



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS
UNIDADE ACADÊMICA DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**O USO DA INTERNET E DAS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS DURANTE
O PERÍODO DA PANDEMIA COVID-19 NO BRASIL**

Maria Regina Figueiredo Lopes

Sousa - PB

2023

Maria Regina Figueiredo Lopes

**O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS DURANTE O PERÍODO DA
PANDEMIA COVID-19**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado à Universidade Federal de
Campina Grande, para a obtenção do grau
de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Vorster Queiroga Alves.

Sousa - PB

2023

L864u

Lopes, Maria Regina Figueiredo.

O uso da internet e das mídias sociais digitais durante o período da pandemia Covid-19 no Brasil / Maria Regina Figueiredo Lopes. – Sousa, 2023.

31 f. : il. Color.

Monografia (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Ciências Jurídicas e Sociais, 2023.

"Orientação: Prof. Dr. Vorster Queiroga Alves".

Referências.

1. Mídias Sociais. 2. Pandemia da Covid-19. 3. Internet. I. Alves, Vorster Queiroga. II. Título.

CDU 316.774(043)



Universidade Federal
de Campina Grande



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE - UFCG
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS - CCJS
UNIDADE ACADÊMICA DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS - UACC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
COMISSÃO DO TRABALHO DE CURSO

ATA DE DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO

As **14:30** horas do dia **01/novembro/2023**, compareceu o/a aluno/a **Maria Regina Figueiredo Lopes** para defesa pública do Trabalho de Conclusão em forma de **Artigo** intitulado **O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS DURANTE O PERÍODO DA PANDEMIA COVID-19** – requisito obrigatório para a obtenção do título de bacharel em Administração. Constituíram a banca examinadora os/as professores/as **Vorster Queiroga Alves** (orientador/a), **Johny Davyd Soares Barbosa** (avaliador/a) e **Marconi Araújo Rodrigues** (avaliador/a). Após a exposição oral, o/a candidato/a foi arguido/a pelos componentes da banca que, após reunião em caráter reservado, decidiram **aprovar** a produção acadêmica. Para constar, lavramos a presente ata assinada por membros da Comissão de TC, do Curso de Administração da UACC/CCJS/UFCG.

Sousa-PB, **01/novembro/2023**.

Flávio Lemenhe
Mat. SIAPE 1612419
Membro da Comissão de TC do Curso de
Administração (UACC/CCJS/UFCG)

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, que apesar de todas as dificuldades me permitiu chegar até aqui.

Aos meus pais, Huilma e Jairo, por todo o incentivo, suporte e apoio ao longo de toda essa trajetória.

Aos meus irmãos, Lucas, José Luiz, João Paulo e Rafael, que são a razão da minha vida e que me sustentam diariamente.

Ao meu esposo Raimundo Neto, pelo companheirismo e compreensão aos momentos de ausência, e a minha filha, Mariana, que mesmo ainda sendo gerada, me transmitiu força e sabedoria para seguir.

Às minhas avós, Regina e Lopinha, por todo o carinho e orações.

Às minhas amigas, Inara, Marina, Laura, Débora e a todos que sempre estiveram ao meu lado, pela amizade e alegria.

Ao professor e orientador Vorster Queiroga, por toda paciência, atenção, orientação e ensinamentos fornecidos.

RESUMO

A pandemia de Covid-19 ocasionou a mudança de diversos comportamentos na sociedade, sendo o uso da internet e das mídias sociais digitais um dos mais afetados. Nesse cenário, tem-se como objetivo avaliar o perfil de uso e dos usuários da internet e mídias sociais digitais durante o período de 2018 a 2022 no Brasil. O estudo caracteriza-se como documental, descritiva e exploratória, analisando o comportamento dos usuários de internet por meio de relatórios e resultados da CETIC (Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação), órgão responsável que realiza pesquisas sobre a tecnologia da informação no Brasil, destacando os indicadores C3, C5 e C6, respectivamente. Os resultados demonstram variações e crescimento do acesso e uso de aparelhos para conexão a internet por usuário com rendas mais baixas, além de haver a adesão de quase 30 milhões de usuários à utilização diária da internet. Assim, foi possível inferir acerca do uso da internet e das redes sociais sob perspectivas de idade, renda, classe social, grau de instrução, bem como das ferramentas utilizadas, com enfoque para o crescimento da adesão às redes sociais. Desse modo, apresentou-se informações norteadoras para diversas esferas sociais, demonstrando o aumento do uso diário da internet em detrimento do uso esporádico, apresentando uma realidade que pode ter como causa a adesão de novos usuários à internet como também o aumento da frequência de uso daqueles que já utilizavam, mas de forma menos frequente.

Palavras-chave: Mídias Sociais; Covid-19; Internet

1. INTRODUÇÃO

As mídias sociais digitais desempenharam um papel significativo durante a pandemia da Covid-19, permitindo a disseminação de informações atualizadas, a conexão entre as pessoas e a manutenção de atividades sociais à distância. No entanto, o uso excessivo dessas plataformas também tem sido associado a problemas de saúde mental, sedentarismo e transtornos (Eisenstein; Estefenon, 2011). Nos últimos anos, o número de pessoas conectadas às redes sociais aumentaram e manter-se conectado tornou-se rotina para aqueles que buscam obter informações e comunicar-se rapidamente.

Além de conectar as pessoas entre si, as mídias revolucionaram as ações de marketing, possibilitando a aproximação das empresas com o consumidor, de forma mais simples e econômica, fazendo com que a mídia social ganhe visibilidade dentro das empresas, interagindo com seus clientes, estreitando e intensificando seu relacionamento, engajando aproximadamente metade da população mundial (Kemp, 2021). Além disso, de acordo com o Relatório Digital de Visão Global (2021), houve um aumento de mais de 13% no número de usuários em relação a 2020, resultando em quase meio bilhão de novos usuários e elevando o total global para quase 4,2 bilhões no início de 2021.

Com a Pandemia do Coronavírus em 2020, as pessoas foram obrigadas a permanecerem em casa, mudando a vida drasticamente, e foi neste momento que as redes sociais ganharam maior visibilidade. As empresas fizeram dessa oportunidade para tornar as plataformas suas vitrines, dando abertura para as empresas firmarem cada vez mais as suas marcas e utilizando desse artifício para que os usuários consumissem seus produtos e/ou serviços de dentro das suas próprias casas.

Por essas razões, é importante analisar o impacto das mídias sociais durante esse período e entender como essas plataformas podem ser usadas de forma mais eficaz para apoiar a saúde pública e a saúde mental das pessoas. Segundo a UNICEF (2022), descrita pela professora Valéria Barbieri do Departamento de Psicologia da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto (FFCLRP), da USP, a sociedade está se apropriando do conhecimento sobre transtornos mentais de uma maneira banalizada. Embora o acesso à informação seja benéfico, alguns termos estão perdendo seu real significado devido ao uso indiscriminado sem fontes confiáveis e contexto adequado. Isso leva a uma visão equivocada de que as experiências de quem realmente sofre com esses transtornos são características comuns a todos, ignorando o quanto de dificuldade e sofrimento isso pode acarretar (UNICEF, 2022).

Nesse sentido, esta pesquisa surgiu diante da observação de novos hábitos que passaram a fazer parte do cotidiano das pessoas. Realizada por meio da pesquisa documental, analisando casos relacionados com as mídias sociais digitais e identificando a sua relação com a pandemia da Covid-19, para chegar assim a uma conclusão sobre o uso das mídias sociais no atual cenário brasileiro no período pré-estabelecido.

Diante dos fatos expostos, surgiu a necessidade da realização de uma análise sobre a forma como os usuários acessaram a internet durante o período da Covid-19 e, conseqüentemente, a identificação de padrões comportamentais dos usuários da internet por meio de uma análise comparativa dos dados da CETIC nos períodos anteriores e posteriores ao ápice do período pandêmico. Assim, pode-se ter uma contribuição tanto para a compressão da influência da pandemia de Covid-19 no comportamento dos usuários da internet quanto para o auxílio dos empreendedores no entendimento dos perfis dos seus possíveis clientes. Dessa forma, buscou-se responder o seguinte problema de pesquisa: **qual é o perfil de uso e dos usuários da internet e mídias sociais digitais durante o período de 2018 a 2022?**

O presente trabalho identificou padrões comportamentais dos usuários da internet no período de pandemia, realizando um comparativo. Dessa forma, espera-se que esse estudo possa contribuir para a compreensão da influência da pandemia de Covid-19 no comportamento dos usuários da internet. Além disso, busca auxiliar empreendedores para a compreensão dos seus clientes quanto ao ramo digital atual.

Com o intuito de responder o questionamento principal da pesquisa e auxiliar o desenvolvimento do trabalho, tem-se como objetivo geral **avaliar o uso da internet e mídias sociais digitais durante o período de 2018 a 2022.**

Para auxiliar no alcance do objetivo geral, são formulados os objetivos específicos que direcionam o estudo a etapas: Identificar alterações dos padrões de utilização da internet nos anos da Pandemia de Covid-19; Avaliar o uso das mídias sociais digitais; Aferir mudanças atreladas ao avanço do e-commerce;

As mídias sociais abrangem os espaços de comunicação, publicidade e, em alguns casos, até de venda, dos quais compõe o grupo de redes sociais que permitem a comunicação e interação dos seus usuários, através de mensagens, ligações, fotos, vídeos, postagens etc, além de serem importantes portais estratégicos de vendas.

Dessa forma Torres (2009) destaca que as redes sociais consistem em um fenômeno por criarem as mídias sociais, e assim integram perfis e comunidades, criando para o consumidor uma agradável sensação de proximidade com todos, formando um fenômeno

cultural em constante ascensão e, por serem colaborativas na essência, estão em constante transformação.

