



A teoria hipodérmica reconsiderada¹

Rafiza VARÃO²

Resumo

Muitas vezes na historiografia do campo da Comunicação, a teoria hipodérmica assume o lugar do marco zero, iniciadora de uma aproximação científica aos problemas que a comunicação de massa começava a suscitar no início do século XX entre os cientistas sociais. Este artigo busca reconsiderar a história da teoria hipodérmica, voltando-se primeiramente aos seus antecedentes, para posteriormente analisar suas características e suas implicações ao estudo da Comunicação.

Palavras-chave: Teoria hipodérmica; Teorias da Comunicação; Comunicação; História.

Introdução

Talvez, na história das pesquisas estadunidenses sobre a comunicação, não exista um período mais obscuro e submerso em equívocos que aquele que compreende o que chamamos de teoria hipodérmica, teoria da bala mágica ou, de modo menos metafórico, teoria dos efeitos ilimitados. Tachada de ingênua e simplista, entretanto, a teoria hipodérmica desenvolve um papel importante na historiografia do campo quando nos remetemos à *mass communication research* (Cf. BERELSON, 1986; DEFLEUR, 1993; KATZ e LAZARFELD, 2005; WOLF, 2002, por exemplo). Aí, aparece muitas vezes como o marco zero, o primeiro passo rumo a uma aproximação entre o impacto dos meios de comunicação na sociedade de massa e o conhecimento científico – período que se estende desde a terceira década até meados da década de 1940 do século XX.

Nessa história ainda, a teoria hipodérmica se insere na longa tradição dos estudos sobre os efeitos dos meios de comunicação, que perpassa teorias como o fluxo de dois passos (que, inclusive, “substitui” o modelo hipodérmico), até teorias mais recentes (como a hipótese da *agenda setting*), mesmo com o deslocamento efetuado em relação ao tipo de efeito: ora comportamental, ora cognitivo.

Esse tipo de pesquisa, voltada para os efeitos, vai se revelar mesmo a tônica predominante nos estudos de comunicação. Como afirma Katz,

¹Trabalho apresentado no NP Teorias da Comunicação do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Rafiza 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.



A pesquisa empírica sobre as comunicações de massa [...] valoriza de fato os estudos de efeitos. Certamente, a pesquisa sobre os públicos ou sobre os conteúdos partem da retórica da mensagem ou da dimensão do público atingido, mas ela desemboca igualmente sobre o problema dos efeitos (2000, p. 1).

Contudo, embora a teoria hipodérmica surja como inauguradora dessas pesquisas, não pode ser considerada a partir de uma visão que a compreende como um movimento isolado, que irrompe sozinho no tempo, sem nos remetermos aos cenários que se constituíram antes de seu desenvolvimento, nem tampouco sem levarmos em conta a cena contemporânea que se formava no então jovem século XX. De fato, sua emergência revela certa continuidade em relação às propostas apresentadas anteriormente quando da discussão não científica acerca da imprensa, que se inicia no século XVII e ganha força com a ascensão das ciências sociais ao final do século XIX (SOUSA, 2008). Além disso, a teoria hipodérmica nasce sob os signos de todo um contexto social novo, a sociedade tecnológica, que exigia uma melhor compreensão dos fenômenos da comunicação de massa, não só a título de investigação científica, mas como forma de controlar de maneira mais eficaz a difusão de informações (em especial nos Estados Unidos). Nesse sentido, a teoria hipodérmica vem na esteira das reflexões sobre a sociedade de massa, na qual os meios de comunicação começavam a ter um papel considerável, fato enfatizado por Mauro Wolf ao afirmar que “[...] A principal componente da teoria hipodérmica é, de facto, a presença explícita de uma ‘teoria’ da sociedade de massa” (2002, p.23). Não por acaso, portanto, se encontram nessas primeiras discussões nomes como Alexis de Tocqueville, John Stuart Mill, Karl Marx, Ferdinand Tönnies, Gabriel Tarde, Max Weber, e outros, todos eles autores voltados à compreensão das características da organização social resultante da economia de produção e da crescente industrialização.

