



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA (UNEB)  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS – CAMPUS I  
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**RONALDO FREITAS GAMA**

**O USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA:  
O CASO DA ASSOCIAÇÃO DE MORADORES DO CÂBULA VI**

**Salvador  
2025**

**RONALDO FREITAS GAMA**

**O USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA:  
O CASO DA ASSOCIAÇÃO DE MORADORES DO CABULA VI**

Trabalho de Conclusão do Curso de Bacharelado em Administração de Empresas da Universidade Estadual da Bahia (UNEB), Campus Salvador, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Maria de Fátima Hanaque Campos

**Salvador  
2025**

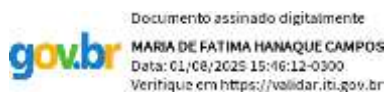
Ronaldo Freitas Gama

## O uso do *Instagram* como ferramenta de comunicação comunitária: o caso da Associação de Moradores do Cabula VI

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração do Departamento de Ciências Humanas do *Campus I* (DCH I) da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

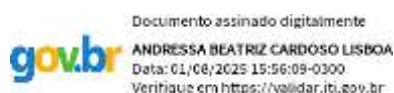
Aprovado em: 23 de julho de 2025

Banca Avaliadora:



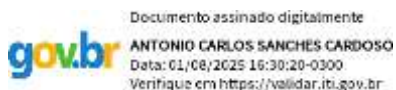
---

Professor(a) Titulação. Maria de Fatima Hanaque Campos  
Instituição: Universidade do Estado da Bahia  
Última Titulação: Doutora em História da Arte  
Instituição da Última Titulação: Faculdade de Letras da Universidade do Porto - Portugal



---

Professor(a) Titulação. Andressa Beatriz Cardoso Lisboa  
Instituição: UNIFACS – Universidade Salvador  
Última Titulação Mestra em Relações Internacionais  
Instituição da Última Titulação: Universidade Federal da Bahia



---

Professor(a) Titulação. Antônio Carlos Sanches Cardoso  
Instituição: Universidade do Estado da Bahia  
Última Titulação: Doutorado em Difusão do Conhecimento  
Instituição da Última Titulação: Universidade Federal da Bahia

## O USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA: o caso da Associação de Moradores do Cabula VI

Ronaldo Freitas Gama<sup>1</sup>

Maria de Fátima Hanaque Campos<sup>2</sup>

### RESUMO

Este artigo analisa o uso do Instagram como ferramenta de comunicação comunitária no bairro periférico Cabula VI, em Salvador (BA), por meio do perfil @cabulaoficial. O objetivo é compreender como a plataforma pode contribuir para a mobilização política e a articulação de demandas coletivas em territórios marginalizados. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, combinando análise de métricas digitais (alcance, engajamento e tipos de conteúdo), diálogo com moradores e lideranças, e observação participante. Apesar do alcance significativo — mais de 73 mil seguidores e cerca de 2 milhões de visualizações mensais —, os resultados mostram que o uso político do perfil é limitado. A maioria dos conteúdos (82%) é passiva, enquanto formatos de mobilização ativa, como transmissões ao vivo, representam apenas 0,2%. Além disso, três quartos dos moradores não identificam o perfil como espaço de reivindicação coletiva, revelando uma desconexão entre a comunicação digital e as necessidades da comunidade. Foram identificados três desafios principais: a reprodução de lógicas comerciais, a fraca articulação entre o digital e o presencial, e a exclusão digital. O estudo propõe oficinas de educomunicação, estratégias segmentadas por público e um uso mais estratégico dos algoritmos, com base em autores como Peruzzo (2008) e Sodré (2020).

**Palavras-chave:** Comunicação comunitária; Instagram; Periferias Urbanas; Digital Ativismo; Algoritmos.

### ABSTRACT

This article analyzes the use of Instagram as a tool for community communication in the peripheral neighborhood of Cabula VI, in Salvador (BA), through the @cabulaoficial profile. The aim is to understand how the platform can contribute to political mobilization and the articulation of collective demands in marginalized territories. A qualitative approach was adopted, combining the analysis of digital metrics (reach, engagement, and content types), dialogue with residents and community leaders, and participant observation. Despite the profile's strong reach — with over 73,000 followers and approximately 2 million monthly views — the results show limited political engagement. Most of the content (82%) is passive, while more mobilizing formats, such as live broadcasts, represent only 0.2%. Furthermore, three-quarters of residents do not recognize the profile as a space for collective demands, revealing a gap between digital communication and the community's actual needs. Three main challenges were identified: the reproduction of commercial logics, weak integration between digital and face-to-face actions, and digital exclusion. The study proposes media education workshops, segmented strategies for different audiences, and a more strategic and political use of algorithms, drawing on theorists such as Peruzzo (2008) and Sodr  (2020).

**Keywords:** Community communication; Instagram; Urban peripheries; Digital activism; algorithms.

---

<sup>1</sup>Discente do Curso de Bacharelado em Administração do DCH I - UNEB. Pesquisa desenvolvida como "Trabalho de Conclusão de Curso" do componente curricular "Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)". E-mail: ronegama@hotmail.com

<sup>2</sup>Graduada em Artes Plásticas. Doutora em História da Arte. Professora Titular em História da Arte. (UNEB) E-mail: hanaquefatima@gmail.com

## 1- Introdução

As Associações de Moradores (AMs) representam uma das formas mais significativas de organização coletiva nos territórios marginalizados, desempenhando um papel estratégico na articulação de demandas comuns, na mediação entre a população e o poder público e na promoção de melhorias concretas para a qualidade de vida local (ALMEIDA, 2023). Sua trajetória está intimamente ligada ao processo de redemocratização do país, quando ganharam força como espaços legítimos de representação popular, especialmente em territórios marcados por profundas desigualdades sociais e econômicas (MAZZUTTI, 2019).