O uso de redes sociais, como o Facebook® e o Instagram®, está em constante crescimento, pois em 2020, cerca de 3,6 bilhões de pessoas em todo o mundo tinham acesso a alguma plataforma de mídia social, e a previsão é que esse número atinja 4,41 bilhões até 2025 (Statista, 2021). No Brasil, aproximadamente 66% da população faz uso de pelo menos uma rede social, conforme informações do IBGE (2020) e da Statista (2021).

Essas estatísticas revelam o alcance e a influência das redes sociais na sociedade atual. Cada vez mais pessoas estão se conectando e interagindo virtualmente, aproveitando as oportunidades de compartilhar informações, manter contato com amigos e familiares e se envolver em comunidades online. A crescente adesão às redes sociais reflete a importância dessas plataformas como parte integrante de nossas vidas diárias, moldando a maneira como nos comunicamos e nos relacionamos.

É notória a expansão dos meios de comunicação, inclusive no Brasil, principalmente durante a pandemia, que teve início no ano de 2020, na qual as mídias sociais serviram como válvulas de escape para quem ficou refém da quarentena. Segundo o estudo realizado pela Kantar (empresa especializada em pesquisa de mercado), com dados de mais de 25 mil pessoas em 30 mercados, indica que Facebook, WhatsApp e Instagram tiveram um crescimento cerca de 40% durante o período. (Agrela, 2020)

No ponto de vista prático, este presente estudo pode contribuir de maneira direta na percepção e compreensão das pessoas quanto ao uso das mídias sociais, através de argumentos fundamentados que dirão o quanto as redes sociais impactaram na vida das pessoas durante o período da pandemia. Além disso, ele pode dar destaque a importância das mídias sociais digitais nos dias atuais, com a facilidade dentro das plataformas de abranger diversos tipos de conteúdo, possibilitando o surgimento de novas profissões, bem como o aperfeiçoamento de muitas outras, utilizando dos recursos do marketing para alavancar seus perfis.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste tópico são apresentados os principais conceitos abordados neste estudo, definindo as mídias sociais digitais e quais são as suas consequências em uso demasiado, paralelamente ao consumo online.

2.1 Mídias Sociais Digitais

As mídias sociais, hoje compreende um fenômeno complexo, que abarca o conjunto de novas tecnologias de comunicação mais participativas, mais rápidas e mais populares. “É um momento de hiperconexão em rede, onde não estamos apenas conectados, mas onde transcrevemos nossos grupos sociais.” (Brambilla, 2011). Já o conceito das mídias sociais para Torres (2009) é o conjunto de páginas na internet desenvolvido para proporcionar a interação social, a geração colaborativa de conteúdo e o compartilhamento de informações em múltiplos estilos. Para Koerbel (2019), as mídias sociais abrangem todos os tipos de mídia que possibilitam interação ou compartilhamento de informações. Isso inclui blogs, nos quais são apresentados conteúdos e os usuários têm a oportunidade de comentar sobre o assunto abordado.

Conforme Marteleto (2001) pontuou, as redes sociais são formadas por indivíduos autônomos que se unem com base em valores e interesses comuns, compartilhando ideias e recursos, essas relações podem ser bidirecionais ou não-direcionais. Ela ainda conclui:

As redes nas ciências sociais designam normalmente – mas não exclusivamente – os movimentos fracamente institucionalizados, reunindo indivíduos e grupos em uma associação cujos termos são variáveis e sujeitos a uma reinterpretação em função dos limites que pesam sobre suas ações.

A formação de conexões entre indivíduos é o que caracteriza o inserido de uma Rede Social Informal (RSI) dentro de uma organização, conforme descrito por Marteleto (2001) como estruturas compostas por laços. De acordo com a visão de Marteleto (2001), nas redes sociais, há uma valorização dos laços informais e das relações em contraste com a estrutura hierárquica.

Segundo Mayfield (2008), as mídias sociais são um novo fenômeno e podem ser descritas como um conjunto de mídias on-line. Destacando o aspecto de se estabelecer contatos para conversação e engajamento com o público-alvo, por exemplo, consumidores, públicos de interesse específico, agrupamentos de estudantes, associados de uma organização.

Conforme descrito por Recuero (2009), essas plataformas deixam rastros de comunicação entre os usuários, como comentários de natureza positiva ou negativa, e promovem a interação e apropriação. Desse modo, as mídias sociais tornam o espaço social mais complexo, permitindo a expansão de novos grupos e emergentes.

De acordo com Lemos (2019).

As redes sociais são estruturas básicas de uma sociedade, são formadas pelas pessoas e seus relacionamentos; nossa rede social é formada pelos nossos relacionamentos diretos, como parentes, amigos e colegas de trabalho, e

pelos relacionamentos que estes possuem com outras pessoas, de forma que todos os integrantes de um mesmo grupo social provavelmente estão direta ou indiretamente conectados.

Corroborando com a visão anterior, Goulart (2014) afirma e complementa,

As relações sociais sempre existiram, contudo as tecnologias de comunicação digital, apoiadas em sistemas computacionais cada vez mais poderosos e sofisticados, oferecem novas maneiras para as ligações entre as pessoas, por meio de novos dispositivos (smartphones, tablets, computadores etc.), novas formas de interação sem restrições de tempo ou lugar e com trocas de informações em outros formatos além do texto (imagens, áudios, vídeos, interfaces inteligentes interativas etc.).

Para Amorim e Castro (2010), as mídias digitais estão associadas à interação online, especialmente através de tecnologias móveis como smartphones, laptops, GPS e outros. Essas mídias têm um alcance massivo, atingindo a população em nível internacional e permitindo uma ampla cobertura geográfica. Por meio dessas mídias, é possível alcançar um público maior além do espaço físico, encontrando potenciais consumidores. Isso pode estar relacionado à divulgação de conteúdo online ou à publicidade que promove o consumo de produtos e serviços por meio de plataformas digitais.

Durante a pandemia, surgiram sugestões para combater ou reduzir o sentimento de solidão agravado pelo distanciamento social, como mencionado por Bittencourt (2020). Entre essas recomendações estava o uso contínuo de dispositivos eletrônicos e mídia digital para manter o contato social. Isso indica mais uma vez que as plataformas digitais foram uma ferramenta não apenas para promover interações sociais durante esse período, mas também para impulsionar o consumo. De acordo com Schmidt et al. (2020), as pessoas estão cada vez mais interessadas em manter suas vidas em andamento, o que impulsiona o hábito de consumo. Nesse sentido, as mídias sociais (especificamente as plataformas de interação humana) se tornaram um espaço de grande interesse para aqueles que buscam aumentar seus níveis de interação social, inclusive quando se trata de fazer compras.

No que diz respeito à terminologia atribuída a essas ferramentas digitais, é sabido que o conceito e o termo "rede social" existem muito antes da invenção da internet:

Um conceito equivocado é que “mídia social” muitas vezes é usado como sinônimo de “rede social”. Na verdade, uma “rede social” é um conceito que já existia muito antes do surgimento da internet. Ele se refere a um grupo de pessoas que se conhecem ou que estão conectadas de alguma maneira. Todos nós temos nossas próprias redes sociais — nossos amigos, nossa família e nossos colegas, e elas se superpõem e interagem com as redes sociais das outras pessoas. À tecnologia não é um requisito de uma rede social — até mesmo os animais têm redes sociais, e aparentemente algumas plantas também. Esse termo tem sido usado nas ciências sociais por muitos anos,

mas se tornou mais popular durante a década de 1990, conforme sugeriram melhores técnicas estatísticas para analisar as redes. (Mahon, 2021, p. 8).

Logo, o termo de uma rede social refere-se a um conjunto de pessoas que se conhecem ou estão ligadas de alguma forma. Cada um de nós possui suas próprias redes, como amigos, familiares e colegas, e essas redes se sobrepõem e interagem com as redes de outras pessoas.

2.2 Consequência das Mídias Sociais Digitais

Assim como as Mídias Sociais Digitais foram concebidas para benefícios, como facilitar na comunicação, a capacidade de compartilhar opiniões sobre marcas e a oportunidade de conhecer pessoas de todo o mundo, seu uso excessivo e sem restrições pode ser prejudicial, originado em dependência e causando problemas na vida da pessoa, como agravamento da depressão e aumento do isolamento social. (Shaw; Black, 2008)

Uma das consequências do distanciamento é a solidão, um sentimento frequente nesse período. Pinheiro e Tamayo (1984, p.35) definem a solidão como uma reação emocional de insatisfação causada pela ausência ou deficiência de relacionamentos pessoais influenciados, incluindo algum tipo de isolamento.

Embora as mídias sociais sejam uma forma de manter contato com o mundo exterior, também foi fonte de ansiedade para os usuários. De acordo com a pesquisadora e professora do Programa de Pós-graduação em Saúde da Criança e da Mulher (PGSCM), Suely Deslandes “o uso intensivo da internet pode gerar uma adição, um uso compulsivo, definindo uma dependência.” (Malavé, 2020). A autora ainda elenca o excesso de informações consumidas na internet, gerando a ansiedade e um medo global, com ênfase no número de mortes e previsões de contágios, destacando ainda o conjunto de *fakenews* que descredibilizam a ciência.

De acordo com a professora Henriette Tognetti Penha Morato, o uso intenso das redes sociais suga os usuários e leva a uma elaboração ficcional da realidade. Nas redes, as pessoas buscam alterar virtualmente o que não consideram satisfatório na vida real: “Cada um tenta dizer as coisas da maneira como vê e às vezes provoca para ver como é que vão reagir. É uma distorção criada para modificar a própria realidade com a qual não se está satisfeito ou criada para provocar alguma coisa” (Oliveira, 2021).

Para Koerich e Pimenta (2023).

Os impactos da pandemia de Covid-19 na vida dos jovens, em especial as alterações profundas no cotidiano provocadas pelas medidas de isolamento social, por exemplo, podem ser pensadas a partir de uma diversidade de

dimensões, desde o plano das subjetividades, incluindo as relações familiares, as interações com os pares, entre outros.

