

Persuasão Coletiva: A Comunicação para as Multidões¹

Renato Duque BUTINHÃO²
Ana Lúcia Corrêa de SOUZA³
Associação Educacional Dom Bosco, Resende, RJ

Resumo

As atitudes tomadas por pessoas em meio a multidões merecem um estudo diferenciado para que se possa compreender o tipo de comunicação capaz de persuadi-las. São indivíduos dotados de conhecimento, mas que, em contato com seu grupo, apresentam traços de personalidade diferentes dos que possuem isoladamente. É preciso entender o conceito de multidão em sua raiz, os princípios de um grupo que se forma sem direção certa, e associar essa personalidade aos estudos de persuasão que desvendam o processo de assimilação da mensagem seguida da mudança de atitude pelo receptor. As vias duais de persuasão contribuem para diferenciar o tratamento que não conduz a multidão pela via central de raciocínios, mas pela periférica que faz da heurística sua ferramenta de assimilação. A partir disso, é possível favorecer a orientação adequada da multidão.

Palavras-chave: multidão; psicologia social; persuasão; heurística; comportamento.

Abstract

The attitudes taken by people amongst crowds deserve a distinguished study so that one can understand what kind of communication is capable of persuading them. Those are individuals endowed with knowledge but, on contact with their group, present personality traits that differ from the ones they own alone. It's necessary to understand the concept of crowd by its roots, the principles of a group that gathers without a proper direction, and associate that personality to the studies of persuasion that unravel the process of message assimilation followed by the change in the receiver's attitude. The two persuasion routes contribute to differ the treatment that does not conducts the crowd by the central route of reasoning, but for the peripheral one that makes of heuristic its tool for assimilation. From that, it's possible to favor the adequate orientation of the crowd.

Keywords: crowd; social psychology; persuasion; heuristic; behavior.

Introdução

Ao longo da história, as grandes mudanças nas civilizações se tornaram notórias pelas incorporações de novas ideias, concepções e crenças, algumas delas seguidas até os

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social da AEDB, email: renatoduque@outlook.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da AEDB, email: alcsalcs@hotmail.com

dias de hoje. Porém, a violência usada pelas mobilizações populares também teve seu papel nas conquistas dos povos para que depois se alcançasse o enriquecimento cultural e intelectual. O povo, em estado primitivo de destruição, era conduzido a lutar em conjunto contra outros, arriscando suas próprias vidas — ou deixando de lado a consciência da morte — com a finalidade de garantir o espaço e os recursos que seriam compartilhados por todos.

Seja em um protesto, uma revolução ou até mesmo em uma guerra, o ser humano é capaz de se entregar ao “bem maior” ao ignorar sua individualidade, suas concepções e seus princípios, formando um corpo comum. O grande ser social formado por um exército, por exemplo, reúne indivíduos com as mais distintas características. Cada componente traz consigo fatores demográficos, psicográficos, socioeconômicos etc. que dão a eles particularidades determinantes de comportamento e relacionamento. Porém, mesmo sendo tão diverso, o grupo formado pelos componentes de tal exército compartilha o mesmo objetivo e cada um deles tem consciência do papel que exerce dentro daquele sistema.

A partir dessa distinção por vezes tão aguda entre indivíduos que executam as mesmas ações, surgem alguns questionamentos. Como explicar que um homem de natureza pacífica consiga assassinar outro sem sentir-se culpado? Seria a diluição da culpa entre seus pares que amenizaria o arrependimento? Ou teria o grupo uma identidade própria, sendo o culpado não o indivíduo, mas o corpo que ele constitui? No século XIX, Gustave Le Bon⁴ já dissertava sobre a constituição de um ser, formado por um grupo de pessoas, mas caracterizado como outra.

Em certas situações, apenas, aglomerações de homens possuem características novas bem diferentes daquelas dos indivíduos que as compõem. A personalidade consciente se esvai, os sentimentos e as ideias de todos os unidos são orientados a uma mesma direção. Forma-se uma alma coletiva, transitória sem dúvida, mas portadora de características muito claras. (LE BON, 1895, p.17).

Seu livro, *A Psicologia das Multidões*, traçou uma análise da multidão de forma psicológica, encontrando nela os mesmos elementos de diagnósticos dados a um ser humano, mas identificando as limitações que possui um ser formado desta maneira. O princípio seria a ineficácia do uso da razão para se comunicar com a multidão, que não teria capacidade de ser persuadida com argumentos. Ao longo dos anos, outros psicólogos sociais trouxeram visões mais promissoras, encarando a multidão primitiva como

⁴ Psicólogo social francês.

indivíduos dispersos, mas que, quando coordenados, atingem até mesmo conquistas que exigiriam um trabalho intelectual coletivo, como o *crowdsourcing*.

