su actividad académica, para lo que se toman en cuenta dos grandes períodos, correspondientes a su trabajo como profesor en Ciencias Políticas en la Universidad de Chicago -desde 1926 hasta 1938- y como profesor en Derecho en la Universidad de Yale -desde 1946 hasta su muerte-. A ello se agrega un momento intermedio en el que residió en Washington DC; en él careció de una posición universitaria estable pero, entre otras cosas, se desempeñó como consultor de diferentes instituciones gubernamentales durante la Segunda Guerra Mundial y se destacó por su participación en la creación del Proyecto de Investigación en Comunicación de Guerra (War Communication Research Program) de la Biblioteca del Congreso. Su actividad se centró en el análisis de contenidos para la detección de la propaganda enemiga (Almond, 1987).

Su estadía en la Universidad de Chicago comenzó con su ingreso como estudiante en 1918 en un momento en el que aquella constituía uno de los centros de mayor desarrollo e innovación de las ciencias sociales del momento, lo que le dio la posibilidad de formarse con figuras como George H. Mead, John Dewey y Robert Park, a través del cual entró en contacto con el pensamiento de sociólogos europeos como Gabriel Tarde y Georg Simmel. Allí, bajo la tutela y el estímulo del politólogo Charles Edward Merriam, quien se había desempeñado como director de la propaganda norteamericana en Roma durante la Primera Guerra Mundial, se doctoró en 1927 con una disertación sobre esta temática, que dio lugar al libro ya mencionado (Lasswell, 1938 [1927]). Su producción durante este período se enfocó, a partir de entonces, en el estudio de las bases sociológicas y psicológicas de los comportamientos políticos, lo cual se plasmó fundamentalmente en dos líneas de investigación íntimamente relacionadas. Una de ellas consistió en el análisis de los aspectos psicológicos vinculados con las formas de liderazgo político, ejemplificada en su renombrado trabajo *Psychopathology and Politics* (Lasswell, 1930), considerado uno de los pilares fundacionales de la psicología política. La otra es la construcción de una teoría de la política según la cual el análisis del poder constituye la vía para indagar en las formas en las que las sociedades se organizan y se transforman; esta perspectiva dio lugar a textos fundamentales como *World Politics and Personal Insecurity* (Lasswell, 1935) y *Politics: Who Gets What, When, How* (Lasswell, 1936). Este último incluye el estudio de los aspectos simbólicos y comunicacionales del poder,³ interés que retoma de sus estudios iniciales sobre la propaganda durante la Primera Guerra Mundial y que lo condujo también al desarrollo del análisis

³ La vertiente de sus investigaciones que se ocupó del estudio del poder constituyó, entre otras cosas, un interesante punto de encuentro con la Escuela de Frankfurt, con cuyos representantes colaboró asiduamente durante el exilio norteamericano del Instituto de Investigación Social, a pesar de las diferencias de método que colocarían a Lasswell, para utilizar los términos de Max Horkheimer (2003 [1937]), del lado de la teoría tradicional, y no del de la crítica. Al respecto, véase Dorzweiler (2015).

sistemático de contenidos y su aplicación durante la Segunda Guerra Mundial; luego publicaría esta experiencia en *Language of Politics: Studies in Quantitative Semantics* (Lasswell y Leites, 1949). En la década del 40, en el período intermedio de su carrera, puede apreciarse la culminación de su pensamiento sobre la comunicación social y la dimensión simbólica del poder, que expresó en *Communication, Propaganda and Public Opinion* (Smith, Lasswell y Casey, 1946) y “Structure and Function of Communication in Society” (Lasswell, 1948); en estas obras, entre otras cosas, se explicita el afamado modelo “Lasswell” de la comunicación. También es un momento en el que algunas de sus preocupaciones sobre la temática anticipan los enfoques y problemas que constituyeron el foco de sus intereses durante la segunda etapa de su vida, como lo evidencia *Democracy Through Public Opinion* (Lasswell, 1941).

En efecto, al convertirse en profesor en Yale en 1948, y tras su experiencia durante la Segunda Guerra, se produce un cambio en su pensamiento, vinculado con el papel que estima que le corresponde al científico político en la sociedad, que no es ya solamente el de analizar las formas de organización social, sino el de desempeñar un rol protagónico en el sostenimiento y funcionamiento del orden democrático a través de su participación en la formulación de las políticas públicas apropiadas para ello. Este enfoque fue llamado por él *orientación de las ciencias políticas a las políticas públicas* (Lasswell, 1951); en su caso, se verificó en el desarrollo de un esquema funcional para el estudio empírico y el análisis de los procesos de toma de decisiones, y en una clasificación de los valores básicos o metas sociales. Si bien este cambio de perspectiva ha sido reconocido como fundamental en el desarrollo de las ciencias políticas contemporáneas, sus nuevos intereses lo alejaron de la innovación teórica en las temáticas que son objeto de estudio del presente trabajo.

Por eso, aquí se enfocará el análisis de sus propuestas teóricas relacionadas con el estudio de los aspectos simbólicos del poder durante la primera parte de su carrera académica, ya que es entonces cuando el problema de la propaganda y la comunicación masiva es abordado de manera directa y como tema central, y cuando estas ocupan un lugar decisivo en el interior de una teoría general del poder y del análisis sociopolítico. Para ello, a lo largo del desarrollo de este artículo, se recorrerá en tres secciones ordenadas cronológicamente el camino seguido por el pensamiento de Lasswell. Se considerarán, en primer lugar, sus formulaciones iniciales sobre la comunicación masiva y la propaganda en la década del 20; en segundo lugar, la incorporación de estas en una teoría sociológica del poder en la década del 30; por último, su retorno como tema central de estudio en la década del 40, en relación con una renovación del interés en la cuestión, como producto del nuevo escenario bélico. Es importante aclarar que este abordaje se enfoca en la teoría y la perspectiva analítico-conceptual que Lasswell desarrolla para interpretar la relación entre comunicación y poder, y que, por ello, no

se detendrá a examinar sus propuestas referidas a la conformación de una metodología de análisis cuantitativo de contenido, en lo cual fue también pionero (al respecto, véase Janowitz, 1968).

Ahora bien, es imposible analizar el pensamiento de Lasswell sin tener en cuenta que, al mismo tiempo que ha sido reconocido como uno de los pioneros en el estudio de la comunicación masiva, también es tenido como uno de los principales representantes de las primeras investigaciones científicas sobre la comunicación. Estas, de acuerdo con la versión más difundida de la historia del campo, habrían formado parte de un paradigma en función del cual se concibió la comunicación como un acto lineal, unidireccional y poseedor de efectos omnipotentes en sus destinatarios, referido habitualmente de manera retrospectiva como el modelo de la “aguja hipodérmica”.⁴ De acuerdo con esa perspectiva, este primer modelo, correspondiente a las décadas del 20 y el 30 del siglo pasado, postulaba que los medios de comunicación poseen efectos poderosos y directos sobre los modos como se comportan y piensan los individuos (Gurevitch, Bennett, Curran y Woollacott, 2005). También conocida como teoría de la “bala mágica” o de la “correa de transmisión”, fue forjada al calor del legado de la Primera Guerra Mundial en lo que respecta a la organización de las primeras agencias estatales centralizadas de propaganda (paradigmáticamente, el Comité de Información Pública (Committee on Public Information) estadounidense, también llamado Comité Creel, en honor a quien impulsó su creación y lo comandó, George Creel) y la exaltación de la eficacia de esta herramienta para la manipulación de millones de personas y su papel decisivo en el devenir de la contienda.

Así, basado en una apropiación simple del modelo conductista de estímulo-respuesta y en el concepto de *audiencia masiva* como un conjunto atomizado de individuos que reciben de manera pasiva y uniforme los mensajes, la influencia de los medios de comunicación era comparada con una “inyección hipodérmica” de contenidos en la mente de las personas, sus mensajes eran considerados “balas” que impactaban de forma directa sobre ellas y colocaban “mágicamente” ideas en sus cabezas. Su función se asemejaba a la de una “correa de transmisión”, que establecía una conexión sin ambages entre la voluntad de los comunicadores y las conciencias de los individuos (Schramm, 1971). La audiencia masiva constituía, a su vez, una faceta propia de la llamada *sociedad de masas*, es decir, una sociedad caracterizada por su volatilidad e inestabilidad y por el desarraigo, el aislamiento y la alienación individual, productos de los bruscos procesos de urbanización e industrialización recientes, todo lo cual hacía que aquella fuera inherentemente susceptible de manipulación.

⁴ Sobre la historia de la investigación en comunicación considerada en función de los cambios de paradigmas en el estudio de los efectos de los medios masivos, la crítica de las narrativas lineales que plantean el reemplazo de un primer paradigma, basado en la noción de *efectos omnipotentes*, por uno de efectos limitados, y la propuesta de visiones más sofisticadas e integradoras, véase Esser (2008) y Neuman y Guggenheim (2011).

El modelo hipodérmico habría sido luego puesto en cuestión, durante las décadas del 50 y el 60, especialmente a partir de la formulación de la teoría de la influencia personal por parte de Katz y Lazarsfeld (1955). Esta constituía un abordaje de la comunicación que postulaba una audiencia activa y heterogénea en el seno de una sociedad caracterizada como un conjunto de grupos vinculados a través de redes diversas de relaciones personales y formas de dependencia. Así, debido a toda una serie de variables mediadoras, tales como la pertenencia a diferentes grupos y subculturas, las diferentes características personales y la adhesión a diferentes valores, entre otras, los individuos reaccionarían de diferentes maneras a los mensajes masivos.

