

## REDES SOCIAIS: ANÁLISE COMPORTAMENTAL A PARTIR DA VISÃO DO BEHAVIORAL PERSPECTIVE MODEL(BPM).

Humberto de Carvalho Neves, Márcio Giovani Cunha Fernandes

humberto@anapolis.go.gov.br, marcio.giovani@gmail.com

Universidade Estadual de Goiás – CCET – Sistemas de Informação - Anápolis – GO

**RESUMO** – Com a influência da utilização de tecnologias no contexto contemporâneo a sociedade modificou as formas de comunicação e relacionamento interpessoal. O surgimento de redes sociais alavancou ainda mais a disposição do ser humano em se organizar em grupos específicos de interesses mútuos. Saber o que leva o ser humano a se organizar em um novo ambiente, a internet, é de relevante para o contexto contemporâneo. Nesse cenário, o objetivo deste estudo é entender os fatores que influenciam os níveis de adesão em redes sociais a partir da análise comportamental de consumo de produtos e serviços, tendo como embasamento da pesquisa o modelo teórico: Behavioral Perspective Model (BPM). Utilizando um estudo de caso aplicado, foi proposta uma análise comparativa a partir de dois processos de coleta de dados, e também a aplicação de estratégias de marketing e de comunicação. Como resultado parciais de pesquisa, observou-se a identificação de fatores que podem reforçar ou punir a adesão do sistema “Conexão Cidadania”.

**Palavras-Chave** – Redes Sociais, BPM, análise comportamental, influência da tecnologia.

### TRAINING DEVELOPMENT PLATFORM PROCESSES DIGITAL

**ABSTRACT** – With the influence of the use of technologies in the contemporary context of society modified the forms of communication and interpersonal relationships. The emergence of social networking further boosted the willingness of human beings to organize specific groups of mutual interest. Knowing what causes humans to organize themselves into a new environment, the internet is indeed relevant to the current context. Therefore, the aim of this study is to understand the factors that influence the levels of membership in social networks from the behavioral analysis of consumer products and services, with the research foundation the theoretical model: Behavioral Perspective Model (BPM). Using a case study applied, it proposed a comparative analysis from two data collection processes, and the application of marketing and communication strategies. As partial search result, there was the identification of factors that can reinforce or punish membership system "Conexão Cidadania".

**Keywords** – Social networks, BPM, behavioral analysis, the influence of technology.

SIUNI-UEG - Anápolis – Goiás – Brasil

07 a 09 de outubro de 2016

## I. INTRODUÇÃO

A presente pesquisa está embasada na temática da análise comportamental de consumo de mídias sociais. Haja vista que em um contexto atual e tecnológico a influência das tecnologias é vivenciada todos os dias a utilização de *smartphones* e a relevância dos mesmos na sociedade, campanhas eleitorais digitais ou a organização de protestos pelas vias tecnológicas.

Os ambientes sociais digitais, potencializados pelo aspecto colaborativo e dinâmico da mídia sob a Web 2.0., são locais em que “atores” postam suas ideias, conhecimentos e experiências de forma relacional e de interesse mútuo.

Contudo, o que leva uma pessoa a utilizar uma rede social? Como forma de entender os processos de adesão à um produto ou serviço, este trabalho utiliza a análise comportamental das preferências de consumo de uma pessoa, o *Behavioral Perspective Model* (BPM), que conduzirá à identificação da influência de reforços (utilitários e informativos) nos níveis de adesão do sistema de denúncias “Conexão Cidadania”.

## II. DESENVOLVIMENTO

Quanto à utilização de mídias digitais na sociedade contemporânea, o percurso tecnológico pelo qual a ferramenta percorreu é resumido na figura 1:

Figura 1: A viabilização das Mídias Sociais



Fonte: Elaborado pelo autor (2016)

Conceitualmente podemos explicar os seguintes assuntos como:

- Web 2.0: Viabilização de sites personalizáveis, dinâmicos e interativos.
- Marketing Digital: Uso das estratégias de marketing em um ambiente digital.
- Mídias Sociais: Ambiente social de exposição de ideias, conhecimento e experiências (i.e. sites de relacionamento, compartilhamento de vídeos, blogs e fóruns).

O que conduz à adesão a uma rede social? O BPM é o modelo teórico selecionado para  
SIUNI-UEG - Anápolis – Goiás – Brasil

07 a 09 de outubro de 2016

explicar os fatores envolvidos nesse processo, a partir de antecedentes, respostas e consequentes. A figura 2 ilustra a representação do modelo.