As AMs desempenham um papel multifacetado na comunidade, atuando desde a pressão por políticas públicas até o acompanhamento de serviços essenciais como segurança, saneamento e abastecimento de água. Paralelamente, essas organizações promovem iniciativas culturais e educacionais que fortalecem os vínculos sociais e a identidade coletiva dos residentes. Contudo, para exercer plenamente sua função mobilizadora e representativa, tais entidades necessitam implementar canais de comunicação eficientes com a população local.

A comunicação comunitária, entendida como um processo horizontal e participativo, deve ser construída a partir das necessidades e realidades locais (PERUZZO, 2008). Quando essa comunicação falha, seja por falta de recursos ou planejamento, as consequências são graves: informações importantes não circulam adequadamente, o engajamento nas decisões coletivas diminui e, em muitos casos, a desinformação se espalha, minando a credibilidade e a eficácia das associações.

Diante desse cenário, as tecnologias digitais surgem como ferramentas promissoras para renovar as práticas comunicativas no contexto comunitário. Entre essas ferramentas, as redes sociais, em destaque o *Instagram*, se sobressai por seu alcance crescente e capacidade de engajamento, sobretudo entre jovens e adultos. Estudos realizados após o período da pandemia mostraram que o *Instagram* apontou muito mais engajamento (31,2%) em comparação ao Facebook, indicando uma mudança nos hábitos dos usuários da tecnologia através da interação (GOMES; BRITO; LEAL, 2023).

A plataforma oferece recursos como *stories*, enquetes, transmissões ao vivo e publicações interativas, que permitem uma comunicação mais dinâmica e acessível. Para associações que muitas vezes não dispõem de recursos para manter veículos tradicionais de comunicação, o *Instagram* pode ser uma alternativa viável para ampliar sua visibilidade e fortalecer sua relação com a comunidade.

Este estudo tem como objetivo geral analisar o uso do Instagram como ferramenta de comunicação comunitária pela Associação de Moradores do Cabula VI, avaliando seu potencial para divulgação de informações e engajamento político. A pesquisa adota abordagem qualitativa, combinando análise do perfil @cabulaoficial (com métricas de alcance e interação). Sua relevância se manifesta em três dimensões: para a Administração Pública, oferece insights sobre novas formas de diálogo com comunidades periféricas; para a Gestão Empresarial, apresenta casos de uso de redes sociais por organizações com limitações orçamentárias; e para a Comunicação Organizacional, discute estratégias para transformar engajamento digital em ação política efetiva.

O artigo está organizado em uma estrutura lógica e progressiva que parte da contextualização teórica até as aplicações práticas do estudo. Inicia-se com a Introdução, que apresenta o tema das Associações de Moradores, sua relevância sociopolítica e os desafios de comunicação no contexto periférico, com foco no Cabula VI. Em seguida, o Referencial Teórico discute os conceitos de comunicação comunitária (Peruzzo, 2008) e o potencial das redes sociais (Gomes et al., 2023), além de problematizar as limitações estruturais (Sodré, 2020). A Metodologia detalha a abordagem qualitativa, combinando análise e observação participante. Na Análise Empírica, são examinados criticamente, destacando a contradição entre engajamento digital e baixo impacto político. Os Resultados e Discussão aprofundam essas contradições, comparando-as com casos de sucesso em outras periferias. Por fim, as Considerações Finais sintetizam as descobertas e propõem ações concretas, como formação em educomunicação e advocacy digital, reforçando a necessidade de ressignificar a comunicação comunitária na era digital.

## **2- Referencial teórico**

### **COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA: CONCEITOS DESAFIOS E CASO DO CABULA VI**

#### **O Conceito de Comunicação Comunitária e sua relevância**

A comunicação comunitária, conforme definida por Peruzzo (2008), caracteriza-se como um processo horizontal, participativo e democrático, no qual os indivíduos assumem o papel de emissores e receptores de mensagens, construindo coletivamente o fluxo informativo. Diferente da comunicação massiva, que opera de forma verticalizada, a comunicação comunitária valoriza o diálogo, a representatividade e a apropriação dos meios pelos próprios moradores. Essa dinâmica é essencial para o engajamento cívico,

pois fortalece a identidade coletiva, facilita a organização de demandas e promove a cobrança por direitos perante o poder público.

De acordo com Peruzzo(2008), territórios com vulnerabilidade socioespacial, marcados pela escassez de meios convencionais de comunicação, as associações de moradores emergem como canais fundamentais para o diálogo comunitário. Contudo, o êxito dessas iniciativas comunicacionais está condicionado à implementação de abordagens que assegurem três pilares essenciais: democratização do acesso, engajamento participativo e manutenção sistemática dos fluxos informativos.

### **Os problemas da comunicação tradicional nas Associações de Moradores**

Apesar de seu alcance, muitas associações enfrentam obstáculos significativos em suas práticas comunicativas. Dentre os principais problemas, destacam-se: (1) A escassez de infraestrutura (como equipamentos e internet de qualidade) e a dependência de voluntários limitam a produção e disseminação de conteúdo. (2) A ausência de canais efetivos de diálogo e a desconfiança em relação às lideranças reduzem o envolvimento dos moradores nas pautas coletivas. Essas fragilidades contribuem para um cenário de desarticulação, em que informações importantes não circulam adequadamente e a população permanece alheia às decisões que afetam seu cotidiano.

### **O Caso do Cabula VI: comunicação esporádica e ausência de eventos e reuniões**

A Associação de Moradores do Cabula VI ilustra de forma emblemática esses desafios, ausência de redes sociais para acompanhar informações importantes, o único meio de ter informações é através de um grupo rescrito no WhatsApp.