Ahora bien, esta versión simplista y lineal de la historia de los estudios sobre la comunicación de masas ha sido objeto de investigaciones críticas que han puesto en cuestión la mera existencia de un modelo hipodérmico. Por un lado, se ha planteado que desde sus comienzos las teorías de la comunicación entendieron que el impacto de los medios era contingente con respecto a las orientaciones personales (Chaffee y Horchheimer, 1985). También se ha afirmado que, a diferencia de los estudios de la segunda generación, los primeros análisis críticos de la propaganda nunca hicieron análisis de los efectos en los comportamientos individuales, sino que buscaban hacer una crítica de los contenidos de la comunicación de masas (Sproule, 1989). Asimismo, se ha considerado que el modelo hipodérmico es el resultado de una falacia del hombre de paja creada *a posteriori* y aplicada retroactivamente de manera imprecisa a un conjunto de investigaciones, teorías y formulaciones diversas; esto sirvió a una segunda generación de investigadores para diferenciarse tanto de sus antecesores como de las creencias populares y de los actores sociales ajenos al campo (políticos, publicistas, entre otros), y legitimar su teoría de los efectos limitados de los medios (Gerbner, 1983).

Lo anterior no quiere decir que simplemente sea posible descartar la existencia de la teoría hipodérmica, pues la denuncia de su carácter falaz parece haber cumplido en épocas posteriores la misma función que se le atribuye, es decir, legitimar una versión particular del pasado (Lubken, 2008). En última instancia, es importante destacar que la historia de las teorías de la comunicación constituye un campo de disputas en las que la construcción de un relato determinado refleja diferentes perspectivas ideológicas, teóricas y metodológicas en pugna en el interior del propio campo (Bineham, 1988; Ryfe, 2001).

Teniendo esto en cuenta, se ha hecho necesario problematizar el propio concepto de *teoría hipodérmica*, dado que su definición tampoco es unívoca. En ese sentido, se han definido dos grandes posiciones en torno al supuesto requisito de asumir la homogeneidad de la audiencia y la ausencia de variables mediadoras intervinientes entre el estímulo y la respuesta. Desde un posible enfoque, el incumplimiento de cualesquiera de estas dos condiciones niega el modelo hipodérmico; desde otro,

mientras se mantenga el esquema estímulo-respuesta, independientemente de las características de la audiencia y de las variables mediadoras, el modelo mantiene su vigencia. Ahora bien, si se sostiene esta última hipótesis, tanto la teoría de los efectos omnipotentes como la de los efectos limitados, y junto con ellas todo estudio sobre la comunicación que plantee el problema en términos de sus efectos sobre los individuos, forman parte del modelo hipodérmico (Bineham, 1988).

Por supuesto, no se trata aquí de saldar una cuestión de tal alcance, sino de situar la complejidad inherente a la problematización de las verdades asumidas que operan como presupuestos en la lectura y la recepción, en este caso, de la obra de Lasswell, y relativizar los relatos dominantes que le han fijado un lugar en la historia de las teorías de la comunicación de masas.⁵ Desde una perspectiva crítica, es cierto que, como sostiene Sproule (1989), “Lasswell representa una figura ambigua en los estudios académicos sobre la propaganda, cuyas contribuciones requieren una interpretación cuidadosa” (p. 232). El objetivo del presente artículo consiste justamente en abrir un abordaje de sus textos desde un paradigma hermenéutico atento a la complejidad y la densidad de los problemas, las hipótesis y los conceptos que en ellos se construyen.

Hacia una teoría de la propaganda

Propaganda Technique in the World War, si bien es un texto secundario en lo que respecta a los aportes de la obra de Lasswell a la ciencia política, como hemos adelantado, es considerado un antecedente fundamental en el desarrollo tanto del campo del estudio académico de la comunicación de masas como de la formulación de la teoría hipodérmica. Esto último se debe especialmente a la utilización de ciertas hipérbolos, metáforas o registros discursivos que claramente participan de un espíritu de época y que, citadas fuera de contexto, se prestan a su interpretación como paradigma de la teoría de efectos omnipotentes de los medios de comunicación. Probablemente la más importante sea aquella en la que él mismo emplea, al parecer por primera vez, la figura de la inyección hipodérmica, cuando afirma sobre la propaganda norteamericana dirigida al pueblo alemán: “[El presidente Woodrow] Wilson elaboró el veneno sutil que hombres laboriosos inyectaron en las venas de un pueblo pasmado, hasta que los poderes aplastantes de los ejércitos aliados los obligaron a someterse” (Lasswell, 1938 [1927], p. 217).⁶ Se volverá sobre ello pero por ahora se señala que esta metáfora, con todo lo significativa que es,

⁵ Un ejemplo paradigmático de la recepción tradicional de la obra de Lasswell, que vale la pena destacar por su grado de influencia en los estudios hispanoparlantes sobre la comunicación, es el de Armand y Michèle Mattelart (1997), quienes afirman sobre la perspectiva de Lasswell: “Esta visión instrumentalista consagra una representación de la omnipotencia de los medios de comunicación considerados como instrumentos de ‘circulación de símbolos eficaces’. [...] Se considera la audiencia como un blanco amorfo que obedece ciegamente al esquema estímulo-respuesta. Se supone que el medio de comunicación actúa según el modelo de la ‘aguja hipodérmica’, término forjado por el propio Lasswell para de nominar el efecto o el impacto directo e indiferenciado sobre los individuos atomizados” (p. 28).

⁶ La traducción de todas las citas provenientes de la obra de Lasswell consultada en su lengua original es propia.

posee un valor limitado en lo que respecta a su capacidad para articular la formulación del modelo teórico que Lasswell busca construir. Lo que sí es claro es que expresa una idea que formaba parte del horizonte cultural de la época, ya sea como un temor popular o como una fantasía o un deseo articulado como tal por los propios propagandistas de manera autorreflexiva, al modo de una propaganda de la propaganda misma.⁷ Este panorama cultural permea también el texto de Lasswell, pero lo hace de manera compleja y se refleja -como se verá- no tanto en la eficacia de la comunicación propagandística tomada en sus casos particulares, sino en el modo como interpreta una transformación histórico-cultural.

Además de recolectar y sistematizar las principales técnicas o métodos de propaganda utilizados durante la guerra, el esfuerzo de Lasswell en la obra en cuestión, junto con el artículo complementario “Theory of Political Propaganda” (Lasswell, 1927), el autor se orienta por el interés de formular una teoría de la propaganda a partir de proponer una definición conceptual de la misma, explorar los diferentes modos de teorizarla y, por último, interpretarla en función de las transformaciones epocales de las cuales participa. Así, Lasswell define la propaganda como el “control de la opinión mediante símbolos o, en términos más concretos y menos precisos, historias, rumores, reportes, fotos y otras formas de comunicación social” (Lasswell, 1938 [1927], p. 9); en otras palabras, “la administración de las opiniones y actitudes a través de la manipulación directa de la sugestión social, en lugar de hacerlo mediante la modificación de otras condiciones del ambiente o del organismo” (p. 9). El mecanismo de la propaganda es, entonces, la sugestión social; el material que utiliza como herramienta son los símbolos significativos, aquello sobre lo que interviene es el campo de la opinión pública -también llamada *mente pública*- y

⁷ El propio Lasswell cita dos afirmaciones que reflejan las creencias de la época relativas al poder de los medios de comunicación. Al referirse al hecho de que la mejor manera de conocer y mejorar la probabilidad de eficacia de un mensaje propagandístico es por la vía del testeo previo, en ese momento todavía no desarrollado, menciona un artículo periodístico que expresa cabalmente el imaginario de la época al respecto. Así, afirma Lasswell (Lasswell, 1938 [1927]), “si se pueden idear métodos de pruebas previas, el propagandista se acercará un poco más a la omnisciencia que una vez le fue imputada por un periódico de Nueva York, que escribió: ‘la mente pública es para el propagandista entrenado una piscina en la que las frases y los pensamientos se dejan caer como ácidos, con un conocimiento previo de las reacciones que tendrán lugar’” (p. 209). Por otro lado, recupera una cita de un documento de la Inteligencia Militar de los Estados Unidos que expresa cómo definen ellos su propia actividad: “Los ejércitos luchan mientras la gente piensa, fue el sabio epigrama del general británico Applin. Podría extenderse para decir que los ejércitos luchan mientras los ejércitos piensan, porque, como dijo George William Curtis: ‘Los pensamientos son balas’” (citado en Lasswell, (1938 [1927]), p. 214). Dos libros publicados en esa década por influyentes propagandistas ejemplifican claramente este tipo de ideas y sirven de contraste con el modo como Lasswell encara el problema. Uno de ellos es *How we advertised America*, publicado por George Creel (1920) inmediatamente después de terminada la Primera Guerra, cuyo subtítulo es suficientemente indicativo de su aproximación: “The First Telling of the Amazing Story of the Committee on Public Information that Carried the Gospel of Americanism to Every Corner of the Globe”. Allí, entre otras cosas, se refiere a los mensajes propagandísticos como “balas de papel” en una contienda en la que la “pelea por los corazones y las mentes de las personas” (p. 3) fue decisiva. El otro es *Propaganda*, de Edward Bernays (2005 [1928]), en el cual, entre otras definiciones, se considera a la propaganda como “la práctica [...] de crear imágenes en la mente de millones de personas” (p. 52).

su objetivo es modificar, gestionar o administrar actitudes colectivas. Cada uno de estos conceptos, por supuesto, merece ser aclarado.

En principio, dirá Lasswell, una *actitud* es “la tendencia a actuar de acuerdo con ciertos patrones de valoración” (Lasswell, 1927, p. 627). En ese sentido, no es un dato de la experiencia, sino una inferencia a través de signos que tienen una significación convencional. Así, una *actitud colectiva* sería “la tendencia de un grupo particular a actuar en relación con un objeto particular en un contexto específico” (p. 627). A su vez, los *símbolos significativos* son justamente “esos objetos que tienen una significación estándar (que tienen referencias establecidas en el interior de la red de una cultura particular)” (pp. 627-628). Por lo tanto, no solo expresan las actitudes, sino que pueden ser utilizados para reafirmarlas o redefinirlas, ya que en tanto estas son tendencias en relación con ciertos objetos, la modificación de los segundos alteraría las primeras. La expresión *actitud colectiva*, aclara Lasswell, además de no remitir a fenómenos puramente individuales, tampoco presupone la existencia de ningún tipo de entidad social metafísica, sino que es definido a partir del concepto antropológico de *patrón*, esto es, una distribución de actos individuales, un estándar o una pauta uniforme de conductas en un tiempo y un lugar dados.

