



Notas Sobre o Mito dos Quatro Fundadores do Campo Comunicacional: Coisas que Ninguém Nunca Viu Antes e Pensamentos que Ninguém Teve¹

Rafiza Varão²
Universidade Católica de Brasília

Resumo

Embora o campo da Comunicação só comece a ser institucionalizado a partir das ações pioneiras de Wilbur Schramm – que, em 1947, cria o primeiro programa de pós-graduação na área –, as primeiras pesquisas em Comunicação costumam ser associadas ao trabalho de quatro autores, anteriores a institucionalização: Carl Hovland, Paul Lazarsfeld, Harold Lasswell e Kurt Lewin, considerados os principais precursores do pensamento comunicacional pelo próprio Schramm. Este artigo tem como objetivo situar o surgimento e as conseqüências do “mito dos quatro fundadores” na formação da história do campo.

Palavras-chave

Ciência; Campo; Pensamento Comunicacional; Comunicação; História

Introdução

Quando nasce uma ciência? Essa é uma pergunta cheia de filandras a serem atadas. Isso se dá, em parte, pelo fato de que não podemos estabelecer o aparecimento de uma ciência apenas em termos cronológicos, como uma coleção de datas, mas devemos situá-la em relação a ela própria, como ela se constitui, constrói seu arcabouço conceitual e delimita-se em relação a outras áreas. Somada a primeira pergunta, o *como nasce uma ciência?* também pode se revelar um torvelinho obscuro, envolto mais em sombras que em luz. Nesse cenário, um dos caminhos usuais para se sanar a dúvida e se encontrar com o início dos tempos é, muitas vezes, aquele de se buscar figuras particulares, representativas no desenvolvimento de um determinado saber. Uma das mais famosas tentativas de se estabelecer essa origem na Comunicação se refere à identificação do trabalho de quatro cientistas sociais cujas pesquisas emergem a partir da primeira metade do século passado, chamados de *forefathers* (pais fundadores) por

¹ Trabalho apresentado na NP Teorias da Comunicação, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Rafiza Varão é doutoranda em Comunicação pela Universidade de Brasília e mestre em Comunicação pela mesma instituição. Jornalista formada pela Universidade Federal do Maranhão, atualmente ministra aulas nos cursos de Comunicação Social da Universidade Católica de Brasília e da Faculdade de Ciências Sociais e Tecnológicas - Facitec. E-mail: rafiza@gmail.com.



Wilbur Schramm: o cientista político Harold Dwight Lasswell (1902-1978), o sociólogo Paul Felix Lazarsfeld (1901-1976), e os psicólogos Carl Iver Hovland (1912-1961) e Kurt Zadek Lewin (1890-1947). Cada um desses pesquisadores, embora estivessem definitivamente comprometidos com suas áreas de origem e não tivessem a intenção de fundar um novo campo, teriam segmentado a pesquisa em comunicação em quatro principais frentes: 1) A pesquisa de cunho político, baseada especialmente em análise de conteúdo, buscando simbolismos nas mensagens (Lasswell); 2) A abordagem de cunho sociológico, centrada em *surveys* (Lazarsfeld); 3) A observação controlada e o experimento com pequenos grupos (Lewin); 4) A pesquisa experimental voltada para a otimização da persuasão das mensagens dos meios de comunicação de massa (Hovland).

Surgida primeiro em Berelson (1959)³, no artigo *The State of Communication Research (O Estado da Pesquisa em Comunicação)*, publicado na revista *Public Opinion Quarterly*, e reafirmada por Schramm⁴ algum tempo depois, em 1963, na obra *Human Communication Research (Pesquisa em Comunicação Humana)*, essa idéia coloca a fundação do campo sob a forma de narrativa de uma disciplina ainda não constituída, mas em gestação, e introduz uma legitimação baseada na busca por aqueles que o historiador da Antropologia George Stocking chama de *the firsts* (os primeiros): “grandes homens que deixaram grandes ‘escritos’ pioneiros para a história de um campo” (STOCKING *apud* POOLEY, 2007, p.2)⁵. “Os primeiros” se referem àqueles que, parafraseando Alexandre Koyré, viram coisas que “ninguém nunca viu antes” e tiveram “pensamentos que ninguém nunca teve”⁶, representando o marco-zero de uma determinada ciência. A história dos quatro fundadores, desde então, tem sido adotada em grande parte dos livros que traçam a evolução do pensamento comunicacional, mesmo quando se trata de redimensionar sua importância, sob a alegação de exagero por parte de Schramm. É neste último contexto que a expressão “mito dos quatro fundadores” aparece, carregando em sua acepção a noção de não-correspondência entre a narrativa e a realidade, e vem na esteira da assertiva de Everett M. Rogers e Steven H. Chaffee que, ao publicarem o livro póstumo de Schramm sobre o início das pesquisas em Comunicação nos Estados Unidos, *The Beginnings of Communication Study in*

³ A idéia dos quatro fundadores completa, portanto, 50 anos em 2009.

