

DOIS ESTÁGIOS DA COMUNICAÇÃO VERSUS EFEITOS LIMITADOS¹: *uma releitura*

Luiz C. Martino²

Resumo:

Este trabalho apresenta uma revisão crítica de uma das teorias mais importantes do campo comunicacional. Distingue dois aspectos de valor e significação teórica diferentes: o modelo dos dois estágios e a tese de efeitos limitados. O primeiro seria uma descrição que da arquitetura dos processos de comunicação, articulando dois tipos de fluxos, ou dois sistemas um de ordem mediática e outro de ordem da comunicação interpessoal. Defende-se a tese de que o desenvolvimento tecnológico gerou novas condições nas quais acelera e aprofunda a inter-relação dos sistemas, fundindo-os em um realidade marcada pela mediatização.

Palavras-Chave: *Dois estágios da comunicação 1. Epistemologia da comunicação 2. Teorias da comunicação 3.*

Apresentação do Modelo

O modelo dos Dois Estágios é certamente uma das mais conhecidas e influentes teorias da comunicação. Segundo um de seus mais radicais críticos, este modelo “ocupou o centro da atenção das discussões acadêmica”, e em qualquer discussão sobre efeito dos meios “permanece uma citação virtualmente obrigatória” (Gitlin, 1978, p. 208)³. Desenvolvido por sociólogos do *Bureau of Applied Social Research Study*, da Universidade de Columbia, ele aparece a primeira vez em *People’s Choice*, publicado em 1948 (resultados parciais foram publicados em 1944).

O objeto deste estudo era investigar a influência dos meios de comunicação sobre o comportamento de voto e estava desenhado como uma enquete com 600 pessoas, em sete encontros diferentes. Empregava um modelo psicológico de base estímulo-resposta desenvolvido por Lazarsfel & Stanton para investigar os efeitos do rádio. Os resultados empíricos, no entanto, entraram em conflito com as teóricas: os efeitos não eram fortes (cerca de metade dos eleitores já tinham definido sua posição, e não se deixaram influenciar pelas

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho “GT Epistemologia da Comunicação”, do XVIII Encontro da Compós, na PUC-MG, Belo Horizonte, MG, em junho de 2009.

² martino@unb.br

³ Podemos ter uma idéia dessa importância através da classificação dos livros mais citados em estudos de comunicação entre 1969 e 2005, trazem os dois textos fundamentais para o modelo, que aparecem bem colocados. 1) *The Power Elite* de Charles Wright Mills – 1.144. 2) *People’s Choice* – 856. 3) *Personal Influence* – 652. 4) *The Effects of Mass Communication* de Klapper – 512. Dados retirado de Kurt Lang & Gladys E. Lang, 2006, p. 161.

mensagens mediáticas); e o público indeciso era influenciado mais pelas pessoas de seu ambiente imediato que pelos meios de comunicação. A impossibilidade de interpretar os resultados da maneira pré-definida levou os autores a desenvolverem o modelo dos Dois Estágios, que aparece como um inesperado resultado da análise dos processos de formação de decisões em uma campanha eleitoral.

Tal modelo se colocava contra uma forte tendência na época, ao afirmar que as comunicações feitas por meios de comunicação de massa não seriam diretas, como se supunha antes. As influências transmitidas pelos meios possivelmente atinjam primeiro os líderes de opinião. Ou seja, indivíduos que repassam as informações dos meios a outros indivíduos do grupo, menos ativos, exercendo assim influência sobre estes. De onde seu nome: “comunicação em dois estágios”. Com isso, o modelo fazia aparecer as redes de indivíduos que se servem de meios de comunicação, não indivíduos isolados e à mercê dos meios.

A consolidação do seu prestígio veio de diferentes formas, mas chamou a atenção sua convergência com o resultado de outras áreas de estudo, da psicologia experimental, mas particularmente da sociologia rural⁴. Curiosamente o modelo dos Dois Estágios da Comunicação coincide em muitos aspectos com o modelo da Difusão da Inovação, desenvolvido pela sociologia rural Iowa State University. O grupo desta última era composto originalmente por George M. Beal e Joe M. Bohlen, corrente que atingiu seu ápice com os célebres trabalhos de Everett Rogers, sobre a difusão de inovações. Ambas correntes já tinham precedentes na década de 40. A convergência dos trabalhos dos dois grupos só ficou conhecida em 1956 (Abbott & Yarbrough, 1999, 19).

De outra parte, a expressão *two-step flow of communication*, que designa o modelo, é passível de interpretações que revelam diferentes significações teóricas. A dificuldade da tradução nas línguas latinas⁵ coloca em evidência pelo menos duas delas. Trata-se de um mesmo processo em duas etapas (tempo, passos) ou de dois processos diferentes que em algum momento se tocam? De fato, o que devemos reter e marcar nesta expressão? A

⁴ Curiosamente o modelo dos Dois Estágios da Comunicação coincide em muitos aspectos com o modelo da Difusão da Inovação, desenvolvido pela sociologia rural Iowa State University. O grupo desta última era composto originalmente por George M. Beal e Joe M. Bohlen, corrente que atingiu seu ápice com os célebres trabalhos de Everett Rogers, sobre a difusão de inovações. Ambas correntes já tinham precedentes na década de 40. A convergência dos trabalhos dos dois grupos só ficou conhecida em 1956 (Abbott & Yarbrough, 1999, 19).