De ello se desprende cuál es el sentido que toma el mecanismo de sugestión en este contexto, que no tiene nada que ver con el concepto psicológico e individual de producir la aceptación irreflexiva de una idea por una persona. Hablar de sugestión *social* quiere decir que se interviene sobre “material cultural con un significado reconocible” (p. 631) y se opera por la vía de multiplicar todas las sugerencias favorables a las actitudes que se desea producir y fortalecer, y restringir todas las sugerencias que son desfavorables para ello. Por eso, dirá Lasswell, la propaganda es “la guerra de ideas sobre las ideas” (Lasswell, 1938 [1927], p. 12), lo que anticipa lo que formulará más adelante, en términos de una perspectiva ambiental o ecológica, como la intervención sobre el “entorno simbólico”.

En ese sentido, si bien Lasswell reconoce que el esquema estímulo-respuesta constituye un lenguaje en el que es posible formular la estrategia de la propaganda como “la multiplicación de aquellos estímulos que están mejor calculados para evocar las respuestas deseadas, y por la anulación de aquellos estímulos que probablemente instigan las respuestas indeseadas” (Lasswell, 1927, p. 630), claramente se inclina por una definición en términos culturales. Según esta, consistiría en “la presentación de un objeto en una cultura de una manera tal que ciertas actitudes culturales se organicen en torno a él” (pp. 629-630). Teniendo en cuenta los valores establecidos en una cultura, el problema del propagandista es entender la manera como ese objeto debe ser presentado de modo tal que sea capaz de despertar actitudes hostiles o favorables hacia él.

Más allá de la particularidad de las técnicas o los métodos utilizados en la guerra, que Lasswell sistematiza de acuerdo con los objetivos estratégicos y tácticos perseguidos, interesa destacar el aspecto vinculado con lo que denomina *condiciones* de la propaganda. Según su planteo, el factor determinante de la eficacia de la propaganda es la capacidad de adaptarla a las condiciones de los destinatarios. Esta cuestión, lejos de transmitir la idea de eficacia ilimitada, lleva a Lasswell a situar el poder de la propaganda en un horizonte que depende de la relación entre los recursos o los medios que pueden ser utilizados y las condiciones a las que debe adaptarse. Entre estas, se encuentran los “prejuicios tradicionales” de una nación en general y de cada uno de los grupos que la constituyen, así como las costumbres y las instituciones que caracterizan y distinguen a una nación de otra y a cada grupo de los demás. Esto quiere decir que la forma consuetudinaria en que los grupos interpretan los mensajes hace que controlar los sentimientos a voluntad no sea una tarea posible y que se deba interpelar a cada audiencia en función de sus propios términos: “Cada grupo particular tiende a crear la guerra de acuerdo con su propia imagen, y la tarea del propagandista consiste habitualmente en facilitar más que en fabricar” (Lasswell, 1938 [1927]), p. 187). Por eso, propone que el mejor método consiste en identificarse imaginariamente con los sujetos destinatarios y desde allí explorar los posibles caminos para su interpelación.

Asimismo, Lasswell aísla otra condición de la eficacia de la propaganda que posee un estatuto particular porque conduce a una interpretación epocal del fenómeno. En el texto comentado se refiere a esa condición como el nivel de tensión que caracteriza a una población y que sitúa como una “condición de adaptación o desadaptación, que es descripta de diferentes formas como ansiedad pública, nerviosismo, irritabilidad, malestar, descontento o tensión” (p. 190). Desde el punto de vista del propagandista, conforma un reservorio de energía explosiva que puede hacerse estallar con la misma facilidad con la que un pequeño fósforo puede encender una hoguera, según la imagen que brinda el autor.

Por supuesto, la guerra es un ejemplo paradigmático de una situación de tensión que facilita la movilización de los sujetos hacia un enemigo odiado a partir de la liberación, manifestación y canalización de impulsos agresivos que usualmente se encuentran reprimidos. No obstante, más allá de la situación bélica particular, la cuestión se vincula con el estado de tensión característico de la vida en las sociedades industrializadas. En esta interpretación, Lasswell sigue de cerca las teorías sociológicas europeas de la sociedad de masas y los procesos de urbanización masivos, tales como las interpretaciones de Simmel (2001 [1903]) sobre la vida urbana y sus consecuencias psicológicas,

introducidas y continuadas en los Estados Unidos por Park (2012 [1925]).⁸ En la perspectiva de Lasswell, se destaca la confluencia de dos tendencias opuestas: la monotonía de la maquinización y la excitación de la estimulación secundaria. Así, afirma:

El ritmo y el repiqueteo de la implacable maquinaria no son menos característicos de la forma de vida industrial que la gran variedad de vallas publicitarias, escaparates, películas, vodeviles y periódicos, que transmiten abundantes y desconcertantes posibilidades de realización personal (Lasswell, 1938 [1927], p. 191).

De esta manera, el autor se ve llevado a introducir el estudio de la propaganda, que pone el foco en los mensajes, y asume que los medios de comunicación constituyen sus vías de transmisión, en una lectura que anticipa, de cierta manera, una ecología de los medios, esto es, una interpretación de los modos en que sus cambios, íntimamente vinculados con las transformaciones técnicas –que incluyen el alfabetismo y la prensa– forman parte de la producción de una mutación del entorno social. De ahí que los medios de comunicación no sean solo canales a través de los cuales el propagandista puede hacer circular mensajes que aprovechen el estado de tensión de una población para movilizarla hacia determinados objetos, sino que son agentes productores de ese estado de tensión en tanto conforman el entorno ansiógeno en el que se desenvuelve su vida. En un giro particularmente retórico, Lasswell sintetiza la transformación social hacia una sociedad de masas en la que la centralidad de la propaganda es un emergente:

En la Gran Sociedad [a diferencia de la tribu pequeña y primitiva] ya no es posible fusionar el descarrío de los individuos en el horno de la danza de guerra; un instrumento nuevo y más sutil debe unir a miles e incluso a millones de seres humanos en una masa amalgamada de odio, voluntad y esperanza. Una nueva llama debe quemar el cancro de la disidencia y atemperar el acero del entusiasmo belicoso. El nombre de este nuevo martillo y yunque de solidaridad social es propaganda. Hablar debe ocupar el lugar del ejercicio; la impresión debe suplantar al baile. Los bailes de guerra viven en la literatura y en los márgenes de la tierra moderna; la propaganda de guerra respira y humea en las capitales y provincias del mundo (Lasswell, 1938 [1927], p. 221).

⁸ La ecología humana de Park, establecida en su seminal *The City* (2012 [1925]), posee como foco privilegiado el hábitat urbano y encuentran un antecedente decisivo en el pensamiento de Simmel, especialmente en sus ideas plasmadas de modo ejemplar en el ensayo “Las grandes urbes y la vida del espíritu” (2001 [1903]). Allí, Simmel plantea justamente que la ciudad constituye un espacio específico de interacción social determinante en la formación de la personalidad de sus habitantes y afirma, entre otras cosas: “El fundamento psicológico sobre el que se alza el tipo de individualidades urbanitas es el *acrecentamiento de la vida nerviosa* que tiene su origen en el rápido e ininterrumpido intercambio de impresiones internas y externas” (p. 376; destacado en el original). A este último factor se agregan la superficialidad y la intelectualización de los contactos urbanos, como productos de la mayor división del trabajo y la predominancia del dinero como forma de intercambio. Siguiendo el mismo razonamiento, Park enfatiza el modo como los medios de transporte y de comunicación, que son los principales factores de organización del hábitat urbano, tienden a acentuar al mismo tiempo la concentración y la movilidad de la población. También hace hincapié en el hecho de que es constitutivo de la gran urbe un permanentemente “estado de equilibrio inestable”: “Los vastos, casuales y móviles agregados que constituyen nuestra población urbana se encuentran en un estado de agitación perpetua, barridos por cada nuevo viento doctrinal, sujetos a constantes alarmas y, en consecuencia, la comunidad está en una situación de crisis crónica” (Park, 2012 [1925], p. 22). Al respecto, véase Peña (2003). Sobre la recepción del pensamiento de Simmel en la obra de Park, es suficientemente indicativa su presencia en su influyente *Introduction to the Science of Sociology* (Park y Burgess, 1921), que además fue fundamental para su recepción en el campo académico de la sociología norteamericana (del mismo modo que lo fue para otros pensadores europeos, como Gustave Lebon y Gabriel Tarde).

La centralidad de la deliberación pública; la lectura y el consumo de noticias propios de una sociedad alfabetizada y transformada por las posibilidades de reproducción técnica de la palabra escrita; la disolución de las solidaridades comunitarias y de las formas antiguas de lealtad hacia la autoridad en pos del individualismo, la atomización y la organización social racional; y los procesos de urbanización y mediatización social que aumentaron las vías de contacto secundario y que ampliaron masivamente las formas de interacción social han creado una desorganización de las formas de vinculación social. Y la propaganda no es meramente una herramienta de manipulación, sino que constituye la dinámica propia de las formas de acción social de este tipo de sociedad en la que

el poder se subdivide y difunde, y se puede ganar más por ilusión que por coerción [...]. Si la masa está libre de cadenas de hierro, debe aceptar sus cadenas de plata. Si no ama, honra y obedece, no debe esperar escapar de la seducción (p. 222).