⁴ Já em seus primeiros escritos, Schramm apresenta Lasswell, Hovland e Lazarsfeld como importantes precursores. Só em 1963, Kurt Lewin passa a integrar a quadriade.

⁵ No original “a great men/great deeds approach and writings to history of a field”. Tradução livre.

⁶ Logo, o título deste artigo é devedor de Koyré, que usa a mesma frase para abrir sua discussão sobre o surgimento da Astronomia na obra *Do mundo fechado ao universo infinito*.



America: a personal memoir (O início dos Estudos de Comunicação na América: Uma Memória Pessoal), e atualizá-lo com a contribuição do próprio Schramm ao campo, consideraram a terminologia utilizada por ele um equívoco. Dessa forma, Rogers e Chaffee dividiram os pioneiros do estudo em Comunicação em dois tipos: *forerunners* (precursores), no qual se encaixam os quatro autores citados por Schramm, e *founders* (fundadores), no qual o próprio Schramm é identificado como o ator principal, o chefe fundador (*the chief founder*), pois, ao conceber os programas de doutorado em Comunicação nas universidades de Illinois, em 1947, e de Stanford, em 1955, Schramm, definitivamente, estabeleceu o campo da Comunicação – visão hoje mais aceita que a dos “pais fundadores”, posto que a criação de um novo campo científico presume uma intencionalidade, movimento distante das metas de Hovland, Lazarsfeld, Lewin e Lasswell⁷. Entretanto, apesar de todas as justas colocações, a proposta de Rogers e Chaffee, ao fim e ao cabo, só provê nomes diferentes às mesmas pessoas, realinhando-as, e a força do mito acaba não diminuída de todo.

De fato, a obra de Lasswell, Lazarsfeld, Hovland e Lewin compõe o quadro do início e desenvolvimento da tradição de pesquisa norte-americana sobre os meios de comunicação conhecida como *Mass Communication Research*, tradição essencialmente funcionalista, que predomina nos estudos de comunicação pelo menos até o começo da segunda metade do século passado – e seria mesmo uma bobagem desconsiderá-la simplesmente pelo fato de que suas afirmações não foram produzidas com uma preocupação exatamente comunicacional. É inegável que ao se voltarem ao questionamento emergente dos efeitos dos então novos meios de comunicação na sociedade, cuja ascensão se dá a partir do século XIX, Lasswell, Hovland, Lazarsfeld e Lewin acabaram por lançar sementes muito importantes na constituição do campo que hoje chamamos Comunicação, cujo nascimento se deu a partir não exatamente de uma necessidade de se constituir um arcabouço teórico sólido para a compreensão do fenômeno de mesmo nome (MARTINO, 2001, p. 51), mas de uma forte demanda social, tendo por trás, também, uma indústria: a dos meios de comunicação de massa. Como afirma Schramm, Lasswell, Lazarsfeld, Lewin e Hovland “eram produtos de uma

⁷ O caso de Durkheim e da Sociologia é exemplar dessa intencionalidade, muito bem descrito por Renato Ortiz (1989): “Desde seu retorno da visita à Alemanha, em 1886, Durkheim possuía um ‘projeto’ no sentido sartriano: a fundação de um novo campo científico [...] Há uma lógica seqüencial nas primeiras publicações: *A Divisão do Trabalho Social* (1893) estabelece o objeto da sociologia; *As Regras do Método Sociológico* (1895) lança as bases de uma metodologia específica da nova ciência; *O Suicídio* (1895) aplica o método a um terreno considerado até então como pertencente à psicologia”.

nova era, um novo tempo na história humana, que nós chamamos a Era dos Meios de Comunicação de Massa” (SCHRAMM, 1997, p. 6)⁸.