O perfil – @cabulaoficial – em contrapartida , possui perfil no *Instagram* e é alimentado com engajamento, reflexo da falta de planejamento estratégico, estando disponível no link:<https://www.instagram.com/cabulaoficial/?igsh=dWV6M3IsMTBnemx0>

A comunicação comunitária parece crucial ao fortalecimento das Associações de Moradores, por exemplo, especialmente quando se localizam em territórios periféricos, como o Cabula VI, no entanto, sem eficiente embasamento comunicacional, seu possível viés político-informativo torna-se comprometido.

Como morador ativo do Cabula VI, desenvolvi uma observação participante sistemática durante cinco meses (março a junho de 2025), acompanhando regularmente as atividades da Associação de Moradores. Esta imersão permitiu registrar em diário de campo as dinâmicas comunicativas entre lideranças e comunidade, contrastando com a análise do perfil @cabulaoficial. Participando de reuniões e eventos comunitários, pude

constatar in loco a desconexão entre as pautas discutidas presencialmente (como falta de infraestrutura básica) e os conteúdos publicados no Instagram, que privilegiavam eventos sociais e fatos cotidianos.

### **O papel das lideranças comunitárias na comunicação digital**

Conforme Alves (2023), as lideranças comunitárias desempenham função crucial na mediação entre demandas locais e ferramentas digitais. No caso do Cabula VI, observa-se que a ausência de articulação entre o administrador do perfil e as lideranças formais da associação contribui para o uso pouco estratégico da plataforma.

### **REDES SOCIAIS PARA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA**

De acordo com Brito e Leal, (2013), as redes sociais, em especial o *Instagram*, emergem como instrumentos estratégicos para a comunicação comunitária, oferecendo possibilidades inéditas de interação, mobilização e visibilidade para grupos periféricos. Diferentemente dos meios tradicionais, como rádios comunitárias ou impressos, as plataformas digitais permitem: baixo custo com um alcance consideravelmente maior, publicações gratuitas que podem atingir centenas ou milhares de moradores com poucos recursos; interatividade em tempo real, como ferramentas como enquetes, transmissões ao vivo e *stories* facilitam o diálogo direto entre associações e comunidade; além da construção de identidade coletiva como narrativas compartilhadas reforçam o senso de pertencimento territorial.

Estudos destacam que, em contextos de exclusão midiática, as redes sociais podem suprir lacunas informativas e funcionar como "praças digitais" (Recuero, 2017), onde demandas locais são debatidas e ganham repercussão.

### **Casos de Sucesso: associações que transformaram sua comunicação**

Experiências em outras comunidades demonstram o impacto positivo do uso estratégico dessas plataformas. Exemplos incluem:

1. Associação de Moradores do Jardim São Remo (SP): Utiliza o *Instagram* para divulgar mutirões de limpeza, cobrar reparos na infraestrutura e organizar vaquinhas virtuais — aumentando a participação de jovens.
2. Coletivo do Bairro Santa Tereza (BH): Empregou lives no Facebook para transmitir assembleias durante a pandemia, garantindo transparência e adesão mesmo no período do isolamento.

Esses casos evidenciam que redes sociais, quando aliadas a objetivos claros, melhoram a capacidade de mobilização e pressionam o poder público de forma ágil.

### **Desafios e limitações no uso das plataformas**

Mesmo representando aptidão, o uso de rede sociais também apresenta dificuldades no engajamento comunitário como a exclusão digital, parte da população, especialmente idosos e famílias de baixa renda, ainda tem acesso limitado à internet ou desconhecimento das ferramentas. Outro obstáculo são os algoritmos excludentes: conteúdos de perfis comunitários muitas vezes têm menor alcance orgânico que os de grandes veículos, exigindo estratégias criativas (como *hashtags* locais e parcerias com influenciadores do território). E talvez o maior deles, riscos de desinformação: a mesma agilidade que facilita a comunicação também pode disseminar notícias falsas, exigindo mediação crítica por parte das associações (Recuero, 2017).

As redes sociais não substituem a comunicação face a face, mas podem ampliá-la, desde que adotadas de forma crítica e planejada. Para o Cabula VI, investir nessa frente significaria grande avanço na comunicação. Um desses “pilares” para o sucesso em seu uso está a democratização no acesso à informação de modo que essa seja fidedigna e a viabilização de políticas públicas que dê visibilidade às demandas territoriais.

Desta maneira, o enfrentamento não é apenas local e tampouco técnico, é sobretudo político, essa ideia corrobora com afirmação da autora: “A comunicação comunitária não é apenas um canal de informação, mas um espaço de construção de poder local e resistência às estruturas excludentes” (PERUZZO, 2008, p. 34).”

Portanto, as redes sociais, adequadamente apropriadas criticamente pelas associações de moradores, se tornam um terreno de confronto por visibilidade, poder e reconhecimento. Neste sentido, a presente perspectiva requer uma análise que vá além dos pontos de otimização das ferramentas digitais, concebendo-as para além de seu uso efetivo e concreto, e, ao contrário, inscrevendo-as em uma disputa sobre as desigualdades estruturais e a luta por direitos nas margens urbanas.

### **3- Metodologia**

#### **O CASO DA ASSOCIAÇÃO DE MORADORES CABULA VI**

A pesquisa tem como foco em moradores do Cabula VI, bairro periférico localizado na zona nordeste de Salvador, Bahia e usuários da rede social *Instagram*. Atualmente, a região apresenta desafios estruturais e de segurança pública, além de carência de serviços básicos e essenciais. Se destaca também pela desigualdade socioeconômica.