A necessidade de se compreender o funcionamento da multidão provém do desafio da comunicação com indivíduos que estão em meio a um grupo desse tipo. Já são sabidas as estratégias de contato e persuasão das massas, principalmente voltadas ao *marketing* político. Bem como também se sabe as práticas para atingir o público individualmente, a partir dos traços sociais de cada receptor, e determinar qual tipo de linguagem será mais eficaz na transmissão da mensagem. Porém, quando se deseja atingir um indivíduo que passa a fazer parte de uma multidão, ainda que mantenha consigo os fatores formadores de sua personalidade, o processo comunicacional passa a adotar valores de um grupo no momento da recepção da mensagem, e o trabalho persuasivo precisa ser diferenciado.

Como, portanto, realizar uma campanha que objetive persuadir o adolescente a não consumir drogas quando em meio a um entorno que sugere a prática como inofensiva e agregada a *status*? O uso de argumentos sólidos será mais forte que o estímulo do grupo quando o jovem estiver em contato com seus amigos? Ou no caso da violência de torcidas organizadas que entram em conflito e chegam a ferir inocentes que buscam assistir a jogos de futebol nos estádios. É preciso persistir em uma comunicação amena buscando convencer por meio de discursos e sanções ou todos os presentes nas contendas devem ser tratados como criminosos que apresentam perigo também fora daquele ambiente?

O fato é que a comunicação para pessoas em meio a multidões é um desafio. Para a solução desse questionamento é preciso voltar aos primeiros estudos de persuasão, por pesquisa nos autores da área psicológica, e associá-los à sociologia das multidões de modo a encontrar a melhor maneira de comunicar para um ser tão diversificado.

Multidão

O conceito de multidão vem sendo modificado sucessivamente nos últimos séculos. No início, pesquisas rudimentares traziam os primeiros estudos sobre aglomerações de pessoas sob um olhar mais simplificado. Com o passar dos anos, pesquisadores buscaram um meio de trabalhar grupos sociais visando projetar neles a esperança de mudanças sociais em prol do bem-estar social. Enquanto esses estudos de psicologia social se destacam pelo emprego das massas de maneira positiva, atribuindo a elas potenciais de poder popular e mudança social, capacidades encontradas em multidões orientadas, os primeiros olhares de

Gustave Le Bon se voltavam a questões anteriores, como os traços psicológicos mais marcantes, o pensamento coletivo e a condução de uma multidão dispersa.

Le Bon, após vários escritos discriminatórios destinados a identificar e distinguir as raças entre seres humanos e o comportamento de cada uma delas, trouxe o mesmo olhar para o estudo das multidões. Nascido na II República Francesa, em meio ao socialismo como era imposto em sua época, o psicólogo reproduziu diversos elementos em sua obra que demonstram claramente o repúdio às massas e às ações praticadas por elas, pensamento comum entre as altas classes europeias.

Ignora-se essa limitação na redação de *A Psicologia das Multidões* e é possível encontrar um trabalho esmiuçado e coeso na análise de um tipo de grupo social ainda presente nos dias de hoje. A multidão a esmo, sem orientação devida, em estado de dispersão, pode até ser conduzida por algum líder, mas estaria sempre em busca de satisfação imediata e cumprimento de instintos primitivos humanos. Guardadas as devidas proporções e temporalidade, ao se tratar de definições psicossociais genéricas, os estudos de Le Bon servem bem à conceituação compreensiva da multidão dispersa, para que se possa, a partir daí, determinar os elementos persuasivos que a levem à orientação positiva.

Primeiramente, a multidão deve ser vislumbrada em seu contexto histórico. Desde os primeiros registros da humanidade, a vida em agrupamentos de pessoas era o principal meio de sobrevivência. Os membros se protegiam e garantiam que o conjunto prevaleceria em meio às adversidades. Viver dentro de um grupo e dividir com ele o mesmo espaço, recursos e experiências é, desde esses tempos, uma atividade natural intrínseca ao nosso comportamento.

Sigmund Freud⁵ identificou algumas aglomerações de sua época como equivalentes às daquelas de tempos remotos, ao trazer o termo “horda” que Charles Darwin⁶ usara para descrever alguns grupos de animais que agiam inconscientemente sob o governo de um líder, o que também descreveria os grupos sociais primitivos. “Assim como o homem primitivo virtualmente sobrevive em cada indivíduo, também a horda primitiva pode surgir uma vez mais de qualquer multidão aleatória [...]”. (FREUD, 1921)

Ao longo da história o homem deixou de se agrupar em simples coletivos e passou a construir civilizações. As heranças culturais e as políticas de ordem pública deram aos povos sua identidade, o que levava ao sentimento de identificação dos homens com seus semelhantes. A partir daí, o grupo que se defendia para sobrevivência na natureza, passou a

⁵ Neurologista austríaco que fundou a Psicanálise.