Por outro lado, com o avançar desses estudos, a discussão sobre os meios de comunicação (não mais somente a imprensa, mas todos os outros meios que se seguiram) na sociedade de massa³, começou a ser revestida de pressupostos e análises mais próximas do método científico, dando início à conjugação ciência/fenômeno comunicacional que passou pela teoria hipodérmica e culminou nas pesquisas de Lazarsfeld e Katz sobre a influência pessoal na comunicação de massa, em 1955. Tal posição foi resultado, sobretudo, da ascensão da Escola de Chicago, nome que designa o

³ Donde o nome *meios de comunicação de massa*.



mais forte grupo de pesquisas e cientistas sociais surgidos até então nos Estados Unidos, cujas diretrizes foram dominantes entre, pelo menos, 1915 a 1940. A Escola de Chicago influenciou decisivamente as pesquisas em comunicação, agregando aos estudos do campo que se formava um cabedal que somava: a aproximação entre as ciências sociais e as naturais, que deveriam funcionar segundo as mesmas diretrizes metodológicas; a observação do comportamento baseada na psicologia behaviorista; o interacionismo simbólico; a percepção de que a ciência deveria ter um fim prático.

A teoria hipodérmica entra em declínio a partir da ascensão das pesquisas de Paul Lazarsfeld sobre a influência pessoal no processo de comunicação de massa, para muitos a primeira a dar um estatuto científico ao campo comunicacional. Sua história, contada nesta introdução em linhas gerais, contudo, gera hoje uma série de dúvidas e causa controvérsias. Não exatamente porque exista uma infinidade de versões a seu respeito. Na verdade, as versões sobre a teoria hipodérmica costumam ser pouco conflitantes e muito repetitivas, como em DeFleur (1993) e Wolf (2002). Para o estadunidense DeFleur, que prefere chamar a teoria hipodérmica de teoria da bala mágica, o que a caracteriza é a “[...] idéia fundamental [...] que as mensagens da mídia são recebidas de maneira uniforme pelos membros da audiência e que respostas imediatas e diretas são desencadeadas por tais estímulos” (1993, p. 182).

Wolf corrobora a posição de DeFleur ao afirmar que: “A posição defendida por este modelo pode sintetizar-se na afirmação segundo a qual ‘cada elemento do público é pessoal e directamente 'atingido' pela mensagem’” (2002, p.22).

O grande problema da teoria hipodérmica não está, portanto, no choque entre versões, mas se coloca na superficialidade com a qual sua especificidade teórica é abordada. Há tão poucas fontes e tão mínima informação que hoje, inclusive, há quem defenda (CHAFFEE e HOCHHEIMER, 1985; WARTELLA e REEVES, 1985) que a teoria hipodérmica foi apenas uma invenção de Lazarsfeld e Katz, para justificar o fluxo de dois passos, que deveria surgir como uma contraposição a “alguma” pesquisa anterior.

Este artigo procura, portanto, reavaliar a teoria hipodérmica, levando em consideração seus antecedentes e suas características, se colocando em meio a duas posições: a “pró-hipodérmica” (BINEHAM, 1988), segundo a qual a teoria hipodérmica foi, realmente, o primeiro momento da pesquisa científica em Comunicação (cujo desenrolar foi sinteticamente descrito aqui), e a “anti-hipodérmica” (*Idem, ibidem*) que defende que a teoria foi apenas um mito. O que advogamos aqui é que apesar da teoria



hipodérmica não poder ser entendida *stricto sensu* como uma teoria – mesmo porque nunca foi pensada como tal –, colocá-la como uma simples invenção é desconsiderar o que representam as pesquisas que se aglutinam no período entre 1920 e 1940. Falamos aqui, desse modo, mais de um período hipodérmico, que de uma teoria ou mito⁴. Mas um período histórico relevante que precisa ser conhecido mais a fundo e reconsiderado.

Antecedentes

Em primeiro lugar, é necessário demarcar nosso recuo em relação aos antecedentes da teoria hipodérmica. Até onde retroceder? Até a filosofia aristotélica – que foi resgatada na elaboração do modelo de Lasswell? Até as críticas perpetradas por Sêneca ao conteúdo das *Actas Diurnas*, na Roma antiga (SOUSA, 2008)? Essas perguntas fazem nos interrogarmos também – assim como Bineham se questionou “o que são ‘os primeiros dias’ dos estudos de comunicação” (1988, p. 233) –, quais são “os primeiros dias” dos antecedentes da teoria hipodérmica. Para responder a essa última interrogação, é imperativa a discussão sobre o saber comunicacional, no sentido de adentrarmos numa compreensão do que poderíamos chamar de campo da Comunicação e, por conseguinte, da singularidade de seu objeto de estudo.