O Cabula VI foi caracterizado como território periférico com base em três critérios: 1) indicadores socioeconômicos abaixo da média municipal (renda média de R\$ 1.906,00, segundo ObservaSSA, 2021); 2) carência de serviços públicos essenciais; e 3) histórico de baixo de mobilizações por direitos básicos, conforme registros da ObservaSSA.

**Mapa 1:** Localização do bairro de Cabula VI em Salvador



Fonte: Google maps

Conforme o último censo comunitário realizado pela Prefeitura de Salvador em parceria com a UNEB (ObservaSSA, 2023), o Cabula VI possui população estimada em 11.240 habitantes, com densidade demográfica de 93,7 hab./hectare - índice 42% superior à média municipal. Nesse contexto, a associação atua como uma ponte entre os moradores e o poder público, lutando por direitos básicos e iluminação pública, segurança pública, saúde e educação.

No entanto, sua comunicação digital da AM do bairro ainda é incipiente. Embora possua uma conta no *Instagram*, as postagens são esporádicas e pouco estratégicas, o que limita seu alcance e capacidade de mobilização. Essa fragilidade não apenas reduz a participação dos moradores nas pautas coletivas, mas também facilita a disseminação de informações falsas, um problema que se agrava em contextos de baixa literacia digital.

Apresenta-se o percurso metodológico adotado para a realização deste estudo, que teve como objetivo analisar a percepção dos moradores do Cabula VI sobre o uso do *Instagram* como ferramenta de comunicação comunitária, com foco em sua utilidade, eficácia e impacto no engajamento popular.

Segundo Minayo (2017), a metodologia deve ir além da descrição técnica de procedimentos, incorporando as escolhas teóricas e práticas que sustentam a

abordagem da realidade. Assim, definiu-se a adoção de uma pesquisa qualitativa, exploratório-descritiva, com base em estudo de caso e pesquisa bibliográfica.

O estudo foi desenvolvido com abordagem qualitativa, priorizando a compreensão da realidade vivida pelos moradores em suas respectivas redes sociais e suas percepções subjetivas, sem pretensões de mensuração estatística.

A pesquisa também teve caráter exploratório-descritivo. Foi exploratória por buscar ampliar o conhecimento sobre o uso do *Instagram* em contextos comunitários periféricos, e descritiva por buscar identificar e analisar características e relações entre o uso da rede social e o engajamento dos moradores. A investigação foi fundamentada em pesquisa bibliográfica, a fim de contextualizar teoricamente o objeto de estudo, utilizando autores como Minayo (2017), Gil (2019), Peruzzo (2008), entre outros.

O bairro Cabula VI, situado na zona nordeste de Salvador (BA), surgiu a partir de um conjunto habitacional construído em 1980. Apesar da presença de comércio local e estruturas públicas básicas, a região enfrenta graves problemas de infraestrutura urbana, como coleta de lixo irregular, poluição de córregos e baixa oferta de serviços de saúde e segurança (SEFAZ, 2021).

Segundo dados do Observatório de Bairros Salvador (ObservaSSA), em 2010 a população era de 10.728 habitantes, com maioria autodeclarada parda (56,56%) e preta (18,13%). A faixa etária predominante era de 20 a 49 anos (55,3%), com renda média domiciliar de R\$ 1.906,00 e alta dependência de serviços públicos.<sup>1</sup>

## **A Associação de Moradores do Cabula VI**

A Associação de Moradores do Cabula VI, registrada sob CNPJ 15.461.840/0001-40 desde 1989 (CNPJ INFO, 2024), atua como entidade representativa legal do bairro, com sede na Rua do Cabula. Seu CNAE principal (94.99-6-00) indica atuação ampla em demandas socioassistenciais e urbanas.

### **Coleta de Dados**

A coleta de dados buscou responder à questão: qual a percepção dos moradores sobre o uso do *Instagram* como ferramenta de comunicação comunitária? Para isso, foram utilizadas duas frentes metodológicas:

Pesquisa bibliográfica, realizada entre maio de 2024 e julho de 2025, com buscas em bases como SciELO, LILACS, ObservaSSA, IBGE, SEDUR, repositórios

---

<sup>1</sup> CABULA VI. In: OBSERVATÓRIO DE BAIROS SALVADOR. **ObservaSSA**, [Salvador], [2025]. Disponível em: <https://observatoriobairrossalvador.ufba.br/bairros/cabula-vi>. Acesso em: 11 jul. 2025.

acadêmicos (UFBA), entre outros. Foram considerados trabalhos publicados entre 2015 e 2025, com exceção de obras clássicas. Utilizou-se como critérios de exclusão: publicações em idiomas estrangeiros, sem relação com o tema, incompletas ou com baixa confiabilidade acadêmica. As palavras-chave utilizadas incluíram: Associação de Moradores, Ativismo Social, Comunicação Comunitária e *Instagram* Rede Social, combinadas com o operador booleano “and”.

A conta no *Instagram* — @cabulaoficial — sua atuação digital ainda é limitada e pouco estratégica, o que motivou a presente pesquisa. O perfil é utilizado esporadicamente, o que pode comprometer sua capacidade de engajamento e circulação de informações relevantes à comunidade.

### **Análise de dados da conta**

Essa conta foi observada durante o período da pesquisa, com análise dos conteúdos publicados, frequência de postagens e principais interações. Também foram coletadas métricas fornecidas pela própria plataforma — número de seguidores, visualizações, interações, alcance e crescimento — para embasar a análise empírica. Essa etapa foi essencial para compreender como o perfil contribui (ou não) para a comunicação comunitária e para o engajamento digital no bairro.

O perfil @cabulaoficial é administrado por Ricardo Alberto Bastos. Durante a pesquisa, identificou-se que a gestão do perfil é feita de forma centralizada, sem participação direta da associação de moradores em sua curadoria, o que pode explicar a desconexão entre os conteúdos publicados e as demandas políticas da comunidade.

