

Gabriel Tarde, pensador da comunicação¹

Larissa Alboreda GANDOLLA²
Dayana K. Melo da SILVA³
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

Gabriel Tarde aborda em suas obras as noções de público e opinião a fim de descrever o contexto social e comunicacional característico da sociedade ocidental do final do século XIX e início do século XX. O objetivo deste artigo é investigar a influência deste autor e de suas análises no desenvolvimento dos estudos da Comunicação. Com base em uma pesquisa bibliográfica de caráter qualitativo e exploratório, analisamos cada uma dessas noções, além da noção de imitação, relacionada ao próprio surgimento da opinião e aos estudos de rede. Concluímos destacando que, além da sua contribuição sociológica, Tarde foi um dos primeiros pensadores da Comunicação na modernidade, podendo servir de referência para análises atuais interessadas nos processos de agrupamento social que emergem no contexto das tecnologias digitais e em rede.

PALAVRAS-CHAVE: Gabriel Tarde; público; opinião pública; imitação; epistemologias da Comunicação.

INTRODUÇÃO

Gabriel Tarde foi um sociólogo e jurista francês que viveu entre os anos de 1843 e 1904, mesmo contexto de nascimento do pensamento sociológico. Contemporâneo e rival intelectual de Émile Durkheim, considerado, ao lado de Max Weber e Karl Marx, fundador da sociologia moderna, Tarde teve sua obra praticamente esquecida durante quase todo o século XX. Isso porque na disputa de saber e poder com Durkheim e os durkheimianos, a tentativa de Tarde de explicar as representações coletivas, ou seja, os fenômenos sociais por meio das imitações e invenções, foi vista como uma tentativa de confundir a sociologia com a psicologia (DELEUZE *apud* SILVA, 2016, p. 235).

Apenas nas últimas décadas do século passado e início deste século, importantes nomes da sociologia francesa, a exemplo de Bruno Latour e Michel Maffesoli, recorrem

¹ Trabalho apresentado na IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XVIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de graduação do 3º semestre do curso de Relações Públicas da ECA-USP, e-mail: larissa.alboreda@usp.br

³ Orientadora do trabalho. Professora Contratada do Departamento de Comunicações e Artes da ECA-USP, e-mail: dayanamelo@usp.br

à obra de Tarde, considerado por Gilles Deleuze como o precursor da microsociologia, para explicar certos fenômenos sociais (DJELLA; GALLOUJ, 2017). Enquanto Latour (2002, 2012) enfatiza a influência da teoria social de Tarde no desenvolvimento da teoria do ator-rede, Maffesoli (1998) mobiliza Tarde para estabelecer o declínio do individualismo nas sociedades pós-modernas e teorizar sobre a noção de “tribos urbanas”.

No campo das Ciências da Comunicação, especificamente, além da própria influência da noção maffesoliana de tribalismo e da teoria latouriana de ator-rede, que abordam, respectivamente, questões acerca do “princípio de similitude” e da não diferença entre agenciamentos naturais e sociais, bem como entre grandes e pequenas montagens na sociedade, a obra de Tarde ganha destaque por meio da noção de público (TARDE, 1992), e da própria noção de imitação, considerada pelo autor o fundamento da vida social, isto é, o fato social elementar (TARDE, 1978).

Nesta pesquisa, buscamos analisar a influência dos estudos de Tarde nos estudos da Comunicação. Na primeira seção, abordamos as diferenças entre as noções de multidão e público, sendo essa última diretamente relacionada ao surgimento da imprensa. Na segunda seção, discorremos sobre a influência de Tarde nos estudos sobre opinião pública, sempre enfatizando o papel das tecnologias de comunicação nesse processo. Na terceira e última seção, apresentamos a noção de imitação e sua influência no próprio entendimento de rede, com seus atributos de conexão e circulação. As considerações finais sintetizam todas essas ideias e apontam para as possibilidades e limites de atualização dessas noções no atual contexto comunicacional, marcado pela emergência e desenvolvimento das tecnologias digitais e em rede.

O PÚBLICO COMO PRODUTO DA IMPRENSA

O público é uma multidão virtual, instigada pela consciência individual de que muitos outros interlocutores compartilham da mesma ideia ou vontade ao mesmo tempo. Isso é o que instiga sua existência, a simultaneidade entre interesses de indivíduos dispersos fisicamente, mas aproximados pelas tecnologias de comunicação. Assim explana Tarde sobre o conceito de público no mundo moderno nos primeiros parágrafos da obra *A Opinião e as Massas*, originalmente publicada em 1901. Além disso, o autor observa e descreve a relação, as semelhanças e as diferenças entre as multidões e os

públicos, ao passo que considera as peculiaridades desse último. Com base na análise de Tarde, apresentamos a ideia de público, considerando suas principais características.