Silva (2016) afirma que o uso da internet todos os dias ocasiona conflitos familiares, provenientes da falta de diálogo, além disso, leva a relações superficiais, problemas de aprendizagem, transtornos de ansiedade e déficit de atenção. Já não se escreve cartas ou se utiliza o telefone convencional para conversar com o interlocutor, como antigamente. A grande maioria da comunicação tem sido através de redes sociais, que se tornou um poderoso instrumento na era da sociedade da informação.

Segundo Santos e Silva (2018), assim como outros vícios, a dependência da internet (DI) pode se transformar em um estímulo satisfatório, principalmente devido ao aumento dos níveis de dopamina, um neurotransmissor associado à sensação de prazer e bem-estar. Isso ocorre porque o cérebro possui um sistema de recompensa semelhante à dependência de substâncias, onde a memória se concentra nas atividades que geraram bem-estar.

Para elas, Santos e Silva (2018) dentre os danos decorrentes da DI (dependência da internet), estão os de âmbito social. Os prejuízos sociais estão relacionados ao mau relacionamento com familiares, isolamento e déficits nas habilidades sociais (HS). Dessa forma, o Treinamento de Habilidades Sociais (THS) pode ser utilizado como alternativa de intervenção para DI, a partir do momento em que existe relação entre a DI e a inabilidade social. O THS é uma das estratégias de intervenção amplamente utilizada em tratamentos de transtornos psicológicos, e para melhoria geral da qualidade de vida, pode-se ser caracterizado como um campo de investigação e aplicação do conhecimento psicológico sobre o desempenho social, com teorias e práticas amplas e complexas.

Santos e Silva (2018) ainda complementam referente aos fatores etiológicos, em que o uso demasiado da internet pode iniciar a partir de diversos influentes, como forma de fuga e esquiva, sendo uma maneira desadaptativa de lidar com os problemas ou uma psicopatologia subjacente, e como tentativa de suprir e compensar déficits, buscando uma realização no meio virtual. Em indivíduos que já tenham algum outro tipo de dependência, a internet funciona como uma nova fonte. Dessa forma, os fatores de risco envolvem a existência de conflitos familiares, como falta de comunicação e incapacidade de resolução de problemas, transtornos psicológicos, baixa autoestima, passar muitas horas conectado (por razões diversas) e utilizar a internet para interação social e jogos online.

Koerich e Pimenta (2023) afirmam:

Em meio a esse novo contexto, a ausência da convivência no espaço escolar gerou mudanças significativas na forma como adolescentes e jovens

ocupavam o seu tempo, seja em experiências de aprendizado, seja na interação com seus pares. Enquanto alguns ocupavam o seu cotidiano com a realização de cursos e atividades, outros pareciam viver um cotidiano preenchido por grandes tempos de vazio, marcados pela ausência de atividades planejadas, que sugerem modos diferentes de socialização quanto à organização do tempo.

Dessa forma, de acordo com a *Mental Health Foundation* (2020), instituição de caridade do Reino Unido que promove a manutenção da saúde mental, recomendou a conexão com os amigos e entes queridos durante todo o período de isolamento social para que ajude a combater o distanciamento.

2.3 Plataformas Digitais

Para muitos, as redes sociais tornaram-se aliadas fiéis durante todo o período de quarentena, trazendo muitos benefícios: possibilidade de trabalhos home office, aulas online, manter relacionamentos afetivos e até desfrutar do lazer e da cultura.

As exigências impostas pela Organização Mundial de Saúde (OMS), em 2020, e todo o protocolo instruído para o distanciamento social, fez com que a sociedade se isolasse em casa e ficasse muito mais tempo conectada na internet utilizando as redes sociais e ferramentas tecnológicas. Criaram-se novos hábitos, costumes e mudança de cultura doméstica, aula remota, trabalhos home office, proporcionando uma nova vida.

As plataformas digitais de compartilhamento de conteúdo tornaram-se uma tendência de consumo que revolucionou não apenas a indústria de produção, mas também a maneira como as pessoas consomem e escolhem o que desejam ver nas telas. De acordo com Lewandowsky *et.al* (2020), ferramentas automatizadas proporcionam ao usuário de internet conteúdos atrativos e que atendem aos seus gostos. No entanto, esses sistemas agem de maneira independente e sem supervisão. Por essa razão, é comum que ofereçam informações equivocadas, desprovidas de contexto ou tendenciosas, que podem afetar a forma como as pessoas percebem o mundo.

O uso das mídias sociais, incluindo a internet em geral, envolve uma experiência na qual as pessoas têm a sensação de poder direcionar sua atenção para o que deseja, quando deseja. Isso inclui se envolver cada vez mais com objetos virtuais facilmente acessíveis na era do consumo em massa. Na internet, as pessoas encontram uma variedade de experiências, desde sites e aplicativos de redes sociais até blogs sobre estilo de vida e, principalmente, pornografia. Essa dinâmica busca satisfazer ao máximo as condições que poderiam levar à insatisfação, ao mesmo tempo em que conectar a experiência subjetiva das pessoas, nas

sociedades contemporâneas, ao consumo de símbolos nos quais elas, que estão hiperconectadas, se encontram imersas (Bauman, 1998, p. 26).

Indubitavelmente, há usuários mais audaciosos que usam as redes sociais como meio de expressar seus pensamentos, sentimentos e experiências, experimentaram essas plataformas em uma espécie de diário virtual. Esses tipos de usuários são aqueles que passam mais tempo online, compartilhando suas vidas e, muitas vezes, publicando vídeos e fotos pessoais.

Segundo Alves, *et al* (2020), a professora Suely Deslandes, em sua entrevista, afirma:

Como indicam várias cartilhas e orientações de instituições de saúde, a internet nesse momento de isolamento social possibilita manter as interações com amigos, familiares e vizinhos. Mesmo aqueles que não estão podendo fazer o isolamento social, com a suspensão das aulas e de muitas frentes de trabalho, também estão mais tempo em casa e acessando mais a internet. O acesso à internet possibilita que muitos continuem a ter aulas, a manter atividades de trabalho, a participar de atividades culturais e artísticas e acessar suas redes de apoio. É através das redes digitais que se tem acesso a informações sobre a pandemia e as formas de proteção. A internet tem o papel fundamental de manter uma certa rotina e parâmetros de "normalidade" nesse momento de suspensão das atividades presenciais. Como cito em artigo de minha autoria com o professor Tiago Coutinho (“O uso intensivo da internet por crianças e adolescentes no contexto da Covid-19 e os riscos para violências autoinflingidas”), também publicado recentemente na *Ciência e Saúde Coletiva*, vemos que pela primeira vez o contato com o mundo “real” só é possível via conexão digital.

Fazendo um paralelo ao que diz Lipovstky (2010) “A vida cotidiana, em aspecto amplo, é caracterizada pelo aumento do tempo doméstico”, além de fornecer informações sobre a pandemia, a internet e as redes sociais se tornaram os principais locais de entretenimento para os jovens. Eles buscam um "escape" nas telas, onde muitos se isolam nesses espaços virtuais em busca de prazer e relaxamento. Atualmente, o tempo livre em casa é predominantemente ocupado pela navegação nas redes sociais.

Em destaque por Alves et al. (2020), Suely Deslandes ainda completa que a navegação on-line percorrerá caminhos diferentes entre games, busca de informação, interações com familiares/amigos/conhecidos, compra e contratação de serviços/mercadorias, entretenimento, aprendizagem escolar ou diversa, hobbies, etc.

De acordo com os dados coletados pela Comscore, os brasileiros acessaram principalmente o YouTube, Facebook e Instagram, com alcances de 96,4%, 85,1% e 81,4%, respectivamente. Na sequência, temos o TikTok, Kwai e Twitter. Em termos de tempo gasto

pelos usuários, o Instagram e o YouTube são as plataformas onde as pessoas dedicam mais minutos. (Forbes, 2023)

O Facebook foi um dos primeiros sites de relacionamento criados e atualmente, é o mais popular em todo o mundo, com mais de 1 bilhão de pessoas conectadas. Apesar de possuir tais números e ser global, a ideia original do Facebook era ser uma rede de amigos para estudantes que estavam saindo do ensino médio. O criador, Mark Zuckerberg, começou com um site chamado Facemash, onde os alunos de Harvard podiam comparar fotos de rosto para escolher o mais atraente. Para evitar problemas legais, ele transformou o Facemash no Facebook, uma rede social exclusiva para estudantes de Harvard inicialmente. (Telles, 2010).

Complementando tal informação, Recuero (2009) destaca que outra inovação significativa do Facebook foi o fato de ser permitido que usuários pudessem criar aplicativos para o sistema. Tal ação possibilitou a personalização dos perfis e o crescimento do mesmo na América Latina e principalmente no Brasil.

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

Para análise e elaboração da pesquisa foi utilizado exclusivamente relatórios e resultados da CETIC (Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação), órgão responsável que realiza pesquisas sobre a tecnologia da informação no Brasil, no qual serviu de base para o desenvolvimento do conhecimento e estruturação da pesquisa. A pesquisa foi estruturada a partir da revisão documental sobre o tema com base das planilhas e relatórios colhidos.

Caracterizada como uma pesquisa documental, descritiva e exploratória, por meio da obtenção de dados secundários para análise e comparativos dos resultados apresentados com abordagem quantitativa, buscando entender, descrever e explicar os fenômenos que ocasionaram o impacto no gerenciamento das mídias sociais digitais.

Vergara (2000) argumenta que a pesquisa descritiva evidencia os aspectos de determinada população ou fenômeno, demonstra relações entre variáveis e estabelece sua natureza. Quanto à abordagem exploratória, Gil (2002, p.41), afirma que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições.