Vê-se assim, portanto, que mais que o estabelecimento de uma falácia, o mito dos quatro fundadores carrega elementos pertinentes para a reflexão sobre a origem do saber comunicacional, sendo mais importante, talvez, o questionamento, no diálogo com a tradição, das implicações da obra desses autores, como podemos resgatá-las, porque e sob quais condições elas acabaram tornando-se referência e, no caso desse artigo, problematizar as conseqüências que o recorte dos precursores feito por Schramm teve sobre o campo, uma vez que

Não podemos esquecer que a “influência” não é uma relação simples; pelo contrário, é bilateral e muito complexa. Não somos influenciados por tudo aquilo que lemos ou aprendemos. Em certo sentido, talvez o mais profundo, somos nós mesmos que determinamos as influências a que nos submetemos; nossos ancestrais intelectuais não são de modo algum dados a nós; nós é que os escolhemos, livremente. Pelo menos, em grande parte (KOYRÉ, 1979, p. 17)

É, portanto, reconhecendo a relevância do “mito dos quatro fundadores” para o saber comunicacional, que nos colocamos a seguinte questão como central neste artigo: que conseqüências essa visão acarretou para a constituição e história do campo? Para respondê-la, é necessário, em primeiro lugar, situar o próprio mito no curso do rio da história, pois, como afirma Jefferson Pooley, “O mito dos quatro fundadores foi usado fortemente no caldeirão dos livros-texto [...], mas as condições de sua criação foram, há muito, esquecidas” (2007, p. 22)⁹.

O Nascimento do Mito

Era o ano de 1959 quando o artigo de Berelson que fazia a primeira referência ao papel decisivo de Lasswell, Hovland, Lazarsfeld e Lewin foi publicado, diante de um rico contexto. A pesquisa relacionada aos efeitos dos meios de comunicação estava bem consolidada, sendo, inclusive, patrocinada pelo governo estadunidense e por diversas instituições, como a Fundação Rockefeller e o Fundo Payne. As relações entre governo, comunicação e guerra estavam desde muito estabelecidas. As escolas de jornalismo pululavam nos Estados Unidos. Os frankfurtianos já haviam descido em solo americano e partido, tendo, inclusive colaborado com os “pais fundadores”, que não eram mais

⁸ No original: “They were products of a new age, a new time in human history, wich we call the Age of the Mass Media”. Tradução livre.

⁹ No original “The ‘four fathers’ storyline had fully hardened into standard textbook boilerplate [...] but the conditions of its creation were long forgotten”. Tradução livre.



pesquisadores iniciantes, mas cientistas de renome. A primeira metade do século XX havia se despedido e o campo da Comunicação já havia dado seus primeiros passos rumo a um estatuto mais científico, que, no final das contas, foi o resultado final de um interesse crescente no impacto dos meios de comunicação na sociedade e de uma sistematização do conhecimento gerado a partir desse questionamento.

A trajetória que nos leva até 1959 vinha sendo demarcada desde que, ao final do século XIX, o debate sobre a imprensa se instaurou, constituindo o primeiro momento de reflexão sobre esses meios.

Neste período, o campo comunicacional se confunde com a discussão da própria atualidade, não havendo ainda um recuo teórico, necessário à elaboração de um conhecimento específico. Esta etapa é marcada pela liberação do objeto de estudo, ou seja, a formação histórica de um processo comunicacional singular, isto é, a própria atualidade como produto da atividade dos meios de comunicação (MARTINO, 2008)¹⁰.

Num segundo momento, que pode ser estipulado a partir da década de 10 do século passado, e que se estende até a década de 30, o debate sobre a imprensa e a formação da opinião pública começa a ser balizado por uma aproximação com a ciência, embora não possamos falar de uma ciência da comunicação. É a partir dessa época que o governo estadunidense e uma série de instituições privadas começa a investir maciçamente nas pesquisas sobre comunicação, entendendo-a como peça estratégica. São frutos dessa fase, por exemplo, o trabalho de Walter Lippman, não por acaso chamado *A opinião pública* (1922), e a obra *Técnica de propaganda na Guerra Mundial* (1927), de Harold Lasswell, considerada por muitos o marco inicial da pesquisa científica em Comunicação (como nas obras de WOLF e ARAÚJO). É também dessa época aquela que costuma ser citada como a primeira teoria da Comunicação: a teoria Hipodérmica, que “desenhava” a audiência, o receptor das mensagens dos meios de comunicação de massa, como um “balde” vazio, pronto para ser preenchido pela ação desses meios.

