

COMUNIDADES VIRTUAIS DE FÃS: Interações sociais e Comportamento no digital

FERREIRA, Fernanda Catarina da Silva¹
COLPO, Caroline Delevati²

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo articular as noções de comunidade virtuais de fãs e como as mídias digitais podem afetar os sujeitos e trazer para o campo da comunicação, como objeto de pesquisa. Essencialmente, busca-se compreender essa articulação por meio de suas especificidades sobre comunidades, comportamento social e interações sociais no digital, a partir da revisão bibliográfica. Como resultado, propõe-se um debate sobre esses tópicos e a possibilidade de reflexão sobre como as mídias digitais podem regular interações coletivas, por meio de estratégias que frequentemente, envolvem estruturas sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Comunidade de fãs. Comportamento. Mídias sociais.

INTRODUÇÃO

Os estudos dessas abordagens também exploram temas que se debruçam sobre os impactos da produção, recepção e consumo de informações, considerando tanto as implicações sociais, quanto individuais desses processos. Com a crescente expansão dos meios comunicacionais, atrelado a alterações no contexto da sociedade, por exemplo, como a pandemia de COVID-19, o processo de inter-relações no digital cresceu consideravelmente, colocando em evidência sob diferentes perspectivas assuntos já debatidos. Temas como a sociedade do cansaço, o estresse causado pela alta produtividade no digital, exaustão algorítmica, ansiedade de informações no digital, os perigos da influência de corpos no digital, entre outros assuntos estão em evidência na sociedade global e estão passíveis de serem defendidos até pelo mercado capital.

COMUNIDADE DE FÃS E MÍDIAS DIGITAIS

¹ Mestre em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Graduada em Relações Públicas (UFPB), Integrante do Grupo de Pesquisa CACTO – Comunicação, Afeto, Cultura, Trabalho e Organização (UFPB). E-mail: fernandacferreira18@gmail.com

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas e professora do Curso de Relações Públicas da UFPB/PB. Coordenadora do Grupo de Pesquisa CACTO – Comunicação, Afeto, Cultura, Trabalho e Organizações. Doutora em Comunicação Social pela PUC/RS. Mestre em Desenvolvimento Regional pela UNISC/RS e graduada em Relações Públicas pela UFSM/RS carolinecolpo@gmail.com

Os seres humanos sempre foram seres gregários, continuamente, optaram por viver em comunidades, desde o início das civilizações. Bauman (2003) compreende estar em comunidade como viver junto, para o autor, a comunidade representa a família e tem motivação afetiva, viver em comunidade é viver em segurança, com indivíduos confiáveis e que se ajudam mutuamente. A palavra comunidade sugere algo bom, e desperta a sensação de segurança e conforto nos indivíduos. Desse modo, é sempre seguro estar em comunidade, caso algo de ruim aconteça, o indivíduo sempre terá a comunidade para ajudar a se reerguer.

No entanto, “o golpe mortal na ‘naturalidade’ do entendimento comunitário foi desferido” (BAUMAN, p. 18, 2003), através da internet e das mídias digitais, as informações passaram a correr mais rápido que os meios de transportes convencionais, e as fronteiras entre estar dentro de uma comunidade ou fora dela, não pode mais ser estabelecida e muito menos mantida.

A alteração no entendimento comunitário se dá, principalmente, após o surgimento das chamadas comunidades virtuais. Nesse tipo de comunidade não existe espaço geográfico, embora estejam localizadas em espaços digitais como sites e mídias digitais. Recuero (2001), faz uma análise do conceito de comunidade virtual e discute em que medida esse conceito pode ser utilizado quando aplicado a relações entre as pessoas na internet.

Para Recuero (p. 7, 2001), “A comunidade virtual possui, deste modo, uma base no ciberespaço, um senso de lugar, um *locus* virtual. Este espaço pode ser abstrato, mas é “limitado”, [...] São fronteiras simbólicas, não concretas.”. Dessa forma, para estar em uma comunidade virtual, não é mais necessário viver fisicamente juntos, apesar de existir um senso de lugar na internet, os membros das comunidades virtuais podem mudar de comunidade acordo com seus interesses e participar de mais de uma comunidade ao mesmo tempo.