Para Gil (2002, p. 45) a definição de pesquisa documental assemelha-se muito a pesquisa bibliográfica, possuindo como diferença essencial a natureza das fontes, pois, enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não

recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa.

O universo, também conhecido como população, engloba todos os elementos que possuem como características que serão alvo de análise. Já a amostra, ou população amostral, representa uma porção selecionada do universo de acordo com critérios de representatividade. (Vergara, 2000)

O universo desta pesquisa foram os relatórios do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC), tendo como unidades de análise os domicílios e indivíduos de 10 anos ou mais.

As amostras utilizadas foram as tabelas e resultados referentes aos indicadores C3, C5 e C6, respectivamente: Usuários de internet por frequência de uso; Usuários de internet por atividades realizadas na internet – comunicação e busca de informação.

Para obtenção dos resultados foram utilizados como instrumento de coleta de dados, a seleção das tabelas C3, C5 e C6, alusivo aos anos de 2018 a 2022, que demonstram a frequência do uso, as atividades realizadas na internet como comunicação e a busca de informações.

Para a análise dos resultados com base nos indicadores C3, C5 e C6, foi realizado um recorte das tabelas principais e assim, novas tabelas e gráficos foram confeccionadas, com demonstrativos e resultados referentes os acessos de usuários à internet e as redes sociais, possibilitando a realização de comparativo entre os resultados disponíveis e os anos da pesquisa.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A partir dos gráficos gerados as devidas análises foram formuladas a respeito do uso da internet, das redes sociais e dos comportamentos dos usuários, podendo os resultados encontrados estarem associados ao avanço do e-commerce. Primeiramente, é importante ressaltar que a pesquisa encontrou grande dificuldade para realização no ano de 2020, pois devido o período de isolamento ocasionado pela Covid19, algumas pesquisas foram suspensas nesse ano. Dessa forma, foi necessária uma metodologia adaptada, de modo que alguns índices não apresentaram dados para o ano em questão, de modo que as devidas projeções foram feitas com base nos demais anos disponibilizados pelo relatório.

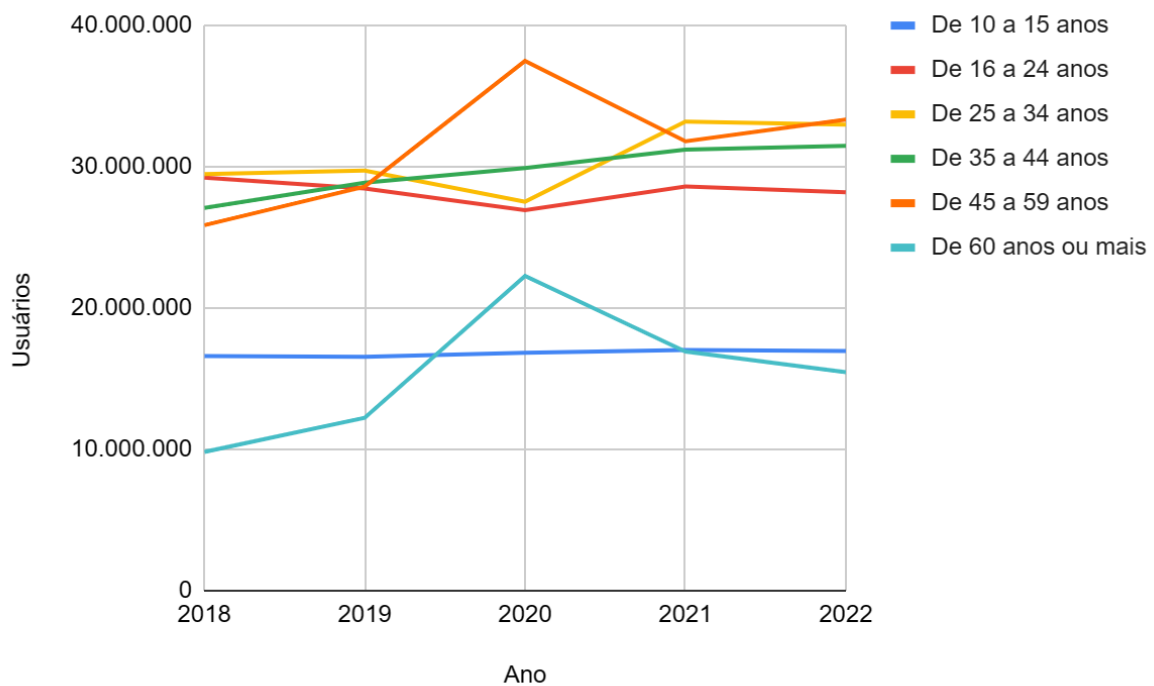
A pandemia de Covid 19, bem como o número de casos, óbitos e as medidas de restrição adotadas ao longo desse período foram determinantes no aumento do uso de internet,

sendo esses mais expressivos no ano de 2021, segundo dados disponibilizados pelo Ministério da Saúde no *Informa Saúde*.

Desse modo, por meio dos dados disponibilizados pelo CETIC foi possível analisar diversas mudanças comportamentais relacionadas ao uso da internet durante o período de isolamento.

Em primeiro plano tem-se uma análise em virtude da faixa etária, na qual é possível inferir que, durante esse período, conforme apresentado no Gráfico 1, houve um aumento de usuários mais velhos na internet, com o número máximo de usuários em 2020 para o público maior de 45 anos. Já para o público de 10 a 15 anos e de adultos de 35 a 44 anos houve um baixo crescimento em relação à adesão à internet. Paralelamente a isso, observou-se uma redução do uso por jovens e adultos de 16 a 34.

Gráfico 1 – Acesso à internet por faixa etária durante a pandemia



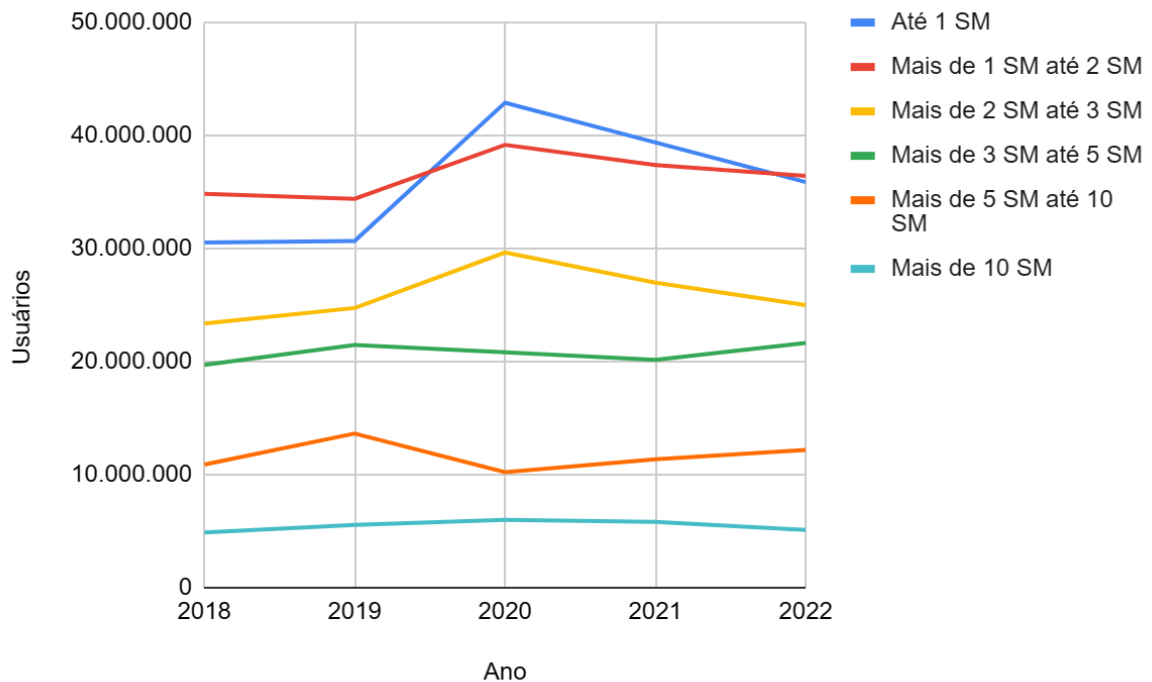
Fonte: elaborado pela autora (2023)

Assim é possível inferir que para a maior parte dos grupos etários houve aumento do uso da internet, todavia, para jovens e adultos entre 16 e 34 houve períodos de redução de uso da internet. Esse comportamento pode estar relacionado a adesão já expressiva desse público mesmo antes da pandemia como é possível observar no Gráfico 1, com quase 60 milhões de usuários em 2018, sendo a faixa etária com uso mais expressivo antes do distanciamento e,

portanto, o grupo com maior exposição aos riscos do uso excessivo da internet, conforme já explanado por Shaw e Black (2008).

O padrão de usuários da internet também foi analisado quanto à renda no Gráfico 2, em que foi perceptível que houve um aumento expressivo de mais de 10 milhões de usuários da internet que ganham até 3 salários-mínimos no ano de 2020.

