
Conexões Virtuais, Comunidades Reais: Explorando a atuação da comunicação comunitária e as noções de engajamento no ambiente digital¹

Thainá Queiroz ALVES²

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

Resumo

O presente artigo visa contribuir de maneira ensaística com reflexões em torno da comunicação comunitária mediante a sua incorporação nas plataformas de redes sociais como recurso para maior expansão de informação local, utilizando-as de maneira responsável e ética para a promoção de uma comunidade mais conectada e informada. Sobremaneira objetiva-se, através das abordagens teóricas acerca das noções de engajamento online concebidas por pesquisas que destacam o sentido crítico do conceito, tecer análises sobre as interconexões presentes nesses canais comunicativos com os demais usuários.

Palavras-chaves: Comunicação comunitária; engajamento; redes sociais digitais; interações sociais.

O OLHAR SOBRE O CAMPO CIENTÍFICO

A popularização dos usos das redes sociais digitais possibilitou que fosse presente um movimento de difusão de informações de forma descentralizada, sendo a internet o principal meio de ação a qual viabilizou que usuários se conduzissem como agentes ativos no consumo e produção de conteúdo.

No início da década de 1990, os usos da internet limitavam-se por gráficos e web não refletindo seu caráter interacional das redes sociais. No entanto, a partir dos anos 2000 houve a ampliação de blogs e sites aos quais facilitaram a produção de conteúdos através de textos,

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa – Comunicação para a Cidadania do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Mestranda do Curso de Comunicação Social do PPGMC/UFF, email: thaina_queiroz@id.uff.br

vídeos e áudios, e explorar a criatividade nas redes, o que se denominou de “Web 2.0” (Silveira, 2019, p. 274)

Todavia, André Lemos (2005, p. 2) disserta sobre como o início do século XXI é marcado pelo surgimento da sociedade da informação, a partir do desenvolvimento das redes de acesso à Internet sem fio, conjuntamente com a expansão dos usos de telefones celulares, “trata-se de transformações nas práticas sociais, na vivência do espaço urbano e na forma de produzir e consumir informação”.

É nesse contexto que as tecnologias de comunicação tornaram-se agregadoras ao aproximar os indivíduos aos usos da internet móvel, as quais configuram-se como novas formas de consumo de informação e práticas de sociabilidades e cidadania (LEMOS, 2005, p. 15).

Sobremaneira para efeito de mobilização, as estratégias usadas pelas iniciativas comunitárias têm incluído cada vez mais dispositivos tecnológicos ao longo dos anos mediante a utilização de vídeo, televisão, rádio, sites, redes sociais digitais, entre outros, de modo que “ao incorporar essas mídias, a comunicação popular e comunitária acaba se constituindo num processo facilitador da realização de outros processos, como os de conscientização-organização-ação de segmentos das classes subalternizadas” (PERUZZO, 2016, p. 5).

De acordo com Peruzzo (2016, p. 5-6), as experiências comunicacionais brasileiras evidenciam as dinâmicas sociocomunitárias e orientam novas práticas da comunicação para reivindicação e apresentar visão de mundo e, para tanto, recorrem aos meios tecnológicos que auxiliam nas estratégias comunicacionais.

A partir dessa compreensão que evidencia-se a noção de engajamento como “vinculação social, afetiva e gustativa” proposta por Pablo Bastos (2020, p. 198). O autor destaca que essa dimensão do engajamento é caracterizada pelos processos comunicacionais e de vinculação social presentes no cotidiano dos sujeitos, refletindo “nas práticas e processos socioculturais que medeiam a construção de sentidos”.

Se o indivíduo gosta de determinada organização e do conteúdo desenvolvido por ela, pressupõe-se determinado conhecimento anterior para a formação deste gosto, a existência de determinações econômicas, sociais e culturais, o vínculo com determinada ideologia, cada vez mais midiaticizada (BASTOS, 2020, p. 198).

É nessa perspectiva que o autor disserta como a comunicação é uma prática para a construção do ser social e da consciência política, quando viabilizada por sites de redes sociais reflete nas interações sociais cotidianas mediadas pelo que entende por “aparelhos privados de hegemonia” aos quais interferem nas ações dos indivíduos dentro e fora das redes, é a partir desse pressuposto que o autor determina a noção de engajamento.

Valendo-se de análise feita por Rafael Grohmann (2018, p. 3), engajamento é a nomeação dada para designar as ações do sujeitos nos processos comunicacionais e que tornou-se constantemente associada às noções de engajamento político ou a um processo de transformação social, de forma que “o engajamento é uma das várias atividades dos sujeitos em relação não só a ‘vida midiática’, para usar uma expressão de Deuze (2012), mas às outras esferas da vida social”.

Em suma, o conceito de engajamento é frequentemente associado às ações mercadológicas nas plataformas de redes sociais, mas tendo em vista que não se trata de um termo com precisão conceitual ele reflete nas demais esferas da vida social. A análise das relações entre comunicação comunitária, redes sociais e engajamento revela a complexidade e a relevância desse fenômeno na contemporaneidade. A comunicação através dessas plataformas desempenha um papel fundamental na disseminação de informações e no estímulo à participação ativa dos indivíduos sendo fundamental para atender às necessidades e interesses da comunidade, promovendo um ambiente de troca e diálogo.

REFERÊNCIAS

BASTOS, Pablo N. **Dialética do engajamento**: uma contribuição crítica ao conceito. MATRIZES. 7 maio 2020. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v14i1p193-220>.

_____. **Comunicação, interação e engajamento**: fronteiras epistemológicas e alcances políticos. In: 41 CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2018, Joinville. Anais do 41 CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. São Paulo: Intercom, 2018. v. 1. p. 1-15.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização, Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2013

LE MOS, André. **Cibercultura e Mobilidade. A Era da Conexão**. In XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro: Intercom.

PERUZZO, Cicília M. K. **Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço.** Revista Galáxia, São Paulo, n. 17, p. 131-146, jun. 2009.

_____. **Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária.** In: INTERCOM, XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação–BH/MG, 2 a 6 Set 2013
SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. A Internet em crise. In SADER, Emir. **E agora, Brasil?** Rio de Janeiro, UERJ/ LPP, 2019

_____. **Possibilidades, realidade e desafios da comunicação cidadã na web.** Matrizes, vol. 12, núm. 3, 2018, pp. 77-100 Universidade de São Paulo.

PERUZZO, Cicília M. K. **Comunicar para transformar.** In: Revista Agriculturas, v.13, n.1, março 2016. Rio de Janeiro-RJ, 2016.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **A Internet em crise.** In: **E agora, Brasil?** Rio de Janeiro, UERJ/ LPP, 2019.