



## A pandemia como impulsionadora na busca por informações nas redes sociais

### The pandemic as a driver in the search for information on social networks

**Vanessa Guarnieri**

[vanessaguarnieri@alunos.utfpr.edu.br](mailto:vanessaguarnieri@alunos.utfpr.edu.br)

Universidade Tecnológica do Paraná, Apucarana, Paraná, Brasil

**Fabia Regina Gomes Ribeiro**

[fabiaribeiro@utfpr.edu.br](mailto:fabiaribeiro@utfpr.edu.br)

Universidade Tecnológica do Paraná, Apucarana, Paraná, Brasil

**Marcia Cristina Alves**

[marciaalves@utfpr.edu.br](mailto:marciaalves@utfpr.edu.br)

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, Paraná, Brasil

**Patrícia Mello Machado Cardoso**

[patriciamello@utfpr.edu.br](mailto:patriciamello@utfpr.edu.br)

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, Paraná, Brasil

#### RESUMO

Obrigados a separar-se fisicamente pela incidência do coronavírus SARS-COV-2, a população precisou buscar formas de reinventar-se no trabalho, no estudo, no lazer e no desenvolvimento de projetos de extensão. As redes sociais foram estratégias utilizadas por extensionistas, que resultaram em sucesso por trazer uma gama de conteúdos informativos à comunidade externa, abrangendo áreas variadas. O uso destas redes sociais, resultaram em um grande crescimento de usuários ativos por mês desde o início da pandemia. Esse artigo apresenta uma revisão bibliográfica da influência dos meios de comunicação e da utilização da internet pela sociedade e nos tempos de isolamento social. E o papel do projeto de extensão Comunicação Digital: Produção de conteúdo da área de Engenharia Têxtil para a disponibilização *on-line* na produção destes conteúdos. Os resultados foram obtidos por meio de pesquisas em literatura científica sobre o tema, objetivando compreender como o distanciamento social serviu para influenciar a busca gradativa por conteúdos e informações, e os resultados obtidos pelo perfil @textilemodautfpr no Instagram®. Com este estudo, pôde-se concluir que o isolamento social dos indivíduos, alavancou as redes sociais como um meio de retomar as atividades de forma online, integração com amigos, sociedade em geral e buscar conteúdos específicos, que venha contribuir com conhecimento e distração social.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação. Redes sociais. Isolamento social.



SEI-SICITE 2021

Pesquisa e Extensão para um  
mundo em transformação

XI Seminário de Extensão e Inovação  
XXVI Seminário de Iniciação Científica e Tecnológica  
08 a 12 de Novembro - Guarapuava/PR



### ABSTRACT

Forced to separate physically due to the incidence of the coronavirus SARS-COV-2, the population had to look for ways to reinvent themselves at work, at study and at leisure and at the development of extension projects. Social networks were successful strategies used by extension workers that had as result success for bringing a diverse range of content to the external community, covering varied areas. The use of these social networks resulted in a huge growth of active users per month since the beginning of the pandemic. This article intends to present how the pandemic influenced the growing number of searches for information and content on the Internet by society during the time of social isolation. The results were obtained through a research in the literature aiming to understand how the harm caused by social distancing served as an influence for this gradual search and the results obtained by the profile @textilemodautfpr on Instagram®. It is understood then that with the loss of routine during this time, social networks have become a means of resuming activities online.

**KEYWORDS:** Communication. Social networks. Social isolation.



## INTRODUÇÃO

De acordo com Meyer (2014), por meio de sua publicação no site oficina da net, em 1969 quando criada, a internet teve como objetivo garantir que as comunicações norte-americanas fossem mantidas caso os meios de telecomunicação atuais fossem destruídos pelos inimigos. Em 2020, o inimigo não apresentou-se em uma guerra, nem destruiu os meios de telecomunicação, mas através da alta letalidade e propagação, o Coronavírus garantiu que estes fossem importantes meios comunicativos entre a população.

Não é novidade o uso de redes sociais, pois desde 1995, com o surgimento da primeira rede, como descrito no site Infoescola (ADAMI, 2021), pessoas podem compartilhar o seu dia-a-dia, seus hobbies, gostos e até o que estão fazendo no momento. Desde a criação destas, elas têm sido um refúgio para aqueles que gostam de fugir da realidade e aproveitar uma forma diferente de lazer, e, até 2020, a internet era considerada, sim, uma fonte para distrair-se. Segundo Padilla e Blanco (2020) as plataformas de redes sociais estão entre as fontes de informação mais utilizadas no mundo, o acesso fácil e econômico à Internet, e o elevado número de utilizadores registados nestas plataformas tornam-nas uma das formas mais fáceis e eficazes de divulgar a informação.