Existem variadas espécies de animais que vivem em sociedade. Entretanto, conforme seus indivíduos se dispersam, sua coesão prática se perde. Essas sociedades dependem de proximidade física e isso é o que as diferencia dos humanos. Para esses últimos, somente imaginar que há outros indivíduos longe de si que compartilham da mesma ideia ou interesse lhes é um fator de coesão. E essa sociabilidade à distância tem na “atualidade” uma grande aliada, pois o interesse simultâneo por uma mesma questão é muito mais prestigiado e contagiante quando ela é “a notícia do momento”.

Foi, então, a partir da invenção da imprensa no século XVI que tal sociabilidade à distância humana foi potencializada e que surgiram os públicos da modernidade, aos quais se refere Tarde. O grande número de material escrito reproduzido pela prensa, a difusão da leitura como atividade cotidiana e a conseqüente aparição de jornais possibilitou a divulgação de ideias a diferentes grupos em diferentes localidades. Dessa maneira, cada vez mais pessoas puderam fazer parte de um tipo de comunhão mental entre os leitores dos mesmos conteúdos. Então, desenvolveram-se os públicos e as correntes de opinião.

Logo, observa-se que os públicos são indefinidamente extensíveis, tendo em vista que sua coesão não depende da proximidade física entre seus integrantes, mas muito mais do alcance dos meios de comunicação dos quais dispõem. Desse modo, um mesmo indivíduo pode fazer parte de mais de um público ao mesmo tempo, o que gera certa diversidade entre seus participantes. Por isso, Tarde nota que as dinâmicas particulares desses grupos se tornam mais intensas conforme eles crescem.

Ressalta-se, entretanto, que não há harmonia num público em função da diversidade dos seus participantes. Na verdade, Tarde observa que são suas similitudes que os harmonizam e abrem espaço para suas diferenças individuais. Os indivíduos de um público fortalecem suas similitudes a fim de se distinguirem daquilo ao que eles não se identificam.

Nesse viés, a comunhão de ideias tem um papel fundamental na coesão de um público e é consciente entre seus participantes. Entretanto, no contexto no qual esses grupos surgiram, Tarde nota que as ideias compartilhadas por um público são sugeridas a eles e não genuínas dos seus participantes. É essa, então, uma das funções da imprensa

no fenômeno dos públicos: sugerir ideias a esses últimos, os quais, aliás, não têm consciência desse processo.

Ainda sobre o papel da imprensa e suas sugestões, Tarde observa que a atualidade, importante fator da sociabilidade à distância citado anteriormente, diz respeito, então, ao que a imprensa decide dar foco e não necessariamente ao que é recente. Começa aí o poder do publicista sobre o público e as dinâmicas de manipulação inconsciente aos integrantes desses grupos de coesão virtual.

Logo, é evidente que os públicos são guiados por grandes publicistas que sugerem ideias e direcionam as discussões suscitadas pelos conteúdos difundidos por seus jornais. Todavia, apesar dessa ação contínua, é importante citar que o público também reage sobre o publicista e, possivelmente, interfere e influencia o movimento desse último. Contudo, como já observado, esse processo não é consciente aos participantes dos públicos, mesmo porque, o publicista é desconhecido, invisibilizado pelos jornais e pela dinâmica da imprensa. Ademais, a invisibilidade do jornalista ou publicista é, inclusive, ainda mais fascinante e instigante ao público.

Desse processo emergem alguns aspectos negativos notados por Tarde (1992, p. 75), entre os quais “o poder da difamação como ferramenta de ascensão publicista”. O autor observa que esses guias invisíveis dos públicos frequentemente se utilizam de informações falsas e negativas a respeito de algo ou alguém, criando uma “atualidade” que gera um público entusiasta. Além disso, o autor nota também que um público que age negativamente não é diretamente responsabilizado pelos seus possíveis crimes. Desse modo, um publicista que instiga negativamente suas multidões virtuais pode gerar ações nocivas pelas quais, finalmente, ninguém será responsabilizado.