As comunidades virtuais podem atuar seguindo dois fundamentos principais, segundo Castells (2003). O autor explica que existem algumas especificidades e valores sociais, que podem ter sido transmitidos das comunidades sociais para as comunidades virtuais, na medida em que os indivíduos se relacionavam pela internet.

Assim, podem ser identificados dois atributos principais percebidas nas comunidades virtuais, segundo Castells (2003), que são os valores da comunicação livre e horizontal e

a formação autônoma das redes. O primeiro atributo surge devido a prática de livre arbítrio enfatizado nas mídias digitais, o segundo atributo sugere autonomia ao sujeito, o que incita qualquer sujeito a procurar por algo que se identifique, e caso não encontre, a possibilidade de criar uma comunidade virtual, gerar conteúdo e criar uma rede.

Por isso, as comunidades virtuais podem ser vistas como um espaço, no qual, as pessoas consomem e produzem juntas, segundo Jenkins (2009). Atualmente, as comunidades virtuais podem ser definidas principalmente pela forma coletiva de compartilhamento das informações e produção mútua. Tornando-se meios para os indivíduos partilharem de interesses em comum e produzirem conteúdos relacionados aos seus interesses, a partir da interação gerada pela internet.

Mas diferentes das comunidades virtuais, nas quais, se encontram amigos, parentes, colegas e conhecidos, há outras denominações de comunidades online, como as comunidades de fãs ou *fandom*. Elas podem ser espaços virtuais, nos quais, indivíduos que compartilham de interesses em um determinado objeto podem se unir e formar uma comunidade de fãs. O diferencial está justamente na materialidade do *fandom*, pois compartilham do mesmo referencial simbólico, que são seus objetos de devoção.

O professor e pesquisador Monteiro (2005), afirma que mais importante que o investimento afetivo do fã é o compartilhamento do seu repertório simbólico, ele exemplifica que um fã “só define sua condição de fã quando se posiciona em relação aos demais membros da comunidade virtual da qual faz parte e aos quais se encontra conectado pelo repertório, mesmo que jamais os tenha visto.” (MONTEIRO, 2005, p. 49). Dessa maneira, pontos de conexão entre esse repertório em comum ajudam os grupos de indivíduos a se conectarem com maior facilidade.

Desse modo, as comunidades virtuais podem ser entendidas como importantes não apenas pela interação mútua que geram entre os sujeitos, mas também por revelarem elementos necessários que podem manter ou instituir interações sociais na internet, como por exemplo, os laços sociais.

Para Recuero (2001), os laços sociais são os componentes que conectam os indivíduos nas comunidades virtuais, e permitem que através deles possam ser transmitidos recursos materiais e sociais. Esse laço social, é, portanto, formador de interações, trocas e compartilhamento de experiências em conversas sociais,

(RECUERO, 2001). Nesse contexto, esses laços sociais podem gerar um vínculo entre os indivíduos, que podem evoluir continuamente através das interações.

As características materiais dos meios, possuem elementos que podem inibir ou incitar determinados comportamentos, incluindo como determinadas informações são percebidas por atores sociais e como essas informações são apreendidas. Segundo Recuero (2009), os atores sociais são a primeira característica, pois “atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais.”. (RECUERO, 2009, p. 25). Neste caso, preocupa-se com as representações sociais desses indivíduos dentro das mídias digitais.

Para Meyrowitz (1985), a mídia pode afetar o comportamento social, não de maneira aleatória, mas porque acontece um rearranjo social diferente dos estágios sociais aos quais os indivíduos estão adaptados, e resulta em uma mudança no comportamento considerado apropriado dos indivíduos, pois quando o público muda o mesmo acontece com as atuações sociais.

O acesso a determinadas mídias afeta o comportamento social dos indivíduos, e diferente das interações face-a-face, as relações e comportamentos dentro dessas mídias digitais são difíceis de se controlar, portanto, segundo Meyrowitz (1985), possuem um efeito maior no comportamento social.