⁵ “*Two-step flow of communication*” pode ser literalmente traduzido como “os dois estágios do fluxo da comunicação”. O termo inglês *step* poderia ser traduzido por *estágio*, *degrau*, *etapa* e também por *passo*, embora haja termo mais específico em língua inglesa (*footstep*).

A tradução mais corrente para língua portuguesa está de acordo com a encontrada em francês (*les deux étages de la communication*), que segue aquela dada por dada por J. Gritti e M. Souchon em 1968, na obra *La Sociologie face aux media* (Balle & Padioleau, 1973, p. 286).

Em português de Portugal ainda encontramos a expressão “fluxo de comunicação a dois níveis”. Em espanhol se encontram as versões “la comunicación en dos etapas”, “teoría del doble flujo” e “teoría de los dos pasos de la comunicación” (também presente, de forma mais rara, em francês: “communication en deux pas”). A expressão “fluxo em dois tempos” deve ser empregada com reserva, pois é menos neutra e pode induzir a idéia de comunicação por partes. Já a expressão “duplo fluxo da comunicação”, deve ser evitada, pois sugere uma reversibilidade do fluxo comunicacional (dos meios para as pessoas e vice-versa), que não consta no modelo. Para finalizar, notemos que a expressão usado no Brasil “dois estágios da comunicação” é uma forma elíptica, pois suprime o termo fluxo (reforça a idéia de um processo único), e que em todas as línguas, seguindo o nome original em inglês, suprime-se “comunicação dos meios”, entendida apenas por comunicação. Para além dos problemas lingüísticos, seriam dois fluxos de comunicação ou comunicação em dois fluxos?

unidade do fluxo comunicacional ou a *diferença* dos dois processos de comunicação em jogo (mediático/interpessoal)?

Em *People's Choice* encontramos as duas possibilidades. Em termos sintéticos, o modelo pode ser descrito da seguinte forma: as mensagens dos meios chegam aos líderes de opinião que as repassam aos membros do grupo.

Tal descrição destaca a trajetória da mensagem *dos meios*, o que reforçaria a versão da unidade do fluxo comunicacional. No entanto, a interpretação e a ênfase no papel da influência pessoal trazem a conotação de que seriam dois processos. Esta tendência ganha força em *Personal Influence* cujo subtítulo, *the part played by People in the Flow of Mass Communications* (o papel desempenhado pelas pessoas), não esconde o interesse pelo estágio da comunicação interpessoal, no qual se dá a influência. Mas, bem entendido, a influência de uma pessoa sobre outra, e não exatamente do meio.

O achado empírico de *People's Choice* foi, antes de tudo, a “descoberta” dos líderes de opinião e sua importância enquanto mensageiros que prolongam e ajudam a difundir as mensagens mediáticas. Também salientaram o papel decisivo que tinham junto às pessoas de seu ambiente imediato, em termos de influência sobre elas. O líder de opinião difunde as mensagens (digamos, uma função propagação), mas ao fazerem isto não podem deixar de exercer uma função de selecionar aquelas que julgam pertinentes (função filtro), além disso, também podem, e frequentemente o fazem, “editar”, recortar, comentam, avaliam e, portanto, transformam estas mensagens. Não são canais neutros de condução da mensagem dos meios às outras pessoas.

Quanto mais enfatizarmos este último aspecto, menos importância é dada aos meios de comunicação dentro deste processo. Esta é a tese dos efeitos fracos ou Efeitos Limitados. Ela é derivada de uma interpretação do “two-step flow”. Nela o papel dos líderes de opinião como mediadores entre meios e o público perde força e fica relegada a um segundo plano.

De outra parte, o aparecimento da TV, e o desenvolvimento do sistema mediático em geral, permitiu o barateamento e a facilidade de acesso aos meios de comunicação, gerando novas condições de recepção, nas quais a função filtro (recolhimento e seleção das mensagens) exercida pelos líderes de opinião perdeu força. Todos os indivíduos da sociedade passam a estar expostos às suas mensagens, de modo que os líderes de opinião não são mais os únicos receptores dos meios. Contudo sua função dentro do grupo não se esgota com isso, o principal fica intacto, os líderes de opinião ainda seriam importantes visto o peso que têm na elaboração do sentido final da mensagem.