Así, concluye Lasswell (1927):

La mayor parte de lo que antes se podía hacer por medio de la violencia y la intimidación, ahora debe hacerse por medio de argumentos y persuasión. La democracia ha proclamado la dictadura de la palabrería, y la técnica de dictar al dictador se llama propaganda (p. 631).

De todos modos, este tipo de formulaciones hiperbólicas no debe hacer perder de vista que ya en estos primeros textos Lasswell plantea la necesidad de diferenciar entre la actitud deliberativa y la propaganda, lo que matiza las afirmaciones precedentes distinguiendo diferentes tipos de comunicación pública. En sus palabras:

Como se verá, esta distinción será recuperada más adelante en términos de la distinción entre el público y la masa o multitud, tal como fue establecida por Park en su tesis doctoral (1996 [1904]),⁹ y ocupará un lugar cada vez más importante en su

⁹ En el pensamiento de Park confluyen dos tradiciones. Por un lado, se encuentra la liberal norteamericana, que concibe al público como instancia de participación y deliberación fundamental para el funcionamiento de la democracia. Esta visión se plasmó paradigmáticamente años más tarde en el famoso libro de Dewey, un interlocutor privilegiado de Park y colega en la Universidad de Chicago, *The Public and its Problems* (1946 [1927]) y constituyó justamente una defensa del público en respuesta a las críticas formuladas por Walter Lippman (1998 [1922]). Por otro lado, también convergen la psicología y la sociología de las masas, corrientes de pensamiento europeas iniciadas por las ideas de Gustave Le Bon (2000 [1894]), que entienden los agrupamientos multitudinarios como eminentemente irracionales y sugestionables debido a la disolución de la individualidad y la disminución de las facultades intelectuales de sus participantes. Park retoma esta última tradición a partir de la perspectiva de Gabriel Tarde (2011 [1901]), quien había introducido la noción de *público* para referirse a los vínculos de interacción que suceden a distancia, a través de los medios de comunicación masiva, sin la confluencia de los individuos en el mismo espacio físico. En la obra de Park está presente este paradigma, pero no es el criterio para su distinción. En su caso, se trata de dos formas distintas de agrupamientos sociales que varían en función de la prevalencia del sentir y el sentir-con o el pensar y el pensar-con los otros, lo cual hace que en la masa predominen los impulsos y en el público, la razón. Afirma Park (1996 [1904]): “El público es crítico. Dentro del público las opiniones están divididas. Cuando el público deja de ser crítico, se disuelve o se transforma en una masa. Precisamente ahí reside la característica esencial que distingue a una masa de un público: la masa se somete a la presión de un impulso colectivo al que obedece sin crítica alguna. El público, por el contrario –precisamente porque se compone de individuos con opiniones diferentes– se guía por la previsión y la deliberación racional” (p. 422). Al respecto véase Nocera (2008).

perspectiva de análisis de la comunicación como un problema político, primero, y de políticas públicas, después.

El análisis político y la dimensión simbólica del poder

La década del 30, como hemos adelantado, fue el momento en el que Lasswell desarrolló su perspectiva de lo que denomina *análisis político*, entendido como el estudio de los cambios en la forma y la composición de los patrones de valores en la sociedad, cuya clave se encuentra en que retoma la indagación de los conflictos de poder en torno a la distribución de los valores dominantes en una sociedad. Considera que esta no es nunca homogénea, sino que posee la forma de una pirámide en la que el poder reside siempre en una minoría, que Lasswell llama élite, esto es, “los pocos que obtienen la mayor parte de cualquier valor” (Lasswell, 1935, p. 3).¹⁰ El estudio de la política es, entonces, el estudio de la influencia y los “influenciadores”, o del poder y los poderosos, dice Lasswell, lo que da lugar a su famosa fórmula: “La política es el estudio de *quién* obtiene *qué*, *cuándo* y *cómo*” (Lasswell, 1935, p. 3). Como puede apreciarse, ella es la base sobre la cual luego articula su modelo de la comunicación.

Retomando el enfoque ecológico ya adelantado en sus primeros trabajos, Lasswell considera que el poder, o la capacidad de influenciar, obedece a la posibilidad de manipular el entorno, ya sea por la vía de la utilización de la violencia, de la administración del flujo y suministro de bienes y servicios (Lasswell, 1936, p. 310), o la manipulación de los símbolos. Justamente, hay en Lasswell un interés particular en extender el análisis político a la dimensión simbólica del poder, ya que los cambios en la distribución y el volumen de los valores son afectados por acciones que dependen de los símbolos a los que son asociados, ya sean estos de identificación (nación, religión, clase), de demanda (seguridad, igualdad, supremacía) o de expectativas (de éxito o fracaso).

Su abordaje de la propaganda se inscribe ahora en esta teoría de la política, específicamente en lo que atañe a la dimensión simbólica del poder. Desde este punto de vista, la propaganda implica la utilización de símbolos para controlar las emociones colectivas, fundamentalmente la agresividad, la culpa, la debilidad y los afectos, y a través de ello provocar fenómenos multitudinarios. Pero eso no es un fenómeno que se

¹⁰ Se ha afirmado que en su teoría política Lasswell hace propia la teoría de las élites de Vilfredo Pareto, que había adquirido una gran influencia en el pensamiento político norteamericano del momento gracias a la traducción al inglés de su *Trattato di Sociologia Generale* en 1935 (Easton, 1950). Sin embargo, *World Politics and Personal Insecurity*, publicado en el mismo año, fue escrito en 1934, con lo cual no es posible suscribir sin más a tal sentencia, si bien es cierto que la diferencia idiomática no era una barrera para Lasswell, tal como él mismo lo expresa al referirse a Pareto como una de sus fuentes, aunque ciertamente no la única. De todos modos, existe una gran sintonía en lo que respecta al hecho de que su análisis político en esta época tiende a poner entre paréntesis las perspectivas normativas o las más o menos explícitamente utópicas, y a acercarse al realismo político. Desde este punto de vista, al igual que Pareto, Lasswell considera que lo que le da a una sociedad su estructura es la irreductible distribución jerárquica del poder, y que lo que le otorga su dinámica es el reemplazo de una élite por otra nueva, proceso que el autor italiano llamaba *circulación de las élites* (Pareto, 1935).

produzca en el vacío, sino que la intensidad de las emociones colectivas y la dirección general y la distribución de los actos colectivos son temas que dependen de la totalidad del contexto en el cual se desenvuelven, el cual, además, se encuentra en constante cambio. Un ejemplo de ello se encuentra en la utilización del judío como una figura disponible –y, se podría decir hoy, contingente– para ser utilizada por la propaganda nazi como blanco hacia el cual canalizar y sobre el cual descargar los impulsos emocionales de la población alemana en un momento de crisis determinado (Lasswell, 1936). Para esta interpretación, el autor se vale de una recuperación de las teorías psicoanalíticas del funcionamiento del psiquismo, especialmente aquellas relativas a una economía afectiva inconsciente.¹¹

De todos modos, no todo lo que atañe a la dimensión simbólica del poder se reduce a la propaganda. Toda élite y, por lo tanto, todo orden social establecido se sostienen, entre otras cosas, sobre una ideología, es decir, sobre un mito común o símbolos de un destino común, del mismo modo que las contraélites plantean alternativas bajo la forma de la utopía. Cuando el orden social es estable, se perpetúa sin necesidad de recurrir a la propaganda, ya que se inculca en los individuos a través de todas las facetas de su vida, sin que sea necesario plantearse explícitamente el problema de cómo manejar a las personas a través del uso de los símbolos significativos. Sin embargo, la propaganda constituye una forma del poder que ha ganado cada vez mayor importancia debido al modo como los cambios tecnológicos y el desarrollo de la economía capitalista han producido un incremento en la complejidad y la inestabilidad del entorno material y simbólico.

Nuevamente, y ahora con mucho mayor énfasis, Lasswell introduce la cuestión de la propaganda en una interpretación de una transformación de índole epocal. Ese es justamente el foco del libro en el que formula su teoría del análisis político: *World Politics and Personal Insecurity* (Lasswell, 1935); de allí su título. Se trata de una interpretación de la sociedad de su tiempo (y de la sociedad moderna como tal) sobre la base de la idea de revolución y de la crisis permanente, esto es, del incremento en la

¹¹ El vínculo de Lasswell con el psicoanálisis, así como con la psicología y la psiquiatría clínica en general, proviene del desarrollo de lo que llamó *método psicopatológico*, del cual constituyó una fuente fundamental para el estudio de la relación entre el poder o la capacidad de influencia y los diferentes tipos de personalidad (Lasswell, 1930). En lo que se refiere al análisis político y comunicacional, a diferencia de las limitaciones de la psicología experimental y los modelos conductistas, Lasswell valoraba la utilidad de la psicología clínica y el psicoanálisis para analizar la gestión simbólica de la economía afectiva. En efecto, afirma: “Los datos y postulados de la clínica psiquiátrica son muy útiles en el estudio de los contenidos y las respuestas a las comunicaciones que tienen lugar en tiempos de crisis. El estudio psiquiátrico de las personas que se encuentran bajo el estrés de un gran miedo interno (ansiedad) provee pistas sobre el comportamiento de las personas en las masas, turbas y pánicos (sic). Especialmente útiles son las explicaciones sobre cómo la culpa es proyectada de sí mismo a los otros (creación de chivos emisarios) y el fenómeno de la ambivalencia (actitudes emocionales incompatibles con respecto a un único objeto, sí mismo u otro)” (Lasswell, 1946, p. 112). Por eso, desde un punto de vista psicoanalítico, las reacciones de los individuos ante determinadas situaciones y comunicaciones están determinadas por el modo y la intensidad en que estas apelan a las diferentes dimensiones de la personalidad: el ello, el yo y el superyó.

velocidad de los cambios en los planos político, económico y tecnológico, iniciados por la emergencia y la diseminación del complejo patrón cultural propio del capitalismo, que está habitado por una tendencia a la autodestrucción o la desintegración social. Esta situación trae aparejado que la vida se desenvuelva con un elevado nivel de inseguridad. En sus palabras: “El tiempo presente sería una transición entre la última y la inminente revolución mundial emergente” (p. 4), cuyos ejemplos paradigmáticos son en ese momento las pasadas revoluciones francesa y rusa, y las amenazas que significaban el surgimiento del fascismo italiano y nacionalsocialismo alemán.