Gráfico 2 – Acesso à internet por renda durante a pandemia

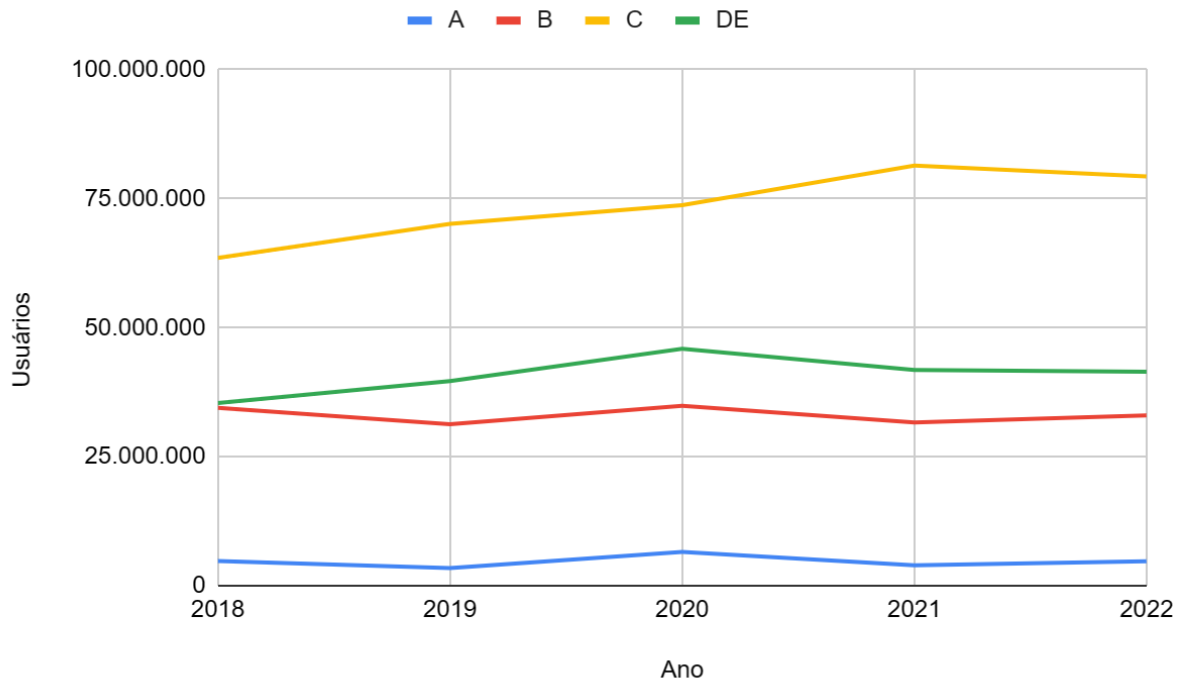


Fonte: elaborado pela autora (2023)

Por outro lado, também é possível visualizar que uma menor parcela de usuário da internet tem renda maior que 3 salários-mínimos e que para esse grupo minoritário a variação da utilização da internet foi menos expressiva, com a adesão de menos de 4 milhões de usuários nessa faixa de renda. Esse cenário pode estar relacionado ao aumento de trabalhadores em *home office* e do ensino à distância durante a pandemia, pois, conforme Alves (2020), a internet permitiu a continuidade das aulas e de atividades de trabalho.

Conforme aborda Goulart (2014), esse cenário pode também estar relacionado aos novos sistemas computacionais, como os smartphones, oferecem novas formas de ligação à internet, popularizando, assim, o seu acesso.

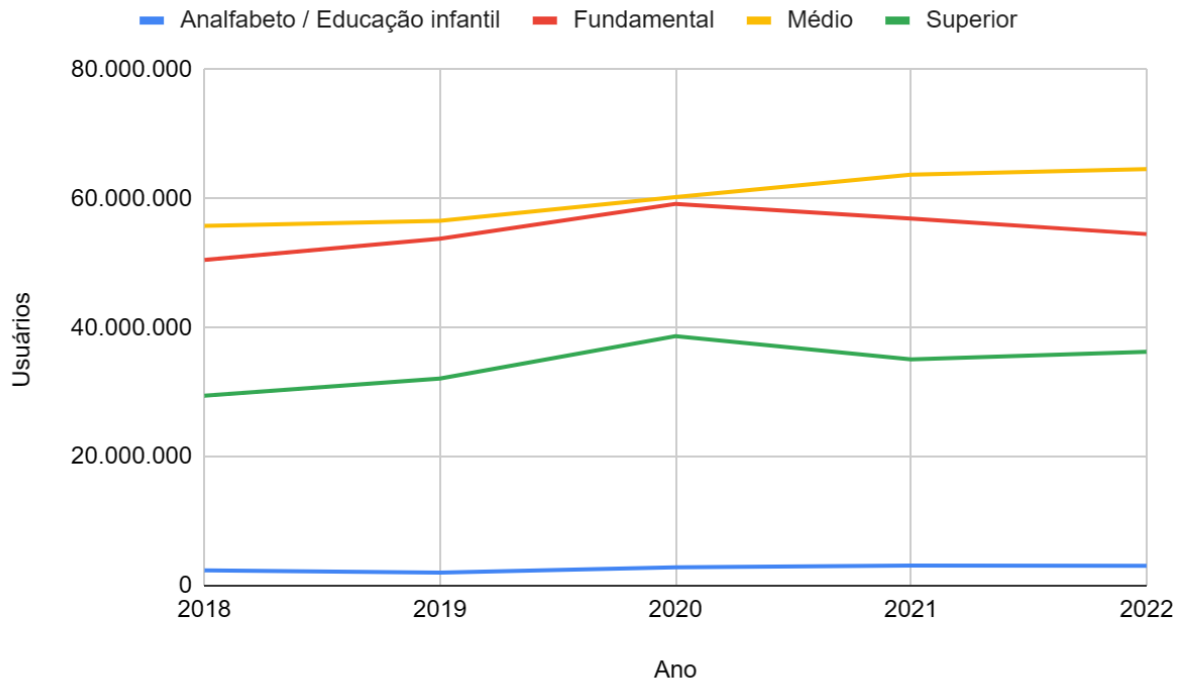
Em relação à renda, analisou-se o aumento dos usuários da internet em função das classes sociais, conforme apresentado no Gráfico 3.

Gráfico 3 – Acesso à internet por classe durante a pandemia

Fonte: elaborado pela autora (2023)

De forma semelhante, observou-se um crescimento mais expressivo nas classes C, D e E em relação ao acesso a internet. Para a classe C é possível observar um aumento de mais de 15 milhões de usuários, já para a D e E esse valor é de mais de 6 milhões. Por outro lado, para a classe B houve uma redução de mais de 1 milhão de usuários e para a classe A, esse valor se manteve praticamente constante, reforçando a ideia embasada no pensamento de Goulart (2014) de que a diversificação dos meios de acesso a internet proporcionou a popularização de dispositivos.

Também foi analisado o acesso à internet por grau de instrução, conforme apresentado no Gráfico 4, sendo descritos as opções Analfabeto /Educação Infantil; Fundamental; Médio e Superior.

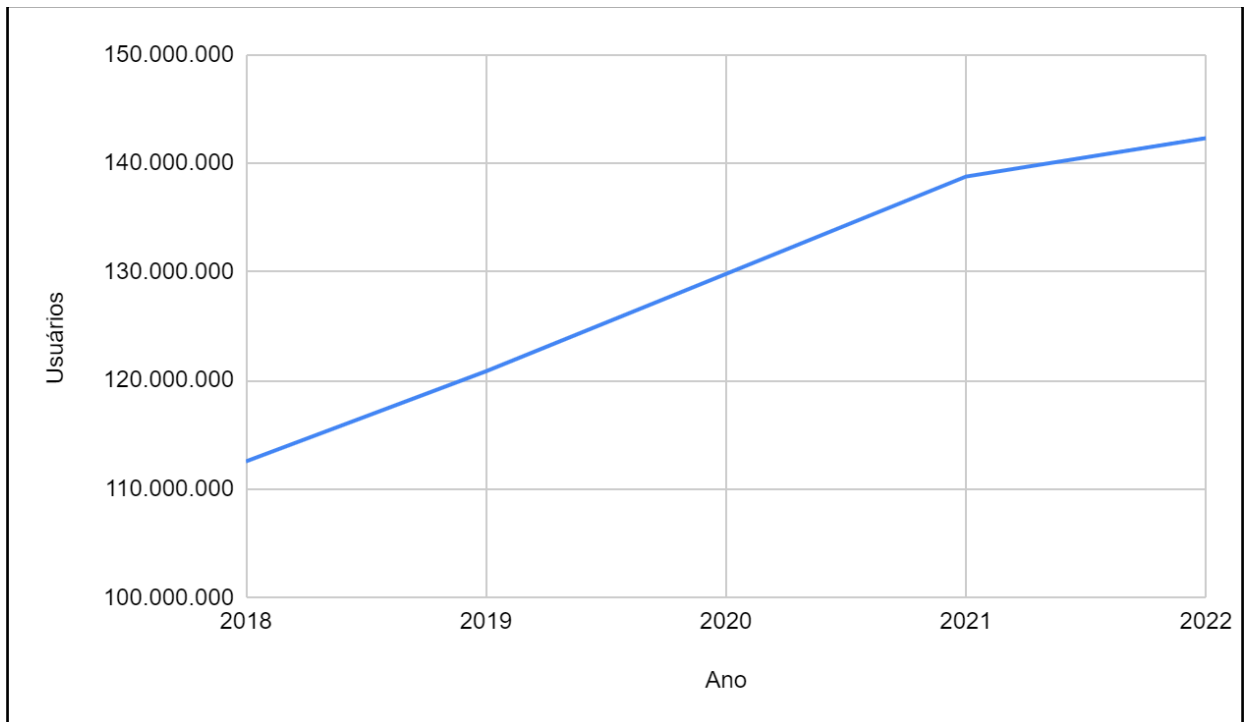
Gráfico 4 – Acesso à internet por grau de instrução durante a pandemia

Fonte: elaborado pela autora (2023)

Com os valores observados no Gráfico 4, foi possível verificar o aumento quase 20 milhões de usuários com ensino fundamental, aumento que também pode estar relacionado à necessidade do ensino à distância durante períodos de isolamento. Por outro lado, a utilização por analfabetos ou por pessoas com só ensino infantil permaneceu constante e pouco expressivo, com pouco mais de 3 milhões de usuários, mesmo em 2022, evidenciando a dificuldade de utilização da internet por esse grupo.