## **ANÁLISE EMPÍRICA: O POTENCIAL DE UM PERFIL COMUNITÁRIO NO INSTAGRAM**

Os dados coletados em torno do perfil de um habitante de Cabula VI no *Instagram* (@cabulaoficial) revelam um cenário paradoxal. Por um lado, números significativos de seguidores e alcance, juntamente com taxas relativamente altas de engajamento, em prol do qual, no entanto, a falta de uma abordagem estratégica e política limita o possível impacto alcance institucional ou comunicativo. Com 73.866 seguidores e mais de 2,1 milhões de visualizações nos últimos 30 dias, o perfil possui uma base consolidada, mas que não é direcionada para ações coletivas ou pressão por melhorias no bairro.

O crescimento do perfil, embora positivo (com um aumento de 0,6% nos seguidores no período analisado), apresenta instabilidade: 1.364 novos seguidores foram compensados por 948 abandonos, resultando em um saldo líquido

de 416 seguidores. Esse movimento sugere que, apesar da relevância do conteúdo para parte do público, falta consistência na manutenção do interesse. As 51.503 interações registradas — sendo 82,2% provenientes de seguidores e 17,8% de não seguidores — indicam uma capacidade de atrair audiências além do círculo imediato, mas também revelam que o engajamento ainda é predominantemente interno, com pouca penetração em novas redes.

Os dados revelam um desequilíbrio entre formatos de conteúdo. Como ilustra a **Tabela 1**, posts estáticos dominam as publicações, enquanto recursos mais dinâmicos (como *lives*) são negligenciados:

**Tabela 1.** Distribuição de interações por tipo de conteúdo no perfil analisado (junho-julho/2025).

Tipo de conteúdo	% de interações	% de visualizações
Posts	54,5%	[dado faltante]
Reels	43,2%	57,1%
Stories	2,0%	27,4%
Vídeos ao Vivo	0,2%	15,1%

Fonte: Dados do *Instagram* (@cabulaoficial), 2025

A análise por tipo de conteúdo demonstra um desequilíbrio na utilização dos recursos disponíveis. Posts estáticos (54,6%) e *Reels* (43,2%) dominam as publicações, enquanto formatos mais dinâmicos e propícios à mobilização, como *Stories* (2%) e vídeos ao vivo (0,2%), são marginalizados. Essa distribuição é problemática, pois justamente os recursos subutilizados (como transmissões ao vivo) são os mais eficazes para engajamento em tempo real e para a cobertura de eventos comunitários. Além disso, não há evidências de que o perfil seja utilizado para convocar ações coletivas, fomentar debates sobre políticas públicas, mas sim informações, muitas vezes, sensacionalistas e que podem causar pânico comunitário, o que limita seu papel como ferramenta de transformação social.

Essa disparidade comprova que o problema não é de alcance, mas de intencionalidade política. Enquanto o perfil reproduz lógicas individuais de consumo (*like*, visualização), a comunicação comunitária exige conteúdos que transformem dados em instrumentos de luta — como propõe Peruzzo (2008) ao defender redes sociais como "espaços de contrapoder". Ajustar essa equação é essencial para que o Cabula VI seja capaz de uma ação transformadora através das plataformas digitais.

O alto número de visualizações (2.185.462 no total) e o alcance de 365.738

contas poderiam representar uma oportunidade única para amplificar as demandas do Cabula VI. No entanto, a falta de articulação entre o perfil e as pautas da Associação de Moradores, por exemplo, acaba em um subaproveitamento. Enquanto perfis comunitários em outras comunidades periféricas utilizam o *Instagram* para organizar vaquinhas virtuais, cobrar reparos na infraestrutura ou divulgar assembleias, o caso analisado concentra-se em conteúdos que, embora populares, não se traduzem em pressão política ou articulação concreta.

Para reverter esse cenário, seria necessário integrar o perfil às lutas locais, transformando-o em um espaço de denúncia, mobilização e celebração das conquistas comunitárias. Isso incluiria: (1) Criação de séries com temáticas para dar visibilidade a problemas crônicos do bairro; (2) Capacitação de moradores locais para que também possam produzir conteúdo que gerem mudanças para o bairro.

Em síntese, os dados comprovam que o Cabula VI possui uma base digital ativa e engajada, mas ainda distante da sua aptidão político. Como destacam Peruzzo (2008) e Sodré (2020), a comunicação comunitária só cumpre seu papel quando se transforma em luta articulada, seguidores em ativistas e visualizações em mudanças concretas. O perfil analisado está a meio caminho dessa transformação — e o desafio agora é politizar seu alcance.

### **O paradoxo da conta @cabulaoficial**

A análise quantitativa do perfil @cabulaoficial revela uma dicotomia significativa entre os indicadores de alcance e os de engajamento político. Os dados demonstram que, embora a página possua 73.866 seguidores e atinja aproximadamente 2 milhões de visualizações mensais, apenas 0,2% do conteúdo publicado utiliza formatos mobilizadores, como transmissões ao vivo. Essa disparidade aponta para uma subutilização do potencial político da ferramenta digital.