De qualquer modo, o que ganhava força desde os primeiros estudos, independente do estado de evolução do sistema mediático, é a influência pessoal exercida pelos líderes de opinião. Se no início o modelo caracterizava os líderes de opinião tanto pelo contato com os meios (exposição seletiva; função filtro) quanto pelo poder de influência que exerciam sobre as pessoas do grupo, é este último aspecto que ganha força na interpretação dos autores. Ao ponto de fazer dela o significado teórico do fluxo comunicacional dos meios, ou seja, a tese dos efeitos fracos.

O modelo introduz duas direções com amplas consequências para o estudo da comunicação. Consequências históricas, pois rompendo como uma tradição anterior, passa a idéia de efeitos fracos, desviando o foco dos meios propriamente ditos para processos sociais a eles relacionados. Consequências ideológicas (GITLIN, 1978), já que tal representação dos meios esvaziou o problema de sua regulamentação e de seu uso político. E consequências

imprudentes (*inadvertent consequences*) (LANG & LANG, 2006), pois ajudou a formar idéias distorcidas do objeto de estudo (efeitos fracos, baixo investimento nos estudos de meios e tecnologias) e da formação dos quadros universitários da comunicação (faculdades orientadas apenas para o aspecto profissional).

A vantagem de uma releitura, com o lapso de mais de meio século, e num ambiente de pós-guerras frias, é de nos permitir ficar relativamente à parte do calor e do foco destas discussões. Isto faz com que a leitura ganhe um interesse epistemológico que justifica o clima de “redescoberta”. Minha própria inclinação enquanto pesquisador – que tende a valorizar os meios de comunicação, atribuindo-lhes um papel de centralidade nos processos sociais da sociedade contemporânea – me levaria a desinteressar desse modelo.

Contudo devemos estar atentos para o fato de que todas as observações críticas acima indicadas estão voltadas para a tese dos Efeitos Limitados, não exatamente para o modelo dos Dois Estágios. Dito de outra maneira, este modelo tem mais de uma significação teórica, que longe de ser uma fraqueza, aponta sua riqueza e sua persistência ao longo do tempo.

A propósito, muitas razões foram levantadas para tentar explicar a longevidade do modelo.

a) Sociologia da ciência: a solidariedade do grupo de pesquisadores que formaram uma rede de cooperação e de tradição de pesquisa. b) Plano político: afinidade com a ideologia dominante. c) Plano pragmático: potencial prático e capacidade de aplicação do modelo em atividades administrativas e comerciais. d) Plano metodológico: articulação de dados empíricos e modelo teórico (este último aspecto era bastante escasso na época). e) plano histórico – “revisão necessária da superestimação dos efeitos dos meios de massa⁶”.

Notemos que apenas os dois últimos fazem alusão ao plano epistemológico do modelo, mesmo assim destacando seu valor histórico. Raramente é destacado o valor intrínseco do modelo, principalmente seu valor heurístico. Chaffee escreveu em 1972 que “o fluxo em dois estágios era mais uma conceitualização a não ser negligenciada que um modelo teórico a ser testado” (*apud* STONE; SINGLETARY; RICHMOND, 1999, p. 161). Nesta mesma linha Gitlin observa que, “se a teoria tem sido recentemente contestada com grande força em campos empíricos, o paradigma como um todo continua a ser a idéia central, configuração que não pode ser ignorada pelos críticos” (1976, p. 208).

De fato, não faltaram críticas tanto aos procedimentos quanto a sua aplicação foram. Noelle-Neumann, para dar um exemplo, fala de “erro científico” e se refere a tese dos Efeitos Limitados como “cheia de problemas”. Segundo ela, os efeitos são cumulativos, inconscientes e se dão de forma direta através do meio ambiente social. Ela não esconde sua surpresa com o fato de que “a tese dos Efeitos Limitados dos mass media foi tão aceita e por tanto tempo” (p.67).

O caminho apontado por Chaffee supera esta contradição entre importância e críticas. E acreditamos que a diferenciação do modelo dos Dois Estágios e da tese dos Efeitos Limitados pode ajudar a avançar nesta direção.

Não retomaremos aqui as duras críticas feitas por Gitlin, nem esboçaremos nenhuma contestação ao uso político que foi feito no contexto norte-americano e que acabou sendo repassado para outros países (até porque concordamos com muitas delas).

Nosso objetivo é mostrar que o modelo dos Dois Estágios é mais complexo que as discussões que procuram atacar ou defender o modelo. Na verdade ele ainda se mostra

⁶ William Albig, 1957, citado por Lang & Lang, 2006, 166.

bastante fértil, e vem sendo empregado hoje em dia, razões que nos parecem suficientes para tentar desvinculá-lo desse plano político. Por conseguinte, a importância histórica e de paradigma fazem com este modelo mereça repensado.

Dois Estágios versus Efeitos Limitados

A literatura referente a nosso modelo toma como indiferença ou como sinônimos as expressões Dois Estágios e Efeitos Limitados. A nosso ver isso não deveria ser assim. Cada uma delas remete a planos diferentes e portam significações teóricas que não podem ser colocadas e tratadas como idênticas. Vamos tentar explicitar estas colocações.