Em fevereiro de 2020, quando houve a confirmação do primeiro caso de COVID-19 no Brasil, as relações sociais foram obrigatoriamente modificadas, tornando os lares locais seguros para se permanecer. Desse modo, além da pandemia em si, esse distanciamento social, unido ao medo do momento vivenciado desencadeou uma série de distúrbios psicológicos. A insegurança de retornar às atividades em sua normalidade fez com que a internet fosse a solução para que as atividades regulares fossem mantidas, sendo ela usada para lazer, estudo, trabalho, reuniões de família e até mesmo para consultas médicas e psicológicas.

Segundo Holmes (2020) as plataformas de mídia social tem apresentado um aumento de 61% como meio de conectar famílias, amigos e colegas. Grover, Cheung e Tatcher (apud Perez, 2020), afirmam que de fevereiro a março de 2020, redes sociais como o Facebook e o Instagram tiveram, por todo o mundo, uma porcentagem de mais 40 % de aumento em seus acessos; mensagens no Facebook Messenger, WhatsApp e Instagram aumentaram 70% durante a pandemia e as visualizações e transmissões ao vivo dobraram o seu número. Entre fevereiro e abril de 2020, crianças dos Estados Unidos entre 4 e 15 anos, por exemplo, passaram 13% mais tempo no Youtube, 16% mais tempo no TikTok e 31% nos jogos sociais.

Uma publicação no ABC Reporter, divulgou que em 2020 o Instagram atingiu a marca de 1 bilhão de usuários ativos por mês e que desse número o Brasil alcança 9,9%. Levando em consideração tal informação, a temática será direcionada para esta rede social.

Segundo Harris (2020) com o distanciamento social, as pessoas perderam o convívio com outras, por isso utilizaram a rede social para esse fim, dessa forma, um contato direto com o seguidor através de conteúdos que abordem o dia-a-dia, aproxima-o estimulando-o a compartilhar com outras pessoas que também se identificam com aquele conteúdo, com aquilo que se está sendo dito, por exemplo, ou ainda, a forma e o dispositivo usado para filma-lo, pois vídeos caseiros aproximam mais o público; a edição, intentando transmitir naturalidade e continuidade; e por fim, a descrição adicionada a este.

Além de todos esses passos, tomar conhecimento dos horários com maior acesso é crucial para garantir um maior crescimento na rede social. O resultado interativo na rede social citada, cria uma interação entre moderador e público através da maneira que a informação é transmitida. Além dessa interação e comunicação, durante a pandemia a rede social serviu como difusora de informação, e também como transmissora de conteúdos que visam o estudo.

A versatilidade do Instagram permite ao usuário intercambiar experiências formativas que podem ser aplicadas ao processo de ensino e de aprendizagem, aliando expectativa de interatividade ao engajamento



de seguidores, numa troca instantânea de informações e de ampliação no critério de importância do assunto discutido. Implicando destacar que, por produzir respostas imediatas às publicações, o “Insta” facilita a compreensão do processo de construção de conceitos, criando espaços a partir do embate de ações. (DA SILVA et al., 2020, p. 3 apud Ibidem, p. 36.)

Essa pesquisa tem como objetivo apresentar os resultados obtidos no projeto de extensão Comunicação Digital: Produção de conteúdo da área de Engenharia Têxtil para a disponibilização *on-line* na produção destes conteúdos e disponibilização por meio do Instagram®, para o público externo interessados nos assuntos relacionados aos temas Têxtil e Moda.

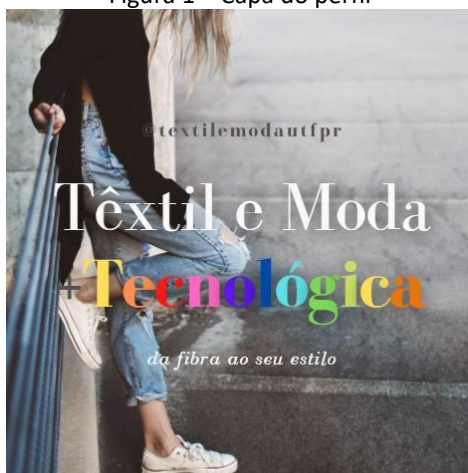
## MATERIAIS E MÉTODOS

O principal foco do projeto Comunicação Digital: Produção de conteúdo da área de Engenharia Têxtil para a disponibilização *on-line* era a produção de vídeos para o canal do Youtube, com o objetivo de criação de um sistema de divulgação online, para público interno e externo à comunidade acadêmica, de conteúdos da área têxtil e divulgação da importância do profissional têxtil, porém durante a pandemia observamos a necessidade de divulgação em plataformas de maior acessibilidade ao público externo.