Apesar disso, Tarde também destaca aspectos positivos dos públicos em se tratando de união social. Por seu caráter virtual e possibilidade de indeterminada extensão diversificada, o autor considera esses os grupos sociais do futuro e, junto aos seus crescimentos, prevê mais tolerância entre as pessoas. É, sobretudo, nesse ponto que Tarde observa as multidões como retrógradas se comparadas aos públicos.

As multidões são agrupamentos sociais que dependem da proximidade física entre seus integrantes e têm sempre uma liderança centralizada, segundo o autor. Elas são limitadas pelo alcance da voz e do olhar dos seus participantes e, por isso, têm extensão restrita. Se as multidões crescem além dos seus limites físicos, logo se dispersam, se distanciam de seu líder e se tornam incapazes de uma ação em grupo. Então, levando em

conta tais características, só se pode fazer parte de uma multidão por vez, o que limita a diversidade do grupo.

Tarde observa, ainda, que entre os integrantes de uma multidão há similitudes étnicas que se adicionam e se reforçam, enquanto as diferenças próprias são neutralizadas e os ângulos da individualidade se atenuam. Nisso, as multidões encontram um fator de coesão e se diferenciam dos públicos, ao passo que para esses últimos há espaço para diversidade entre seus integrantes, as quais tornam-se “reciprocamente úteis”.

Portanto, tendo em vista a possível diversidade entre os integrantes de um público e o caráter virtual de coesão entre eles que lhes garante certo espaço de reflexão, nota-se que esses indivíduos dispõem de mais liberdade de espírito do que aquele “arrastado numa multidão” (TARDE, 1992, p.41). Logo, os públicos são menos déspotas ou dogmáticos do que as multidões, apesar de mais tenazes.

Entretanto, apesar da possibilidade de reflexão e liberdade de espírito da qual dispõem os públicos, eles são fortemente influenciados por publicistas sem que percebam. Enquanto isso, as multidões, apesar de notadamente dependerem de uma liderança, têm mais poder de ação sobre essa última. Na verdade, são as multidões que guiam seus líderes e esses agem conforme os movimentos e sugestões de seus grupos.

Todavia, ambos os fenômenos têm seu cerne em uma fé ou objetivo em comum entre seus integrantes e podem ser classificados como “crentes” ou “desejosos”. Com base nisso, desenvolvem-se como expectantes, manifestantes ou atuantes. Em geral, tendo em vista as características e processos de ambos os fenômenos abordados anteriormente, Tarde classifica, em qualquer das ocasiões, o conflito entre multidões mais perigoso do que entre públicos, ainda que este último possa recair para o nível de multidão agressiva. Finalmente, o sociólogo compara os públicos e multidões a “cursos d’água de regime mal definido”, mas ressalta que “toda iniciativa fecunda [...] emana de um pensamento individual” (TARDE, 1992, p.76).

ENTRE AS NOÇÕES DE PÚBLICO, OPINIÃO E OPINIÃO PÚBLICA

Em 1922, Walter Lippmann publica *Opinião pública*, iniciando o que pode ser certamente descrito como “a tradição mais conhecida dos estudos sobre opinião pública” (MARTINO, MARQUES, 2020, p. 67). Tal conceito também é retomado por Jürgen Habermas (2011) no decorrer do século XX, que situa sua origem no século XVIII, isto

é, anterior ao contexto dos chamados meios de comunicação de massa. Com isso, podemos dizer que esses estudos, entre uma série de outros, têm, direta ou indiretamente, uma influência das ideias de Tarde sobre público e opinião.

Ainda na obra *A Opinião e as Massas*, Tarde descreve a opinião tratando do seu surgimento e desenvolvimento em conjunto à tradição e à razão. Ele aborda sua relação com os meios de comunicação, situando-a como uma construção social, mais do que pessoal. Para Tarde, a opinião é um conjunto de juízos e, a princípio, não deve ser confundida com a vontade, que é um conjunto de desejos. Esse conjunto de juízos se desenvolve por influência da tradição e da razão, ainda que sejam três fenômenos separados e diferentes. Nesse viés, o autor observa que a discussão seria mais simples se a razão, vulgarizada, se tornasse opinião e, em seguida, tradição. Dessa maneira, muitos conflitos poderiam ser evitados. Mas, como não é o caso, Tarde descreve os desdobramentos e embates entre os três fenômenos.