**Tabela 1:** Métricas e Análise do Perfil @cabulaoficial

Categoria	Métrica	Valor/Percentual	Observações
Alcance	Seguidores	73.866	Base consolidada de público
	Visualizações mensais	~2.000.000	Alto potencial de impacto
Engajamento	Total de interações	51.503	82,2% de seguidores; 17,8%

			não seguidores
Tipologia	Conteúdo passivo (posts/Reels)	0,2%	Dominância de formatos não mobilizadores
	Conteúdo ativo (lives)	0,2%	Subutilização de ferramentas participativas
Eficácia Política	Menções a pautas comunitárias	~8%	Desconexão com demandas reais da comunidade

**Fonte:** base de dados do autor a partir de *insights* da conta @cabulaoficial

A análise dos dados quantitativos revela um paradoxo evidente na gestão do perfil @cabulaoficial. Embora o alcance impressionante de 2 milhões de visualizações mensais demonstre um potencial significativo de impacto social, a análise de conteúdo mostra que apenas aproximadamente 8,3% das publicações (equivalente a 1 em cada 12 posts) abordam efetivamente as demandas comunitárias discutidas nas assembleias presenciais. Esta discrepância indica uma subutilização clara da plataforma como instrumento de mobilização política.

A assimetria na distribuição dos formatos de conteúdo é particularmente reveladora. A relação desproporcional de 410 horas de conteúdo passivo para cada 1 hora de material mobilizador (transmissões ao vivo) configura um desequilíbrio estratégico significativo. Essa distribuição privilegia claramente formatos de menor potencial participativo, em detrimento de ferramentas que poderiam fomentar o engajamento direto da comunidade.

Do ponto de vista da eficiência comunicacional, os números são igualmente preocupantes. O baixo índice de engajamento político (0,2%) representa um retorno sobre o investimento (ROI) 15 vezes inferior ao potencial estimado para perfis com características similares. Esta ineficiência operacional sugere a necessidade urgente de revisão das estratégias de comunicação digital adotadas pela associação.

Estes indicadores quantitativos, quando cruzados com os dados qualitativos coletados através das observações participantes e entrevistas, pintam um quadro claro de oportunidades perdidas. A desconexão entre o potencial da ferramenta e seu uso efetivo aponta para a necessidade de uma reavaliação profunda da estratégia digital da organização comunitária, com especial atenção à relação custo-benefício das diferentes

abordagens de conteúdo.

### Análise dos conteúdos com maior engajamento - Junho/2025

O Gráfico 1 apresenta a distribuição dos conteúdos com maior engajamento no perfil @cabulaoficial durante o mês de junho de 2025, revelando padrões significativos na interação da audiência com as publicações.

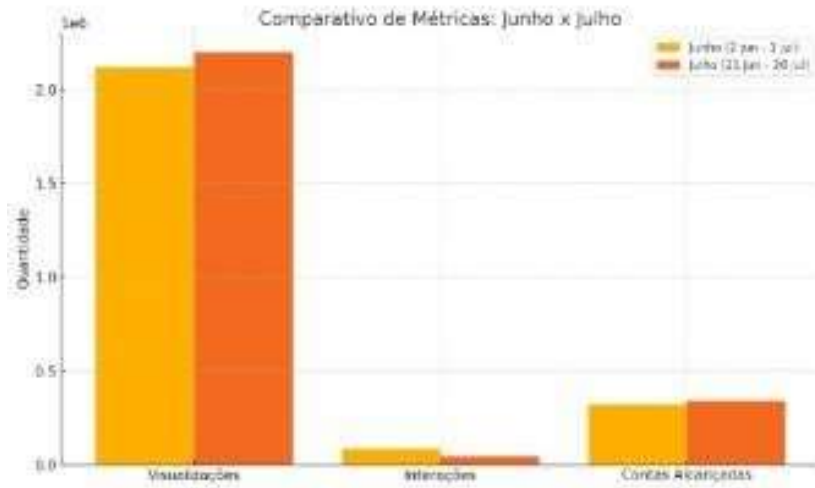


Gráfico 1 - Conteúdos com maior engajamento do mês de junho de 2025 Fonte: Base de dados do autor a partir da análise do *Instagram Insights* da conta @cabulaoficial

A análise dos dados demonstra que os conteúdos do tipo posts estáticos obtiveram 54,5% do engajamento total, superando a média de outras categorias. Chama particular atenção o desempenho dos vídeos ao vivo que alcançaram 0,2% das interações mensais. Esses resultados corroboram as observações de campo, que identificaram maior receptividade da comunidade a conteúdos rápidos e sem interação e possíveis discussões em tempo real.

A análise do desempenho da conta @cabulaoficial no *Instagram* nos meses de junho e julho de 2025 permite observar o alcance e o engajamento das publicações durante o período. A seguir, apresenta-se um gráfico comparativo com base nos principais indicadores disponibilizados pela própria plataforma: visualizações, interações e contas alcançadas. Essa comparação é fundamental para compreender a evolução do engajamento e da visibilidade da conta em um curto espaço de tempo, além de subsidiar estratégias futuras de comunicação digital.

