

PADRÕES MIMÉTICOS E O INSTINTO DE REBANHO NA COMUNICAÇÃO DE MASSAS

Autora: Profa. Dra. Malena Segura Contrera

As pesquisas da área de Comunicação quase sempre buscaram compreender o fenômeno das massas por meio de uma abordagem sociológica, focada na dinâmica econômica, nas relações de produção e consumo, seja da perspectiva engajada, seja da perspectiva crítica. Outra abordagem bastante desenvolvida é a que contempla os estudos das linguagens. No entanto, muito poucos se perguntaram: enfim, o que é isso que consideramos comunicação? E o que entendemos por massa? A presente conferência propõe pensar o fenômeno da Comunicação de Massas por uma óptica pouco convencional, considerando o que subjaz à formação das massas e às formas próprias de comunicação destas, ou seja, os processos de vinculação social, o papel da mimese na formação de identidade de grupo e o que a Etologia designa por “instinto de rebanho” (Frans de Waal). Valendo-se dos modernos estudos sobre Teoria da Cultura e da Mídia (Escola de Berlin-São Paulo), essa abordagem pretende contribuir para um olhar revelador acerca do porquê - mesmo quando estamos mais ou menos esclarecidos sobre alguns processos e valores -, deixamo-nos influenciar e arrastar por campanhas de consumo e por movimentos de formação de opinião pública.

É doce fazer parte do rebanho?