Pero la cuestión no se limita a las revoluciones políticas que inauguran el reinado de nuevas ideologías y los cambios en la composición de las élites, sino que se extiende también a los cambios en la situación vital producidos tanto por las transformaciones en el entorno material, ligadas a la dimensión económica y la división del trabajo, como por la distribución del uso de la violencia. La rapidez con que los símbolos instituidos son abandonados y los nuevos adoptados depende, pues, del nivel de inseguridad:

Entre las personas amargadas e inquietas, los símbolos y las prácticas de las élites establecidas están en peligro, y el momento es propicio para la rápida difusión de mitos opuestos en cuyo nombre el poder puede ser tomado por una élite desafiante (p. 8).

Por supuesto, las transformaciones en las tecnologías de la comunicación ocupan un lugar destacado en el pensamiento de Lasswell, fundamentalmente por el modo como han producido una expansión de los medios de contacto secundario, lo que multiplica el número de agentes y objetos simbólicos a los que los individuos se encuentran expuestos. Su efecto redundante, entre otras cosas, en un incremento en la complejidad e inestabilidad del entorno simbólico, que hace que sea más fácil provocar determinadas reacciones frente a la inseguridad, así como que se produzcan distorsiones en el sentido de los mensajes en cada relevo. De este modo, la propaganda constituye una técnica que se ha expandido por las nuevas características del entorno simbólico y es tanto un modo de gestión como un factor de inestabilidad.

Desde esta perspectiva, la especificidad de la propaganda reside en la posibilidad de controlar la inseguridad de las masas a través de la manipulación de símbolos significativos, lo que quiere decir influenciar la dirección en la cual se descarga o, lo que es lo mismo, los objetos simbólicos sobre los cuales se proyecta. En ese sentido, aunque los cambios en el entorno material afecten en la misma medida la situación vital de miles de personas, las reacciones ideológicas –esto es, las direcciones de descarga de las ansiedades resultantes– pueden ser altamente diversificadas y ello se vincula con una variedad de circunstancias intervinientes, que condicionan las posibilidades de capturar la atención y guiar las inseguridades por medio de la propaganda.

De todos modos, lo cierto es que, dice Lasswell, “esta edad de la ‘revuelta de las masas’ o la ‘era de las guerras mundiales y las revoluciones’ pone a las emociones de las masas en el primer plano de los acontecimientos políticos” (Lasswell, 1935, pp. 25-26), razón por la cual

la administración de las masas por la propaganda ha llegado ser una de las principales características culturales de nuestra época. Los gobernantes de ayer que dependían del pan, el circo y la guerra para protegerse de los disturbios domésticos son superados por aquellos adeptos a desviar, distraer, confundir y disipar las inseguridades de las masas a través de la circulación de símbolos eficaces (p. 25).

Uno de los elementos característicos de este momento del pensamiento de Lasswell es la explicitación y la complejización del paradigma ecológico de entender los modos de interacción social, que ya se insinuaba en sus primeros textos. Para ello, propone distinguir varias áreas en la acción recíproca de los individuos: las áreas de organización, que consisten en el *locus* de las personas cuyas actividades se encuentran relacionadas con una autoridad formalmente constituida (estados, provincias, municipalidades, distritos administrativos, judiciales, por mencionar algunos ejemplos); áreas de sentimiento, esto es, el *locus* de quienes están mutuamente identificados, por ejemplo, con una nación o una religión; y las áreas de atención, como el *locus* de los individuos cuya atención se dirige a objetos similares.

Esta diferenciación de áreas presupone una distinción entre el *entorno* (*environment*), que Lasswell define como el mundo de objetos tal y como son percibidos por un observador que no toma en cuenta la relación simbólica de los otros con aquellos, y el *medio* (*milieu*), esto es, el mundo de objetos que son referidos en el seno de los procesos simbólicos de ciertas personas y que hace posible que estas desarrollen símbolos de referencia hacia objetos que están más allá de su propia experiencia. Un área de atención es, entonces, una de las esferas psicológicas en interrelación con las de actividad y organización. Lasswell se detiene particularmente en ella, ya que una característica de la época reside en su redefinición por el nuevo rol desempeñado por el contacto secundario en las formas de configuración de la sociedad.

Justamente cuando la atención se dirige hacia los mismos objetos, afirma Lasswell, los símbolos de estos compiten en los individuos por impulsos afectivos positivos y negativos. De esa manera, los focos de atención guían los sentimientos y quienes comparten un foco de atención común pueden participar de sentimientos comunes. A su vez, el crecimiento de un área de sentimiento libera impulsos hacia el control del resultado de los eventos y, de esa manera, el espectador se convierte en un participante. Este último aspecto es particularmente importante desde el punto de vista político, dado que los cambios en el *focus* de atención pueden favorecer la organización de sentimientos que fomenten el desarrollo de un público, así como su disolución en una masa (*crowd*),

cuya diferencia reside justamente en el carácter debatible o no de las demandas de acción que realizan. Y, afirma Lasswell, “dado que la acción colectiva probablemente sea precipitada por medio del foco de atención común, el control del *milieu* es un asunto de urgencia práctica” (pp. 185-186).

De ahí se deriva el interés de Lasswell por monitorear e investigar estos fenómenos a través del análisis de los contenidos de la comunicación. Para este autor sería posible medir o ponderar el área de atención considerando la exposición a través del tiempo a un símbolo determinado (por ejemplo, teniendo en cuenta el espacio dedicado en un diario, la frecuencia con la que las personas son expuestas a una representación simbólica de un objeto, la reiteración de símbolos de identificación, entre otros) y con ello establecer los modos como se distribuye la atención. En última instancia, se buscaría desarrollar lo que se asemejaría a “mapas meteorológicos” de la opinión pública. Y, por supuesto, junto con ello se estudiarían las interrelaciones entre las áreas de atención y las de sentimiento, y las de acción y organización, esto es, la relación entre los modos de representación (las diferentes formas de reportar, comentar, dibujar o fotografiar un objeto) y las respuestas de aquellos expuestos a estos estímulos. De todos modos, no se trata de su adhesión a un simple esquema de estímulo-respuesta pues, según sus palabras, este modelo “es comparativamente nuevo en la sociedad, [razón por la cual] todo lo que puede decirse al momento es que es una materia de interés en incremento para los científicos y los practicantes” (p. 195).

Asimismo, el análisis comunicacional se inscribe en una definición de una *política de la prevención*, en el sentido de una “auditoría continua de los niveles mundiales de inseguridad”, en la que la ciencia política, en articulación con la psicología, debe desempeñar un rol fundamental. Así, afirma:

el psiquiatra político, asumiendo el carácter deseable de habilitar que las actividades humanas se desenvuelvan con un mínimo costo humano, se aproxima al problema de la guerra y la revolución como un detalle de la completa tarea de dominar las fuentes y mitigar las consecuencias de la inseguridad humana en nuestro mundo inestable (p. 26).

Como se verá, la perspectiva de Lasswell incorpora una mirada crítica de la propaganda, pero no de ella como tal, ya que es parte fundamental del poder y, por lo tanto, de toda estructuración social, sino de su utilización y sus efectos vistos desde la perspectiva de la gestión de la inseguridad y de sus consecuencias políticas. De allí se deriva su preocupación por el análisis de los contenidos de las comunicaciones masivas y su compromiso con la detección de la propaganda (Lasswell y Leites, 1949; véase también Lasswell y Blumenstock, 1939). Este interés es formulado en esta primera instancia como una inquietud científica y neutral desde el punto de vista político-normativo; o, en todo caso, como un objetivo general de prevenir y reducir la violencia en las disputas por el poder. Sin embargo, como se ha adelantado, el paso siguiente de Lasswell

fue explicitar su compromiso con la defensa de la democracia según el modelo liberal estadounidense, considerado en ese momento bajo amenaza por el autoritarismo comunista y fascista. A partir de entonces, su visión de los problemas políticos se modificó en el sentido de lo que él mismo denominó *orientación de las ciencias políticas a las políticas públicas*, lo cual lo llevó a enfocar sus intereses teóricos en problemas de otra índole, no sin antes formular su más acabada y ambiciosa teoría de la comunicación durante la transición de un modelo de análisis político a otro.

Hacia una teoría general de la comunicación

Durante la década del 40, especialmente en sus contribuciones a *Communication, Propaganda and Public Opinion* (Smith, Lasswell y Casey, 1946), la comunicación comienza a ser abordada desde una perspectiva que tiene su foco principal en considerarla un tema de políticas públicas, ya que atañe a los modos en los que se hace posible actuar de manera concertada; esta cuestión, como se ha visto, es asumida como un problema político central en un mundo cada vez más complejo. Ahora bien, es preciso entender que el control de la comunicación pública es uno de los objetivos de las políticas públicas de todo tipo de gobierno, así como de los diferentes grupos y actores que componen una sociedad, ya que todos ellos, independientemente de sus características específicas, buscan inducir a grandes grupos de personas a actuar conjuntamente para alcanzar sus metas. Es decir, todos recurren a la propaganda, ya que, vista desde este nuevo enfoque, su especificidad reside en tres características: en primer lugar, es un lenguaje dirigido a las grandes masas o audiencias; en segundo lugar, tiene la intención de influir en las actitudes masivas; en tercer lugar, esta influencia está abocada a temas controversiales. En síntesis, la propaganda se halla deliberadamente inclinada hacia el fortalecimiento o debilitamiento de actitudes masivas controversiales, y tiene como límites o condiciones los estándares actitudinales de la comunidad (normas morales, expectativas y lealtades) a los que debe adaptarse.