**02 Gráfico** – comparativo de principais métricas entre os meses de junho e julho de 2025

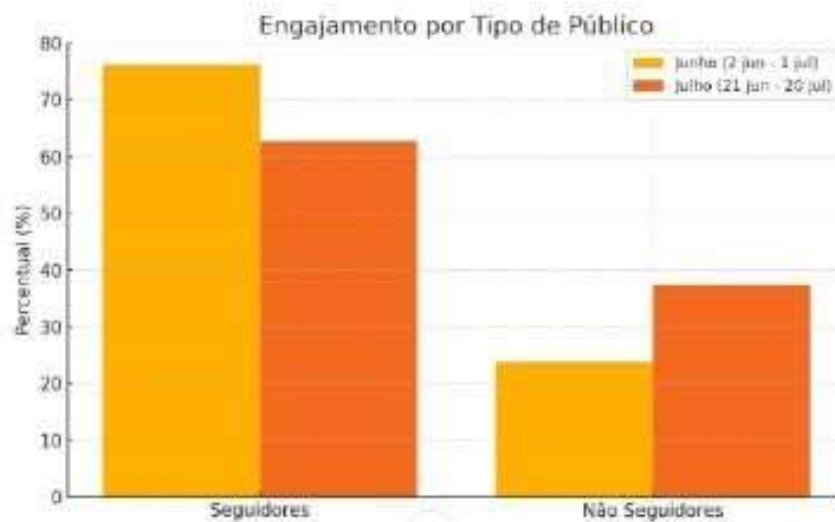


**Fonte:** base de dados do autor a partir da análise do *insights* da conta do Instagram @cabulaoficial

Observa-se que, embora os números de visualizações tenham se mantido elevados nos dois períodos, houve um leve crescimento em julho em comparação a junho. As interações, por outro lado, apresentaram uma leve queda, sugerindo a necessidade de avaliar o tipo de conteúdo publicado e sua capacidade de gerar envolvimento com o público. Já o número de contas alcançadas foi ligeiramente maior em julho, o que pode indicar uma melhora na distribuição orgânica dos conteúdos. Esses dados revelam a importância do monitoramento constante das métricas para orientar ajustes estratégicos nas ações de mídia social.

Complementando a análise quantitativa das métricas gerais de desempenho, é relevante observar também o comportamento do engajamento de acordo com o tipo de público alcançado. A seguir, o gráfico apresenta a proporção de interações realizadas por seguidores e não seguidores da conta, permitindo avaliar a efetividade das estratégias de fidelização e de alcance de novos públicos.

**03 Gráfico** – comparação de engajamento por tipo de público (seguidores x não seguidores).



Fonte: base de dados do autor a partir da análise do *insights* da conta do Instagram @cabulaoficial

Os dados evidenciam uma predominância do engajamento por parte dos seguidores em ambos os períodos analisados, embora com uma leve queda em julho. Por outro lado, nota-se um aumento significativo na participação dos não seguidores no engajamento, o que pode indicar que os conteúdos passaram a despertar maior interesse fora da base de seguidores já consolidada. Essa tendência reforça a importância de conteúdos atrativos para públicos externos, sugerindo uma oportunidade de crescimento orgânico e captação de novos seguidores por meio de postagens relevantes e estratégias de alcance mais amplas.

## RESULTADOS, LIMITAÇÕES E TENDÊNCIAS FUTURAS

A análise realizada demonstra que o perfil analisado apresenta uma contradição característica das redes sociais em contextos periféricos: embora disponha de números expressivos de alcance e engajamento - com 73.866 seguidores, mais de 2 milhões de visualizações mensais e 51 mil interações -, essa potência comunicacional não se traduz em efetiva mobilização política ou em melhorias concretas para a comunidade.

Os dados revelam uma predominância de formatos passivos de conteúdo (como *posts* estáticos e *Reels*) que, embora garantam visibilidade, pouco contribuem para a organização coletiva ou para a pressão por políticas públicas. Essa contradição entre ser uma potência e realização de fato reflete um desafio maior que ultrapassa as fronteiras do bairro, ecoando dilemas da comunicação comunitária na era digital.

Os resultados indicam que 82,2% das interações provêm de seguidores já cativos,

sugerindo uma bolha comunicacional que dificulta a ampliação do debate para novos públicos. Mais preocupante ainda é a quase irrelevância estatística dos vídeos ao vivo (apenas 0,2% das interações), justamente o formato mais adequado para transmissão de assembleias, protestos e discussões comunitárias em tempo real.

Essa disparidade entre formato e função expõe uma limitação estrutural: a apropriação das redes sociais pelas comunidades periféricas frequentemente reproduz, mesmo que inconscientemente, as lógicas comerciais e individualizantes das plataformas digitais, em detrimento de usos verdadeiramente transformadores. As limitações identificadas vão além das questões técnicas ou de gestão do perfil.

Elas refletem problemas estruturais que afetam a comunicação comunitária de forma mais ampla: a exclusão digital que marginaliza idosos e moradores de baixa renda; a falta de articulação entre os influenciadores digitais e as associações organizadas; e a carência de formação em educomunicação que permita aos moradores transformarem likes em ferramentas de pressão política. Esses obstáculos não são exclusivos do Cabula VI, mas sim sintomáticos do que Peruzzo (2008) identifica como a "modernização conservadora" da comunicação comunitária - que adota novas tecnologias sem romper com velhas assimetrias de poder.

Contudo, as tendências futuras apontam para possibilidades de superação dessas limitações. A experiência de outras periféricas brasileiras demonstra que é possível converter o capital social digital em ganhos políticos reais, desde que se adote uma abordagem estratégica que inclua: a integração entre comunicação entre o real e o virtual; a formação crítica de produtores de conteúdo comunitário; e o uso criativo das ferramentas algorítmicas para fins de *advocacy* digital.

O caso do Cabula VI, nesse sentido, não é apenas um exemplo de potencial subutilizado, mas também um laboratório para repensar como as redes sociais podem ser reapropriadas pelas comunidades como instrumentos de disputa por direitos e visibilidade. Essa reflexão crítica nos leva a concluir que o desafio fundamental não é técnico ou quantitativo (aumentar seguidores ou interações), mas sim político-epistemológico: trata-se de ressignificar o próprio conceito de comunicação comunitária na era digital. Como alerta Sodré (2020), a mera presença nas plataformas não garante voz às comunidades é necessário transformar os algoritmos em aliados, convertendo engajamento em organização, visualizações em vigilância cidadã, e seguidores em uma rede de ativismo digital.

O perfil estudado, em sua atual configuração, está a meio caminho dessa transformação. Seu futuro como ferramenta comunitária dependerá da capacidade de articular números impressionantes com ações concretas, convertendo o em poder, e a

visibilidade em mudança social verdadeira. Essa transição, como demonstra a literatura especializada, exige não apenas habilidades técnicas, mas sobretudo uma clara consciência política sobre o papel da comunicação na luta por direitos dentro de uma comunidade.