O teórico afirma que a tradição é a soma das opiniões de diversas gerações já mortas. Já a razão é desenvolvida logicamente, com base na observação e racionalidade e, portanto, seria a mais confiável. Essa última era defendida pelos sacerdotes, depois pelos filósofos e, em determinado momento, pelos juristas. Enquanto isso, a opinião, a última entre esses a crescer, é um conjunto de juízos baseados no que já se tem a partir da tradição e da razão.

Além disso, o sociólogo observa que, quando dominada pela elite pensante, a opinião chega a derrubar os limites da tradição. Mas, se liderada pelos primeiros que chegarem a ela, a opinião será embasada na tradição e entrará em conflito com a razão para, enfim, perder o embate. Nesse caso, nota-se uma visão possivelmente simplista do autor que pode ser facilmente interpretada como preconceituosa e eurocêntrica. Contudo, continua-se.

Ainda nessa perspectiva, Tarde considera que a opinião somada à tradição e à razão promove a construção de valores, com base nos quais surgem outras possíveis opiniões e tradições. Sendo assim, esses três fatores são, bastantemente, construídos socialmente e têm como fator fundamental a essa construção a conversação.

A conversação é “o fator da opinião mais contínuo e universal, pequena fonte invisível que escoia em todo tempo e em todo lugar com um fluxo desigual” (TARDE, 1992, p. 94). Segundo o autor, é a partir dela que a opinião é formada e difundida, desde os pequenos núcleos até os mais vastos públicos. Essa potência da conversação, sobretudo

daquela mais vulgar e sem utilidade direta, é explicada pela “atenção espontânea que os homens se prestam reciprocamente e pela qual se interpenetram com profundidade infinitamente maior do que em qualquer outra relação social” (TARDE, 1992, p. 96). Nessas condições, desenvolvem-se a conversação-luta e conversação-troca. A primeira, que caracteriza uma discussão, evolui na segunda, na qual há mútua informação entre os interlocutores. Desse processo, resulta a formação da opinião.

Entretanto, vale lembrar, que a conversação passou por diversas transformações e foi bastante incrementada desde que “surgiu” primeiramente. Esse processo tem importância e influência nos desdobramentos da opinião, como Tarde observa, pois a conversação foi potencializada, sobretudo pelas técnicas e tecnologias de comunicação, e corroborou para a ampliação do alcance do fenômeno da opinião.

Tarde (1992, p. 96) identifica a conversação, então, como “agente mais poderoso da imitação, da propagação dos sentimentos, das ideias, dos modos de ação”. Ela teria sido “precedida [provavelmente] de um longo período de imitação silenciosa, mas também mais tarde, de uma fase em que se gostava de narrar ou de ouvir narrar” (TARDE, 1992, p. 106). O sociólogo sugere que, desse momento em diante, os indivíduos menos poderosos passaram a imitar seus superiores, possibilitando o desenvolvimento do diálogo.

Ainda mais futuramente, as hierarquias tornaram-se mais complexificadas nos clãs, em seguida, feudos e as conversações passaram a configurar rituais e protocolos de respeito entre os indivíduos de classe inferior para com seus superiores. Foram essas formalidades, segundo Tarde, que disciplinaram a sociedade e possibilitaram o progresso da arte de conversar. Desse modo, pôde-se dialogar e os interlocutores puderam passar a falar sem serem interrompidos. A conversação já era, então, um “canal de ideias de iniciativas individuais que compunham a tradição ou a opinião” (TARDE, 1992, p.81).

Mas quando a conversação se mantinha somente nos feudos, as opiniões eram homogêneas e muito limitadas pelo território. Isso porque as informações de um feudo a outro, de uma localidade a outra, dependiam de transportes lentos e conversações sujeitas a ruídos comunicacionais, visto que a maioria da população não sabia ler e dependia-se do boca a boca. Desse modo, a conversação ficava restrita a assuntos simples cotidianos e a opinião não os ultrapassava.

A conversação e a conseqüente opinião tomaram outras proporções a partir do desenvolvimento da prensa, dos jornais e da difusão da literatura escrita. A princípio, os

periódicos expressavam opiniões das classes superiores dos grupos locais e influenciavam a conversação de toda a população. Essa última continuava, então, restrita ao território, mas passou a tratar dos assuntos gerais sugeridos por esses grupos nobres. Desse modo, a opinião também era influenciada pelos interesses daqueles que estavam no comando dos periódicos.