1. Dois Estágios é uma **descrição**, nos remete à existência e articulação de dois sistemas de comunicação, o mediático e o interpessoal. Também destaca a interação desses dois sistemas. Com isso traz uma representação mais precisa, mais próxima das condições reais de exposição aos meios de comunicação.

Enquanto descrição, o modelo dos Dois Estágios é praticamente um truísmo: os seres humanos não estão isolados, são seres sociais; as pessoas não comunicam apenas com meios, também conversam entre elas, comentam o que recebem dos meios. Aponta para algo banal. Tomemos uma situação como exemplo. Quando as pessoas vão ao cinema elas não se relacionam apenas com uma tela. A relação não é apenas e exclusivamente do meio com o receptor, mas envolve uma situação mais ampla. Como sabemos, as pessoas se fazem acompanhar, pois gostam de discutir o filme. “Ir ao cinema” é mais que uma recepção de um meio, é todo um programa social, no qual o filme fornece uma ocasião e mesmo uma matriz (se o filme for interessante) para os relacionamentos. Discutir o filme significa trabalhar seu sentido, interpretar o significado de certas cenas e do filme como um todo, em uma palavra, trata-se de elaborar sua mensagem. Se isto acontece de forma isolada em cada receptor (relação com meio, primeiro estágio), o processo continua e se completa, encontrando sua forma mais acabada quando o sentido é discutido e fechado na dinâmica do grupo (receptor-receptor). Em outras palavras, a comunicação continua para além da recepção dos meios, se estende para a comunicação interpessoal. É no grupo que a mensagem mediática encontra sua forma final. Se o primeiro estágio traz o contato com o meio, no segundo é que a mensagem toma sua forma definitiva ou mais acabada (nada impede que o processo possa ser reaberto).

Abordar a comunicação mediática em dois estágios significa, antes de tudo, recolocar a atividade mediática em um quadro mais amplo, de modo a incluir a comunicação interpessoal ou as relações sociais. A relação do meio de comunicação com o receptor deixa de ser tomada num sentido direto e restrito, passando a incluir o grupo social. Supera-se assim o isolamento do receptor, que deixa de ser visto como ponto de uma rede social, na qual se opera o sentido das mensagens dos meios de comunicação. É sem dúvida, esta a maior contribuição do modelo, seu aspecto mais fecundo.

2. Efeitos Limitados, por sua vez, é uma **tese** ou uma **teoria**. Notemos que o plano não é mais o da descrição. Um efeito não é propriamente da ordem da observação, mas da interpretação. Efeitos não podem ser tratados como coisas, são relações entre elas e uma teoria. Se Dois Estágios é praticamente um truísmo (as pessoas conversam e comentam as mensagens mediáticas), a tese dos Efeitos Limitados introduz um elemento explicativo, se posiciona em relação ao processo dos dois fluxos para dar peso e marcar a preponderância do segundo estágio.

As etapas não teriam o mesmo grau de importância: todo o processo de comunicação seria redutível à recepção, e ela mesma situada no plano do grupo social. O modelo dos Dois Estágios certamente inova ao colocar o grupo como receptor. Nem o indivíduo (Teoria Hipodérmica), nem a Sociedade (funcionalismo), mas uma instância intermediária, numa escala que permite a observação, perfeitamente adaptada aos princípios e às necessidades de certa sociologia. Mas a tendência sociológica não pára aí, ela se expressa de fato com a tese dos Efeitos Limitados, que foca a atenção apenas no segundo estágio, o grupo. Mesmo neste plano fechado, ainda seria possível falar em efeitos fortes, enfatizando a persistência do elemento mediático como referência para as conversações entre os indivíduos, tal como sugere a teoria do Agenda-setting, mas tal hipótese não é considerada. O papel do meio simplesmente sai de cena, e a opção recai sobre o social, tomando como primado a recepção do grupo.

O desenvolvimento da tese dos efeitos limitados corresponde à inclinação sociológica das investigações de comunicação, que evidentemente estão mais interessadas nos aspectos propriamente sociais do fluxo comunicacional e tendem a desconsiderar os aspectos mediáticos. Seus interesses primários não estão fixados nos processos comunicacionais propriamente ditos, mas através deles busca-se explicar atitudes e hábitos sociais: o comportamento de voto, modo de se vestir, frequência de cinema, adoção de inovações (novos remédios, tecnologias).

Se entendermos tal deslocamento e foco nas questões sociais como estratégia de abordagem, dando-lhe um significado metodológico, então a tese dos Efeitos Limitados é uma teoria entre outras, marcada por limitações intrínsecas e relativas ao posicionamento de uma tradição de pesquisa. O que é muito diferente de tomá-la como um “achado” empírico, como muitas vezes aparece na literatura. Nesta acepção ela realmente traz consequências graves ao estudo dos meios de comunicação, e merece as críticas que têm recebido (inclusive políticas).