Embora muitos autores, como José Marques de Melo (1998), tracem um panorama que se inicia no século III a. C. para o passado da pesquisa científica em Comunicação⁵, trabalhando com muitas acepções para o termo comunicação, optamos por delinear um quadro que principia muitos séculos mais tarde. Assumimos aqui uma perspectiva que, concordando com Martino,

[...] ao invés de admitir a comunicação como [...] um invariante histórico, que atravessa os séculos inalterável, sempre igual a si mesma [...] desnaturaliza a comunicação e se interessa pela variedade de formas que ela assume a partir das múltiplas compreensões as quais se encontram submetidos os sujeitos e as organizações sociais ao longo da história (2001, p.13).

Uma comparação rápida entre os trabalhos de Lasswell e Aristóteles nos oferece de saída, um início para esse entendimento. Embora a influência da filosofia grega na *mass communication research* não possa ser negada, é patente que Aristóteles e Lasswell não estavam falando da mesma coisa. Um se ocupava da retórica e seu discurso estava voltado para uma construção filosófica. O outro se ocupava do processo

⁴ Adotaremos, contudo, o termo “teoria hipodérmica” devido a sua utilização corrente.

⁵ Para José Marques de Melo, os estudos de comunicação se iniciam com os sofistas e compreendem, nesse momento inicial, o trabalho de Platão, Aristóteles e seus discípulos.



de comunicação de massa, que se intensificou de maneira poderosa a partir da Revolução Industrial, e seus esforços estavam direcionados a uma construção do conhecimento científico na área de Ciência Política. É nesse ponto da história, portanto, que nos inscrevemos, visto que buscamos nos aproximar do conhecimento científico sobre a comunicação, e não da Filosofia.

A Revolução Industrial, cuja *decolagem* se deu especialmente ao final do século XVIII, instalou de maneira contundente uma nova ordem social: a sociedade industrial, chamada por vezes de sociedade tecnológica ou sociedade complexa. Sua consolidação foi calcada na expansão demográfica, na revolução agrícola, na criação de novas tecnologias em múltiplos setores da atividade humana, na mudança de mentalidade (valorização da instrução e da ciência, em oposição ao pensamento mítico e ao empirismo), na separação entre produtor e consumidor, na economia de produção, e no estabelecimento de um mercado que gira em torno do lucro, distanciado do simples entesouramento. A antiga sociedade tradicional⁶ deu lugar a uma sociedade cujas relações eram agora muito mais complexas e cujas características encerravam um modo de vida distinto daqueles vividos anteriormente. Conforme afirma Rioux, a Revolução Industrial complementou “[...] o processo de formação do método completo de produção capitalista” (1975, p. 9).

Neste contexto, os processos comunicacionais igualmente sofreram alterações. Se na sociedade tradicional, a quantidade de meios técnicos de comunicação era restrita, limitando-se quase que unicamente à escrita, com o predomínio ainda de uma comunicação natural, baseada na oralidade, a sociedade tecnológica vê irromper uma profusão de meios (jornais, cinema, rádio, televisão etc). A comunicação passa, assim como tantas outras coisas, a ser baseada na técnica, sendo desnaturalizada e começa a ser um serviço pago⁷. A quantidade de informações que circulam nessa sociedade é imensa e os meios de comunicação que surgem ou se desenvolvem após a Revolução Industrial passam a selecionar aquilo que seria mais importante socialmente.

Assim, os meios modernos cumprem plenamente não só a função de armazenar e transmitir as informações necessárias à vida em sociedade, como passam a ser eles próprios o local por excelência da experiência social compartilhada, construindo, inclusive nossas realidades. É aqui que os meios de comunicação vão encontrar sua

⁶ A sociedade tradicional é a forma de organização social anterior à sociedade tecnológica, e irrompe na transição entre a mentalidade mítica e a racionalidade.

⁷ 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.



expressão mais acabada, despertando um interesse de pesquisa que acaba por criar um novo campo: o campo da Comunicação. Mas, antes disso, a discussão sobre os meios já começa a ser esboçada em outras ciências.

Num primeiro momento, temos aí a Sociologia e Psicologia, que ao iniciarem a discussão sobre a sociedade industrial, adentram ao mesmo tempo na contenda sob o papel dos meios de comunicação, em especial a imprensa (tanto livresca como jornalística). Contudo, ainda não há exatamente um contorno científico nessas primeiras observações, pois as formulações acerca do fenômeno das comunicações de massa ainda estão mais marcadas pelo senso comum. Sendo assim, “[...] Nesse 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” (MARTINO, 2007, p.41).