Especialmente nos anos 20 e 30 apareceram estantes inteiras de livros que chamavam a atenção para os factores retóricos e psicológicos utilizados pelos propagandistas. alguns títulos: *Public Opinion* de Lippmann, *The Rape of the Masses* de Chakhotin, *Psychology of Propaganda* de Doobs, *Psychology of Social Movements* de Cantril, *Propaganda Techniques in World War* de Lasswell, *Propaganda in the Next War* de Rogerson (SMITH *apud* WOLF, 1985, p. 23)

¹⁰ MARTINO, Luiz C. Anotações de aula. Curso de Teorias da Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação Social da Universidade de Brasília, 2008.



As pesquisas dessa fase são marcadas ostensivamente pelo impacto da I Guerra Mundial, cujo foco recai, em geral, sobre o papel da imprensa, da opinião pública e da propaganda. O período entre a década de 20 e 30 é ainda o de ascensão da chamada Escola de Chicago, cujos autores, entre eles Robert Ezra Park e Robert Merton, também deixaram um importante legado ao campo da Comunicação.

Por fim, podemos apontar o período que vai de 1940 até a década de 50, como aquele que, de fato, começou a instituir o campo da comunicação sob a forma de uma disciplina particular, dando início a sistematização teórica, a discussão epistemológica e à própria historização do campo – discussões das quais o artigo de Bernard Berelson, em parte, se ocupa. *The state of Communication Research*, na verdade, foi apresentado um ano antes de sua publicação, sob a forma de *paper* no Congresso da Associação Americana para Pesquisa da Opinião Pública, e teve como comentadores Wilbur Schramm, David Riesman e Raymond Bauer. O artigo nos coloca no âmbito de uma revisão do campo em 1959, véspera, para o seu autor, da comemoração dos 30 anos da pesquisa em Comunicação. Berelson, faz com *The state of Communication Research* a primeira elaboração de um estado da arte do saber comunicacional.

Berelson, que trabalhava diretamente com Lazarsfeld, situou o início das pesquisas em comunicação na década de 30, com o seminário promovido pela Fundação Rockefeller (*The Rockefeller Foundation Communication Seminar*), cujo escopo era acadêmico e comercial, mas que focava a comunicação de massa de maneira nunca antes vista e serviu de importante fermento aos trabalhos de então. Quando traçou esse quadro, vinha de uma demorada experiência no Iowa, trabalhando no Instituto de Informação da Guerra dos Estados Unidos (OWI), no qual Schramm também se encontrava, e onde ambos tiveram contato com um amplo comitê de cientistas sociais, entre eles os próprios pais fundadores e nomes como Stouffer, Maccoby, Likert, Nafziger, Gardner, Gallup, Roper e Stanton¹¹.

É, portanto, a partir de um contato privilegiado com esses cientistas, que Berelson destaca, logo no início de seu texto, a atuação de quatro grandes nomes, que ele identifica com quatro grandes abordagens, que representam o “de onde viemos”, o passado do campo:

Nos últimos vinte e cinco anos, aproximadamente, houve quatro grandes abordagens na pesquisa em Comunicação e, talvez, seis menores. As quatro principais abordagens são tão bem caracterizadas

¹¹ Muitos desses cientistas, após a Segunda Guerra Mundial, acabaram por se tornar uma elite no campo da pesquisa social.

por seus líderes partidários que é conveniente revelá-los pelo nome [...] Na minha opinião, as principais linhas de pesquisa foram a abordagem política, representada por Lasswell; abordagem de *surveys*, representada por Lazarsfeld; A abordagem focada nos pequenos grupos, representada por Lewin; e a abordagem experimental, representada por Hovland¹² (BERELSON, 1959, p. 1)

As seis abordagens menores, de acordo com Berelson, incluíam, entre outras, a visão histórica desenvolvida por Riesman e Harold Innis, e a Teoria Matemática da Comunicação. Além disso, ainda no mesmo artigo, Berelson afirma que, após esse movimento inicial, somando ao todo dez contribuições, o campo da Comunicação já havia perdido o interesse e a novidade, o que prontamente foi contestado pelos debatedores, Riesman, Schramm e Bauer, numa discussão acalorada.

A discussão, contudo, não impediu que a primeira defesa de Berelson fosse apropriada por Schramm, normalmente tido como um teórico menor, mas um excelente sintetizador de idéias. É o que parece ter acontecido em relação a proposta de Berelson. A partir de 1963, Schramm vai lançar uma série de artigos muito semelhantes, nos quais Lasswell, Hovland, Lazarsfeld e Lewin aparecem não só como responsáveis pela organização das linhas principais da pesquisa em Comunicação, mas como os reais fundadores do campo, numa narrativa apaixonada.