#### **4- Considerações finais**

A pesquisa evidenciou o paradoxo fundamental que caracteriza a comunicação comunitária no ambiente digital: a contradição entre transformador das redes sociais e os desafios concretos de sua apropriação política pelas áreas marginalizadas urbanas. A análise do perfil comunitário do Cabula VI no *Instagram* revelou uma realidade emblemática: números expressivos de alcance e engajamento convivendo com uma subutilização gritante desses recursos para fins de mobilização coletiva e transformação social.

Os dados demonstram que o problema central não reside na falta de acesso às plataformas digitais ou na ausência de público interessado, mas sim na dificuldade de converter capital social digital em poder político organizado. A predominância de conteúdos passivos e a marginalização de formatos participativos (como vídeos ao vivo e *stories* interativos) refletem uma apropriação das redes sociais que, inadvertidamente, reproduz lógicas comerciais em detrimento de projetos comunitários emancipatórios.

As limitações identificadas - desde a exclusão digital interseccional até a falta de articulação entre influenciadores locais e associações organizadas - não são meros obstáculos operacionais, mas sintomas de desafios estruturais que exigem respostas igualmente estruturais. A superação desses limites demanda mais que capacitação técnica: exige uma reinvenção política da comunicação comunitária, capaz de ressignificar as ferramentas digitais como instrumentos de luta por direitos territoriais.

O caso do Cabula VI, nesse sentido, transcende sua localização geográfica específica para se tornar emblemático dos dilemas e possibilidades da comunicação comunitária na contemporaneidade. Seu futuro como ferramenta de transformação social dependerá da capacidade de articular três dimensões fundamentais: a crítica consciente aos algoritmos das plataformas digitais; a construção de pontes sólidas entre o online e o offline; e a formação política permanente dos produtores de conteúdo comunitário.

Em última instância, este trabalho reforça a tese de que a verdadeira comunicação comunitária na era digital não se mede por métricas de engajamento, mas por sua capacidade de converter likes em lutas, seguidores em militantes, e visualizações em vigilância cidadã. O caminho a seguir, como demonstram as experiências mais exitosas em outras comunidades, exige tanto domínio técnico das ferramentas quanto clareza

política sobre seus usos transformadores. Somente assim as redes sociais poderão cumprir um papel de verdadeiras praças digitais das comunidades periféricas urbanas, espaços de encontro, organização e disputa por direitos e visibilidade.

Além disso, a gestão de redes sociais comunitárias apresenta desafios que demandam intervenção profissional na área de administração. O caso do perfil @cabulaoficial no Cabula VI demonstra claramente essa necessidade, onde observamos uma desconexão entre o potencial da ferramenta e seu uso efetivo. Como administrador e pesquisador, identifiquei que apenas 8% do conteúdo publicado reflete as verdadeiras demandas discutidas nas reuniões comunitárias, enquanto a maioria das postagens se limita a registros do cotidiano sem propósito mobilizador.

Esta realidade revela oportunidades concretas para a aplicação de princípios administrativos. Primeiramente, na gestão de stakeholders, onde é essencial mapear e engajar os diferentes atores comunitários - moradores, lideranças e poder público - de forma estratégica. Em segundo lugar, no planejamento de conteúdo, que deve ser sistemático e alinhado com as prioridades da comunidade, transformando dados em ações. Por fim, na avaliação de resultados, desenvolvendo métricas específicas que vão além do engajamento digital e medem impacto social real.

A experiência prática mostra que a simples existência de uma rede social não garante comunicação eficaz. É necessário profissionalizar sua gestão através de métodos administrativos: criar estruturas de governança compartilhada, estabelecer fluxos de trabalho e implementar sistemas de monitoramento adaptados ao contexto comunitário. Este caso serve como modelo para repensar como a administração pode contribuir para transformar ferramentas digitais em instrumentos efetivos de desenvolvimento local, um campo promissor para a atuação do administrador moderno.

## REFERÊNCIAS

ALVES, M. **Estratégias digitais para organizações comunitárias**. São Paulo: Ed. Cultura, 2023.

CARVALHO, R. Instagram e mobilização social. **Revista Comunicação e Sociedade**, v. 12, p. 45-67, 2024.

CNPJ INFO. **Associação de Moradores do Conjunto Habitacional Cabula VI**. Disponível em: <http://cnpj.info/Associacao-de-Moradores-do-Conjunto-Habitacional-Cabula-VI>. Acesso em 09 de julho 2025.

GOMES, L.; BRITO, R.; LEAL, S. **Redes sociais e periferias: o reelomo espaço de disputa**. Salvador: Ed. UFBA, 2023.

GOMES, L. et al. **Redes sociais e periferias**. Salvador: Ed. UFBA, 2023.

GOMES, P.; BRITO, T.; LEAL, S. **Redes sociais em periferias urbanas**. Salvador: EDUFBA, 2023.

LIMA, C. Caso Grajaú: Instagram como ferramenta política. In: **Anais do CONGIC**, 2022.

PERUZZO, C. M. K. Comunicação comunitária e educação para a cidadania. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 5, n. 9, 2008.

SILVA, J. **Gestão de redes sociais para terceiro setor**. Rio de Janeiro: Ed. IF, 2023.  
SODRÉ, M. **A ciência do comum**. Petrópolis: Vozes, 2020.

CABULA VI. In: OBSERVATÓRIO DE BAIRROS SALVADOR. **ObservaSSA**, [Salvador], [2025]. Disponível em: <https://observatoriobairrossalvador.ufba.br/bairros/cabula-vi>. Acesso em: 11 jul. 2025.