⁶ Naturalista inglês difusor da seleção natural na teoria evolutiva.

se fortalecer como forma de proteção da vida de seus componentes e também da sua história. Essa evolução intelectual permitiu que a racionalidade do ser humano fosse cada vez mais intensificada, na produção de ferramentas para facilitar o trabalho, manifestações artísticas (corporais, gráficas, plásticas, auditivas etc.) e até na confecção de armas.

Em estado de repouso, a salvo da iminência do ataque de um animal selvagem e protegidas nos domínios que ergueram, as civilizações puderam dedicar-se ao desenvolvimento cultural e adormecer seu lado instintivo. O que não significa que essa postura se esvaiu completamente. Ao entrar em contato com situações que remetem ao estágio primitivo, o homem pode apresentar um comportamento que muitas vezes diverge de sua personalidade pacata. Pode ser em uma situação de perigo, em que ele deixa de lado a razão e age da maneira que assegure sua segurança, ou talvez desperte ao estar reunido com seus semelhantes em meio a uma busca comum.

Uma estagiária de fisioterapia viajava em um ônibus com seu amigo pelo distrito sul de Déli, na Índia, em dezembro de 2012. Os seis outros homens que estavam no veículo, incluindo o motorista, agrediram o rapaz e estupraram a moça. Treze dias após o ocorrido, ela não resistiu aos ferimentos que sofreu e morreu em um hospital de Singapura. Os estupradores constituíam um grupo heterogêneo, incluindo desde um vendedor de frutas até um instrutor de ginástica. A cumplicidade existente entre os acusados permaneceu até o momento das prisões, após o qual os depoimentos levaram a divergências com objetivo individual de garantia dos álibis. Porém, no momento do crime, todos partilhavam da mesma intenção. A agressão ao rapaz, a violência sexual e até a perfuração dos órgãos internos da moça com uma chave de roda enferrujada não foram cometidas individualmente. Era um coletivo formado naquele momento que pensava da mesma maneira e desejava o mesmo fim.

Se, em uma situação similar, algum deles encontrasse a possibilidade de cometer o mesmo ato, talvez conseguisse aquietar os instintos violadores e assassinos inerentes a si. Como disse Le Bon, a multidão “é um ser provisório, formado por elementos heterogêneos que passam a possuir uma espécie de alma coletiva que os dá sentimentos, ideias e ações que não teriam isoladamente” (LE BON, 1895, p. 19). Estar em meio aos seus dá ao indivíduo o respaldo sobre suas ações. Cometer algum abuso passa a ser legítimo pela identificação que o grupo proporciona.

Se o grupo é capaz de tomar a decisão de agir coordenadamente e executa sua ação em acordo entre todos os membros, pode-se compreender a existência de um pensamento

comum dentro deste processo. Porém, como determinar qual seria o comportamento desse grupo? Seria um composto entre ideias, crenças e atitudes de cada um, ou uma média entre a intensidade de suas moralidades? Por certo que em meio a um momento em que não há discussão ou acordo prévio, o que prevalece é apenas a interseção entre a personalidade de todos os membros.

Algumas pessoas trabalham com mais racionalidade e inteligência, já outras possuem reflexos mais apurados e habilidades específicas. Não é possível esperar que todos os membros da multidão (seja essa uma grande aglomeração ou apenas um pequeno grupo em sintonia de comportamento) sejam capazes de agir da mesma maneira. Para que um grupo haja em conjunto, executando a mesma ação sem combinados, o que deve prevalecer é um denominador comum a todos. O quadro comum é traçado ao se nivelar pelos comportamentos humanos primitivos e rudimentares, pois são os únicos traços que indubitavelmente toda a multidão pode partilhar, mesmo em dispersão. Theodor Adorno e Max Horkheimer⁷, que procuravam justificar o condicionamento nivelado das multidões o atribuindo às pressões das elites capitalistas, também identificaram a regressão evolutiva no comportamento de alguns grupos.

“Pela mediação da sociedade total, que engloba todas as relações e emoções, os homens se reconvertem exatamente naquilo contra o que se voltara a lei evolutiva da sociedade, o princípio do eu: meros seres genéricos, iguais uns aos outros pelo isolamento na coletividade governada pela força.” (ADORNO; HORKHEIMER, 1947, p. 20).

Visto que a multidão constitui um ser mais simples independentemente da capacidade intelectual de seus componentes, para comunicar-se com tal ser é preciso encontrar as características psicológicas que, assim como toda pessoa, a multidão possui. Em seu caráter disperso, a multidão se comporta de maneira imediatista e simplista, já que não é capaz de prever resultados gerais por análise. Comovem-se com tragédias de grandes proporções como o ataque ao *World Trade Center* em 2001 ou o *tsunami* que varreu a Ásia em 2009, mas não mais se espantam ao ouvir que alguém em sua vizinhança foi assassinado, realidade corriqueira por todo o mundo. Do mesmo modo que não reagem a aumentos ínfimos que se acumulam nos seus impostos, mas se revoltam quando há um abuso mais evidente, como vinte centavos na passagem dos coletivos. Respondem às

⁷ Filósofos alemães que estudavam a sociedade.

mudanças que conseguem chamar a atenção de todos os indivíduos que abrigam, para que ocorra o entendimento geral da ligação entre o desrespeito e a necessidade de mudança.