Uma questão se impõe aqui: Os efeitos limitados são um achado empírico?

Claro que não é o caso de se duvidar da honestidade dos estudos realizados, mas de perguntar qual o significado deste achado empírico.

Nossa resposta não se situa no plano dos detalhes metodológicos, para apontar possíveis falhas (como faz, em parte, Gitlin). O que os pesquisadores encontraram não é fruto de sua pura imaginação, eles fazem constatações que, de maneira geral, estão respaldadas em observações confirmadas por um bom número de investigações. No entanto, a nosso ver, não souberam explorar suficientemente a significação teórica desse achado. A afirmação dos efeitos limitados é feita a partir de um quadro de interpretação, e neste sentido, se mostra legítimo como outros. O problema é que generalizam suas conclusões (os meios não tem impacto significativo) para além das condições que garantiam a observação.

O apoio da evidência empírica tem pequeno alcance em ciências sociais. Ao contrário das ciências naturais, seu potencial conclusivo é bastante limitado, o poder de regular a teoria e de agir como elemento decisivo na seleção de teses concorrentes é bem menor, visto que o elemento interpretativo se desdobra em muitos da dimensão simbólica do dado.

Um fato social é passível de ser analisado de muitos pontos de vista, os quais correspondem às disciplinas das ciências sociais (e suas correntes internas). Um fenômeno humano é tanto político como histórico, psicológico quanto social, econômico quanto social. Cada termo destes, no entanto, nos dá uma chave de interpretação.

Pois bem, os efeitos limitados encontrados nas investigações empíricas não são invenções, mas não deixam de refletir o enquadramento teórico que os viabiliza. Têm

portanto uma “validade interna” ao sistema de análise, mas não podem se impor como fator naturais, pois aparecem a partir de um conjunto de opções metodológicas e apostas ontológicas e determinações epistemológicas. Os achados empíricos dão consistência e fundamentam perspectivas teóricas, não podem se impor a outras interpretações como, em ciências naturais, o mundo se opõe à conjectura.

Recortando e reduzindo o fenômeno à recepção do grupo, ou simplesmente dando forma e substância a seu objeto teórico, a tese dos Efeitos Limitados encontra elementos nesta disposição da realidade que corresponde a achados empíricos.

Ou seja, os efeitos só poderiam ser limitados, já que a teoria nem mesmo olha para os meios, mas para mensagens. Os aspectos tecnológicos, os efeitos intrínsecos ao meio não estão na mira do investigador, nem da pré-teoria que o conduz a seus “achados”. Se *People's Choice* e *Personal Influence* não encontraram tais efeitos é porque também não procuraram por eles. Seus pressupostos teóricos não permitiam isso. Decerto que não se trata de nenhum “defeito”, são limitações intrínsecas às teorias. O problema começa quando estas limitações não estão presentes ao espírito dos que lidam com as teorias, deixando-os expostos a cometerem equívocos no momento de dar a significação teórica dos resultados de suas pesquisas.

Os efeitos são limitados sim, mas pelo recorte que se operou no processo de comunicação. Por isso, para encontrarmos a crítica dessa tese, basta seguirmos o desdobramento de outros planos de análise, que vão destacar: os efeitos dos meios independente dos conteúdos veiculados (Escola de Toronto; os fatores político-econômicos (Economia-política dos meios); fatores intrínsecos à produção das mensagens (Newsmaking); e mesmo internos ao plano da recepção, interpretado a partir de outras possibilidades teóricas, como por exemplo destacando os fatores políticos envolvidos no âmbito da recepção (Escola de Frankfurt, Estudos Culturais, Espiral do Silêncio).

Enfim, é preciso diferenciar o modelo dos Dois Estágios da tese dos Efeitos Limitados.

Novas condições do líder de opinião

Ao nos brindar com uma das mais penetrantes e apaixonadas descrições da visão de mundo do homem primitivo, Mircea Eliade se depara com um universo estranho, muito diferente do nosso. Um cosmos vivo, transbordante de entidades e repleto de desejos e caprichos não-humanos. Um mundo marcado pelo mito, onde tempo, espaço e causalidade não têm o sentido que lhes atribuímos. Em seu auxílio, o autor recorre a uma linguagem com conceitos emprestada dos textos e da filosofia de Platão. Munido desses poderosos instrumentos, deleitou gerações traçando os contornos de uma paisagem e seus dois mundos, o sagrado e o profano.

A empresa, evidentemente, trazia em si algo de paradoxal, já que não podemos abandonar a nossa própria visão de mundo. E por mais que tenhamos avançado no conhecimento do pensamento mítico, não podemos perder de vista que tal separação não somente não existe para o primitivo, a rigor lhe é totalmente estranha. A separação analítica é um reflexo de nossos hábitos cognitivos sobre aquele universo.