La diferencia capital, desde el punto de vista político, que para Lasswell establece la distinción entre la democracia y el autoritarismo reside en el mayor o menor acceso a la dimensión de la comunicación de los diferentes actores sociales, lo cual implica la existencia de una esfera de la opinión pública lo más abierta posible y en la cual puedan desarrollarse en la mayor medida los procesos deliberativos propios del público, en contraposición a la conformación de masas. Es decir, depende de las posibilidades de que los observadores pasen a integrar un público, esto es, se conviertan en agentes de modificación de la vida pública. Para eso es necesario, por su parte, que sus demandas puedan ser objeto de debate; en caso contrario, lo que se forma es un grupo de sentimiento, una masa o multitud que no tolera disensiones, tal y como sucede con las naciones en contextos de crisis bélicas (Lasswell, 1948).

Lasswell había denominado a este abordaje democracia a través de la opinión pública, según el cual se define la democracia como la búsqueda de la justicia a través la regla de la mayoría. A su vez, en tanto se define la justicia como el respeto por la dignidad de cada individuo, la democracia solo puede ser tal a partir del reconocimiento de la capacidad y la necesidad de participación y contribución de cada uno en la vida pública (Lasswell, 1941). Lejos de la neutralidad política de la década del 30, aquí Lasswell encarna de manera particular la perspectiva normativa característica de la tradición política liberal norteamericana.

Ahora bien, nos interesa detenernos específicamente en el modo como Lasswell introduce el estudio de la propaganda en la investigación y la teorización del proceso de comunicación pública en general, que abarca desde los mensajes de las radios y los periódicos hasta la arquitectura y la expresión monumental. La propaganda es un tipo de comunicación particular, cuya especificidad está dada por “la calculada selección y circulación de símbolos con la meta de influenciar el comportamiento masivo” (Smith, Lasswell y Casey, 1946, p. v).

En este contexto Lasswell formula la hipótesis de que todo acto de comunicación puede ser comprendido a partir de su división en cuatro fases sucesivas, que responden a las preguntas respecto de los canales, los comunicadores, los contenidos y los efectos, es decir, en qué canales tiene lugar la comunicación, quién comunica, qué es lo que se comunica, quién es afectado por la comunicación y cómo¹² (Smith, Lasswell y Casey, 1946). En una primera instancia son innegables el carácter lineal del modelo y la presuposición de que todo acto de comunicación tiene efectos, características vinculadas con el interés de Lasswell por transformar a la comunicación en un problema de políticas públicas. Sin embargo, es necesario tener presente dos salvedades. En primer lugar, el autor concibe el proceso de manera circular, ya que si bien hay una corriente de influencia que va del contenido a la audiencia, también hay otra que va desde las instancias que ejercen algún tipo de control sobre la comunicación hacia el contenido, y Lasswell incluye explícitamente entre ellas a las audiencias mismas. En segundo lugar, el análisis de los efectos es solo una faceta, y no la única, del estudio de la comunicación y además no presupone una omnipotencia de los medios. Al contrario,

¹² Es habitual vincular la formulación del modelo de la comunicación de Lasswell con su artículo “Structure and Function of Communication in Society”, de 1948. Sin embargo, es en el texto de 1946 en el que este es explicitado con la mayor claridad. De acuerdo con la reconstrucción que realiza Otero (1997), el modelo habría sido concebido en el contexto del seminario dictado entre septiembre de 1939 y junio de 1940 en la Fundación Rockefeller, en el que participaron también otros de los principales referentes del campo, como Lyman Bryson, Handley Cantril y Paul Laszferfeld. Tras el ingreso de los Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial, el informe final del seminario llamaba la atención sobre la importancia de la investigación en comunicación para el gobierno y la ciudadanía en el nuevo contexto bélico, consideraba el modelo mencionado y ponía atención especialmente en el estudio de los efectos; este texto se hizo circular entre diferentes instituciones federales. Para una indagación de mayor alcance sobre la relación entre los contextos y las prácticas bélicas, por una parte, y el desarrollo y la consolidación del campo de estudios en torno a la comunicación masiva, por otro, véase Simpson (1994).

el problema de la investigación es determinar si un acto de comunicación en particular genera efectos y, en el caso de que lo haga, establecer cuáles son, dado que pueden ser diversos, y cuáles son sus características, ya que en principio no se sabe. Ambas cosas son las que la investigación empírica debe estudiar y las que el propagandista debe anticipar. De hecho, tan lejos está Lasswell del modelo hipodérmico clásico que considera los estudios de Lazarsfeld, específicamente aquellos que dieron lugar a *The People's Choice* (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1948) y el nacimiento de la teoría de efectos limitados de los medios, como el mejor ejemplo de un estudio del proceso de comunicación que atiende por igual a todas sus etapas, lo que no es lo habitual, como se puede ver en el caso de su propia atención privilegiada al análisis del contenido.

El estudio de los efectos, esto es, de las repuestas de las audiencias es para Lasswell, de hecho, un tema de suma complejidad por varias razones. Por un lado, no es posible aislar los procesos de la comunicación masiva de lo que llama “el contexto total de la vida” (Lasswell, 1946a, p. 80). En este sentido, las repuestas a las comunicaciones son fenómenos interpersonales que forman parte de la interacción general entre los miembros de una sociedad. Por otro, la comunicación masiva es por sí misma un acto de comunicación en el que múltiples individuos se encuentran involucrados como emisores, receptores o ambos. Además, los medios de comunicación constituyen elementos del entorno social especializados en la transmisión de signos y no son distinguibles plenamente de otros componentes que lo conforman. Por último, otra causa es que las palabras o los gestos no poseen un significado único y fijo. De hecho, Lasswell considera que la variabilidad e inestabilidad del sentido de los signos es el mayor obstáculo para el estudio de la comunicación e impone la necesidad de mantener una “auditoría constante” de las variaciones del sentido en el flujo de la comunicación social.

Asimismo, solo es posible evaluar el sentido de las repuestas si se tiene en cuenta la subjetividad de quien responde. Retomando especialmente la psicología social de Mead (1934) –cuyo conductismo social era, en efecto, una reacción en contra del conductismo psicológico y su modelo de condicionamiento reflejo–, para Lasswell es fundamental conocer dónde traza la persona en cuestión la línea entre su *sí mismo* (*self*) y el resto del mundo, entendiendo que este no se limita a su yo o ego. “En términos técnicos el *self* está hecho de los símbolos del ego y de los símbolos de todos aquellos que son reconocidos como disponibles para el trato total o parcialmente igualitario con el ego” (Lasswell, 1946b, pp. 81-82), tales como familiares, amigos, vecinos, compatriotas, entre otros. Además, la estructura de la personalidad se compone de identificaciones (es decir, los símbolos referidos a personas o grupos que forman parte de sí mismo o de aquellos que son considerados como más allá del alcance), demandas (esto es, los valores buscados para las identificaciones) y aceptaciones (las suposiciones dadas por hecho acerca de las formas de los eventos del pasado, el presente y el futuro). Como

es obvio, solo es posible, entonces, evaluar el efecto de una comunicación ponderando cómo interactúa con los diferentes elementos de la estructura de la personalidad de sus destinatarios.

Todo ello permite percibir cuánto se aleja esta perspectiva de la teoría del condicionamiento. Lasswell es explícito al respecto al afirmar, en primer lugar, que los experimentos de laboratorio tienen una utilidad profundamente limitada para el estudio de la comunicación, ya que la repetición sistemática de una misma situación experimental se opone al modo en que se desarrolla la vida social, que Lasswell califica de *tumultuosa*, y al carácter multiforme de los procesos comunicativos (Lasswell, 1946b). En segundo lugar, sugiere la sustitución del esquema de dos términos (estímulo y respuesta) como modelo dominante del estudio de la comunicación, por uno de tres términos, que no trata a la respuesta solo como una función del estímulo, sino fundamentalmente como una función del entorno y la predisposición.

A partir de todo esto, Lasswell propone toda una serie de categorías para guiar el estudio empírico de los contenidos y los efectos de la comunicación. No será abordada en detalle aquí, pero vale la pena mencionar que incluye la clasificación de las respuestas en función de la atención, la comprensión, el disfrute (*enjoyment*), la evaluación y la acción. Así se amplía el arco de lo considerado como respuesta hasta tal punto que abarca como posibilidad la denegación de la atención, por ejemplo, a través del acto de apagar la radio. De la misma manera, la evaluación de los contenidos se extiende en función de si modifican o conservan valores, esto es, objetos de deseo, tales como seguridad, ingreso, poder y respeto. Para esto, el autor formula su clasificación en función de la orientación del contenido del mensaje (el valor al que apunta), su dirección (esto es, si mejora la posición valorativa de su objeto o la disminuye, lo que la hace indulgente o privativa, respectivamente) y su intensidad (su *stress towards action*). Como quiera que sea, la conclusión es que “no hay efectos universales, las predisposiciones frente a los estímulos son diferentes de una cultura a otra y de una situación a otra en el interior de cada cultura” (p. 117). Y ese es, para Lasswell, el desafío de la investigación en comunicación y lo que la hace necesaria.