Portanto, a razão que a multidão consegue atingir é associativa, o que faz com que seus sentimentos sejam simples e extremos. Se algo pode ser considerado bom, é tomado como verdade absoluta, e se for tido como ruim, a colocação é ignorada, mas independentemente de qual seja o veredito, ele sempre é aceito ou rejeitado em bloco. Isso ocorre pela inviabilidade da discussão entre opiniões, ideias e crenças. Qualquer contradição levaria a um estudo prolongado de argumentos, o que é impossível quando o grupo assume a postura de seguir decisões rápidas e seguras. Casos particulares acabam sendo generalizados e suas resoluções impostas, pois é mais garantido que todos pensem da mesma maneira e avaliem por critérios mais rasos, ainda que isso leve ao exagero no julgamento entre o bem e o mal.

Do mesmo modo que um grupo de *skin heads* é capaz de assassinar um homossexual ao acreditar que esse ato é concebível e aprovável, a valorização extremada da justiça por uma multidão também pode possuir certo tom de moralidade, de acordo com o que o grupo julga ser certo. No dia 31 de fevereiro de 2014, três homens sobre motocicletas agrediram, esfaquearam, despiram e prenderam um adolescente pelo pescoço a um poste usando uma corrente de bicicleta. A ação dos denominados “Justiceiros” pode ser compreendida por sua “legítima defesa coletiva de uma sociedade sem Estado contra um estado de violência sem limites”, nas palavras da jornalista Rachel Sheherazade⁸. Mas argumentos de ordem social não eximem os criminosos da desumanidade de seu ato, próprio dos grupos que decidem e condenam por sua própria justiça.

Para facilitar as decisões tomadas pela multidão, o ser humano executa um comportamento de imitação, desde a reprodução involuntária de um bocejo ou em um movimento de dança. B. F. Skinner⁹ (1953) indicou que a “imitação se desenvolve na história do indivíduo como resultado de reforços característicos”, são estímulos sociais seguidos de respostas reforçadas pelo resultado das ações. Assim sendo, em determinadas situações em que é preciso agir sem racionalização prolongada, o indivíduo procura elementos nas ações de outros homens que possam ser imitados ou reproduzidos. Ao ouvir gritos e perceber uma correria em meio a uma multidão, os indivíduos, ainda que sem consciência do que ocorre, entram em estado de pânico. Diversos eventos ao longo da história relataram mortes causadas pelo rompante de multidões exaltadas que nem se davam

⁸ Jornalista do Sistema Brasileiro de Televisão.

⁹ Psicólogo behaviorista americano.

conta do que acontecia até o momento em que se apaziguavam. Mas, em um momento de perigo, não é possível existir dúvida, a ação imediata garante a sobrevivência. O convívio em grupo existe não apenas para defender, mas também para alertar.

O ser humano sempre tende a acompanhar um modelo, basta que ele possua características que façam com que haja desejo de segui-lo. O mesmo se aplica à multidão, devido ao seu pensamento mais simplificado. Ao encontrar uma concepção, crença ou pessoa que exemplifique um modelo ideal, que atenda satisfatoriamente os seus objetivos imediatos, a multidão concorda em receber instruções e se orientar mediante o que é enviado a ela. Assim como as hordas primitivas, ela naturalmente determina algo ou alguém que, consciente ou inconscientemente, a conduz.

Condução

Até alguns séculos atrás, a Igreja era associada ao Estado em diversas civilizações ocidentais. Enquanto as regulamentações e leis para o bom convívio eram estipuladas e fiscalizadas pelos poderes estatais, a religião era incumbida de determinar o comportamento da população. Muitas vezes sem conhecimento pleno daquilo que seguia, o público era orientado a praticar ações e compartilhar ideias sob a pena da exclusão social, acusação criminal e, em certos momentos, de morte. Quando alguma reforma era feita, ao invés da dissociação entre poderes, ocorria somente a transferência para outro sistema religioso, que ainda se confundia com o regimento governamental.

