

Cultura da internet e saúde mental na pandemia do Covid-19: um podcast de conscientização

Emily ECKER¹

Guilherme DAMBROWSKI²

Isabela CONTINI³

João FACCIO⁴

Jozieli CARDENAL⁵

Centro Universitário de Pato Branco (UNIDEP), Pato Branco, PR

RESUMO

A pandemia do Covid-19 modificou a realidade de todos com sua chegada, e foi necessária a adaptação no que se refere ao cenário de distanciamento social para garantir a segurança de todos. Com a internet sendo o meio que possibilitou essa drástica mudança, as empresas trabalharam em Home Office e em escala reduzida, enquanto as escolas adaptaram o formato para o Ensino a Distância. Mas, diante disso, como ficou a saúde mental das pessoas sabendo que algum familiar era idoso ou parte do grupo de risco? Como ficou a mente do jovem que deixou de socializar e sair de casa, assim passando mais tempo nas redes sociais? Se o ciberespaço é um lugar líquido, como sugere Zygmunt Bauman, a pandemia e o distanciamento social intensificaram essa liquidez? As pessoas estão sentindo solidão e ansiedade? O distanciamento social inesperado durante a pandemia do Covid-19 e a presença constante dos jovens na internet como alternativa ao contato com a realidade, aparentemente parecem significar um aumento de índices de ansiedade e depressão, bem como de outras doenças mentais, consequências do excesso de informação consumida no ciberespaço e da falta da ética de usuários, prejudicando de maneira árdua a saúde mental de adolescentes, tendo em vista que tal situação se agravou

Trabalho apresentado na Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Balneário Camboriú – SC – 16 a 18/06/2022

¹ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação – Hab. Publicidade e Propaganda do UNIDEP, email: emilyecker08@hotmail.com

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação – Hab. Publicidade e Propaganda do UNIDEP, email: guilhermeadambros@gmail.com

³ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação – Hab. Publicidade e Propaganda do UNIDEP, email: isapierin@hotmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Comunicação – Hab. Publicidade e Propaganda do UNIDEP, email:

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação – Hab. Publicidade e Propaganda do UNIDEP, email:

durante o período de quarentena. A fim de promover uma reflexão a respeito disso, pode-se questionar de que forma a cibercultura e o consumo excessivo de informações contribuíram para os transtornos mentais em adolescentes durante a pandemia do Coronavírus. O artigo, assim, visou estudar a Cibercultura e a saúde mental no período do Covid-19, utilizando o *podcast* como uma ferramenta de conscientização, sendo que, para a produção do mesmo, a composição de roteiros dos episódios se deu através de um recorte baseado na realidade local. Este trabalho trata-se de um projeto experimental do curso de Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, que possuía o intuito de realizar uma pesquisa aprofundada sobre o tema escolhido, o qual não é tão debatido e estudado ainda. Com foco na temática Promoção da saúde e prevenção de doenças, do Projeto Estudos em Multiversidade, promovido pelo Núcleo de Apoio Pedagógico e Experiência Docente (NAPED), teve como um de seus principais objetivos a submissão ao Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM). Após analisar e identificar a forma mais adequada para transmitir a mensagem desejada, foi optado pela produção de um *podcast*, abordando assuntos relacionados à temática escolhida. Tal projeto foi elaborado para o UNIDEP, juntamente com o curso de Psicologia do Centro Universitário de Pato Branco. Para falar de forma mais profissional e especializada, houve presença de convidados que participaram da produção dos episódios que versam sobre os assuntos de seus interesses e conhecimentos, dentro de cada temática estabelecida. Ao todo, foram produzidos quatro episódios. O projeto consiste em uma série de quatro *podcasts* e recebeu o nome de “Pandecast”, a junção de pandemia com *podcast*. Como o público-alvo são adolescentes, principalmente, o logo possui traços que lembram um panda para gerar duplo sentido com seu nome. A princípio, o *namings* pode soar efêmero, algo que só faz sentido no contexto atual, mas o momento e o propósito para o qual foi criado podem agregar ainda mais valor ao projeto. O objetivo, além de informar, é criar um espaço de acolhimento para que as pessoas se identifiquem e saibam que não estão sozinhas. Sendo assim, os episódios são de curta duração, para que os ouvintes possam consumir o conteúdo enquanto estão indo para algum lugar ou fazendo algo que não demande muito tempo. Os episódios contaram com temas considerados relevantes no contexto atual, sendo lançados um por semana. O primeiro teve como tema a saúde mental na pandemia, tendo como entrevistada a professora e psicóloga Adriéli Flávia Tonello. O episódio seguinte foi produzido juntamente com a