É possível observar três grandes linhas nos trabalhos de autores que procuram discutir a imprensa nesse período: 1) O conteúdo dos jornais; 2) A liberdade de imprensa; 3) O impacto da comunicação de massa. Vejamos cada uma separadamente.

1) O conteúdo dos jornais

Voltada para a compreensão daquilo que os jornais veiculam, a primeira das três linhas tem sua origem no século XVII, na Alemanha, com os trabalhos pioneiros de Christophorus Besoldus, que forjou o termo “periódico de novidades” em 1629 para se referir aos jornais, embora não se possa dizer que as novidades às quais ele se referia possam ser entendidas como notícias conforme as definimos hoje; de Ahasver Frisch, que elaborou a primeira crítica aos jornais modernos (na obra *Discursus de novellarum quas vocant neue zeitung hodierno usu et abusu*, de 1630), aconselhando os leitores a desconfiar do conteúdo desses veículos; e o de Christian Weise, que publicou em 1685 a primeira análise de conteúdo de jornais alemães. A Alemanha foi o primeiro país a produzir jornais diários, o que talvez explique o seu papel de “fundadora” da discussão sobre o jornalismo, que se consolida com a defesa da primeira tese doutoral voltada para o jornalismo, defendida por Tobias Peucer em 1690, na Universidade de Leipzig, intitulada *De relationibus novellis* – algo como “Sobre o relato de novidades”. De acordo com Jorge Pedro Sousa, “[...] essa tese inaugura, simbolicamente, a história das Ciências da Comunicação e representa, simultaneamente, a consagração acadêmica do jornalismo como objecto de estudo” (2008, p. 9). Essas primeiras reflexões sobre o conteúdo dos jornais, ainda que pouco ou nada científicas, vão se estender até o século XX, tendo como maior nome o economista Karl Knie.



2) A liberdade de imprensa

A questão da liberdade de imprensa, apesar de já aparecer em 1644, na com o escritor inglês John Milton, principal representante do classicismo, só vai ganhar força nas discussões sobre a imprensa a partir do século XIX, quando “[...] o verdadeiro debate se instaura junto mesmo com a consolidação da imprensa [...] quando é cunhada a expressão ‘quarto poder’” (MARTINO, 2007, p.41). São nomes importantes nesse período: o economista inglês John Stuart Mill, um dos mais importantes pensadores do liberalismo; Karl Marx, que entendia a imprensa como um dos meios de dominação ideológica da burguesia sobre o proletariado (SOUSA, 2008); Alexis de Tocqueville, que julgava ser a imprensa uma importante peça na consolidação da democracia, devendo garantir a liberdade e integrar a comunidade ao lhe oferecer referentes comuns; e Karl Knies, para quem a imprensa responderia por “[...] necessidades relacionadas com a tomada de decisões e com o interesse dos indivíduos pelos assuntos públicos” (*Idem, ibidem*, p.25, grifo do autor). É válido frisar que nenhum desses autores fez uma análise sistemática sobre a imprensa, pois esta não era o foco de seus estudos. Contudo, todas essas posturas estão associadas a uma visão da comunicação como elemento político e ecoam notadamente nas pesquisas que hoje tratam de comunicação e política.

3) O impacto da imprensa

Esse parece ser o ponto mais contundente e intenso no debate sobre a imprensa, a princípio, e os meios de comunicação de massa que vão ser posteriormente englobados à problematização da comunicação social na sociedade tecnológica – e que não deixa, de certa forma, de estar implícito nos dois tópicos anteriores. Como bem observa DeFleur (1993), “[...] desde o início da era de comunicação de massa, os estudiosos buscaram entender as influências dos veículos sobre as suas audiências” (p. 164). Nesta linha, aparecem os primeiros cientistas sociais – ou filósofos sociais, como os nomeia Melo (1993) – que pensaram a comunicação preocupados em delinear as peculiaridades da sociedade tecnológica. Começa a se desenhar uma teoria da sociedade de massa, que interfere diretamente na ponderação sobre a imprensa: a noção de organismo coletivo de Auguste Comte; a analogia orgânica de Herbert Sepencer; a análise da divisão do trabalho de Emile Durkheim; a psicologia das multidões de Gustave Le Bon etc. Outros cientistas sociais se voltam a pensar, em momentos isolados, o papel da imprensa segundo essa teoria. São eles: o economista Albert Schäffle, que via a imprensa como o sistema nervoso da sociedade, responsável por “[...] organizar a reprodução e o consumo massivo de símbolos” (SOUSA, 2008, p. 32);



Gabriel Tarde, que influenciou Robert Park na sua teoria da notícia e que entendia que a imprensa não possuía influência direta sobre a sociedade e que o público não era exatamente passivo; Ferdinand de Tönnies, que observava o impacto da imprensa na formação da opinião pública; Max Weber, com alguns trabalhos que refletem sobre o jornalismo como cimento das massas (SOUSA, 2008, p. 46).