A influência das mídias digitais no comportamento dos sujeitos, é um assunto debatido pelo poder de atuação que esses meios possuem, principalmente, mídias digitais populares como Instagram, TikTok e X. Nelas é possível encontrar ferramentas que envolvem os sujeitos e incitam sua participação nas redes, como as funções de interação por meio de comentários e stories que duram 24h, ou notícias imediatas, com funções de Trend Topics, por exemplo, no qual, os usuários podem utilizar uma *hashtag* (#) para comentar assuntos atuais e relevantes em sua rede social quando os fatos estão acontecendo.

Nesse sentido, as mídias digitais contribuem para a construção da realidade e rearranjo do comportamento social, os usuários possuem ferramentas de interação e constroem comunidades, possibilitando uma maior identificação com causas e posicionamentos.

O uso indistinto e prolongado dessas mídias digitais, podem levar a efeitos no comportamento social, pois, levam a sobreposição de assuntos que antes eram entendidos

como distintos. Diferentes da TV, do rádio ou do livro, as mídias digitais tornam complexa a comunicação entre os indivíduos, por exemplo, um influencer necessita unificar seu discurso em todas as redes e seguir regras algorítmicas, caso deseje sucesso nas redes.

De acordo com Meyrowitz (1985), essas distinções na atuação do indivíduo também dependem de outros fatores como o lugar, de onde o sujeito fala. Os lugares permitem diferentes identidades, baseadas em diferentes experiências. Levando vários grupos sociais para o mesmo lugar, no caso, para uma mesma mídia digital, pode fomentar uma confusão nos papéis sociais que antes eram distintos, promovendo ambientes digitais com indivíduos que agem e falam sem considerar uma possível configuração da situação social e sem interpretar o papel dos outros indivíduos, possibilitando hostilidades e julgamentos severos.

APONTAMENTOS FINAIS

As mídias digitais podem afetar a vida social e o comportamento dos indivíduos, se configurando como um espaço de fácil acesso e mudanças constantes, que podem incitar ou inibir determinados comportamentos. Com isto, os laços sociais e interações geradas a partir desses meios, podem alterar conceitos básicos de uma comunidade ou formas de interação social, por exemplo, criando um conceito e definição da vida social em uma comunidade diferente do que é conhecido.

Acredita-se que estudar sobre os processos produtivo, de recepção e consumo por meio do comportamento dos sujeitos nas comunidades virtuais e que podem ocorrer entre a mídia e os indivíduos, traz para a ciência da comunicação a possibilidade de explorar mais desse campo empírico, direcionando olhar de pesquisadores(as) para práticas alternativas de análises da informação e da comunicação, que por sua vez, podem regular interações coletivas, por meio de estratégias que frequentemente, envolvem estruturas sociais. Dessa maneira, compreender mais sobre essas transformações que podem ocorrer na sociedade traz possibilidades para este campo empírico e pode colocar sob novo prisma novas análises sobre o tema.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: A busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2003

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Zahar, 2003

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Aleph, 2009

MEYROWITZ, Joshua. **No sense of Place: The impact of electronic media on social behavior.** Oxford University press, 1985

MONTEIRO, Tiago José Lemos. **Autenticidade juvenil: consumo midiático, investimento afetivo e disputa simbólica no interior de uma comunidade de fãs.** Revista Eco Pós, Rio de Janeiro, n. 8, 2005. Disponível em: [Autenticidade juvenil: consumo midiático, investimento afetivo e disputa simbólica no interior de uma comunidade de fãs. | Revista ECO-Pós \(ufrj.br\)](#) Acesso em: 11 de ago. 2021

RECUERO, Raquel. **Comunidades virtuais: Uma abordagem teórica.** Seminário Internacional de Comunicação, Porto Alegre, n. 5, p. 7, 2001. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/recuero-raquel-comunidades-virtuais.pdf>. Acesso em: 27 mai. 2021