Estou falando, é claro, de Harold D. Lasswell, Paul F. Lazarsfeld, Kurt Lewin e Carl I. Hovland. Cada um deles foi extraordinariamente prolífico na condução de suas pesquisas e dos institutos de treinamento, e todos os quatro guiaram uma quantidade enorme de estudantes e exerceram grande influência entre seus colegas [...] Mais precisamente, eles entraram no campo antes de existir um campo chamado comunicação e acabaram criando-o (SCHRAMM, 1997, pp. 3-4)¹³

Dessa forma, construindo narrativas sucessivas (que só se encerram em *The beginnings...*) sobre a contribuição desses quatro cientistas, Schramm foi consolidando a idéia de que pesquisadores oriundos da Psicologia, Sociologia e Ciência Política realmente ajudaram a criar a Comunicação, não importando nem mesmo que os

¹² No original: “In the past twenty-five years or so, there have been four major approaches to communication research, and perhaps six minors ones. The four majors approaches are so well characterized by their leading proponents that is convenient and revealing them by name (...) In my view, the major lines of inquiry have been the political approach, represented by Lasswell; the sample survey approach, represented by Lazarsfeld; the small-groups approach, represented by Lewin; and the experimental approach, represented by Hovland”. Tradução livre.

¹³ No original: “I’m speaking, of course, of Harold D. Lasswell, Paul F. Lazarsfeld, Kurt Lewin, and Carl I. Hovland. Each of them was extraordinarily prolific in the conduct of research and training institutes, and all four guided large numbers of students and exerted great influence on their colleagues. As many observers said, they entered communication study at one stage of its development and left it at a new stage. More accurately, they entered the field before there was a field called communication research or communication study and they created one”. Tradução livre.



próprios não se sentissem à vontade em se comprometer com a história contada – o que Schramm identificava como pura modéstia (1997, p. 4). Mas, que conseqüências o “mito dos quatro fundadores” teve na constituição da história do pensamento comunicacional?

A Herança do Mito

Quando Schramm se voltou às figuras dos quatro cientistas apontados originalmente por Berelson, o campo da Comunicação ainda carecia de legitimidade. De acordo com Jefferson Pooley (2007), Schramm percebeu, mais rápido que qualquer outro, a possibilidade que se voltar para figuras paternas poderia ter na formação de uma história coesa da Comunicação enquanto campo, moldando um passado amplamente “utilizável”, intencionalmente.

Ao contar a história do campo se voltando para a identificação de “figuras paternas”, Schramm buscava reduzir o fosso entre a Comunicação já institucionalizada, com seus ganhos, e, por outro lado, seu baixíssimo status (o que só foi conseguido anos mais tarde, na década de 70). Contudo, embora o mito dos quatro fundadores não tenha tido, a princípio, a força esperada, ele ajudou a ir construindo uma tradição na forma de se ver o passado do campo, centrada em Lasswell, Lazarsfeld, Lewin e Hovland¹⁴.

A partir dessa tradição, três linhas são mais visíveis:

- 1) A associação direta entre o início das pesquisas em Comunicação e o cenário estadunidense;
- 2) O encurtamento do *gap* (POOLEY, 2007, p.3) entre o aparecimento de intelectuais que pensavam a comunicação e a institucionalização do campo nos Estados Unidos;
- 3) A crença na segmentação da pesquisa baseada nas quatro frentes defendidas por Berelson inicialmente e reforçada por Schramm, ofuscando outras linhas de pesquisa.

O primeiro ponto apresentado repercute em inúmeras historiografias do campo, mais presentes no Estados Unidos, mas também sentidas em outros países – para citar só alguns nomes, nos retirando do cenário estadunidense, são representativas disso a

¹⁴ Um fato curioso nesse contexto é que, quando Schramm escreve sobre os pais fundadores, Lasswell e Lazarsfeld estavam distanciados do campo, interessados em outros problemas, e tanto Hovland como Lewin estavam mortos.

obra de José Marques de Mello, *História do Pensamento Comunicacional*, e o debatido *Teorias da Comunicação*, de Mauro Wolf. Esse recorte geográfico é reforçado, ainda, em muitos outros autores, criando um centro gravitacional em torno das iniciativas que proliferaram no hemisfério norte do Novo Mundo. Em 1977, Elihu Katz diz, por exemplo, que a “pesquisa em comunicação [...] é com certeza uma ciência americana. Floresceu [...] sob a influência dos pais fundadores, Paul Lazarsfeld, Harold Lasswell e Carl Hovland” (KATZ, 1977, p. 22)¹⁵. A defesa da nacionalidade Americana também levou à irreflexão sobre as influências européias e de suas adaptações feitas pelos próprios pais fundadores.