Percebe-se que muito do exposto nessas três grandes linhas vai de encontro ao que comumente associamos à teoria hipodérmica: uma preocupação com o conteúdo das mensagens, a ligação forte entre política e comunicação, e a análise dos meios a partir de uma teoria da sociedade de massa. Entretanto, nenhum dos autores aqui citados, exceção talvez feita a Tobias Peucer, encarou a tarefa de elaborar uma obra cujo centro fosse os processos de comunicação de massa, nem tampouco fizeram mais que ensaios sobre estes. Esses elementos só vão ser analisados de forma mais sistemática e próxima ao conhecimento científico no século XX, quando o pensamento europeu acerca da imprensa entra na rota da produção acadêmica estadunidense das ciências sociais. Curiosamente, e como consequência de um passado fértil na análise do jornalismo, o Velho Mundo vai consolidar nessa mesma fase os estudos acadêmicos sobre jornalismo, enquanto os Estados Unidos se ocuparão mais amiúde da propaganda. Começava o período hipodérmico.

Reconsiderando a teoria hipodérmica

Nossas observações partem, nesta abertura, daquilo que a historiografia do campo mais comumente apresenta como a história da teoria hipodérmica. Quando o século XIX se encerrou, os Estados Unidos viviam uma fase próspera, após terem passado pela Guerra de Secessão e implantado um vigoroso sistema industrial (FERNANDES; MORAIS, 2007). Era uma época de reconstruir a idéia de nação, cujos esforços possibilitaram que o século que se seguiu fosse apelidado de século americano (PURDY, 2007): um período de apogeu econômico (a despeito da crise da bolsa de valores de 1929) e político e de forte urbanização. Os Estados Unidos começaram a ser vistos como o símbolo da sociedade tecnológica, o que levaria Max Horkheimer, ao comparar esse país com o resto da Europa, a chamar as cidades do Velho Mundo de “aldeias de negros” (WIGGERHAUS, 2006). Além disso, já no século XIX, os Estados Unidos haviam excedido a todos os outros países no campo das comunicações, tanto em termos tecnológicos quanto em termos de difusão (a figura de Thomas Alva Edison foi emblemática desse período). É diante desse cenário que a historiografia do campo



comunicacional situa a emergência da teoria hipodérmica, que recebe influência direta das Ciências Sociais que se desenvolvem nos Estados Unidos e que tem, nesse momento, a principal base teórica construída pelos membros da Escola de Chicago, não por acaso erigida numa universidade (a Universidade de Chicago) criada em 1892 por um magnata do petróleo: John D. Rockefeller. Crescendo como nação, os EUA não tardaram a perceber que deveriam ser, assim como a Europa, produtores de conhecimento.

A Escola de Chicago, que floresceu primeiro no departamento de sociologia, reuniu pesquisadores como Albion Small, responsável pela implantação desse departamento, William I. Thomas e Florian Znanieck, que “[...] privilegiavam estudos voltados para a compreensão das classes mais baixas e as comunidades de imigrantes que muitas vezes representavam o lado ‘escuro’ da vida na cidade” (VARÃO, 2009, p. 4), com trabalhos sobre gangues e imigrantes, como *The polish peasant in Europe and America* (O camponês polonês na Europa e na América), obra em cinco volumes, composta entre 1918 e 1920. Em relação à comunicação, o nome mais importante da Escola de Chicago é o de Robert Ezra Park, com estudos pioneiros no sentido de estabelecer a notícia como forma de conhecimento.

Em 1903, quando conquistou o título de doutor pela Universidade de Heidelberg, na Alemanha, Park já se esforçava em juntar sociologia e comunicação, na tese “Multidões e públicos: uma investigação e metodológica e sociológica”. [...] Dessa maneira, o tema perpassa diversos trabalhos seus como, por exemplo, o livro *The immigrant press and its control (A imprensa dos imigrantes e seu controle, 1922)* e os famosos artigos “A história natural do jornal” (1925) e “A notícia como forma de conhecimento” (1940) (*Idem, ibidem*, p. 5).