professora e psicóloga Kelly Cristina Zavadski e continuou a abordar sobre o âmbito psicológico, porém com um foco em mídias sociais e nos transtornos mentais. Já o terceiro contou com dois convidados, o historiador Matheus Guedes e o psicólogo Igor Barros, que falaram sobre o cancelamento dentro e fora do ciberespaço, no passado e no presente. Partindo para o quarto e último episódio do *podcast*, a influencer Karoline Mior trouxe em sua fala o lado positivo da internet e seus benefícios para a comunicação e para a publicidade. Perante a realização desta pesquisa, é possível concluir que a situação pandêmica modificou a saúde mental. Com o distanciamento social, o uso intenso das redes sociais afetou o psicológico, causando o aumento dos índices de transtornos mentais. Afinal, a sociedade passou a estar mais conectada no ambiente virtual para suprir a ausência do contato físico desse modo, o vício veio a se intensificar.

PALAVRAS-CHAVE: Cibercultura; Saúde mental; Pandemia; *Podcast*; Comunicação Social.

REFERÊNCIAS

ALVES, Soraia. **Estudo mapeia comportamento por trás da “Cultura do Cancelamento”**. 2020. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/129993/estudo-mapeia-comportamento-por-tras-da-cultura-do-cancelamento/>>. Acesso em: 3 set. 2021.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. [Tradução: Plínio Dentzien]. 1ª ed., Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BRAGA, José Luiz. **Constituição do Campo da Comunicação**. Revista Verso e Reverso. Janeiro-abril 2011, XXV(58).

BULHÕES, Gabriela. **Redes sociais são a 2ª maior fonte de informações sobre a pandemia**. Olhar Digital, 2021. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/2021/05/18/internet-e-redes-sociais/redes-sociais-sao-a-2a-maior-fonte-de-informacoes-sobre-a-pandemia/>>. Acesso em: 25 set. 2021

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. [Tradução: Roneide Venâncio Majer com a colaboração de Klauss Brandini Gerhardt]. Atualização para 6ª edição: Jussara Simões. - A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

DESLANDES, Suely Ferreira. **A construção do projeto de pesquisa**. In: MINAYO, Maria Cecília Souza (Org.). Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. 14a ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

HUIZINGA, Johan. **O Declínio da Idade Média**. [Tradução: Augusto Abelaira]. Ulisseia, 1919.

LANIER, Jaron. **Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação: como extensões do homem**. Brasil: Cultrix, 1974.

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. **Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades**. Disponível em: <<https://odsbrasil.gov.br/objetivo/objetivo?n=3>>. Acesso em: 30 ago. 2021.

SANTAELLA, Lucia. **Novos Caminhos da Comunicação**. Lumina - Facom/UFJF - v.4, n.1, p.1-10, jan/jun 2001.

SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**. 1a ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A Cruel Pedagogia do Vírus**. Coimbra: Edições Almedina, S.A., 2020.

VALENT, Paul. **Saúde Mental em Tempos de Pandemia**. [Tradução: Ezeifekwuaba Tochukwu Benedict]. Tektime, 2021.

VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio criativo na publicidade**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2004.