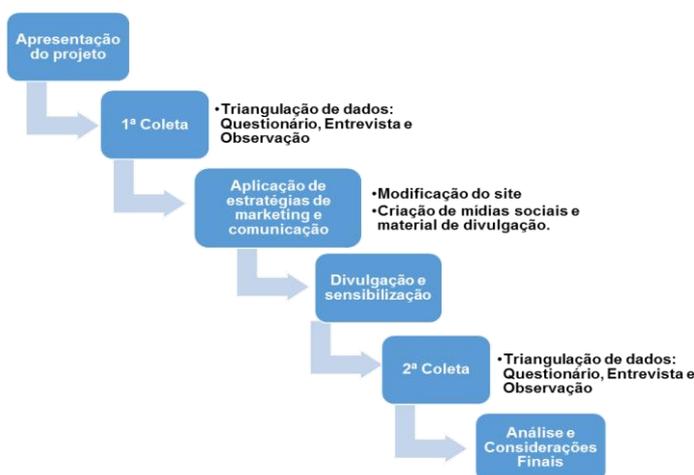
Figura 2: Representação do Behavioral Perspective Model(BPM)



Fonte: Adaptado de Naline *et al* (2013)

O percurso de pesquisa está delimitado em um processo de análise comparativa de dados. A Figura 3 apresenta o roteiro metodológico da pesquisa.

Figura 3: Roteiro Metodológico



Fonte: Elaborado pelo autor (2016)

Com os resultados da primeira coleta realizada foi possível elencar hipóteses dos fatores influenciadores de adesão (aceitação ou punição) do “Conexão Cidadania” no nível “antecedente” do BPM. São elas:

- **Hipótese de punição: Baixo índice de consciência cidadã**

Figura 4: Níveis de Consciência Cidadã - Questionário e Entrevista

Consciência Cidadã	Questionário	
	Sim	Não
Critérios		
Conceito de Cidadania	72	8
Total de respondentes: 80 pessoas		

Consciência Cidadã	Entrevista		
	Critérios	Sim	Não
	Sabem explicar o conceito de Cidadania	0	4
	Total de entrevistados: 4 pessoas		
Consciência Cidadã	Observação		
	Critérios	Sim	Não
	O site possuía informações educativas sobre cidadania	-	X

Fonte: Elaborado pelo autor (2016)

- **Hipótese de punição: Falta de divulgação e utilização**

Figura 5: Nível de conhecimento do sistema - Questionário

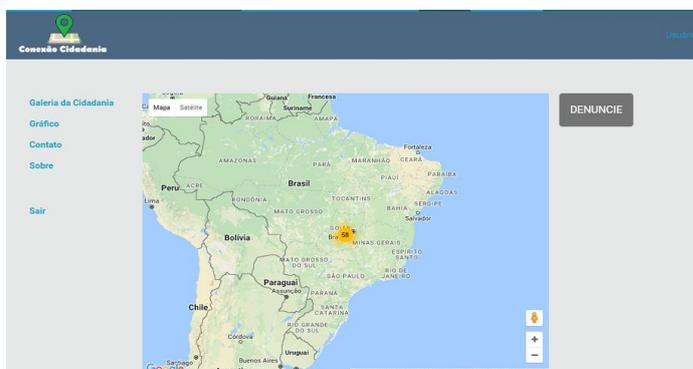
Falta de divulgação			27
Falta de interesse			21
Nunca utilizei			38

Fonte: Elaborado pelo autor (2016)

De acordo com o questionário, 38 deles nunca utilizaram o sistema e 27 afirmaram haver problemas na divulgação. Totalizando 65 pessoas (81,25%).

- **Hipótese de aceitação: Modificação do site**

Figura 6: Níveis de Consciência Cidadã - Questionário



Fonte: Elaborado pelo autor (2016)

A hipótese encontra-se em análise.

### III. CONCLUSÃO

De acordo com os dados levantados, pressupõe-se prováveis fatores de interferência na adesão do Conexão Cidadania: **falta de divulgação, baixos níveis de consciência cidadã, layout**

SIUNI-UEG - Anápolis – Goiás – Brasil

07 a 09 de outubro de 2016

**com pouca usabilidade e falta de funcionalidades desejadas.** Entretanto as constatações estarão disponíveis após a análise final dos dados.

## REFERÊNCIAS

- FOXALL, G. R. Consumer psychology in behavioral perspective. **Routledge**, New York, 1990
- NALINI, L. E. E. G., DE MELO CARDOSO, M., & CUNHA, S. R. (2013). Comportamento do Consumidor: uma introdução ao Behavioral Perspective Model (BPM). **Fragments de Cultura**, Goiânia, v. 23, n. 4, p. 489-505, out./dez.