Contudo, os dois primeiros textos, que seriam contemporâneos à teoria hipodérmica, ainda se situam na discussão sobre a liberdade de imprensa e sobre o conteúdo dos jornais. É necessário observar que a Escola de Chicago não foi apenas uma, mas várias – Escola de Chicago da Filosofia, Escola de Chicago de Arquitetura, Escola de Chicago de Sociologia etc –, conforme observou Bulmer (1986). Todavia, elementos comuns unificam essas diversas vertentes, apesar de nem todos estarem presentes em todas as escolas: 1) a aproximação entre o método das ciências sociais daquele das ciências naturais; 2) a percepção dos fenômenos sociais a partir da teoria da sociedade de massa, especialmente européia; 3) um forte viés empírico e quantitativo; 4) a influência da psicologia behaviorista nos estudos, baseada na observação dos comportamentos; 5) uma demanda social; 6) a influência do interacionismo simbólico,



de Herbert Mead. É sobre essas bases que a teoria hipodérmica vai se assentar.

Bineham (1988) diz ainda que a teoria hipodérmica surgiu a partir de quatro idéias principais: a primeira diz respeito ao fato de que para os primeiros pesquisadores, a produção massiva de comunicações criou um “audiência de massa”, um conglomerado de milhões de indivíduos a receber a mesma mensagem. Em segundo lugar, essa audiência só poderia estar localizada nos espaços urbanos, num estado de alienação e passividade, suscetível à manipulação. A terceira idéia era decorrente da segunda: as massas eram presas fáceis aos meios de comunicação. Por fim, “[...] a idéia de que as pessoas tinham sofrido uma ‘lavagem cerebral’ pelas mensagens dos media durante a Primeira Guerra Mundial serviu para validar as primeiras três ‘doutrinas’”⁸ (BINEHAM, 1988, p. 232).

Podemos situar esse período, justamente, entre o fim da Primeira Grande Guerra e os anos que antecedem a década de 1940. É a partir dessa época, também, que o governo estadunidense e uma série de instituições privadas (o Fundo Payne e a Fundação Rockefeller, entre outras) começam a investir maciçamente nas pesquisas sobre comunicação, entendendo-a como peça estratégica. “Hipodérmico” é um termo médico que designa o subcutâneo. O motivo da utilização desse termo, nos é há muito tempo conhecido. Como explicam Comstock e Scharrer, a expressão foi utilizada no sentido de entender a ação dos meios de comunicação como “[...] análoga à injeção de uma substância química com propriedades conhecidas na corrente sanguínea de um indivíduo”⁹ (2005, p. 55) e foi empregado como metáfora à ação super poderosa que se acreditava ser característica desses meios. Erroneamente creditado a Lasswell, a primeira utilização do vocábulo aparece na obra *Voting* (1944), de Bernard Berelson, Paul Lazarsfeld e William N. McPhee, quando estes afirmam que “[...] os debates típicos sobre o papel dos *media* comumente implicam em que estes oferecem uma influência simples, direta – como um estímulo hipodérmico num sujeito inerte”¹⁰ (1986, p. 234). Esse “estímulo hipodérmico” seria, por conseguinte, o primeiro modelo elaborado sobre o processo de comunicação de massa. A teoria hipodérmica, ao contrário de seus antecedentes europeus, não tinha como foco a imprensa, mas a propaganda, sob o viés

⁸ No original: “[...] the Idea that people has been ‘brainwashed’ by mass mediated messages during World War I served to validate the first three tenets”.

⁹ No original: “[...] analogous to the injection of a chemical substance with known properties into the bloodstream of an individual”.

¹⁰ No original: “[...] typical debates about the role of the media too often imply a simple, direct ‘influence’ – like a hypodermic stimulus of an inert subject”.

[...] de uma teoria da acção elaborada pela psicologia behaviorista. O seu objectivo é o estudo do comportamento humano com os métodos de experimentação e observação das ciências naturais e biológicas. O sistema de acção que distingue o comportamento humano deve ser decomposto, pela ciência psicológica, em unidades compreensíveis, diferenciáveis e observáveis. Na relação complexa que existe entre o organismo e o ambiente, o elemento crucial é representado pelo estímulo; esse estímulo inclui os objectos e as condições exteriores ao sujeito, que produzem uma resposta. ‘Estímulos e resposta parecem ser as unidades naturais em cujos termos pode ser descrito o comportamento’ (Lund, 1933, 28). A unidade estímulo/resposta exprime, por isso, os elementos de qualquer forma de comportamento (WOLF, 2002, p.)

