



Redes: do two-step-flow à teoria dos pontos de contato¹ **Webs: from two-step-flow to meeting points**

Bruna Seibert²

Palavras-chave: redes; grupos de referência; meeting points; prossumo.

A internet é um ambiente onde qualquer usuário está apto a produzir e compartilhar conteúdo. Um espaço democrático de mídia onde – grosso modo – as mensagens não passam pelos processos de *gatekeeping* dos conglomerados de mídia. Eis um dos pontos de sucesso dessa mídia: a participação. A possibilidade de *feedback* e retroalimentação do conteúdo faz do expectador da internet também um colaborador, caso queira. Participar mexe com motivações que podem ir além das pessoais (intrínsecas): a base da internet como conhecemos hoje – chamada de web 2.0 (O'REILLY, 2005) - é cunhada na expectativa da motivação social de promover o compartilhamento (SHIRKY, 2012).

Em oposição ao caráter “fixo” da web 1.0, que operava ao redor sobretudo de “páginas” com elementos relativamente estáveis, como blogs, navegadores, transposição de conteúdos off-line para o digital, a web 2.0 se apresentava como uma plataforma dinâmica, em constante transformação gerada pelas interações entre usuários. (MARTINO, 2015, p. 13)

¹ Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

² Bacharel em Publicidade e Propaganda, Mestra e Doutoranda em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, bolsista CNPq. bruna.smotta@gmail.com



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Nesse contexto de promoção – e mais que isso, necessidade – da participação, Bruno Latour (2012) cunhou a teoria do ator-rede (TAR) que afirma que quando o grupo não é actante (ativo), ele não existe. Segundo a teoria do autor, atores são aqueles que são levados a agir, sejam eles humanos ou não. Para Latour, o governo enquanto entidade pode ser um ator operando de forma a direcionar os direitos e deveres em uma sociedade que age em rede. Por sua vez, rede é o conjunto de nós ou conexões que interligam os actantes que transportam, transferem, traduzem e distorcem significações nas informações que são partilhadas. Cada apropriação gerada em rede é singular e única e impacta em diferentes níveis e direções.

Neste artigo, utilizaremos o conceito de rede considerando que cada nó pertencente a ela são pontos de encontro que conectam um indivíduo a outro fazendo o contágio – ou transmissão – de, no caso específico deste estudo, comportamentos. Tanto na teoria de Di Nallo quanto no fenômeno epidêmico de Christakis e Fowler, os indivíduos são conectados e compartilham informações, sendo que alguns elementos possuem mais ligações que outros. Entretanto, Christakis enfatiza o fato de que pontos de conexão que se ligam a mais indivíduos estão sujeitos a maior influência, por isso, possuem mais pessoas interferindo de forma semelhante a respeito de algo e, então, fortalece este “algo”.

Em uma rede, as relações sociais não são aditivas, mas combinatórias. Isso significa que, quando alguém se liga a uma rede, ela não está somando apenas mais um elemento, mas, potencialmente, multiplicando a possibilidade de conexões (MARTINO, 2015, p. 73).

As possibilidades de conexões, como já dito anteriormente, são infinitas quando trata-se do ciberespaço, bem como as motivações para formar tais vínculos. É importante salientar que, quando falamos de conexões, cada nó é importante. Em uma rede social, partimos do pressuposto de que os nós mais próximos a nós são os mais relevantes, seja por vínculo emocional, pela qualidade de informação trocada ou até mesmo pelo grau de confiança que possuímos com aquele nó. Entretanto, os nós de



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

menor relevância nestes aspectos são imprescindíveis à rede e são justamente eles que ampliam o alcance desta.

Para atingir pessoas além dos contatos primários, isso é, para desenvolver contatos novos, laços fracos são essências. (...) o número de vínculos fracos (“conhecidos”) é substancialmente maior que os fortes (“amigos”). No entanto, a partir desses laços menos diretos é possível encontrar pessoas mais distantes e, com isso, cobrir uma área maior de relacionamentos. (MARTINO, 2015, p. 70)

Ou seja, apesar de alguns pontos na rede serem distantes quando se trata de relação vínculos emocionais, eles são de suma importância para que a rede exista de forma substancial.

Isso nos leva a teoria do 2-step-flow desenvolvida por Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson e Hazel Gaudet em um estudo sobre intenção de votos nas eleições de 1944. Os autores descobriram que a intenção de voto era mais influenciada pelos contatos pessoais do que pela mídia (autorrelato), o que resultou na teoria de que a mídia influencia alguns poucos formadores de opinião, que a partir da observação da mídia constroem suas próprias interpretações da informação e reforçam para sua rede (ver Figura 1).