No momento em que a multidão se enfada do controle do Estado, mesmo após o enfraquecimento do domínio religioso, que permanece favorecendo alguns em detrimento da maioria, e toma a decisão de lutar em defesa de seus interesses, a revolução popular se instala. Uma decisão conjunta, com um fim determinado, ou determinando-se, mas que sempre atende a ideias comuns, qual seja a dimensão da multidão que a executa. As divergências não surgem no momento da ocupação ou guerrilha; apenas quando os ânimos se acalmam e é preciso decidir como administrar a conquista obtida é que conflitos podem surgir, não antes. Pois a investida revolucionária é o ápice do poder da multidão, é a maior manifestação da sua capacidade de determinar qual futuro terá para si. A democracia serve a determinações burocráticas e compreensão da vontade geral da população, mas é o movimento revolucionário que expressa a força popular.

Entretanto, a multidão mantém sua simplicidade psicológica independentemente da situação que promove e, portanto, é incapaz de racionalizar profundamente no momento do ato. Faz-se necessária ainda alguma figura a se espelhar, o modelo que oriente o grupo, assim como fazia o Cristianismo noutro tempo. Os líderes revolucionários, teóricos e locais, ainda representam a direção no comportamento da multidão, que ficaria perdida sem sua direção. O mesmo vale para líderes comunitários ou chefes de outros movimentos sociais. O ser humano, imitativo por natureza, encontra em uma figura a representação do que serve ao interesse popular e o acompanha. O elemento que dá a uma crença, ideia ou pessoa a condição de exemplo para uma multidão é conhecido como prestígio.

O prestígio pode ser adquirido pelo cargo ocupado por alguma autoridade, representação social ou por quão célebre é alguma personalidade. Com efeito, o uniforme pode conferir autoridade a uma pessoa, sendo signo de fácil assimilação pelo público em geral, que tende a aceitar as ordens de uma pessoa uniformizada mais do que as de qualquer um. Do mesmo modo, o prestígio também pode ser natural e particular. É notório que algumas pessoas possuem em si características que atraem as demais, permitindo convencer e conduzir com muito mais facilidade que outras. Entre adolescentes é frequente que um dos membros de mais destaque do grupo estipule os locais e atividades nas quais eles irão participar. Pode ser a escolha da festa que será presenciada ou até o estímulo a pequenos delitos, como pichações ou a condução um carro sem habilitação, os outros indivíduos se sentem impelidos a aceitar as decisões pelo carisma do condutor. Esse talento persuasivo pode ser aplicado em pequenas conquistas diárias ou grandes mudanças populares.

O fenômeno da associação entre violência e futebol é um exemplo de condutor de multidões cujo prestígio não está em um ser humano. A multidão violenta que externa seus instintos em contato com outra multidão não precisa ser necessariamente guiada por um líder. A vitória ou derrota de seu time já é capaz de alterar o humor coletivo e justificar as atitudes. Todo embate físico, moral e até letal está em acordo com o esporte e não faria sentido sem ele. O futebol é o esporte que promove eventos com maior concentração de pessoas, por também ser aquele de maior apreciação em diversos países. A divisão entre clubes que disputam algum título e o alto número de torcedores gera a estrutura ideal para favorecer o surgimento da violência nos estádios.

Multidões também podem seguir figuras de prestígio sem que tenham mantido contato direto com elas. Nos dias de hoje, o Brasil abriga cerca de cento e cinquenta mil estudantes da Cultura Racional. O movimento religioso iniciado na década de 1930 já

alcançava notoriedade nos anos 70, quando foi adotado pelo cantor e compositor Tim Maia. Em 1974, o lançamento de dois discos intitulados *Tim Maia Racional*, volumes 1 e 2, elevou exponencialmente o conhecimento nacional acerca da Cultura Racional e, conseqüentemente, o número de seguidores. Mesmo após o rompimento do artista com o movimento e contínuas declarações contra o grupo, a obra literária *Universo em Desencanto*, que abriga os conhecimentos da doutrina, ainda é comercializada até hoje em consequência do grande sucesso dos álbuns. Segundo os próprios fiéis que vendem os livros, a maior propaganda da Cultura Racional são as músicas, cujas letras ditam clara e repetidamente “leia o livro Universo em Desencanto”.

Ao abordar o campo da mente que trabalha com a certeza sem dependência de comprovação científica, é possível atingir o caráter mais fortalecedor do ser humano. A fé pode dotar o fiel de capacidades além das quais ele se julgaria apto a exercer. Qualquer motivador que consiga atingir esse traço, seja uma religião, ideologia ou líder, conseguirá despertar na multidão que comunga da mesma crença um potencial de transformação social que excede aos padrões. O trabalho de adesão mais eficaz ocorre na fidelização do indivíduo em uma multidão, cuja racionalização não pode ser prolongada em conjunto. A credulidade é inversamente proporcional à capacidade crítica de alguém, e a multidão geralmente não trabalha com pensamento crítico e analítico, por isso é tão sugestionável.