Em outro momento, foi analisado o aumento do uso diário da internet na variação dos anos analisados, demonstrando no Gráfico 5 um crescimento considerável de usuários de internet no período selecionado.

Gráfico 5 - Aumento do público que utiliza a internet diariamente



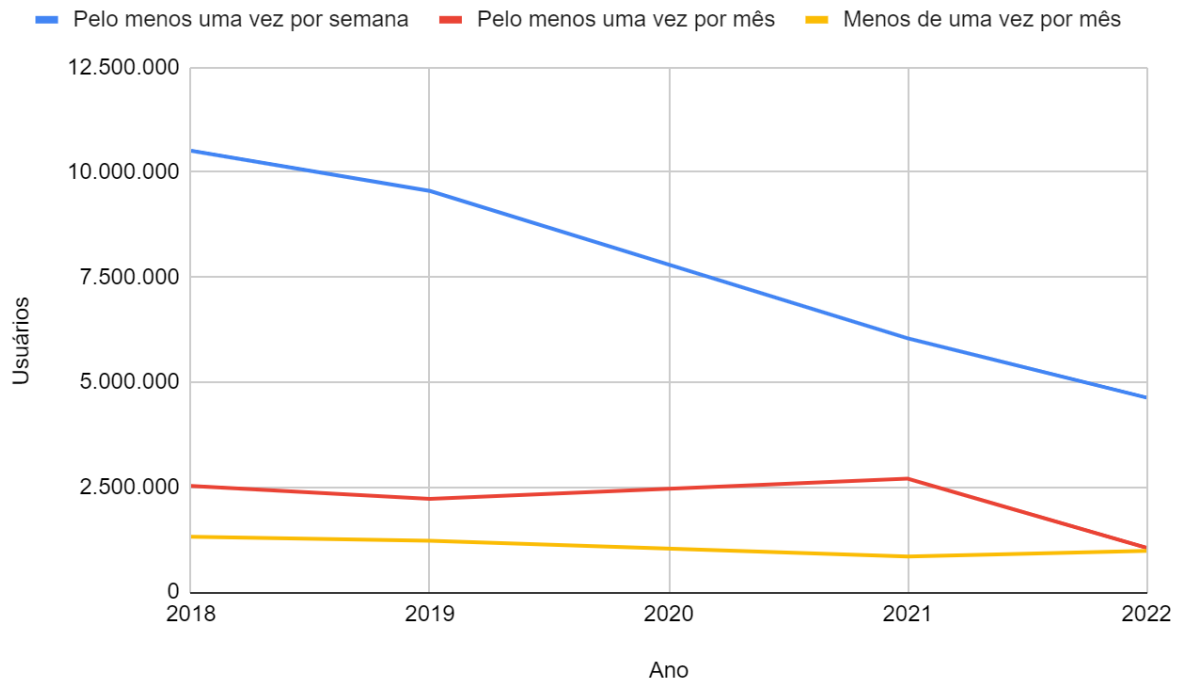
Fonte: elaborado pela autora (2023)

Assim foi possível inferir que, com o aumento de casos, óbitos e medidas de restrição ocasionados pela pandemia, o uso diário da internet se manteve crescente entre os usuários, todavia é possível observar também, que esse aumento foi mais expressivo entre os anos de 2018 a 2021, em que, do que no intervalo entre 2021 e 2022, que mesmo havendo crescimento nesse período, esse foi de menor expressividade do que nos anos anteriores, com adesão de menos de 4 milhões de usuários. Esse acréscimo do uso diário de internet pelos usuários está diretamente relacionado ao período de reclusão e isolamento social, que ocorreu, principalmente, nos anos de 2020 a 2021.

Observa-se, desse modo, que paralelamente a diminuição dos casos de Covid-19 e dos respectivos óbitos, ocorreu também a diminuição da expressividade do uso diário da internet.

Ainda quanto à frequência de uso, foi possível observar, conforme evidencia o Gráfico 6, que ocorreu a diminuição do uso esporádico da internet, seja semanal, mensal ou até menos frequente.

Gráfico 6 - Diminuição do público que utiliza a internet esporadicamente



Fonte: elaborado pela autora (2023)

O Gráfico 6 demonstra que a quantidade de usuário que usa a internet pelo menos uma vez por semana diminuiu em mais de 10 milhões, a quantidade de usuários que usa a internet pelo menos uma vez por mês diminuiu menos expressivamente, em menos de 2 milhões, enquanto a quantidade de usuários que usa a internet apenas uma vez por mês permaneceu baixa, em cerca de um milhão de usuários, e constante.

Dessa forma o Gráfico 6 demonstra que diminuiu o uso mensal, semanal ou mais esporádico que isso; por outro lado o Gráfico 5 comprova que o uso diário aumentou. Essas duas informações quando confrontadas levam a conclusão de que o uso diário da internet se tornou cada vez mais comum, substituindo o uso esporádico que havia no passado, quando havia menor demanda pela utilização de ferramentas da internet e o seu uso era feito para atividades mais pontuais, realidade que foi substituída pelo uso constante de internet por meio de smartphones, tablets e computadores para atividades do cotidiano, como o trabalho e o ensino, conforme defendido por Goulart (2014).

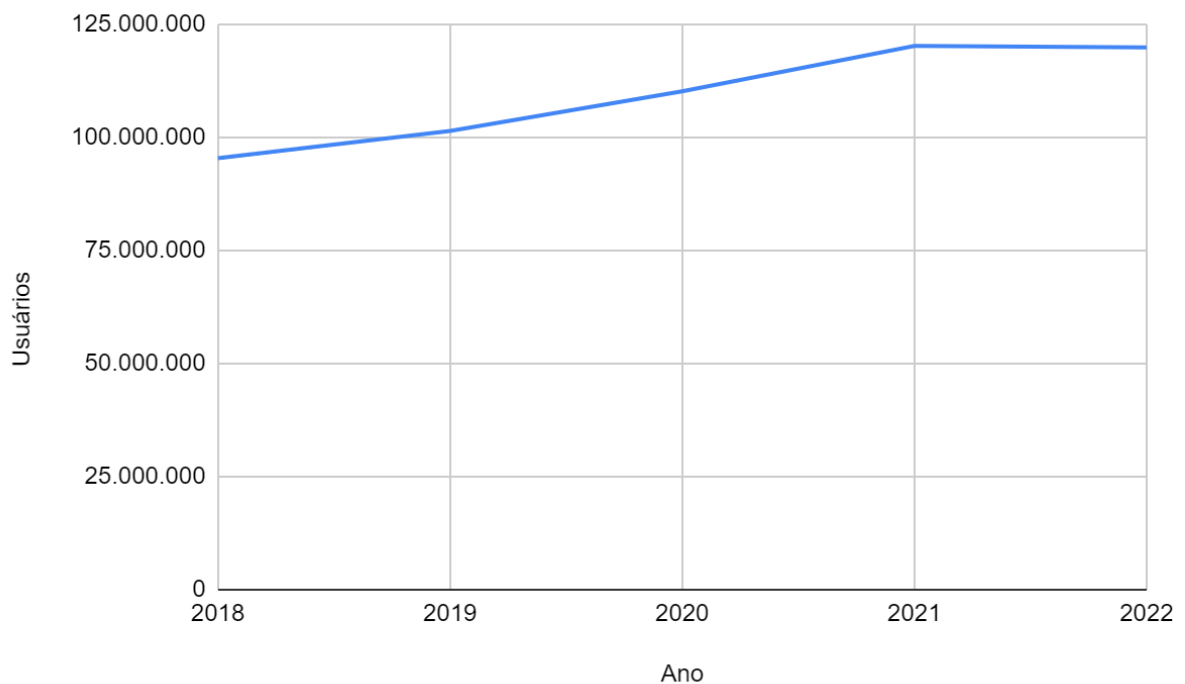
É possível observar assim que durante o período da pandemia o uso diário da internet aumentou, enquanto o uso esporádico diminuiu, havendo uma possível mudança de comportamento dos usuários da internet. Esse comportamento foi evidenciado por Bittencourt (2020) ao constatar o incentivo ao uso contínuo de dispositivos eletrônicos e mídias digitais

para manter o contato social durante o período de isolamento para reduzir o sentimento de solidão ocasionado pelo distanciamento social, bem como para impulsionar o consumo.

Quanto ao uso das mídias sociais digitais, pode-se observar, conforme o Gráfico 7, um aumento entre os anos de 2018 e 2021 e um decréscimo relativo entre 2021 e 2022, resultando em um saldo final de mais de 20 milhões de novos usuários das redes sociais durante o período da pandemia. Esse cenário é condizente com a hiperconexão observada por Brambilla (2011), em que há a transcrição dos grupos sociais para o contexto virtual.

Ao observar e trabalhar o uso das redes sociais, o Gráfico 7 demonstra a visualização de resultados em relação aos anos estudados.