Talvez o modelo dos Dois Estágios também deva ser compreendido através dessa propriedade, de instruir através do impreciso, e até mesmo do equivocado. Tal como em nosso exemplo, o “cosmos” contemporâneo não é nem pode ser a separação de dois mundos:

homem e técnica, cultura e capitalismo, comunicação interpessoal e meios de comunicação. Ao contrário, é lá onde eles não se separam, que emerge a singularidade da época que vivemos.

A principal contribuição do modelo dos Dois Estágios não é certamente a proposição da tese dos efeitos limitados dos meios, nem tampouco a idéia de uma separação entre dois sistemas de comunicação, mas a interconexão desses dois sistemas. A questão não é onde se juntam, mas que estratégias temos para separá-los, e quanto de crença depositamos nelas.

Transformações do Sistema Mediático

Uma das principais críticas feitas ao modelo dos Dois Estágios invoca a emergência da TV e a anulação da exposição seletiva. Em meados do século XX, como sabemos, está em marcha uma transformação do sistema de comunicação, cujo *take-off* será o desenvolvimento da televisão. Não é somente a abundância da informação que marca este processo, surge uma nova relação com a informação.

Meios e mensagens não são apenas pontos isolados, práticas definidas, mas ocupam largas extensões e recobrem a vida dos agentes sociais. O processo é semelhante com o descrito por George Friedmann em relação à tecnologia no final do século XIX e início do XX, quando a tecnologia se torna o meio ambiente em que passamos habitar. O objeto técnico dá lugar ao sistema técnico que se sobrepõe e constitui o mundo imediato que nos cerca.

Em outras sociedades históricas era possível isolar práticas tecnológicas e não-tecnológicas, mediáticas e não-mediáticas, mas hoje isso seria como a imagem da cobra que tenta morder a própria cauda. A introdução da televisão representa este marco. Em sua obra *Non Sense of Place*, J. Meyrowitz sugere que o principal efeito da televisão é apagar barreiras sócio-culturais. Através desse meio as crianças conhecem o mundo dos adultos; os homens, entram em contato com o mundo feminino, os pobres ficam sabendo o que os ricos fazem; os eleitores sabem um pouco mais do universo e da lógica dos políticos, etc. Através de um meio como a TV as fronteiras sociais se esvanecem, não porque deixam de existir, mas porque se misturam e alargam a experiência individual, fazem recuar limites que os papéis sociais impunham.

Ela também nos conecta a lugares e unifica a temporalidade em um presente técnico (Martino, 2009). Como resultado temos uma experiência estendida e profundamente ambígua. Há algum tempo atrás sabíamos separar o público do privado, mas hoje, a TV trouxe o público para o centro do lar, ao mesmo tempo que desloca o mais íntimo para expô-lo na tela. Se culto do público se faz em casa, em privado, a intimidade é uma questão pública (Martino, 1997). Inversões que não significam a morte nem o desaparecimento das visões e práticas anteriores, tampouco incorrem no determinismo, nem se assenta em causas tecnológicas, mas que são a expressão da complexidade crescente da interação dos sistemas de comunicação mediática e interpessoal.

Esta interação é captada, por exemplo, através da teoria do Agenda-setting, que marca a influência dos meios na comunicação sobre a comunicação interpessoal, através do estabelecimento dos assuntos, ou seja, dirigindo a atenção social para certos objetos (e não para outros). Contudo, é perfeitamente plausível inverter este esquema, de modo que poderíamos pensar que certos conteúdos mediáticos podem ser extraídos da realidade social e

passam a pautar os meios⁷, fechando um circuito de alimentação e retro-alimentação sem fim, e sem começo.

O mundo em que vivemos não é aquele onde se pode separar os astros de cinema das pessoas em carne osso que os “incorporam”; o jogo de futebol dos estádios e aquele que acompanhamos em casa; os dramas das personagens de novelas e nossos sentimentos; a multidão de homens públicos, fatos, lugares, acontecimentos que apenas conhecemos através e unicamente pelos meios de comunicação e a realidade “fora dos meios”. O presidente da república não é uma entidade menos mediática que Madona ou Pelé. E mesmo o contato direto com essas pessoas não mudaria em nada, pois elas não seriam o que são sem a mediação tecnológica. Onde começa o “mito” e termina a pessoa? A mediatização das figuras públicas não é uma máscara por trás da qual se esconde o personagem real. Os meios de comunicação transformam o que entendemos por realidade.

Qual o valor, então, do modelo dos Dois Estágios?

A originalidade do modelo reside em sua capacidade de apontar a inter-relação entre os dois sistemas de comunicação. Para isto deve ser afastada a idéia de efeitos limitados, que na verdade é simétrica e equivalente à opção da tese dos meios todo-poderosos. Ambas se afastam do que temos considerado o aspecto mais próprio que caracteriza o fenômeno comunicacional. Como já apontamos em outras oportunidades, este é constituído pela indissociabilidade da comunicação mediática e da comunicação interpessoal, numa experiência original, própria ao século XX e à sociedade que vivemos.