De acordo com Jefferson Pooley (2007), a segunda consequência apontada acima pode ser considerada como o resultado mais esperado por Schramm, visto que, ainda segundo Polley, o esforço de Schramm foi consciente no sentido de construir uma certa legitimidade apoiado em grandes nomes e estabelecer linhagens num ato de empreendedorismo proposital (2007, p. 2). Rogers e Chaffee (1997) apontam também nessa direção, ao afirmar que Schramm calculava detalhadamente a formação da nova ciência, que precisava, então, de seus pioneiros. Ao contrário de Berelson, que em *The state* colocava que o campo da Comunicação já estava morto depois dos quatro fundadores, Schramm viu aí o mote para dizer que, uma vez que os pioneiros haviam aberto o caminho, estava na hora de deixar a verdadeira ciência começar. “Esses quatro grandes homens representam o grande capítulo na história da pesquisa em Comunicação nos Estados Unidos, mas não o último capítulo”¹⁶ (SCHRAMM, 1980, p.). Por outro lado, a defesa dos pais fundadores, negligenciava o fato de que os quatro cientistas sociais abordavam a comunicação sem torná-la o foco central de seus interesses, mas interpondo-a a questões próprias de suas áreas.

Mesmo assim, Schramm considerava que as sementes da nova disciplina estavam ali e, com isso, jogava por terra a idéia de que os estudos em Comunicação sempre existiram. Reforçava, sim, a noção de que o campo só poderia ser pensado a partir do século XX e nos domínios estadunidenses e mesmo pesquisadores que apontam contribuições de outras nacionalidades costumam não se sentir à vontade para rebater essa origem. É o caso de Kurt Lang, que ao traçar as rotas européias da pesquisa em comunicação prefere se posicionar de maneira neutra: “Eu não discuto que a

¹⁵ No original: “communication research [...] is surely an American science. It flourished for perhaps two decades under the founding fathers, Paul Lazarsfeld, Harold Lasswell and Carl Hovland”. Tradução livre.

¹⁶ No original: “These four great men represent the great chapter in the history of comm. research in the U S, but not the last chapter”. Tradução livre.



pesquisa realmente tenha começado sob a liderança desses homens [...] Mas há uma influência européia e alemã mais remota”¹⁷ (LANG *apud* DENNIS; WARTELLA, 1996, p. 2).

Por fim, a terceira implicação mencionada talvez tenha sido a de maior força, ganhando ecos até hoje. Já foi dito aqui que Lasswell, Lewin, Lazarsfeld e Hovland, trazendo consigo o cabedal teórico de suas respectivas áreas, organizaram a pesquisa em quatro diferentes frentes. Essa organização, contudo, pode ser considerada sob um mesmo paradigma: o empírico-behaviorista, fortemente adotado por essas pesquisas iniciais e mesmo hoje difícil de ser superado (Cf. MARTINO, 2000).

Embaixo de um mesmo paradigma, Lasswell, Lewin, Lazarsfeld e Hovland consolidaram uma forma de se tratar a Comunicação nos Estados Unidos, com foco especial no estudo dos efeitos. Schramm acabou por dar a ela o primeiro lugar no pódio do que vinha sendo feito então, o que acabou por desfocar outros grupos e pesquisadores que também tratavam a Comunicação nos Estados Unidos e gera duras críticas até hoje. Sob essas condições, assumiram o segundo plano todas as outras pesquisas que fugissem ao escopo dos pais fundadores.

Karin Wahl-Worghensen resume uma dessas críticas:

Os primeiros programas de comunicação de curta duração na Universidade de Chicago estavam a frente de um campo em emergência, mas sofreram uma morte precoce pela falta de apoio institucional [...] pesquisadores famosos desaparecem na história de nossa disciplina¹⁸ (2004, p. 1)

Mesmo a partir de uma observação mais generalizada da pesquisa estadunidense, é possível perceber o quão difícil é transpor o bloco formado pelos quatro cientistas. Araújo (2001), por exemplo, traça um levantamento da pesquisa norte-americana que consegue perceber a diversidade das pesquisas iniciais, mas termina por contar sua história a partir de uma perspectiva que prioriza a Corrente Funcionalista dos estudos em Comunicação, com a qual os pais fundadores estão alinhados.