Em 3 de maio de 2014, dezenas de moradores do bairro de Morrinhos na cidade de Guarujá, em São Paulo, cercaram Fabiane Maria de Jesus, uma das moradoras do local. Os populares a lincharam, arrastaram por um fio amarrado ao seu braço, lançaram um bloco de concreto sobre sua cabeça, entre outras demonstrações de violência. A mulher foi levada ao hospital, mas não resistiu ao traumatismo craniano e faleceu. Alguns dias antes, uma página da rede social *Facebook* publicara o retrato falado de uma sequestradora de crianças que as usaria em rituais de magia negra e cuja face se assemelhava à de Fabiane. Para os moradores do pequeno bairro que consideraram ser a mesma pessoa, sua avaliação já foi suficiente para difundir o julgamento entre os outros moradores, que nem ao menos haviam visto a imagem. Alguns se compadeceram por ter filhos e se sentiram obrigados a exterminar a dita criminosa, e a moralidade da multidão se manifestou junto a sua sugestibilidade usual. Uma notícia costuma ser escrita por jornalistas e, vinda da *internet*, terreno desconhecido de certas partes da população, houvera de ser verídica o bastante para justificar a morte de uma suspeita.

Isso se dá pois quando o ser humano julga, analisa e pondera demasiadamente sobre um assunto, isso pode levar à possibilidade de rejeição da ideia ou vacilo na decisão. Os condutores do coletivo não são necessariamente os mais sensatos e sábios, mas sim aqueles que têm atitude e prestígio para tomar as decisões e terem suas palavras e sentimentos seguidos por todos. Nos locais que agrupam usuários de *crack* nos grandes centros, por exemplo, é comum que o líder seja alguém que não faça uso da droga e, portanto, possa proteger os demais. Essa pessoa exerce autoridade na “cracolândia” em que vive e é respeitado mesmo por aqueles que não podem fazer pleno uso dos sentidos. Para atrair uma multidão e ter controle sobre seu funcionamento não se pode impor argumentos e teorias, é preciso encontrar alguma representatividade que consiga impressioná-la e conquistá-la.

Persuasão

O processo de persuasão das massas é diferente do que deve ser utilizado para as multidões. O primeiro atinge o povo e apresenta resoluções que, ainda que sejam ignoradas por algum indivíduo em um primeiro momento, se propagam por diversos outros e acabam criando uma rede que eventualmente permite o contato de todos com a mensagem. Já as multidões são grupos com certa homogeneidade que se isolam da recepção de alguns tipos de informação. A elas são destinadas mensagens que concernem diretamente às suas necessidades, mas que são ignoradas se não chamam sua atenção ou obtêm seu respeito.

Claude Chabrol e Miruna Radu (2008) relatam os estudos realizados no início dos anos 1980 por Richard Petty e John Cacioppo¹⁰ sobre a probabilidade de elaboração cujas disposições se mantiveram pertinentes até os dias de hoje. Sua obra relata que existem duas vias de persuasão pelas quais a mensagem pode ser elaborada, tendo cada uma um tratamento da informação diferente pelos indivíduos. A via central é aquela que exige motivação dos indivíduos para tratarem a mensagem persuasiva em profundidade e elaborar um juízo sobre ela. Já a via periférica é aquela que não exige tanto envolvimento com o tema, avaliando as mensagens com menos dispêndio de pensamento e buscando rapidamente elementos que digam se ela deve ou não ser aderida pelo indivíduo.

Enquanto a comunicação tradicional visa atingir as duas vias utilizadas por todo ser humano, comunicando com argumentos plausíveis para acessar a via central ou produzindo elementos que contribuam para ao menos alcançar o receptor distraído pela via periférica

¹⁰ Professores de psicologia americanos.

(por meio de poluição visual ou sonora, muitas vezes), a multidão requer atenção especial. É um ser que se encontra atento, que é capaz de ser persuadido, mas que só aceita as informações selecionadas pelo todo que o constitui. Pela sua dificuldade em produzir pensamentos racionalizados, apenas a via periférica de persuasão pode atingi-lo, e a mensagem deve ser preparada para persuadir da melhor maneira dentro deste processo comunicacional especial.

A estrutura básica da persuasão se mantém. Chabrol e Radu relatam que a Escola de Yale¹¹ já promovia os estudos sobre o tema, ainda que com maior foco nos resultados que a persuasão causava na atitude dos receptores do que no processo de elaboração das mensagens. Ainda que seja sabido que o impacto persuasivo de uma mensagem é determinado pelos pensamentos gerados no momento da recepção, os estudos da Escola orientam no processo de mudança atitudinal. O modelo estocástico¹² criado por um de seus membros, William McGuire¹³, propunha a sequência que levaria ao molde da nova atitude da pessoa persuadida: atenção, compreensão, aceitação, memorização e ação. Essas cinco etapas fariam com que a mensagem afetasse a atitude do receptor nos três componentes que a formam: cognitivo, afetivo e conativo.