É possível, segundo essa perspectiva, percebermos um alinhamento em relação ao pensamento hipodérmico nos trabalhos

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, 2002, p. 23)

Resumimos, assim, a narrativa sobre a teoria hipodérmica mais regularmente estabelecida pela bibliografia da área de comunicação. Essa historiografia tradicional, entretanto, não acabou com a dúvida sobre a existência ou não de uma teoria hipodérmica e de seu impacto na formação do campo comunicacional, quando buscamos evidências teóricas que legitimem todos esses estudos como verdadeiramente pertencentes a uma teoria homogênea. Afinal, quais estudos podemos identificar durante o período hipodérmico? O modelo hipodérmico foi, realmente, elaborado por esses estudos a fim de dar conta do fenômeno da comunicação de massa?

É na pouca consistência das possíveis respostas à essas perguntas que repousam as críticas que se contrapõem à idéia de uma teoria hipodérmica, presentes nos trabalhos de Ellen Wartella e Byron Reeves (1985), Steven Chaffee e John Hochheimer (1985), a despeito da história contada nos parágrafos anteriores. Bineham resume da seguinte maneira a posição dos autores, assinalando que para eles, “[...] o modelo hipodérmico nunca existiu, mas a noção de meios todo-poderosa foi criada por Katz e Lazarsfeld para justificar o seu trabalho e chamar atenção as suas descobertas” (1988, p. 233).

O processo de definição da teoria hipodérmica como a primeira teoria da comunicação na tradição da *mass communication research* passa, a propósito, pelo fato mesmo de definir o que é uma teoria. Ora, se os pesquisadores hipodérmicos recebem esse nome numa avaliação posterior à sua produção, não nos parece que exista um



modelo hipodérmico explícito em suas formulações sobre a comunicação de massa. Como pode existir teoria sem intencionalidade, já que esta é produto de esforços metodológicos no âmbito do saber científico? Parece-nos que há, sim, uma aproximação com a ciência nesses estudos¹¹, mas não no sentido de constituir um arcabouço teórico que possibilite o desenvolvimento de um campo de conhecimento novo, direcionado à comunicação como objeto – e que eles comportam um idéia que entende o processo de comunicação de massa como poderoso e cujos efeitos são sentidos diretamente pelos indivíduos da massa.

No entanto, não se trata exatamente de uma teoria nem de um modelo, mas uma suposição que parte do senso comum (os meios de comunicação tem uma poderosa ação sobre a massa). A teoria hipodérmica poderia, na verdade, ser entendida mais como “uma atitude mental” (GOMES, 2005, p. 29) que perpassaria os trabalhos científicos de diversos autores (é sempre importante lembrar que, ao afirmarmos que o período hipodérmico se constitui como o marco zero do campo da Comunicação, estamos falando de autores provenientes de outras áreas, que não possuem o compromisso de elaborar uma teoria da Comunicação, mas utilizam a comunicação como elemento para resolver os problemas de suas próprias áreas de origem). A teoria hipodérmica, destarte, se configura muito mais como um período que um conjunto de conhecimentos suficientemente gerais para que possam ser aplicados em situações análogas (LAVILLE; DIONNE, 1999, p. 35).

A mentalidade hipodérmica vai ser “substituída” nos anos 40 pela teoria da influência pessoal desenvolvida por Lazarsfeld. No entanto, poderemos perguntar: até que ponto, já que os efeitos começam a ter variantes, mas as pesquisas apontam para a otimização da mensagem no sentido de obter o resultado desejado. A resposta pode estar no retorno cada vez mais distante aos dias da teoria hipodérmica, num movimento de estabelecimento de um passado do campo que possa nos ajudar a elucidar não só as teorias que são listadas como as primeiras, mas de compreensão de suas conseqüências e contribuições aos cenários que se colocam hoje.

¹¹ Que, algumas vezes, não são apenas uma “aproximação” da ciência, mas são, eles mesmos, científicos, como a obra de Lasswell, *Técnica de propaganda na Guerra Mundial*, de 1927.



Considerações finais: a teoria hipodérmica reconsiderada

A teoria hipodérmica, a despeito de ter se sido mesmo uma teoria ou não, representa um marco na historiografia do campo. Marco zero, período de transição, teoria “inventada”... De qualquer forma, sua presença nas discussões sobre a fundação do saber comunicacional revela uma necessidade de se refletir sobre o momento em que se dá a junção fenômeno comunicacional/ciência.