[...] entre os anos 20 e 60, os estudos norte-americanos foram marcados pela hegemonia de um campo de estudos denominado *Mass Communication Research*. Essa tradição de estudos é composta por abordagens e autores tão variados que vão desde a engenharia das comunicações, passando pela psicologia e sociologia, com pressupostos

¹⁷No original: “I do not dispute that it had indeed flourished under the leadership of these men [...] But the European and more specifically German influence goes back farther still”. Tradução livre

¹⁸No original: “The earliest communication programs were short-lived interdisciplinary committees on the University of Chicago that were at the forefront of an emerging field , but died an early death from lack of institutional support [...] famous scholars are unknown in our discipline’s history”. Tradução livre.

teóricos e mesmo resultados distintos e, em muitos casos, quase inconciliáveis (ARAÚJO, 2001, p. 120)

Parece-nos, portanto, que Araújo consegue perceber algo além da história *mainstream* (Lang, 1996), mas, por algum motivo, também não consegue ir além dela, focando seu discurso, também em Lasswell, Lazarsfeld, Lewin e Hovland.

Os três pontos aqui apresentados, em linhas gerais, nos revelam a força do mito dos quatro fundadores na historiografia do campo. Contudo, o retorno ao mito tem sido cada vez mais efetuado com a intenção de se perceber onde Schramm errou. Embora, obviamente, esse não seja um questionamento a ser descartado, por outro lado é inegável a importância dos pais fundadores para a área, mesmo que eles não possam receber esse título. A questão se desloca, então, do problema da definição dos primeiros para aquela na qual se indaga o que havia no pensamento daqueles que, num determinado momento, foram considerados os primeiros. Não se pode apenas referenciá-los como um passado datado, superado, ou mesmo uma coleção de anedotas.

Considerações Finais

Logo no início do capítulo em que analisam a contribuição de Schramm ao campo da Comunicação, na segunda parte de *The Beginnings of Communication Study in America: a personal memoir*, Everett M. Rogers e Steven H. Chaffee questionam a importância daqueles que Schramm elencou como pais fundadores, redimensionando seu papel na pesquisa em Comunicação e elegendo o próprio Schramm como fundador.

O que é um fundador? O fundador de um campo acadêmico deve ser o autor dos primeiros livros a definir o campo; ou o criador dos primeiros departamentos universitários do novo campo; ou o professor da primeira geração de novos pesquisadores do campo (que depois fundarão novos departamentos em outras universidades). Schramm foi o fundador dos estudos em comunicação em todos esses aspectos¹⁹ (ROGERS e CHAFFEE, 1997, p. 127)

Hoje, muito dificilmente, essa defesa seria posta em questão²⁰, pois é notória a contribuição de Schramm para a institucionalização do campo, e mesmo a sua situação pioneira ao falar, sim, de uma ciência da Comunicação – e seria bastante ingênuo

¹⁹ No original “What is a founder? The founder of an academic field might be the author of the first books to define the field; or the creator of the first university departments in the new field; or the teacher of the first generation of new scholars in the field (who then started new departments at other universities). Schramm was the founder of communication studies in each of these ways”. Tradução livre.

²⁰ Como contra-exemplo, conferir WAHL-JORGENSEN, Karin. *Wilbur Schramm was not the father of our discipline*. Disponível em: <http://www.allacademic.com/meta/p112074_index.html>. Acesso em: 25 de agosto de 2007.



acreditar-se, ainda, que Lasswell, Hovland, Lazarsfeld e Lewin fundaram a Comunicação. Contudo, a história difundida por Schramm foi fundamental para a criação de uma memória do pensamento comunicacional, de uma história do campo. Assim sendo, o “mito dos quatro fundadores” não pode ser visto apenas como uma verdade a ser substituída por outra, posto que, para a história do campo, não se trata somente da aferição dos “primeiros”, mas, sim de compreender a história já constituída em sua dinâmica. Fazer história não é simplesmente dizer “eis aqui a verdade, esqueçam tudo que já foi dito”. Pelo contrário, fazer história é um exercício de constante realinhamento do passado, entendendo que esse passado nunca pode ser tangido em sua totalidade, e que só pode se dar a partir, também, da compreensão do que havia embutido ali, nos discursos do próprio passado. Entender a história do pensamento científico apenas como um exercício de substituição de verdades, onde o diálogo com os próprios discursos históricos passados é evitado, pois estes, automaticamente, estariam ultrapassados, é negar a própria essência da reflexão sobre o passado de um campo. Tal como apontado por Alexandre Koyré, a história do pensamento científico

visa a dominar a trajetória desse pensamento no próprio movimento de sua atividade criadora. Para esse efeito, é essencial recolocar os trabalhos estudados em seu meio intelectual e espiritual, interpretá-los em função dos hábitos mentais, das preferências e das aversões de seus autores (...) É igualmente essencial integrar, na história de um pensamento científico, a maneira como ele se compreendia a si mesmo e como se situava em relação ao que o precedia e o acompanhava (1982, p. 13)