Gráfico 7 – Uso das redes sociais

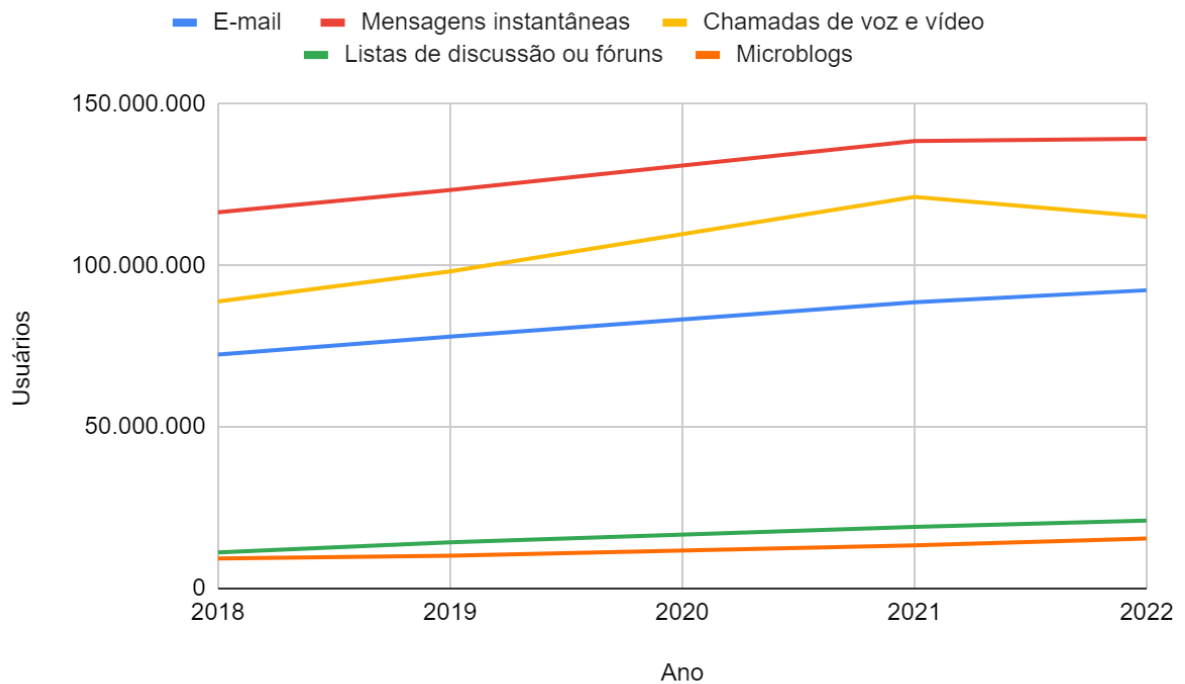


Fonte: elaborado pela autora (2023)

Assim como ocorreu para o uso de internet nos anos analisados, o uso das redes sociais também teve o seu padrão alterado e, nesse caso, até invertido, concomitantemente a redução de casos e de óbitos por Covid - 19, havendo uma possível relação entre períodos de quarentena mais rígida e o uso dessas ferramentas durante o confinamento, realidade condizente com o exposto por Bittencourt (2020), em que há maior uso de redes sociais em contextos de confinamento com o intuito de diminuir os prejuízos acarretados pelo isolamento.

Além das redes sociais, outras ferramentas da internet como e-mail, mensagens instantâneas, chamadas de voz e vídeo, listas de discussão e fóruns e micro blogs também apresentaram aumento de usuários, conforme o Gráfico 8.

Gráfico 8 - Uso de e-mail, mensagens instantâneas, chamadas de voz e vídeo, listas de discussões e fóruns e micro blogs



Fonte: elaborado pela autora (2023)

O Gráfico 8 apresenta os respectivos crescimentos de usuários em cada ferramenta da internet, sendo de cerca de 20 milhões para o e-mail, 23 milhões para mensagens instantâneas, 26 milhões para chamadas de voz e vídeo, 10 milhões para listas de discussão e fóruns e de 6 milhões para micro blogs.

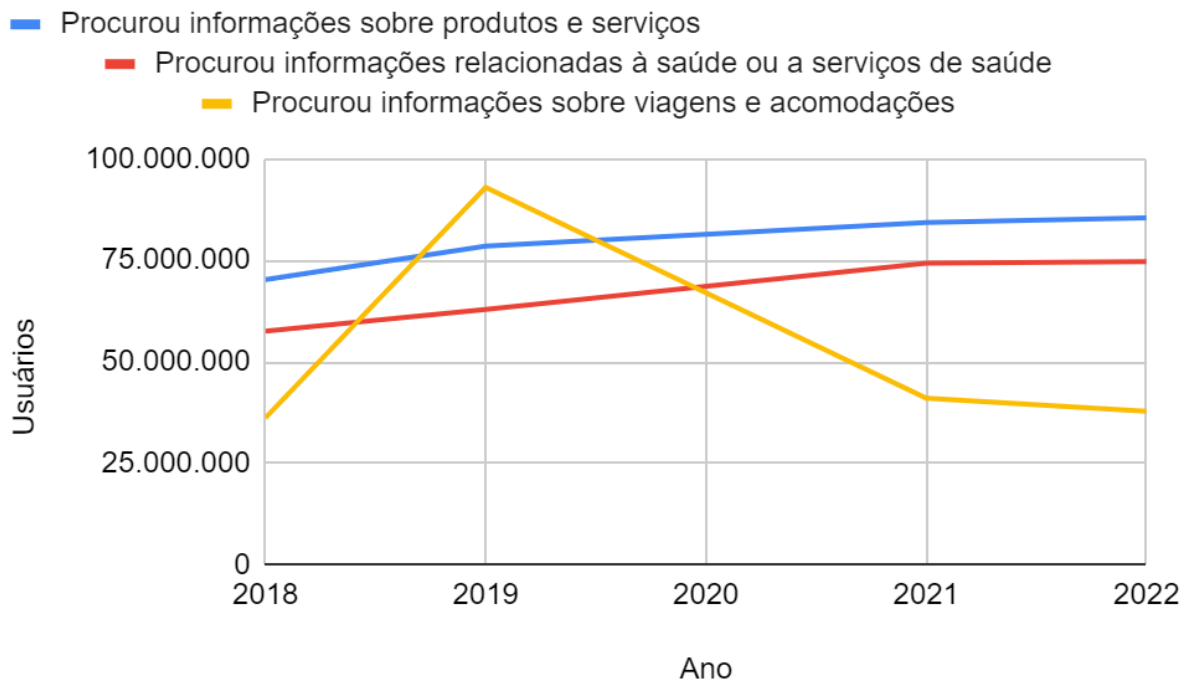
Todavia, há diferenças nos padrões de crescimento, enquanto o e-mail, as listas de discussões e fóruns e os micro blogs apresentam crescimento constante, as mensagens instantâneas e as chamadas de voz e vídeo têm esse padrão alterado entre os anos de 2020 e 2021, intervalo em que também, conforme já mencionado, ocorreu a diminuição dos casos e dos óbitos por Covid-19, a redução do crescimento do uso diário da internet e a diminuição do uso das redes sociais quando comparado ao crescimento ocorrido nos anos anteriores. Desse modo, essa alteração também pode estar relacionada a maior necessidade de utilização de mensagens instantâneas e de chamadas de voz e vídeo durante períodos de maior confinamento,

condizendo com a ideia difundida pelo Mental Health Foundation (2020) de que a conexão virtual poderia ser utilizada para combater o distanciamento.

É notável também o padrão apresentado pela utilização de listas de discussão, fóruns e micro blogs em contraste com as demais ferramentas, sendo esse, apesar de crescente, de utilização muito menor no período estudado. Esse cenário condiz com a menor efetividade apresentada por tais ferramentas perante a necessidade de conexão durante o período da pandemia, tendo em vista que as redes sociais, as mensagens instantâneas, as chamadas de vídeo e até mesmo o e-mail, atendem melhor à necessidade de combate ao distanciamento social.

Quanto aos dados acerca de busca de informações na internet foram analisados quanto a produtos e serviços, saúde e serviços de saúde e viagens e acomodações, conforme apresentado no Gráfico 9, sendo tais informações relevantes para a estruturação de diferentes mercados.

Gráfico 9 – Busca por informações na internet



Fonte: elaborado pela autora (2023)

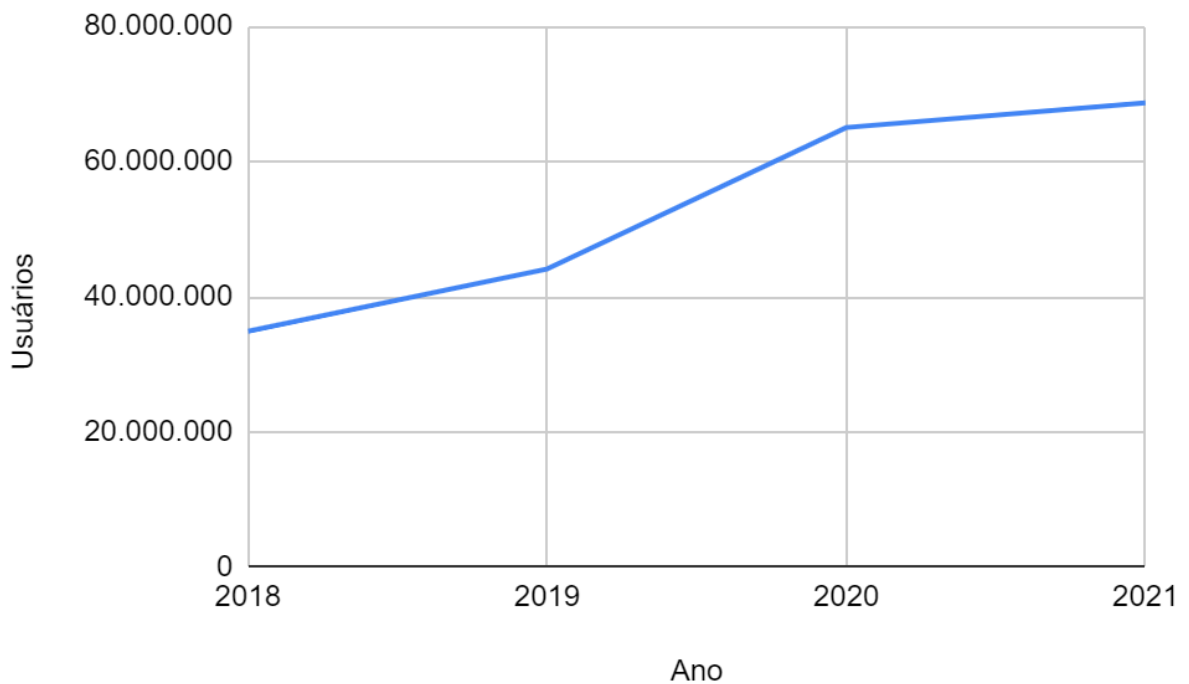
O Gráfico 9 apresenta o aumento de busca por informações sobre produtos e serviços com o aumento de cerca de 15 milhões de usuários, similar ao crescimento por busca por informações relacionadas à saúde ou ao serviço de saúde, com o aumento de cerca de 17 milhões de usuários, enquanto que para a busca por informações sobre viagens e

acomodações o aumento foi de apenas quase 2 milhões de usuários, todavia essa última apresentou crescimento expressivo entre os anos de 2018 e 2019 com posterior declínio.