Quando Chaffee e Hochheimer (1985) afirmam que a teoria hipodérmica nunca existiu e que a noção de uma corrente de pensamento que encarava a mídia como todopoderosa foi uma invenção de Katz e Lazarsfeld para justificar seu trabalho e chamar a atenção para os resultados destes, que levavam em conta as variáveis sociais intervenientes no processo de comunicação de massa, ao mesmo tempo nos inseriam num meta-discurso que resvalava num importante ponto relacionado à produção científica. Se Katz e Lazarsfeld sentiram necessidade de inventar um passado a um campo que começava a ganhar contornos científicos é porque, sabiamente, reconheciam que, em matéria de ciência, o novo conhecimento só pode surgir na relação que se estabelece com conhecimento anterior. A nós interessa o que na constituição do campo representou a idéia de que durante um certo período, os meios de comunicação foram, sim, considerados detentores de um poder ilimitado.

As teorias que surgiram a partir de Lazarsfeld, de certa forma, se constituíram em oposição a esse paradigma. Mas, nos parece, assim como para Bineham (1988), que ainda restam muitas coisas a dizer sobre o período hipodérmico, muitas confusões a serem desfeitas e muitas dúvidas a serem sanadas. Como colocam Davidson e Lytle (apud BINEHAM, 1988), “A história não é ‘o que aconteceu no passado’; antes, é o ato de selecionar, analisar, e escrever sobre o passado”. O período hipodérmico, assim como todo e qualquer passado, não é algo dado e deve ser revisitado e reconsiderado.

Referências

BERELSON, Bernard et al. *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago: University of Chicago Press, 1986.

BINEHAM, Jeffery L. "A Historical Account of the Hypodermic Model in Mass Communication". *Communication Monographs* 55 (1988): 230-46.



BULMER, Martin (1986). *The Chicago School of Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.

CHAFFEE, Steven H. "Differentiating the Hypodermic Model From Empirical Research: A Comment on Bineham's Commentaries." *Communication Monographs* 55 (1988): 247-49.

COMSTOCK, George A.; SCHARRER, Erica. *The psychology of media and politics*. Saint Louis: Academic Press, 2005.

DEFLEUR, Melvin & BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorias da Comunicação de Massa*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

FENANDES, Luiz Estevam; MORAIS, Marcus Vinícius de. "Os EUA no século XIX". In: *História dos Estados Unidos: das origens ao século XXI*. São Paulo: Editora Contexto, 2008, pp. 99-172.

GOMES, Itania Maria Mota. *Efeito e recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media*. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais, 2004.

HOHLFELDT, Antonio.; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. (orgs.), *Teorias da Comunicação*. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

KATZ, Elihu. "A propôs des médias et de leurs effets", in SFEZ, L. (org.) *Technologies et Symboliques de la Communication*. Colloque de Ceresy 1988 Press Universitaire de Grenoble, 1990, pp 275-282 (tradução para o português de L.C. Martino, mecanografado, Brasília, 1999).

KATZ, Elihu & LAZARFELD, Paul. *Personal influence*. Nova Iorque: Free Press, 2005.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. *A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

MARQUES DE MELO, José. *Teoria da Comunicação - Paradigmas Latino-Americanos*. Petrópolis: Vozes, 1998.

MARTINO, Luiz C. Abordagens e Representação do Campo Comunicacional. *Comunicação, Mídia e Consumo* (São Paulo), v. 3, p. 33-54, 2006.

PURDY, Jean. "O século americano". In: *História dos Estados Unidos: das origens ao século XXI*. São Paulo: Editora Contexto, 2008, pp. 173-215.

RIOUX, Jean Pierre. *A Revolução Industrial : 1780-1880*. São Paulo: Pioneira, 1975.

SOUSA, Jorge Pedro. Pesquisa e reflexão sobre jornalismo: até 1950... e depois. In *Jornalismo: História, Teoria e Metodologia*. Perspectivas Luso-Brasileiras. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2008.



VARÃO, Rafiza. A propaganda como arma política: a influência de Charles Merriam na obra de Harold Lasswell. Anais do XI IBERCOM, 2009.

WIGGERSHAUS, Rolf. *Escola de Frankfurt - História, desenvolvimento teórico, significação política*. Rio de Janeiro: Difeel, 2002.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editora Presença, 2002.