Em seguida, os periódicos e livros passaram a ultrapassar os limites de cada povoado e notícias de terras longínquas podiam ser conteúdo de conversações em diferentes localidades, influenciando as respectivas opiniões locais. Portanto, as opiniões diversas passaram a ser vinculadas.

Nesse contexto, tais *media* tiveram grande importância no desenvolvimento da noção de nacionalidade e internacionalidade, na medida em que conscientizaram os indivíduos sobre as discussões, opiniões e acontecimentos políticos de lugares diferentes daqueles aos quais pertenciam. A opinião estava, agora, mais relacionada ao poder de número do que ao poder de caráter. Se esse processo foi positivo ou negativo em se tratando do desenvolvimento intelectual das sociedades, não é a questão. Nesse contexto, é importante observar que tais dinâmicas romperam com o poder absoluto dos governantes e possibilitaram o surgimento de um espírito de unidade que empoderou o povo diante dos seus Estados.

A opinião, nesse caso, foi amplamente difundida e potencializada, tendo em vista a então heterogeneidade de assuntos possíveis às conversações. Ao mesmo tempo, as opiniões foram homogeneizadas conforme o surgimento de públicos e nações e passaram a representar um potencial fator de coesão social.

Ainda sobre a conversação, o autor ressalta as cartas como importante influência no seu desenvolvimento. Foi a partir do domínio da escrita e posterior grande movimentação dos correios que surgiram as conversações diretas, sem intermédio dos jornais, e à distância entre indivíduos do povo. Assim, em conjunto ao fenômeno dos jornais e da literatura, as cartas promoveram a consciência e a própria similitude de juízos, identificada por Tarde, e gerou o que se entendia em 1901 (data de publicação da obra referida do autor) por opinião.

Finalmente, é importante notar que a ideia de opinião desenvolvida por Tarde, fundamenta-se, em muitas ocasiões, em afirmações racistas que revelam a postura eurocêntrica do autor. Nesse caso, apesar de se reconhecer a importância do seu trabalho

para os estudos da comunicação, é preciso estar atento e não reproduzir ideias errôneas e já descartadas ao atestar seus estudos.

A IMITAÇÃO COMO ORIGEM DO SOCIAL

A obra *As Leis da Imitação*, também de Gabriel Tarde, foi originalmente publicada em 1890. Nela, o autor apresenta a imitação como fator de construção social, o que fundamenta as ideias sobre público, multidão e opinião, anteriormente apresentadas neste artigo. Apesar de já completar 132 anos em 2022, *As Leis da Imitação* ainda pode oferecer grandes contribuições aos atuais estudos da comunicação e suas elaborações podem ser relacionadas ao estudo das redes. Por isso, nesta seção, abordaremos mais intimamente, ainda que de maneira um tanto sucinta, o que o sociólogo francês chama de imitação.

Primeiramente, no prefácio da segunda edição da obra supracitada, publicada em 1895, Tarde (1978, p. 6) explica que a imitação é “uma ação à distância de um espírito sobre o outro, [...] uma ação que consiste numa reprodução quase fotográfica de um clichê cerebral pela placa sensível de um outro cérebro”. Essa ação tanto pode ser voluntária quanto involuntária, ativa ou passiva, consciente ou inconsciente. De toda maneira, configura uma imitação.

Tarde identifica tal processo entre as três formas da repetição universal, sendo as outras duas a hereditariedade e a vibração. Dentre essas, porém, a imitação é a única de caráter social. Desse modo, essa “reprodução quase fotográfica” por um cérebro alheio (ou pelo mesmo cérebro de origem), além de ser um laço social, origina os fatos sociais. Nesse viés, as línguas, o próprio ato da conversação ou as estruturas familiares são constituídas por dinâmicas de repetição por imitação.

Entretanto, assim como os exemplos acima, os atos sociais não restam imutáveis. Em vez disso, a língua está em constante evolução, assim como as dinâmicas de conversação progridem e os padrões estruturais familiares se transformam com o passar do tempo. A imitação, portanto, não implica numa reprodução exata e contínua de indivíduo para indivíduo. Isso se explica na diversidade intrínseca à vida, a qual não é regida exclusivamente pela imitação. A partir dessa variedade, há um número indefinível de possibilidades de combinações de imitação. Dessa maneira, um ato social é a

realização de apenas uma dentre outras tantas possibilidades de recombinação de imitações.