1. Atenção (exposição da mensagem e sua percepção pelo indivíduo).
2. Compreensão. Junto ao primeiro passo, a atenção e a compreensão tratam da recepção da mensagem, trabalham o componente cognitivo da atitude, nas opiniões e crenças do indivíduo.
3. Aceitação. O terceiro passo atinge o componente afetivo, as emoções ou sentimentos que a mensagem consegue tocar.
4. Memorização. A quarta etapa não atua em um componente específico, mas está no princípio de uma atitude, que é sua durabilidade na disposição de um indivíduo face a um objeto do mundo social.
5. Ação. Já o último passo está relacionado com o resultado da persuasão, se o componente conativo da atitude passou a indicar um novo comportamento, seja de aproximação ou de evitamento.

¹¹ Escola de pensamento focada da filosofia desconstrucionista.

¹² Esse modelo se assemelha ao método AIDA (Atenção, Interesse, Desejo e Ação) difundido nas estratégias de *Marketing*.

¹³ Pesquisador em psicologia da persuasão.

Aplicando o modelo de McGuire à persuasão que ignora a via central, é preciso deixar de lado argumentos racionais. Chabrol e Radu também divulgam uma pesquisa¹⁴ que indica que a atenção dedicada pela via periférica valoriza mais a credibilidade de fontes que conteúdo em argumentações. A atenção da multidão se dará ao prestígio de fontes credíveis ou atraentes que estejam mais relacionadas com as opiniões compartilhadas pelo grupo.

Le Bon sugeriu três elementos necessários para comunicar com eficácia a uma multidão. Primeiramente, a afirmação. A mensagem deve ser declarada de modo conciso e direto, sem discorrer explicações. Instruções rápidas e enérgicas conferem mais autoridade ao condutor da multidão. A repetição é o segundo elemento persuasivo, que faz com que a afirmação seja por fim aceita pela multidão. A informação repetida unanimemente e não contestada é recebida pelo inconsciente como válida e aderida pelo indivíduo ainda que não lembre quem foi o autor da mensagem. A repetição de um indício elaborado pela via periférica pode conduzir à sua memorização e reforçar sua acessibilidade pela memória e pela atitude. O terceiro é o contágio, garantido pela instintiva mimese das ações alheias. Além de servir de mecanismo de defesa e transmissão imediata de mensagens gerais, outras características também são intensamente transmitidas, como ideias, sentimentos, emoções e crenças. É pela reprodução de modelos que o contágio propaga opiniões e crenças.

O poder da afirmação, sua repetição e eventual contágio se dá através do sistema de elaboração da mensagem mais aliado à via periférica. A heurística compreende reações humanas que permitem dar atenção ou ignorar as colocações trazidas ao indivíduo pelo seu ambiente, através de reflexões simples que o próprio pensamento executa sem que precise passar pela consciência. Por exemplo, acreditar em alguma pesquisa científica apenas pelo fato de ter sido feita por especialistas, ou acatar a opinião que a maioria tem sobre algum assunto são características comuns do uso da heurística. São decisões simples tomadas sem avaliação apenas para facilitar a administração das informações. Muitas vezes o indivíduo segue a afirmação que lhe parece verdadeira, é atingido pela repetição da mensagem e toma para si as opiniões do condutor sem ao menos se dar conta que em nenhum momento fez uso da racionalidade para tomar suas decisões.

A partir do seguimento dessas concepções é possível produzir campanhas que atinjam os pontos necessários para condicionar as multidões a uma mudança de atitude. Após o caso do estupro coletivo supracitado, a comoção dos indianos e os protestos

¹⁴ Impacto atitudinal de uma mensagem sobre a implementação de um exame de saída segundo o nível de envolvimento e a especialização da fonte. Os candidatos que acreditavam ter que participar de um debate após a apresentação do tema deram mais valor aos argumentos, enquanto que aqueles que apenas assistiam, se posicionaram baseados nas fontes.

massivos se expandiram para a Publicidade. Campanhas com o tema “proteja suas filhas” e afins se espalharam com o intuito de impedir novos casos, o que não ocorreu. Os casos de estupro entre 25 de maio de 2013 e o mesmo dia de 2014 subiu 5,5% em relação ao mesmo período do ano anterior, assim como os casos de abuso sexual subiram 3,5%. Aqueles que se asseguravam da legitimidade de seus abusos pelo grupo que os abrigava continuaram atuando ou até mesmo tiveram reforçada em suas mentes a possibilidade cometer tal ato.

