



Uma Pandemia na sociedade da informação: Um estudo do impacto das interações por mídias sociais na disseminação de informações sobre a pandemia de Covid-19 no âmbito universitário brasileiro

Palavras-Chave: mídias sociais, virtualização, sociedade da informação.

Autores/as:

Veridiane Vilela de Seixas [UNICAMP]

Prof. O Dr. Paulo Cesar da Silva Teles. (orientador) [UNICAMP]

INTRODUÇÃO:

A internet trouxe mudanças radicais na forma de se comunicar por todo o mundo, proporcionando acesso de forma popular e rápida à informação, atingindo todas as esferas e classes sociais, auxiliando na educação e na construção do conhecimento do indivíduo, que passou de uma posição mais passiva de recepção a também produtor de conteúdo, externalizando sua forma subjetiva de receber, transmitir e retransmitir uma informação. Ao olhar a tecnologia ligada a métodos de comunicação e interação digitais, é possível entender ainda mais o impacto radical que ela tem em nossas vidas enquanto indivíduos sociais, proporcionando uma quebra na concepção de tempo e espaço, quando falamos do campo da comunicação em massa, ao perpassar sua influência apenas no ambiente on-line, tornando-se parte integrante da construção do cotidiano.

A informação é atualmente um dos nossos bens mais preciosos. Todas as interações, compartilhamentos, curtidas e visualizações nas mídias sociais geram quantidades massivas de dados que traçam perfis de consumo e singularizam a experiência de cada indivíduo, levando a um *feed* personalizado e especializado em gostos e preferências ímpares, afinal, cada pessoa tem um mundo próprio na tela de seu smartphone. Os laços sociais passam a ser construídos também no ambiente on-line, onde é possível estabelecer uma identidade e expressar opiniões, construindo um novo processo de representação de si mesmo. Essa nova forma de formar relações e de lidar com as informações, integra o conceito de sociedade da informação, cunhado por Manuel Castells, para definir a era pós-industrial, marcada por uma nova forma de sociedade que se desenvolve e se transforma a partir das informações advindas dos avanços tecnológicos, tendo a informação como matéria-prima.

Mas o que acontece quando não podemos mais estar próximos fisicamente e todas as interações passam a acontecer apenas no ambiente virtual? Esta é a realidade que a presente pesquisa se propõe a observar. Nosso campo de estudo é a situação atual do mundo: em dezembro de 2019, houve o primeiro caso da síndrome respiratória aguda grave causada pelo SARS-CoV-2, um novo tipo de coronavírus originado em Wuhan, na China e causador da doença denominada Covid-19. Mais de um ano depois do primeiro caso, aqui no Brasil, ainda vivemos uma realidade pandêmica, com mais de 20 milhões de infectados e 579 mil mortes⁴. Desde o início, medidas de isolamento e distanciamento social foram aderidas por todo mundo, inclusive por aqui, a fim de diminuir a curva de contágio e não colapsar o sistema de saúde, reduzindo ao mínimo possível o contato e interação social entre as pessoas e não permitindo aglomerações. Muitas empresas passaram para um modelo de trabalho *home office* e as escolas e universidades interromperam suas atividades presenciais e aderiram ao ensino a distância, com aulas on-line e atividades sendo entregues por meio de plataformas virtuais.

Neste contexto, podemos ver um aumento significativo no uso das redes sociais em um movimento de virtualização. 58% dos usuários brasileiros da internet entre 16-64 anos afirmam ter aumentado o tempo gasto em redes sociais³, que se apresentam hoje como uma válvula de escape para o mundo exterior. Tarefas cotidianas que sempre aconteceram de forma presencial precisaram ser repensadas para acontecer no ambiente on-line, por meio de aplicativos e plataformas. As empresas de mídias e comunicação se adequaram para gerar conteúdo a respeito da situação atual e prover atualizações sobre o curso da pandemia, formas de se proteger, atividades para serem feitas em casa e absolutamente quaisquer tipos de assuntos relacionados ao coronavírus, que podem ser encontrados em segundos nas mídias sociais. Essas interações ocupam o espaço que o toque, o afeto e as relações humanas têm na vida das pessoas. O real, para fora da individualidade, passou a ser as informações e interações feitas pela internet.

METODOLOGIA:

A pesquisa buscou, principalmente, observar o momento atual de conhecimento e reflexão acerca da sociedade que estamos inseridos, além de fazer uma revisão de estudos qualitativos, feitos por variados institutos de pesquisa, em relação a utilização das mídias sociais na pandemia e a percepção das pessoas sobre esse uso e seus impactos na construção das relações, que precisaram se adequar a essa nova realidade, em que estamos tão distantes fisicamente. Focamos, como recorte, no estudo das interações no meio universitário brasileiro, procurando entender como essa nova construção impacta todas as esferas sociais, desde o ensino à distância ao entretenimento, observando também a forma como as informações sobre a pandemia chegam até as pessoas.

CONCLUSÕES:

O que vivemos é uma experiência totalmente nova, nunca tínhamos enfrentado uma ameaça do tipo, nem sequer com a gripe de 1918, já que, hoje em dia, com a globalização e o avanço dos sistemas de transporte e comunicação, temos uma rede altamente integrada para o fluxo de informações, serviços e bens, gerando repercussão em tempo real. É importante atentar-se mais do que nunca na importância da internet na disseminação de informação e, para além disso, seu poder de atuação como método de aproximação e conexão entre indivíduos, seja por meio de mensagens instantâneas, chamadas de vídeos ou compartilhamento de informações.

Lidar com este cenário nos colocou em contato com uma nova vivência, onde padrões de consumo precisaram ser repensados e a construção de relações e laços teve de se adequar a um único formato, que coubesse em telas verticais de aproximadamente 5 polegadas. O medo e ansiedade perante as incertezas de uma situação que foge do controle, reforçou a necessidade de um jornalismo preciso e confiável, que possa informar e educar as populações. Já que, com o aumento do uso e a individualização de conteúdo nas mídias sociais, temos acesso a uma ampla gama de informações, nem sempre verídicas e confiáveis, abrindo espaço para a desinformação.

Não há como sair do momento atual com as mesmas perspectivas de antes da pandemia e observar esse movimento é necessário para acompanhar e compreender as mudanças que definirão o nosso “novo normal”.

BIBLIOGRAFIA

- ¹ BEIGUELMAN, Giselle. **Coronavida: O pós pandêmico é agora**, 2020.
- ² CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Editora Paz e Terra S/A, 2002;
- ³ **GlobalWebIndex's Coronavirus Multi-Market Study**, abril de 2020.
- ⁴ **Google - Visão geral covid-19**. Acesso em agosto, 2021;
- ⁵ MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. McGraw Hill Education, 1994;
- ⁶ **Reuters institute digital news report - For the study of journalism**. University of Oxford;
- ⁷ SOUZA, Joyce. AVELINO, Rodolfo. SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **A sociedade do controle**. Editora Hedra, 2018;