Então optou-se pela utilização do Instagram® @textilemodautfpr e paralelamente tudo o que for divulgado no perfil do Insta, também vai para o Facebook® (facebook.com/textilemodautfpr), nestes perfis, dão compartilhados assuntos publicados no canal do Youtube (www.youtube.com/engenhariatextil) e outros assuntos/posts relacionados à área Têxtil e Moda.

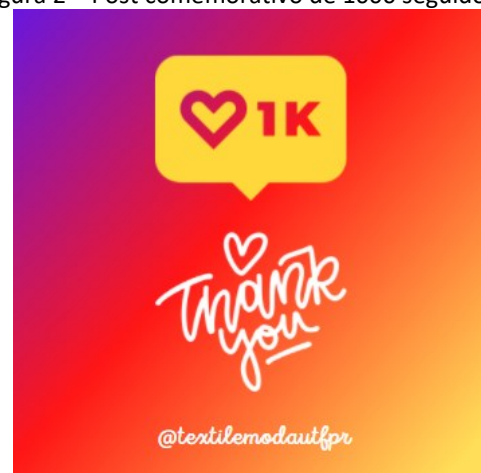
O perfil foi criado no mês de Maio/2021, inicialmente foi criada a foto de capa (Figura 1) para o Instagram e Facebook, e iniciou-se as postagens. No mês de Agosto/2021, atingimos a marca de 1000 seguidores (1K), onde foi realizado o post comemorativo (Figura 2).

Figura 1 – Capa do perfil



Fonte: Autor (2021).

Figura 2 – Post comemorativo de 1000 seguidores



Fonte: Autor (2021).

Para se produzir os posts, são realizadas pesquisas sobre o assunto e utilizado o aplicativo Canva® para o design.



## RESULTADOS E DISCUSSÕES

Atualmente o perfil possui mais de 1000 seguidores, como podemos observar na imagem do perfil.

Figura 3 – Página principal do perfil



Fonte: Autor (2021).

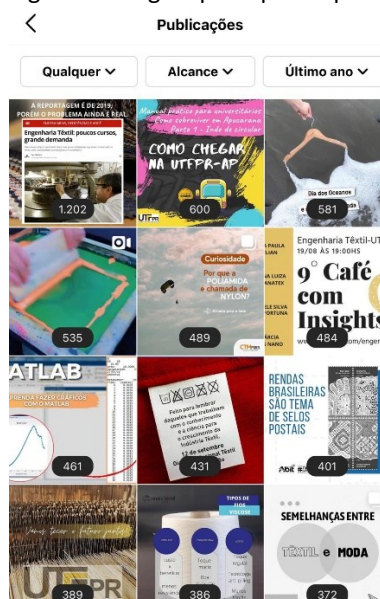
Acessando a estatística do perfil nos tópicos Insights (Figura 4) podemos observar que os acessos vem aumentando a cada dia e Publicações (Figura 5), algumas postagens do perfil, com o total de visualizações.

Figura 4 – Página principal do perfil



Fonte: Autor (2021).

Figura 5 – Página principal do perfil



Fonte: Autor (2021).