Condições históricas e estruturais nos mostram a necessidade de superar a oposição entre efeitos fortes e fracos, principalmente porque desviam nosso olhar daquilo que constitui a realidade do fenômeno. As abordagens orientadas dessa forma perdem contato com as condições técnicas, históricas e mesmo sociais, opondo indivíduos e meios de comunicação.

Se acompanharmos a linha de evolução que nos trouxe até este estado de abundância de meios e de multiplicação de suas formas, facilmente constatável no cotidiano das práticas sociais que se consolida na década de 90, podemos ver que a individualização dos exemplares de jornal (anos 20), dos aparelhos de rádio (anos 50) e de TV (anos 80), do telefone celular e do computador pessoal (anos 90), são evidências empíricas de que o desenvolvimento dos meios está associado às necessidades do indivíduo. Particularmente como auxiliares do desempenho de seus papéis sociais. O desenvolvimento mediático e a valorização da informação são a clara contrapartida da atividade dos agentes sociais em uma nova configuração social, com o redesenho dos papéis sociais, cobranças, deveres e possibilidades abertas aos indivíduos em uma nova arquitetura do sistema de informação e de comunicação.

Por conseguinte, o mérito do modelo dos Dois Estágios não estaria na defesa da tese dos Efeitos limitados, mas em apontar a necessidade de articular dois sistemas de comunicação que se inter-relacionam. E que não cessariam de aumentar a extensão e profundidade dessa interação, num ritmo dificilmente previsível na primeira metade do século XX, onde aparece.

⁷ Dessa ótica os meios são pautados por temáticas sociais: eleições, festas religiosas (natal, páscoa, carnaval, etc.), passagem de ano, enfim, por eventos que não tem origem na programação, mas devem constar dela, por razões não propriamente mediáticas.

A representação borgeana de um mapa 1 por 1, não ser tornou menos impossível, mas os meios de comunicação, agindo diretamente sobre nossa representação do mundo, nos colocam na posição daqueles personagens que “habitam as ruínas desse mapa”. A diferença é que se trata de um mundo em construção, não em ruínas. O mundo em que vivemos se mistura com o dos meios de comunicação.

Seguindo a observação de Livingstone, Couldry, Markham, Éric Maigret pode afirmar que *Personal Influence*, o livro que consolida o modelo dos Dois Estágios,

antecipa uma pesquisa que não se inscreve mais no paradigma texto-leitor [...]. Este não singulariza os momentos de uso e de recepção, pois os integra na trama relacional, familiar, conjugal, doméstica: relações sociais e tecnologias misturadas (Maigret, 2008, p.7).

A inter-relação dos sistemas comunicacionais não pode ser descrita pela oposição emissor-receptor. Não que o processo descrito pelo Esquema de Lasswell não exista mais, ele simplesmente perde a precisão quando muda para uma escala onde o fenômeno se apresenta sem contornos precisos, como garantia o tempo e espaço da dinâmica de um grupo ou de uma campanha política.

As novas condições mediáticas nos obrigam a repensar o papel dos líderes de opinião. A sobreposição dos fluxos faz com que vírus informáticos também contaminem pessoas, o marketing viral faz dos agentes sociais “hospedeiros” de mensagens planejadas. Um artifício que guarda estreita relação com certas aplicações do Modelo dos Dois Estágios na difusão de mensagens ou produtos⁸.

Em relação aos meios propriamente ditos, a análise segue caminhos diferentes para meios-instrumento e meios-máquina. No que toca aos primeiros, com tecnologias informáticas, podemos dizer que a vida dos blogs e *sites* de relacionamentos não somente estendem, mas tornam difícil a análise da identificação e do papel dos líderes de opinião. De um lado, esses recursos ampliam o contato, especializam as relações em torno de afinidades mais precisas, potencializando enormemente a atração do contato social. Grupos e redes são formados a partir de traços compartilhados, traços que são muito caros aos que se reagrupam em torno deles. Neste sentido as tecnologias de informática associadas à comunicação trouxeram possibilidades originais para a formação de matrizes sociais. De outro lado, tornou anônima grande parte dessa informação e desse contato, relativizando a credibilidade das informações e a confiabilidade das fontes.

Há dois movimentos contrários e simultâneos, diminui-se a exposição seletiva, as pessoas não são indiferentes às mensagens, elas estão mais em contato com os meios, e ao mesmo tempo elas podem participar com maior controle no uso desses meios. A mesma tecnologia que coloca as pessoas em contato, também multiplica as fontes de informação, *despersonalizando a influência*. Aumenta-se a influência, é verdade, a comunicação pessoal nunca foi tão instrumentalizada, nunca teve tantos canais, e controle sobre os canais, mas não pode fazer isto sem aumentar a velocidade da circulação da informação, sem despersonalizar as fontes, homogeneizar as informações rápidas, distribuindo de forma mais equânime o conhecimento comum.