Luego de este recorrido por la obra de Lasswell, puede apreciarse que la única novedad que incorpora el afamado artículo “Structure and Function of Communication in Society” (1948) es el explícito abordaje funcionalista de la comunicación a partir de un modelo organicista de la sociedad. Desde esta óptica, la comunicación es entendida como una función que sirve a la relación de la sociedad como un todo orgánico y sus partes diferenciadas, y se la evalúa atendiendo al modo como opera para servir, de manera más o menos eficiente, a la satisfacción de sus necesidades. El hecho de que el ejemplo paradigmático de la necesidad sea la supervivencia entronca este modelo con las preocupaciones vinculadas con los contextos de crisis bélica o revolucionaria

que recorren el pensamiento de Lasswell desde sus inicios. De esta manera, la mirada ecológica, que ofrece modulaciones variadas a lo largo de sus trabajos, en este caso adquiere la forma de un modelo sistémico en función del cual la sociedad se constituye y se mantiene como tal a partir de la operación de distinguirse del entorno amenazante, cuyos frentes externo e interno son simbolizados por la guerra y la revolución, respectivamente. El vínculo entre comunicación y poder posee entonces una doble dimensión: por un lado, aquella que atañe a la relación (especialmente de vigilancia) con el entorno, frente al cual la sociedad se constituye y se afirma como tal; por otro, aquella que concierne a las relaciones entre los sectores de una sociedad, de los cuales forman parte los conflictos en torno al modelado y la distribución de los valores en su interior.

Conclusiones

No ha sido el objetivo de este trabajo determinar cuál es el lugar que le corresponde a Lasswell en los relatos sobre la historia del campo de los estudios sobre la comunicación social, sino abrir un espacio de lectura que ponga entre paréntesis los paradigmas esquemáticos de interpretación de sus textos. Desde la perspectiva predominante, estos han sido categorizados y relegados al archivo sin que el lector se enfrente a sus complejidades, sus ambigüedades, sus claroscuros, inclusive a sus contradicciones, y en ocasiones sin siquiera se tome la molestia de leerlos.

En ese sentido, es posible recapitular los desarrollos teóricos de Lasswell a partir de la tensión causada por toda una serie de coexistencias, más o menos problemáticas según los casos. Una de ellas es la que plantea el pasaje de una manera de pensar la comunicación como interacción social a su definición como forma de poder. Por un lado, la comunicación es aquello que conforma a toda sociedad, pues su existencia no es otra cosa que la acción recíproca de los individuos y sus formas de actuar concertadamente, es decir, un estar juntos, que es justamente lo que el concepto significa. Por el otro, se verifica un desarrollo de técnicas y herramientas analíticas que permiten definir, instrumentalizar e indagar la comunicación como un procedimiento para actuar sobre los individuos en función de determinados objetivos y con la intención de suscitar acciones, afectos e ideas que sean favorables a los intereses de un determinado agente privilegiado. Se trata, además, de una tensión que se ve afectada por la coexistencia de dos posiciones diversas desde las cuales Lasswell define su relación con los objetos y problemas estudiados. Una de ellas se plasma en un modelo analítico desde el cual Lasswell se sitúa en un lugar que se pretende exterior respecto de las disputas de poder que indaga; y la otra se advierte en una orientación de la investigación científica hacia las políticas públicas, con la incorporación de un franco acento normativo y un compromiso con la defensa de un modelo político específico y la vigilancia del entorno para detectar sus posibles amenazas.

Claramente, el estudio de la comunicación como técnica de poder se traduce en un modelo lineal que le dedica una atención privilegiada al contenido de los mensajes y a sus efectos en los comportamientos de los individuos. Esto no es idéntico a presuponer la omnipotencia de los medios de comunicación, pues, como se ha visto, Lasswell introduce toda una serie de variables que matizan, modifican y problematizan la relación unilateral entre la causa y el efecto. De todas formas, lo que verdaderamente introduce una variación de importantes consecuencias es la coexistencia de este modelo con un paradigma que aborda la comunicación desde una perspectiva ecológica y que en el recorrido trazado aquí adquiere diferentes modulaciones, desde una suerte de ecología mediática que reflexiona sobre cómo los medios en cuanto tales transforman el entorno y producen nuevas subjetividades, hasta el funcionalismo organicista y sistémico, pasando por la diferenciación entre entorno material y el simbólico, las diferentes áreas de interacción social, por mencionar algunos ejemplos. Todas estas variaciones revelan una ambición por situar el análisis de los mensajes en un marco teórico mucho más complejo y atraviesan sus trabajos sin llegar a plasmarse en un modelo unificado. Esta cuestión tampoco debería ser considerada como absolutamente necesaria pero, al mantener una coexistencia no explicitada de posiciones teóricas diversas y al no abordar su problemática intrínseca, se presenta al lector a partir de una ambigüedad más o menos latente en sus planteos.

El modo en que Lasswell concibe la distinción entre el público y la masa, tan importante desde el punto de vista político, está atravesado por todas estas líneas de tensión. Y tal parece ser la causa que produce un efecto paradójico que resulta de que se presenten en simultáneo, por un lado, la oposición entre propaganda y deliberación como dos formas de comunicación antagónicas y, por otro, la consideración de que toda forma de acción en la esfera pública, en tanto supone actuar deliberadamente para movilizar a los otros en función de los propios intereses, constituye, por ello, una actividad propagandística. Es posible preguntarse, entonces, si el público puramente deliberativo es algo realmente existente o posible, o si no es otra cosa que la confluencia de comunicaciones propagandísticas que buscan, cada una de ellas, imponer su solución a los problemas. En ese caso, lo que determina la estructura política del público estaría determinado por el grado de su apertura a la mayor diversidad de posiciones y a que su confrontación ocurra de la manera más equilibrada posible. Desde este punto de vista, surgiría entonces la pregunta respecto de si la recaída en los fenómenos multitudinarios no es la amenaza inexorable de los procesos de la opinión pública. Así, los aportes de Lasswell a la indagación de las relaciones entre las dinámicas afectivas, los procesos culturales y simbólicos, las formas de poder y los modos de organización política adquirirían una mayor relevancia.

En definitiva, el recorrido que traza el pensamiento de Lasswell en su devenir no es otra cosa que la búsqueda de modelos y conceptos que sirvan como herramientas para indagar y explicar los fenómenos en cuestión. El autor siempre busca ir más allá del clásico modelo del condicionamiento, no porque este sea completamente inútil –pues para él no lo es–, sino porque claramente le resulta insuficiente para profundizar en la relación entre la comunicación, la política y el poder, y en el papel de las subjetividades individuales y colectivas y la cultura como determinantes en los procesos comunicacionales. Para finalizar, su mirada es el resultado de la coexistencia entre su interés por el análisis de los contenidos de la comunicación pública con el fin detectar la propaganda enemiga y la perspectiva de un verdadero investigador, es decir, alguien que se deja llevar por los desafíos que los fenómenos plantean al pensamiento, los cuales no permiten discriminar entre problemas puramente empíricos o únicamente teóricos, ni meramente políticos o exclusivamente científicos.

Referencias

- Almond, G. (1987). *Harold Dwight Lasswell, 1902-1978. A Biographical Memoir*. Washington DC: National Academy of Sciences.
- Bernays, E. (2005 [1928]). *Propaganda*. Nueva York: Ig Publishing.
- Bineham J. (1988). An Historical Account of the Hypodermic Model in Mass Communication. *Communication Monographs*, 5, 230-246.
- Caldera Serrano, J. y Zapico Alonso, F. (2004). La fórmula de comunicación de Lasswell como método para implementar bases de datos documentales en los medios audiovisuales. *Investigación bibliotecológica*, 18(37), 110-131.
- Chaffee, S. y Hochheimer, J. L. (1985). The beginnings of political communication research in the United States: Origins of the “limited effects” model. En Rogers, E. M. y Balle, F. (eds.). *The media revolution in America and Western Europe* (pp. 60-95). Norwood: Ablex.
- Creel, G. (1920). *How we advertised America*. Nueva York: Harper and Brothers.
- De Moragas, M. (1985). *Sociología y comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- De Moragas, M. (2011). *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gedisa.
- Dewey, J. (1946 [1927]). *The Public and its Problems*. Chicago: Gateway.
- Dorzweiler, N. (2015). Frankfurt Meets Chicago: Collaborations between the Institute for Social Research and Harold Lasswell, 1933-1941. *Polity*, 47(3), 252-375.
- Easton, D. (1950). Harold Lasswell; Policy Scientist for a Democratic Society. *The Journal of Politics*, 12(3), 450-477.
- Esser, F. (2008). History of Media Effects. En Donsbach, W. (ed.). *The International Encyclopedia of Communication* (pp. 2891-2896). Londres: Blackwell.

- Fornieles Sánchez, R. (2012). De Lasswell a Gorgias: los orígenes de un paradigma. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18(2), 739-755.
- Gerbner, G. (1983). The Importance of Being Critical - In One's Own Fashion. *Journal of Communication*, 33(3), 355-362.
- Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J. y Woollacott, J. (2005). *Culture, society and the media*. Nueva York: Routledge.
- Horkheimer, M. (2003 [1937]). Teoría tradicional y teoría crítica. En *Teoría crítica* (pp. 223-271). Buenos Aires: Amorrortu.
- Janowitz, M. (1968). Harold D. Lasswell's Contribution to Content Analysis. *Public Opinion Quarterly*, 32(4), 646-653.
- Katz, E. y Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Nueva York: The Free Press.
- Lasswell, H. (1927). Theory of Political Propaganda. *The American Political Science Review*, 21(3), 627-631.
- Lasswell, H. (1930). *Psychopathology and Politics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lasswell, H. (1935). *World Politics and Personal Insecurity*. Nueva York: McGraw Hill.
- Lasswell, H. (1936). *Politics: Who Gets What, When, How*. Nueva York: McGraw Hill.
- Lasswell, H. (1938 [1927]). *Propaganda Techniques in the World War*. Nueva York: Peter Smith.
- Lasswell, H. (1941). *Democracy Through Public Opinion*. Menasha: George Banta.
- Lasswell, H. (1946a). Describing the Contents of Communication. En Smith, B. L., Lasswell, H. y Casey, R. *Communication, Propaganda, and Public Opinion* (pp. 74-94). Princeton: Princeton University Press.
- Lasswell, H. (1946b). Describing the Effects of Communication. En Smith, B. L., Lasswell, H. y Casey, R. *Communication, Propaganda, and Public Opinion* (pp. 95-120). Princeton: Princeton University Press.
- Lasswell, H. (1948). Structure and Function of Communication in Society. En Bryson, L. (ed.). *The Communication of Ideas* (pp. 37-52). Nueva York: The Institute for Religious and Social Studies.
- Lasswell, H. (1951). The Policy Orientation. En Lerner, D. y Lasswell, H. (eds.). *The Policy Sciences: Recent Developments in Scope and Method* (pp. 79-103). Stanford: Stanford University Press.
- Lasswell, H. y Blumenstock, D. (1939). *World Revolutionary Propaganda*. Nueva York: Alfred K. Knopf.
- Lasswell, H. y Leites, N. (eds.). (1949). *Language of Politics: Studies in Quantitative Semantics*. Nueva York: G. W. Stuart.
- Lazarsfeld, P., Bernard B. y Gaudet, H. (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes Up his Mind in a Presidential Campaign*. Nueva York: Columbia University Press.