Esta teoria deu escopo para as teorias de difusão da inovação e do multi-step-flow que vieram complementar e agregar novos fatores à influência criada pelos nós no processo circular da produção e compartilhamento de informação em rede.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais



Figura 1: 2-step-flow adaptado de LAZARSFELD; BERELSON; GAUDET (1944).

O modelo de 2-step-flow sofreu diversas críticas por deixar de considerar alguns fatores importantes como a possibilidade de o fluxo de informações ser horizontal, ou seja, não necessariamente ter sua origem ditada pelas grandes mídias. Weimann (1982) propôs um experimento avaliando de que forma ocorriam as interações, quais eram as direções do fluxo de acordo com diferentes tipos de informações e chegou a considerações relevantes que deram os primeiros passos para o surgimento de outras teorias. O estudo de Weimann sugere que os elementos centrais da rede são os grandes disseminadores da informação e os nós periféricos são os importadores destas opiniões. Nesse conceito de rede, quanto mais central o nó, mais influência ele é capaz de gerar.

Na teoria de difusão da inovação (ROGERS, 1962) nomeia os actantes em uma rede de: inovadores, primeiros a adotar, maioria inicial, maioria tardia e retardatários.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

Os inovadores e os primeiros a adotar são os principais difusores da inovação, pois, os primeiros são os testadores e primeiros replicadores do que há de novo. Os inovadores são aqueles que assumem maiores riscos, tendendo a adorar novas tecnologias antes mesmo de serem lançadas as primeiras impressões, pois estas são feitas por eles mesmos e os “primeiros a adorar”, em um nível um pouco menos engajado.

Aos primeiros sinais de opiniões e críticas, uma massa maior de usuário passa a usufruir das inovações em questão ampliando o conhecimento e as informações acerca da mesma. Trata-se da maioria inicial que é seguida pela maioria tardia e retardatários que são os grupos com menor alcance à inovação ou receio quanto a riscos.

Cada um destes nós, “são pontos de encontro de fluxos comunicativos, relacionais, perceptivos, são formados por muitas unidades que interagem em seu próprio interior e entre si” (DI NALLO, 1999, p. 193) e, como já foi dito, na rede, cada nó é importante: alguns precisam assumir riscos e acreditar em uma informação (ou tecnologia) para que seja possível a propagação da mesma aos mais diversos níveis dessa rede, sejam quais forem os critérios de conexão. Unindo as 2 teorias, possivelmente os nós marginais da rede seriam os últimos a terem acesso a informação e, conseqüentemente, a adotarem uma mudança.

Entretanto, não é porque o usuário é central em uma rede que ele necessariamente possui apenas laços fortes.

“Centrals”, by definition, have more ties but they tend to have higher rates of strong ties among them. On the average two-thirds of the ties of "centrals" are strong, whereas marginals tend to have mostly weak ties (72 percent). Adding the direction of the tie into the analysis, the tendency of marginals to weak ties is more salient; marginall' " weak ties are mainly intergroup ties, while "centrals' " weak ties are mainly directed to members of the same group. Thus, as expected, marginal,



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

though less integrated socially, tend to have more weak ties and mainly bridging weak ties³. (WEIMANN, 1982, p. 770)

Ou seja, o indivíduo mesmo sendo central na rede talvez não seja um líder de opinião. Apesar de ter muitas conexões, isso implica apenas no fato de que determinada informação chegará até ele por vários outros nós, bem como ele espalhará uma informação para diversas pessoas. Mas a efetividade do seu discurso depende de diversos outros fatores tais como: sua credibilidade na rede, o conteúdo da informação, sua proximidade emocional com os outros nós, as características dos produtos, etc. E o grau de importância desses fatores é um dos aspectos que buscaremos identificar na conclusão desta pesquisa.

Tendo definidas as bases de redes que serão usadas no presente artigo, é preciso salientar a dificuldade de pesquisar tais conexões. Não só a internet possibilita uma rede com infinitos pontos de contato como estes pontos estão em constante e rápida modificação. Ao entrar em um site qualquer todo e qualquer usuário está apto a formar novas conexões.