Além disso, a interatividade dos novos meios não coloca uma instituição, empresa ou governo (como acontece com meios muito complexos como a TV), mas nos deixa frente a

⁸ Cf. O trabalho de Nelito Falcão da Silva, *Marketing Viral: quando os internautas são a melhor propaganda*. Dissertação de Mestrado. Universidade de Brasília, 2008.

uma situação que a tese dos Efeitos Limitados não previa: que por traz do meio há diretamente uma pessoa. Nesta situação a comunicação mediática é a expressão da relação interpessoal, dando forma a mais um ponto de sobreposição da comunicação mediática com a interpessoal.

Tais tecnologias da comunicação aumentaram e aceleraram os fluxos de informação, trouxeram um novo regime de circulação de dados e representações, que se convertem facilmente em valores e novos hábitos, novas maneiras de gestão de si e de relacionamento com redes sociais. Os líderes de opinião não deixaram de existir neste ambiente, mas aumentam as dificuldades de serem distinguidos e identificados em uma rede sem fim, na qual a influência passa a ser um efeito de conjunto, mais do que de pontos isolados ou isoláveis. A relação interpessoal, por sua vez, não é apenas uma matéria passiva e plástica, ela traz suas exigências e ajuda a constituir o sentido dos meios de comunicação. Usos sociais e tecnologias, fluxos mediáticos e relações interpessoais se plasmam em todo dinâmico.

Claro que o pesquisador não está impedido de operar os cortes que julgar necessários para o estudo, o que lhe é interdito é de perder de vista esta totalidade. Totalidade que em termos comunicacionais não deve ser entendida como a soma de todas as mensagens, ou como o instantâneo do fluxo, capturado através das lentes de descrições precisas ou, ainda, em “narrativas densas”, tentação que assombra boa parte dos trabalhos da área e vem orientando gerações de pesquisadores encantados com o aspecto proteiforme dos fluxos comunicacionais e a representação do mundo que lhe é imanente. Esta totalidade, na verdade, é dada pela inter-relação dos fluxos comunicacionais, embaralhando pessoas e meios, mensagens e mundo, misturando comunicação e maneiras de ser e de pensar. A dimensão propriamente comunicacional, nosso objeto de estudo, se encontra justamente ali onde não podemos separar o acontecimento da mediatização, o interpessoal da circulação de informação.

O modelo dos Dois Estágios não é somente o ponto de partida para a tese dos Efeitos Limitados, ela guarda uma relação estreita com muitas outras (agenda-setting, usos e gratificações), mas ponto de chegada para outras (notadamente aquelas dos efeitos tecnológicos, ou Teoria dos Meios). Seu poder de diálogo, sua capacidade heurística, representam um recurso importante para aqueles que querem compreender a ação dos meios e o mundo que habitamos.

Referências

ABBOTT, Eric A.; YARBROUGH, J. Paul; “Re-Thinking the Role of Information in Diffusion Theory: An Historical Analysis with an Empirical Test”, http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/difusion_teorias.pdf

Advances in Communication Research

CHAFFEE, Steven H. (1979, November). Mass media vs. interpersonal channels: The synthetic competition. Presentation at annual meeting of the Speech Communication Association, San Antonio, Texas.

- GITLIN, Todd – « Media Sociology : The Dominant Paradigm », *Theory and Society*, 6, 1978, p. 205-253.
- Katz, E. (1957). “The two-step flow of communication: An up-to-date report on an hypothesis”. *Public Opinion Quarterly*, 21, 61-78. Tradução francesa em Balle & Padioleau.
- KATZ, E.; LAZARFELD, P.F. – *Personal Influence*. Free Press. New York, 1955. Trad. francesa *Influence Personnelle*, Armand Collin / INA, Paris, 2008.
- Katz, Elihu – “L’Héritage de Paul Lazarsfeld: la puissance des effets limités”. *Influence Personnelle*. Préface à de la nouvelle édition française de *Personal Influence*. Paris. Armand Colin, 2008.
- Katz, Elihu (1973). “The two-step flow of communication: an up-to-date report of an hypothesis”. In Enis and Cox (eds.), *Marketing Classics*, p175-193.
- KATZ, Elihu. « Les Deux étages de la communication (The two-step flow of communication) », in BALLE, F. et PADIOLEAU, Jean G. – *Sociologie de l’Information*. Larousse, 1973.
- LANG, K.; LANG, G. E. “Personal Influence and the New Paradigm: Some Inadvertent Consequences”, in *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, November 1, 2006; 608(1): 157-178.
- LAZARFELD, P.F., BERELSON, B. & GAUDET, H. (1944). *The people’s choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press.
- MAIGRET, Éric. “Flux, filtros, pairs, blogs, buzz ». Avant Propos de la nouvelle édition française de *Personal Influence*. Paris. Armand Colin, 2008.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1974). “The spiral of silence: a theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24, 43-51
- STONE, Gerald; SINGLETARY, Michael W.; RICHMOND, Virginia P. *Clarifying Communication Theories: A Hands-On Approach*. Blackwell Publishing, 1999.