Dessa forma, rever o mito dos quatro fundadores enquanto discurso revelador da história do campo da Comunicação não pode ser entendido apenas como um exercício de datação, mas, sim de compreensão das implicações que o mito de Schramm teve sobre as gerações subseqüentes, além de, num nível mais profundo resituar a obra de Lasswell, Lazarsfeld, Hovland e Lewin, buscando compreender que revestimento e argamassa há de fato nelas para se apresentarem de maneira tão decisiva à pesquisa em Comunicação e que contribuições, ainda, elas podem nos oferecer para pensar os fenômenos comunicacionais.

Voltar-se para os pensadores “do passado” é uma tarefa pouco empreendida, mas que julgamos válida, pois, como afirma Hanno Hardt, “a história nos diz que fomos e o que somos” (HARDT, 2002, p.132).



Referências

- ARAÚJO, Carlos alberto. “A pesquisa norte-americana”. In: *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001, pp. 119-130.
- BERELSON, Bernard. “The state of communication research”. In: *Public Opinion Quarterly*. Nova Iorque: Free Press, 1959, pp. 1-5.
- BUXTON, William. The emergence of communication study – psychological warfare or scientific thoroughfare? In: *Canadian Journal of Communication*. Vancouver: Canadian Centre for Studies in Publishing, 1996, nº4, pp. 204-216.
- CHAFFEE, Steven H.; ROGERS, Everett M. The establishment of communication study in America. In: SCHRAMM, Wilbur. *The Beginnings of Communication Study in America: A Personal Memoir*. Thousand Oaks: Sage Publications, 1997, pp. 120-180.
- DENNIS, Everett E. e WARTELLA, Ellen. *American Communication Research: The Remembered History*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 1996.
- HARDT, Hanno. “Introduction: communication and the question of history”. In: *Communication Theory*. Montreal: University de Montreal, 2002, nº29, pp.130-136.
- KATZ, Elihu. *Social research on broadcasting: proposals for further development*. Londres: BBC, 1977.
- KOYRÉ, Alexandre. *Do mundo fechado ao universo infinito*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1979.
- _____. *Estudos de história do pensamento científico*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1982.
- MARTINO, L. C. “Contribuições para o estudo dos meios de comunicação”. In: *Revista Famecos*. Porto Alegre: PUC-RS, 2000, nº 13, pp. 103-114.
- _____. Elementos para uma Epistemologia da Comunicação in: A. Fausto Neto; S. Porto, A. Prado (eds.). *Campo da Comunicação: caracterização, problematização e perspectivas*. João Pessoa: Editora da UFPB, 2001. pp. 51-75.
- _____. “História e Identidade: apontamentos epistemológicos sobre a fundação e fundamentação do campo comunicacional”. In: *E-COMPÓS*, www.compos.org.br, v. 1, p. 1-22, 2004.
- MELO, José Marques. *História do Pensamento Comunicacional*. São Paulo: Paulus, 2003.
- ORTIZ, Renato . Durkheim: arquiteto e herói fundador. REVISTA BRASILEIRA DE CIENCIAS SOCIAIS., são paulo, v. 4, p. 0-0, 1989.
- POOLEY, Jefferson. *The Mnemonic Entrepreneur: Wilbur Schramm and the “Four Founders” Myth of Communication Research* (Notas de apresentação). Dublin: The



International Society for the History of the Behavioral and Social Sciences & European Society for the History of the Human Sciences, 2007.

SCHRAMM, Wilbur. *The Beginnings of Communication Study in America: A Personal Memoir*. Thousand Oaks: Sage Publications, 1997.

WAHL-JORGENSEN, Karin. “How not to found a field: new evidence on the origins of mass communication research”. In: *Journal of Communication*. Oklahoma: Universidade de Oklahoma, 2004, n°54, pp.547-564.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editora Presença, 1985.