A escolha direta de interlocutores com quem se divide interesses comuns parece ser uma das principais características das comunidades virtuais. Uma pessoa que fisicamente vive em um ambiente com o qual não tem nada em comum tem a possibilidade de encontrar interlocutores quando essas fronteiras são eliminadas na comunicação mediada por computadores (MARTINO, 2015, p. 46)

³ Tradução livre da autora: “Centrais” por definição possuem mais nós mas eles tendem a ter maiores índices de força em seus nós. Em média dois terços dos nós centrais são fortes enquanto os marginais tendem a ter nós mais fracos (72 por cento). Adicionando a direção do nó na análise, a tendência dos marginais terem nós fracos é mais saliente; os nós fracos dos marginais são principalmente intergrupos enquanto nós fracos dos centrais são principalmente direcionados aos membros do mesmo grupo. Além disso, como esperado, marginais menos integrados socialmente tendem a ter mais nós fracos e constroem principalmente laços fracos.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Ou seja, quando a partir de uma rápida busca online você consegue encontrar páginas que contenham praticamente todo e qualquer tipo de conteúdo, encontrar pessoas que partilhem ideias e ideias semelhantes as suas torna-se uma tarefa fácil e ilimitada, possibilitando que a rede de contatos de cada indivíduo não signifique apenas pessoas com quem ele partilha a vida de forma física, mas também virtual.

Não sendo complexo suficiente, outra limitação que os estudos de rede trazem aos pesquisadores é o fato de que as conexões podem ser observadas de forma egocêntricas ou sociocêntricas, conforme explicam Smith e Christakis (2008). A diferença de ambas, basicamente, é que uma baseia um indivíduo como ponto central e observa a dinâmica social deste com outros e a outra considera os aspectos de um grupo específico e seus diversos indivíduos.

Estudar a rede a partir da observação macro, ou seja, sociocêntrica, torna a observação mais complicada e menos detalhista tendo em vista que a abordagem precisará ser mais sobre o todo das interações e não das interações nó a nó. Entretanto, para falar de hábitos da sociedade de consumo, será necessário fazer tal abordagem a partir de um olhar mais generalista.

Salientando a importância de cada ponto na rede, Christakis e Fowler (2010) reforçam a ideia de que cada ponto de encontro se faz importante ao passo que, para que uma informação – no caso desse estudo específico, epidemia – abranja um maior número de indivíduos, quanto maior a rede, maior a difusão. Os autores utilizam-se das pesquisas da rede para falar de temas ligados a saúde, buscando entender como epidemias espalham-se e também comportamentos como, por exemplo, fumar. Apesar dos contextos serem diferentes, aqui buscaremos entender a ação da rede também na mudança de comportamento, ou seja, da influência dos grupos na tomada de decisão.

A partir das informações levantadas aqui e através da observação não participante das redes, parte-se do pressuposto que: a) indivíduos mais centrais na rede são os maiores disseminadores de novos hábitos/informações; b) quanto mais conexões



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

fortes na rede, mais o nó influencia; c) quanto mais pessoas na rede, mais rápido uma informação se dissemina.

Entretanto, outro estudo sobre a disseminação de rumores na rede obteve um resultado contra intuitivo sobre a dinâmica da rede.

In other words, the spreading capabilities of the different nodes are almost the same wherever the dissemination begins. This implies that the topological position of the nodes has no impact on the final success of a rumor, revealing an absence of influential spreaders for rumor dynamics⁴. (BORGE-HOLTHOELFER; MORENO, 2012, p. 3)

Os autores observaram a dinâmica em quatro diferentes plataformas espalhando um rumor até que na rede o espalhamento chegasse a zero. Para chegar a zero na dinâmica do rumor, os pesquisadores identificaram três perfis de nós: os espalhadores (*spreaders*), os suprimidores (*stiflers*) e os ignorantes (*ignorants*). Os espalhadores são aqueles que disseminam a informação; suprimidores são os que param de enviar a informação; e os ignorantes se que sequer recebem a informação. As conclusões que este experimento chegou foi que, ao contrário do que estudos anteriores haviam concluído, os membros centrais da rede são os que se tornam suprimidores antes, sendo assim, para os autores do estudo, membros centrais não teriam papel protagonista na difusão da informação da rede.

Apesar de ser um estudo bastante relevante e com dados estatísticos bastante apurados, o fato é que: apesar dos membros centrais acabarem suprimindo a informação mais rápido, ainda assim, por terem mais nós ligados a eles, a informação não teria já sido disseminada para mais pessoas, tornando possível que a mesma se alastre ao resto

⁴ Tradução livre da autora: Em outras palavras, a capacidade de espalhamento dos diferentes nós são quase as mesmas independentemente de onde a disseminação inicia. Isso implica que a posição topológica dos nós não tem impacto no sucesso final do rumor, revelando a ausência de influenciadores na dinâmica do rumor.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

da rede? Em um estudo subsequente, Borge-Holthoefer, Riviero e Moreno (2012, p. 3) buscaram entender se seria possível encontrar os possíveis espalhadores potenciais (ver Figura 2) a partir do número de conexões. A conclusão, grosso modo, foi que não é o número de nós que importa, mas diversos outros fatores como o grau de cada nó, o que pode ser medido através de um computador sem maiores dificuldades: por exemplo, qual o nível de interação entre os nós – se eles costumam trocar mensagens, visitar a página social um do outro, etc. -, grau de parentesco, caso especificado em alguma rede social, a credibilidade de cada nó a partir do endosso das mensagens que o nó publica, etc.