Situações de grande impacto podem vir a persuadir, ou ao menos inclinar para uma mudança, mas nem sempre é o caso. Na tragédia do estádio de Heysel¹⁵, não foi o apelo causado pela fatalidade que levou ao declínio da cultura *hooligan* na Inglaterra. Foi preciso intervenção governamental após a repercussão do caso para que os crimes fossem impedidos. Outros países que enfrentam o mesmo problema buscam em campanhas publicitárias a mudança da mentalidade das multidões. A OAB SP¹⁶ lançou em fevereiro de 2014 uma peça contra a violência nos estádios, pedindo por paz. No mesmo mês, foi lançada na Malásia a campanha “Amem o Futebol, Parem o *Hooliganismo*”, pretendendo evitar o crescimento do fenômeno no país.

A essas campanhas falta compreender o que comunica efetivamente a uma multidão. Símbolos de paz e imagens de crianças não representam agentes de mudança à atitude daqueles que se participam desses conflitos. Não é efetivo trabalhar conceitos pacificadores em pessoas cujo objetivo não é a violência por si só. A finalidade de quem se envolve em tal atividade está mais relacionada com a visão freudiana de que a multidão serve para liberar a mente inconsciente nas pessoas. A busca por um momento no qual a consciência tem pouco valor e é possível explorar o inconsciente compartilhado por um coletivo. Em outras palavras, as multidões expressam pertencimento a algum grupo e desprendimento da vida comum para viver a fantasia compartilhada e legitimada de liberdade.

Considerações finais

Conclui-se que o trabalho de persuasão dos indivíduos abrigados em multidões pode alcançar objetivos concretos quando consideradas as particularidades do grupo em que ele se encontra. Cada multidão é diferente de acordo com o momento em que se encontra e com as particularidades dos membros que a constituem, portanto se faz necessário um estudo

¹⁵ Brigas entre torcedores dos clubes Liverpool, da Inglaterra, e Juventus, da Itália, na final da Copa da UEFA de 1985 realizada em Bruxelas que acabaram levando à morte de 39 torcedores.

¹⁶ Ordem dos Advogados do Brasil em São Paulo.

esclarecedor que possa aplicar os conhecimentos de segmentação já usados com objetivos mercadológicos para cada multidão.

A multidão se apresenta ainda em diversos tipos, nuances e definições mais profundas, além do que foi tratado nesta obra. A mescla dos estudos de psicologia das multidões com a persuasão social, frequentemente aplicada apenas ao estudo das massas, já se mostrou promissora frente aos diversos questionamentos que surgiram após estudar tal processo. O importante, por hora, é compreender que a comunicação para esses grupos sociais deve ser feita de forma especial, respeitando as singularidades de cada multidão.

Referências

17-YR-OLD drugged at mall, raped by 3 in west Delhi. **Hindustan Times**, 21 jul. 2014. Disponível em: <<http://www.hindustantimes.com/india-news/17-yr-old-drugged-at-mall-raped-by-3-in-west-delhi/article1-1233284.aspx>>. Acesso em: 20 jul. 2014.

ADOLESCENTE suspeito de roubo é espancado e amarrado nu em poste na zona sul do Rio. **R7**, 03 fev. 2014. Disponível em: <<http://r7.com/Gh89>>. Acesso em: 20 jul. 2014.

ADORNO, T; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. 1947. Disponível em: <http://www.nre.seed.pr.gov.br/umarama/arquivos/File/educ_esp/fil_dialetica_esclarec.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2014.

CHABROL C.; RADU, M. **Psicologia da Comunicação e Persuasão: teorias e aplicações**. Lisboa: Piaget, 2008.

DELHI gang rape: Chronology of events. **The Hindu**, 10 set. 2013. Disponível em: <<http://www.thehindu.com/news/national/delhi-gangrape-chronology-of-events/article5079321.ece>>. Acesso em: 20 jul. 2014.

FREUD, S. **Group Psychology and the Analysis of the Ego**. 1922. Disponível em: <<http://www.bartleby.com/290/10.html>>. Acesso em: 20 jul. 2014.

LE BON, G. **Psychologie des foules**. Paris, 1895. Disponível em: <http://classiques.uqac.ca/classiques/le_bon_gustave/psychologie_des_foules_Alcan/foules_alcan.html>. Acesso em: 20 jul. 2014.

NOGUEIRA, B. T. Sejam os Racionais. **Trip**, 22 dez. 2005. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/revista/salada/sejam-os-rationais.html>>. Acesso em: 20 jul. 2014.

ROSSI, M. Mulher espancada após boatos em rede social morre em Guarujá, SP. **G1**, 05 mai. 2014. Disponível em: <<http://glo.bo/1j1X0xS>>. Acesso em: 20 jul. 2014.

SKINNER, B. F. **Science and Human Behavior**. Nova Iorque: Macmillan, 1953.

VIOLÊNCIA no Futebol : A OAB SP pede paz. **Portal da Propaganda**, 24 fev. 2014. Disponível em: <<http://www.portaldapropaganda.com.br/portal/component/content/article/16-capa/40576-violencia-no-futebol--a-oab-sp-pede-paz>>. Acesso em: 20 jul. 2014.