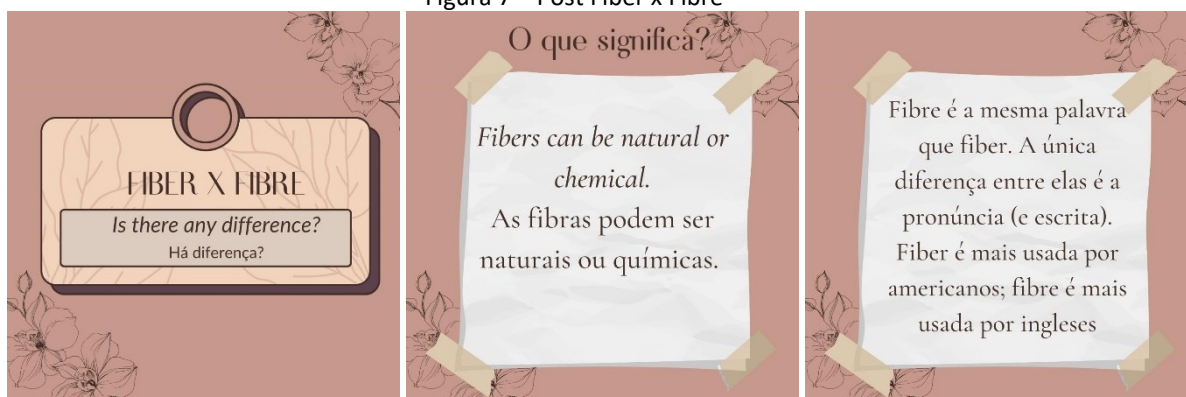
Apresentamos na sequência, alguns exemplos de posts produzidos e publicados (Figura 6 e 7). Estes posts tiveram como objetivo relacionar termos do cotidiano do profissional têxtil e moda em inglês.

Figura 6 – Post Job x Word x Office



Fonte: Autor (2021).

Figura 7 – Post Fiber x Fibre





Fonte: Autor (2021).

## CONCLUSÃO

Tendo a monotonia como companheira durante o período de isolamento causado pela pandemia, conclui-se que, para que rotina fosse retomada de alguma forma, as redes sociais como o Instagram, Facebook e Youtube, serviram como ferramentas que possibilitaram esse retorno, o aumento de acessos, alavancou as redes sociais como um meio de retomar as atividades de forma online, integração com amigos, sociedade em geral e buscar conteúdos específicos, que venha contribuir com conhecimento e distração social. E, com os resultados apresentados, podemos afirmar que o projeto Comunicação Digital contribuiu, com o público externo que busca por conteúdos da área Têxtil e Moda.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço à UTFPR e ao DEPEX-AP, pelo apoio ao desenvolvimento do projeto, que me proporcionou a oportunidade de integrar o projeto de extensão Comunicação Digital e através dele desenvolver esse trabalho quanto às minhas orientadoras que prestaram-me apoio durante a realização do mesmo.

## REFERÊNCIAS

ADAMI, Ana. Redes sociais. Disponível em: <https://www.infoescola.com/sociedade/redes-sociais-2/>.

ABC Reporter. **Brasil é o 3º país com mais usuários ativos no Instagram em 2021:De acordo com uma pesquisa feita recentemente pela companhia Statista.** Disponível em: <https://abcreporter.com.br/2021/04/15/brasil-e-o-3o-pais-com-mais-usuarios-ativos-no-instagram-em-2021/>. Acesso em: 15 de abr. de 2021

SILVA, Aline Rocha Santana da; FRANÇA, Vivian da Costa; FREITAS, Julio Cesar Teixeira; QUINTELA, Amanda Cristina Sá de Moraes. **O Uso do Instagram como Estratégia Educacional num Contexto de Pandemia: um Relato de Experiência.** EaD em Foco, v. 10, n. 3, 2020.



SEI-SICITE 2021

Pesquisa e Extensão para um mundo em transformação

XI Seminário de Extensão e Inovação  
XXVI Seminário de Iniciação Científica e Tecnológica  
08 a 12 de Novembro - Guarapuava/PR



GROVER, Teagen N.; CHEUNG, Christy MK; THATCHER, Jason Bennett. **Inside out and outside in: How the COVID-19 pandemic affects self-disclosure on social media.** International Journal of Information Management, v. 55, p. 102188, 2020.

HARRIS, Margot. **Coronavirus has amplified online shaming : Not just for influencers.** Insider (2020).

Holmes Ryan. **Is COVID-19 social media's levelling up moment?** Forbes, 2020.

MEYER, Maximiliano. **Como foi inventada a internet? A ARPANET - primeira versão da internet - funcionava através de um sistema conhecido como chaveamento de pacotes, que é um sistema de transmissão de dados em rede de computadores no qual as informações são divididas em pequenos pacotes.** Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/post/13707-como-surgiu-a-internet>. Acesso em: 25 de nov., 2014.

PADILLA, Daniel A. G.; BLANCO, Leonardo T. **Social media influence in the COVID-19 Pandemic.** International Braz J Urol, v. 46, p. 120-124, 2020.