Além disso, outras propriedades da imitação promovem as variações e mutações. Nesse sentido, Tarde observa dois tipos de imitação: o primeiro trata-se da reprodução exata do modelo, enquanto o segundo diz respeito a fazer o contrário. A contra-imitação, apesar de negar o modelo, trata do mesmo conteúdo desse último. Portanto, a ideia e a contra-ideia, sendo adversárias, têm um forte vínculo. Logo, nesse processo as ideias contrárias fingem superarem-se, mas se reforçam mutuamente, quando não se anulam. E, apesar disso, são essas rebeldias produtoras da negação, as quais despertam o prazer pela discussão. E, assim, propiciam novas combinações.

A contra-imitação, nessa perspectiva, relaciona-se às dinâmicas que geram e transformam a opinião. As opiniões fortes suscitam opiniões contrárias, debates e discussões que se desdobram no embate contra a tradição ou razão, como observado na seção anterior, e também possibilitam novas combinações e transformações sociais.

Além da contra-imitação, Gabriel Tarde identifica a não-imitação que, diferentemente da primeira, não estabelece vínculo com o modelo. Quando ela ocorre entre indivíduos ou grupos sem contato entre si, trata-se de uma relação não-social. Já entre vizinhos, configura uma relação antissocial, antipática. De ambas as maneiras, esse processo contribui para a manutenção de tradições, opiniões e valores de um povo, por exemplo, quando voluntária e perseverante. Nesse caso, também corrobora a diversidade, visto que, esse povo não incorpora hábitos de culturas alheias e não se homogeniza com essas últimas.

Em todo caso, a não-imitação também gera, ou melhor, mantém elementos para novas combinações de imitação futuras. Essas, por sua vez, constituem invenções. Em Tarde, a invenção “nasce do reencontro do gênio individual, erupção intermitente e característica da raça, fruto saboroso de uma série de casamentos felizes, com correntes e radiações de imitação que se cruzam um dia num cérebro mais ou menos excepcional” (TARDE, 1978, p. 14). Dispenseemos o pressuposto de raça, que caracteriza uma perspectiva racista recorrente da época em que a obra foi escrita. Resta que a invenção é uma combinação propiciada não somente pela imitação. O autor leva em conta outros aspectos de outras ciências, como por exemplo a biologia, no que traça como um processo individual que depende do desenvolvimento intelectual, além do repertório de elementos

imitáveis e combináveis. Esse encadeamento promove originalidade na imitação e inovação.

Após apresentar as três possibilidades anteriores (imitação, contra-imitação e não-imitação), observemos que esses processos acontecem, segundo Tarde, de acordo com as leis da imitação: lógicas ou extra-lógicas. As lógicas apontam que: as invenções se dão sobretudo em recombinações de elementos, imitações já existentes; a difusão de uma imitação depende da sua adaptabilidade; quando duas ou mais imitações se contradizem ou são conflituosas, o duelo-lógico permite a substituição ou eliminação de uma delas. Já as não-lógicas dizem respeito ao modo como as imitações acontecem: do interior para o exterior; alterando costumes e modas; geralmente do superior para o inferior (essa última tem relação direta com o desdobramento da conversação abordado na seção anterior).

De qualquer maneira, a imitação promove inovações, ainda que baseadas no próprio processo de imitação. Entretanto, Tarde observa que quanto mais diversificado e multiplicado os modelos de imitação, menos força eles têm. A isso, pode-se associar a maior liberdade de espírito dos públicos se comparados às multidões: os primeiros são mais diversos e mais dispersos, enquanto as multidões são coesas fisicamente e menos diversas quanto às ideias e às características físicas de seus integrantes. Sendo assim, o primeiro grupo tem uma tendência de imitação entre si mais fraca do que o segundo. Em contrapartida, as inovações conferem uma intensidade e diversificação à vida social que dispersam os indivíduos ao ponto de que eles passam a exercer pouco esforço intelectual. Assim, a liberdade de espírito seria, de certa maneira, anulada.

Todavia, anulada ou não, conscientes ou não, as dinâmicas de imitação se perpetuam. Segundo Gabriel Tarde, esse processo é inerente à vida social num processo como que hipnótico. Os gestos, as falas, as tradições, são hipnotizadores e os indivíduos e grupos sociais hipnotizados. A essa ideia, Pedro Rodrigues da Costa, no texto *A sociedade enquanto duelo de imitações*, associa a perspectiva de que “o meio é a mensagem” (MCLUHAN *apud* COSTA, 2021, p. 156). O hipnotizador é a própria imitação e a imitação está por todos os lados, ainda que haja certos padrões mais comuns.