Utilizando a própria figura utilizada pelos autores, podemos observar que o indivíduo número três possui potencialmente o mesmo número de conexões que os demais, entretanto, sua capacidade de disseminação efetiva da informação é demasiadamente maior por razões não descritas por não ter sido o cerne do artigo em que foi publicada. Entretanto, os próprios autores (BORGE-HOLTHOEFER; RIVERO; MORENO, 2012) ao fim do artigo fazem a ressalva de que os motivos da informação chegar de forma efetiva à cada nó é subjetiva e pode envolver graus de parentesco/proximidade, intimidade, confiabilidade, como descrito acima.

As referências utilizadas nesse capítulo dão um panorama sobre os estudos de redes de conexões, mostrando algumas possibilidades de formação dos grupos de referência. Entender a posição na rede de um nó relevante é também importante para este artigo, mas os aspectos que buscaremos descobrir são ainda mais complexos e qualitativos.

Afinal, para saber o quão relevante o indivíduo é na rede precisamos entender diversos outros fatores como: qual a informação está sendo disseminada, qual o grau de contato entre os nós, a reputação do nó na rede, a *expertise* sobre o que está sendo espalhado, etc. E são justamente esses fatores e mais alguns que buscaremos qualificar como mais ou menos relevantes na influência da decisão de compra.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

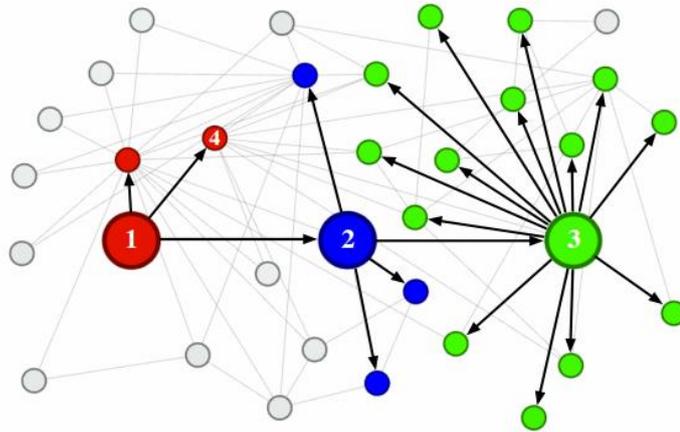


Figura 2: Rede de conexões (BORGE-HOLTHOEFER; RIVERO; MORENO, 2012, p.3).

Referências bibliográficas

BORGE-HOLTHOEFER, J; RIVERO, A; MORENO, Y. Locating privileged spreaders on an online social network. **Physical Review E**, v. 85, Jun 2012.

BORGE-HOLTHOEFER, J; MORENO, Y. Absence of influential spreaders in rumor dynamics. **Physical Review E**, v. 85, Fev 2012.

CHRISTAKIS, N.; FOWLER, J. **Social Network Sensors for Early Detection of Contagious Outbreaks**. PLoS ONE, v. 10, 2010. Disponível em: < <http://www.nicholaschristakis.net/pdf/publications/articles/112.pdf> >. Acesso em: 3 Jan 2015.

DI NALLO, E. **Meeting Points**. São Paulo: Marcos Cobra, 1999.

LATOUR, B. **Reagregando o Social: introdução a Teoria do Ator-Rede**. Salvador: Edufba, 2012.

LAZARUSFELD, P.F., BERELSON, B. & GAUDET, H. **The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign**. New York: Columbia University Press, 1944.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais: Linguagens, ambientes e redes**. 2. Ed. Petrópolis/RJ: Vozes, 2015.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

SHIRKY, C. A **Cultura da Participação**: Criatividade e Generosidade No Mundo Conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SMITH, K. P.; CHRISTAKIS, N. A. **Social Networks and Health**. Annu. Rev. Sociol. 2008. 34:405–29.

WEIMANN, G. **On the Importance of Marginality**: One More Step into the Two-Step Flow of Communication. American Sociological Review, v. 47, n. 6, dez, 1982, pp. 764-773.