- Le Bon, G. (2000 [1894]). *Psicología de las masas*. Madrid: Morata.
- Lippman, W. (1998 [1922]). *Public Opinion*. Nueva Jersey: Transaction Publishers.
- Lozano, J. C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson.
- Lubken, D. (2008). Remembering the Straw Man: The Travels and Adventures of Hypodermic. En Park, D. W. y Pooley, J. (eds.). *The History of Media and Communication Research: Contested Memories* (pp. 19-42). Nueva York: Peter Lang.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self and Society*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Muth, R., Finley, M. y Muth, M. (1989). *Harold D. Lasswell. An annotated Bibliography*. Nueva Haven: New Haven Press.
- Neuman, W. R. y Guggenheim, L. (2011). The Evolution of Media Effects Theory: A Six Stage Model of Cumulative Research. *Communication Theory*, 21, 169-196.
- Nocera, P. (2008). Masa, público y comunicación. La recepción de Gabriel Tarde en la primera sociología de Robert Park. *Nómadas*, 9, s. p.
- Otero, E. (1997). *Teorías de la comunicación*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- Pareto, V. (1935). *The Mind and Society*. Nueva York: Harcourt.
- Park, R. E. (1996 [1904]). La masa y el público. Una investigación metodológica y sociológica. *REIS*, 74, 361-423.
- Park, R. E. (2012 [1925]). The City: Suggestions for the Investigation of Human Behavior in the Urban Environment. En Park, R. E. y Burgess, E. *The City* (pp. 1-46). Chicago: University of Chicago Press.
- Park, R. E. y Burgess, E. (1921). *Introduction to the Science of Sociology*. Chicago: Chicago University Press.
- Peña, G. de la. (2003). Simmel y la Escuela de Chicago en torno a los espacios públicos en la ciudad. *Sincronía*, 8, 28, s. p.
- Ryfe, D. (2001). History and Political Communication: An Introduction. En *Political Communication*, 18, 407-420.
- Sánchez Narvarte, R. (2018). Entre intelectuales y expertos: una aproximación a los debates norteamericanos sobre los medios de comunicación (1940-1950). *Austral Comunicación*, 7(2), 155-172.
- Schramm, W. (1971). The Nature of Communication between Humans. En Schramm, W. y Roberts, D. F. (eds.). *The Process and Effects of Mass Communication* (pp. 3-55). Urbana: University of Illinois Press.
- Simmel, G. (2001 [1903]). Las grandes urbes y la vida del espíritu. En *El individuo y la libertad* (pp. 375-398). Barcelona: Península.
- Simpson, C. (1994). *Science of Coercion: Communication Research & Psychological Warfare, 1945-1960*. Ann Arbor: Oxford University Press.

- Smith, B. L., Lasswell, H. y Casey, R. (1946). *Communication, Propaganda and Public Opinion*. Princeton: Princeton University Press.
- Sproule, M. (1989). Progressive Propaganda Critics and the Magic Bullet Myth. *Critical Studies in Mass Communication*, 6(3), 225-246.
- Tarde, G. (2011 [1901]). El público y la multitud. En *Creencias, deseos, sociedades* (pp. 199-250). Buenos Aires: Cactus.

Anexo. Bibliografía de Harold Lasswell

- (1927). *Propaganda Technique in the World War*. Nueva York: A. A. Knopf.
- (1928). The Function of the Propagandist. *The International Journal of Ethics*, 38, 258-268.
- (1929a). Personality Studies. En Smith, T. V. y White, L. D. (eds.). *Chicago: An Experiment in Social Science Research* (pp. 177-193). Chicago: University of Chicago Press.
- (1929b). The Study of the Ill as a Method of Research into Political Personalities. *American Political Science Review*, 23, 996-1001.
- (1930). *Psychopathology and Politics*. Chicago: University of Chicago Press.
- (1931). The Measurement of Public Opinion. *American Political Science Review*, 25, 311-326.
- (1932). Triple-Appeal Principle: A Contribution of Psychoanalysis to Political and Social Science. *American Journal of Sociology*, 37, 523-538.
- (1935a). *World Politics and Personal Insecurity*. Nueva York: McGraw Hill.
- (1935b). Subject and Object of Propaganda. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 179, 187-193.
- (1935c). *Propaganda and Promotional Activities: An Annotated Bibliography*. Mineápolis: University of Minnesota Press. Coautoría con R. D. Casey y B. L. Smith.
- (1936). *Politics: Who Gets What, When, How*. Nueva York: McGraw Hill.
- (1937). The Method of Interlapping Observation in the Study of Personality in Culture. *Journal of Abnormal Psychology*, 32, 240-243.
- (1938). What Psychiatrists and Political Scientists can Learn from One Another. *Psychiatry*, 1, 33-39.
- (1939). *World Revolutionary Propaganda: A Chicago Study*. Nueva York: A. A. Knopf. Coautoría con D. Blumenstock.
- (1941a). The Garrison State. *American Journal of Sociology*, 46, 455-468.
- (1941b). *Democracy Through Public Opinion*. Menasha: George Banta.
- (1943). Legal Education and Public Policy: Professional Training in the Public Interest. *Yale Law Journal*, 52, 533-561. Coautoría con M. McDougal.
- (1945a). *World Politics Faces Economics*. Nueva York: McGraw Hill.
- (1945b). Interrelations of World Organization and Society. *Yale Law Journal*, 55, 889-909.

- (1948a). *The Analysis of Political Behaviour: An Empirical Approach*. Londres: Routledge.
- (1948b). *Power and Personality*. Nueva York: W. W. Norton.
- (1948c). Structure and Function of Communication in Society. En Bryson, L. (ed.). *The Communication of Ideas* (pp.37-52). Nueva York: Institute for Religious and Social Studies.
- (1949). *Language of Politics: Studies in Quantitative Semantics*. Nueva York: George Stewart. Coedición con N. Leites.
- (1950a). *Power and Society*. Nueva Haven: Yale University Press. Coautoría con A. Kaplan.
- (1950b). *National Security and Individual Freedom*. Nueva York: McGraw-Hill.
- (1951). *The Policy Sciences: Recent Developments in Scope and Method*. Stanford: Stanford University Press. Coedición con D. Lerner.
- (1951). Democratic Character. En *The Political Writings of Harold D. Lasswell* (pp. 465-525). Glencoe: The Free Press.
- (1952a). *The Comparative Study of Elites*. Stanford: Stanford University Press. Coautoría con D. Lerner y C. E. Rothwell.
- (1952b). *The Comparative Study of Symbols*. Stanford: Stanford University Press. Coautoría con D. Lerner e I. de Sola Pool.
- (1956a). *The Decision Process: Seven Categories of Functional Analysis*. College Park: University of Maryland Press.
- (1956b). The Political Science of Science: An Inquiry into the Possible Reconciliation of Mastery and Freedom. *American Political Science Review*, 50, 961-979.
- (1959a). The Qualitative and Quantitative in Political and Legal Analysis. *Daedalus: Journal of the American Academy of Arts and Sciences*, 88, 633-645.
- (1959b). *Studies in World Public Order*. Nueva Haven: Yale University Press. Coautoría con M. McDougal.
- (1961). *In Defense of Public Order: The Emerging Field of Sanction Law*. Nueva York: Columbia University Press. Coautoría con R. Arens.
- (1963a). *The Future of Political Science*. Nueva York: Atherton Press.
- (1963b). *Law and Public Order in Space*. Nueva Haven: Yale University Press. Coautoría con M. McDougal e I. Vlasic.
- (1963c). *Power, Corruption, and Rectitude*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall. Cautoría con A. Rogow.
- (1964). *World Handbook of Political and Social Indicators*. Nueva Haven: Yale University Press. Coautoría con B. Russett, H. R. Alker y K. W. Deutsch.
- (1965). *World Revolutionary Elites: Studies in Coercive Ideological Movements*. Cambridge: MIT Press. Coedición con D. Lerner.
- (1967). *The Interpretation of Agreements and World Public Order: Principles of Content and Procedure*. Nueva Haven: Yale University Press. Coautoría con M. McDougal y J. C. Miller.

(1969). *Political Communication: The Public Language of Political Elites in India and the United States*. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston. Coautoría con S. Arora.

(1971). *Peasants, Power, and Applied Social Change: Vicos as a Model*. Beverly Hills: Sage Publications. Coautoría con H. F. Dobyns y P. L. Doughty.

(1975). *Policy Sciences and Population*. Lexington: D. C. Heath and Company. Coautoría con W. F. Ilchman, J. D. Montgomery y M. Weiner.

(1979). *The Signature of Power: Buildings, Communication and Policy*. Nueva Brunswick: Transaction Boo. Coautoría con M. B. Fox.

(1980a). *Human Rights and World Public Order: The Basic Policies of an International Law of Human Dignity*. Nueva Haven: Yale University Press. Coautoría con M. McDougal y L. Chen.

(1980b). *Propaganda and Communication in World History*. Honolulu: The University Press of Hawaii. Coedición con D. Lerner y H. Speier.