Finalmente, Tarde entende que a partir de todo esse processo e encadeamento de dinâmicas da imitação, a diversidade tende a resultar em homogeneização. Ele acredita que a dissemelhança social é levada à diminuição, mas a desigualdade social muito provavelmente aumenta, assim como a assimilação internacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo buscou delinear a influência da obra do sociólogo e jurista francês Gabriel Tarde no desenvolvimento dos estudos da Comunicação. Para tanto, partimos das noções tardianas de público e opinião mostrando como elas se ligam ao contexto tecnológico do final do século XIX e início do século XX, sobretudo à emergência da imprensa, que, nas palavras do autor, fez surgir na idade moderna “uma espécie de público bem diferente, que não cessa de crescer e cuja expansão indefinida é um dos traços mais marcantes de nossa época” (TARDE, 1992, p. 5).

Essas duas noções foram, em seguida, articuladas à noção de imitação, também proposta por Tarde, auxiliando no entendimento do próprio nascimento da opinião pública e de como algumas dinâmicas se reverberam pelos *media*, quer no contexto dos meios de comunicação de massa, quer no contexto das tecnologias digitais e em rede. Com isso, para além da influência de Tarde no desenvolvimento dos estudos da Comunicação, podemos perceber como essas noções se mostram atuais, fazendo de Tarde um sociólogo da comunicação, mas também das redes, graças à sua concepção gráfica do real, que nos faz entender a imitação como interação (LETONTURIER, 2000).

Certamente, por se tratar de um autor francês moderno, a obra de Tarde também apresenta elementos de uma visão de mundo eurocêntrica, como já foi destacado neste artigo, nos fazendo pensar não somente nas possibilidades, mas também nos limites de algumas dessas noções. Os próprios entendimentos de público, opinião e opinião pública sofreram grandes transformações com o surgimento das tecnologias digitais e em rede e a emergência disso que Nancy Fraser (1992) vai chamar de contra-públicos (*counterpublics*), em resposta à concepção “burguesa” e “masculinista” da esfera pública habermasiana. Tais contra-públicos são compostos por mulheres, negros, homossexuais, entre outros grupos sociais minorizados. Por isso, afirmamos que, mesmo que estudos como os de Tarde possam servir de referência para análises interessadas nos processos de agrupamento social que emergem no contexto tecnológico atual, é preciso que estejamos atentos às pluralidades e complexidades desses novos agrupamentos.

REFERÊNCIAS

COSTA, P.R. A sociedade enquanto duelo de imitações: uma releitura de Tarde, G. (1978 [1890]) As leis da imitação. Porto: Rés Editora. **Revista Ciências Humanas**, v. 14, n. 2, p. 150-159, 2021.

DJELLAL, F.; GALLOUJ, F. Les lois de l'imitation et de l'invention : Gabriel Tarde et l'économie évolutionniste de l'innovation. **Revue économique**, v. 68, n. 4, p. 643-671, 2017.

FRASER, N. "Rethinking the public sphere: a contribution to the critique of actually existing democracy". In: CALHOUN, C. (ed.). **Habermas and the public sphere**. Cambridge, MA: MIT Press, 1992.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural na esfera pública**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

LATOURET, B. Gabriel Tarde and the End of the Social. In: JOYCE, P. **The Social in Question**. New Bearings in History and the Social Sciences. London: Routledge, 2002. p. 117-132.

LATOURET, B. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: Edufba, 2012.

LETONTURIER, É. Gabriel Tarde, sociologue de la communication et des réseaux. **Cahiers internationaux de sociologie**, v. 108, p. 79-102, 2000.

MAFFESOLI, M. **O Tempo das Tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Florence Universitária, 1998.

MARTINO, L. M. S.; MARQUES, A. C. S. O conceito de opinião pública na teoria da comunicação: genealogias e modos de abordagem. **Organicom**, v. 17, n. 33, p. 62-79, 2020.

SILVA, D. K. M. da. **Mouvements-Réseau** : technique, environnement et socialités à l'époque de l'Anthropocène. 2016. Tese (Doutorado) – Sociologia, Université Sorbonne Paris Cité, Paris, 2016.

TARDE, G. **As leis da imitação**. Porto: Rés, 1978.

TARDE, G. **A Opinião e as Massas**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.