Assim, é possível inferir que a busca por informações sobre produtos e serviços aumentou, bem como a busca relacionada à saúde e a serviços de saúde. Todavia, a procura por viagens e acomodações apresenta um comportamento diferente, como o seu ápice no ano de 2019 e posterior decréscimo. Esse comportamento pode estar relacionado à falta de perspectivas para viagens durante o período mais rígido de confinamento.

Paralelamente, a realização de transações financeiras pela internet também sofreu alterações, com um crescimento ao longo dos anos, conforme apresenta o Gráfico 10.

Gráfico 10 – Realização de transações financeiras pela internet



Fonte: elaborado pela autora (2023)

Nesse mesmo sentido, no Gráfico 10, foi possível observar um crescimento mais expressivo entre os anos de 2019 e 2020. Assim, é possível inferir que as transferências financeiras pela internet tiveram um aumento, entre os anos de 2019 e 2020, 50% maior do que nos demais intervalos. Esse expressivo crescimento pode ter relação com o surgimento da ferramenta PIX durante o respectivo período, facilitando, assim, esse tipo de transação.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos dados disponibilizados pelo CETIC e os gráficos elaborados, permitiu estabelecer determinadas inferências acerca da utilização da internet, das redes sociais e do consumo durante o período da pandemia de Covid-19. Dessa forma, foi possível responder o questionamento principal da pesquisa, e **avaliar o perfil de uso e dos usuários de internet e mídias sociais digitais durante o período de 2018 a 2022 no Brasil.**

Ao analisar os usuários da internet, quanto à faixa etária, foi possível perceber uma maior adesão do público com mais de 45 anos durante períodos de maior isolamento, além disso, houve também períodos de redução de usuários jovens, entre 16 e 34 anos. Tal situação pode estar relacionada à adesão já bastante expressiva desse público mesmo antes da pandemia e às consequências negativas do uso demasiado da internet às quais esse público já se encontrava exposto.

Quanto à renda e às classes sociais dos usuários da internet, observou-se que o aumento mais expressivo do uso se deu por usuários que ganham até 3 salários mínimos e pertencem às classes C, D e E, podendo esse cenário estar relacionado à necessidade de ensino à distância e do trabalho em home office, dependendo da classe social.

Quanto ao grau de instrução, observou-se o aumento de usuários que possuem ensino fundamental, médio ou superior completo, por outro lado, há pouca expressividade do uso da internet por usuários analfabetos ou que tenham apenas a educação infantil, demonstrando a existência de dificuldades de acesso e/ou usabilidade por parte desse público.

De forma geral, foi possível observar o aumento do uso diário da internet em detrimento do uso esporádico, apresentando uma realidade que pode ter como causa a adesão de novos usuários à internet como também o aumento da frequência de uso daqueles que já utilizavam, mas de forma menos frequente.

Quanto ao uso das ferramentas, observou-se o aumento do uso de redes sociais de forma mais expressiva durante o confinamento, bem como de outras ferramentas como as mensagens instantâneas, as chamadas de voz e vídeo, as listas de discussões, fóruns e os micro blogs. Contudo é importante ressaltar que as redes sociais, o e-mail, as mensagens instantâneas e as chamadas de voz e vídeo se apresentam de forma mais expressiva do que as demais ferramentas citadas e, além disso, essas duas últimas tiveram a sua maior adesão durante períodos de maior distanciamento social, podendo esse cenário estar relacionado à necessidade de comunicação nesses períodos.

Por fim, analisou-se os comportamentos relacionados à consumo na internet, de modo que a busca por informações relacionadas a produtos e serviços apresentou crescimento nesse período, com destaque para a busca por viagens e acomodações, que teve o seu máximo de busca no ano de início da pandemia com posterior decréscimo em virtude da falta de perspectiva para viagens em função do confinamento. Além disso, houve expressivo aumento das transferências financeiras, principalmente no período de surgimento do PIX, evidenciando uma possível correlação.

Sendo assim, este trabalho contribui para a compreensão do comportamento dos usuários da internet durante a pandemia de Covid – 19, podendo ser utilizada para esclarecer acerca dos impactos da pandemia, apoiar a saúde mental e a tomada de decisões políticas e de saúde, melhorar a educação online e o trabalho remoto, informar a indústria de tecnologia sobre as necessidades dos usuários e preparar a sociedade para crises futuras.

Como limitação é importante ressaltar os estudos brasileiros acerca do tema e a dificuldade para a obtenção de dados pelo CETIC durante períodos de confinamento, mas especificamente no ano de 2020.

Sendo assim, sugere-se para trabalhos futuros o aprofundamento da pesquisa para as conclusões apresentadas, tendo em vista a relevância do estudo para a compreensão dos padrões de utilização da internet, assim como, recomenda-se o estudo de outros indicadores existentes na Pesquisa do CETIC.

REFERÊNCIAS

AGRELA, L. **Como válvula de escape na quarentena, redes sociais crescem no mundo.** EXAME, 2020. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/como-valvula-de-escape-na-quarentena-redes-sociais-crescem-no-mundo/> Acesso em: 21 de janeiro de 2023.

ALMEIDA, N. **A influência das redes sociais e aplicações na vida dos jovens.** INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO DA SAÚDE. 2016. Disponível em: <https://iasaude.pt/index.php/informacao-documentacao/recortes-de-imprensa/919-a-influencia-das-redes-sociais-e-aplicacoes-na-vida-dos-jovens#:~:text=Poder%C3%A1%20levar%20ao%20isolamento%20social,sintomatologia%20ansiosa%20e%20Fou%20depressiva.> Acesso em: 06 de fevereiro de 2023

ALVES, A *et al.* **O uso das redes sociais em época de pandemia – um estudo de caso aplicado em quatro escolas técnicas estaduais de Pernambuco.** In: COINTER PDVGT 2020. IV Congresso Internacional de Gestão e Tecnologias.

AMORIM, Paula Karini Dias Ferreira; CASTRO, Darlene Teixeira. Mídias digitais: uma nova ambiência para a comunicação móvel. In: **ENCONTRO DE HISTÓRIA DA MÍDIA**

DA REGIÃO NORTE. Palmas. Anais. Palmas: Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, v.1, p. 130-141. 2010.

BAUMAN, Z. (1998) *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Zahar.

BERTICELLI, C. **O uso das redes sociais no Brasil e as mudanças durante a pandemia.**

BITTENCOURT, Renato Nunes. Os dispositivos existenciais do consumismo. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 10, n. 118, p. 103-113, 2011.

BRAMBILLA, Ana. **Para entender as mídias sociais**. CreativeCommons, 2011.

Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo. **FORBES**, 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais-em-todo-o-mundo/#:~:text=Perfil%20de%20consumo,e%20Twitter%20aparecem%20na%20sequ%C3%Aancia>. Acesso em: 02 de junho de 2023.

EISENSTEIN, E.; ESTEFENON, S. B. Geração Digital: riscos das novas tecnologias para crianças e adolescentes. **Revista Hospital Universitário Pedro Ernesto**, v. 10, n. 2, p. 42-52, 2011. Disponível em: <<https://bjhbs.hupe.uerj.br/?handler=artigo&id=105>>. Acesso em: 05 de junho 2023.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo. Atlas, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo. Atlas, 1999.

GOULART, E.E. **Mídias sociais. Uma contribuição de análise**. Porto Alegre. EdiPUCRS, 2014.

GOV.BR. **Covid-19: Casos e Óbitos**. Disponível em: https://infoms.saude.gov.br/extensions/covid-19_html/covid-19_html.html Acesso em: 31 de agosto de 2023

IBGE. **IBGE estima população do país em 211,8 milhões de habitantes. Estatísticas Sociais**. 2020. Disponível em: <https://censo2021.ibge.gov.br/2012-agencia-de-noticias/noticias/28676-ibgeestima-populacao-do-pais-em-211-8-milhoes-de-habitantes.html#:~:text=IBGE%20estima%20popula%C3%A7%C3%A3o%20do%20pa%C3%ADs%20em%202021%2C8%20milh%C3%B5es%20de%20habitantes,-Editoria%3A%20Estatisticas%20Sociais> Acesso em: 01 de junho de 2023.

KEMP, Simon. **DIGITAL 2021: GLOBAL OVERVIEW REPORT**. 27 jan. 2021. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report> . Acesso em: 05 de junho de 2023.

KOERBEL, Alan. **O que é Mídia Social, Rede Social, Plataforma e Canal de Marketing**. 9 mar. 2019. Disponível em: https://www.ekyte.com/guide/pt-br/conceitos/o-que-e-midia-social-rede-social-plataforma-e-canal-de-marketing/#O_que_e_uma_Midia_Digital . Acesso em: 07 de junho de 2023.

KOERICH, B. Rossi; PIMENTA, M. de Mattos. **Temporalidades juvenis e impactos do contexto pandêmico**. 2023. Revista de Ciências Sociais. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/civitas/a/ncFzbbBt3pCzLxvnTkYdJN/?lang=pt> Acesso em: 11 de junho de 2023.

LEMOS, R. Silvio; COSTA, A. Ricardo; JUCÁ, M. Paulyne; SILVA, M. Edeilson. **Redes sociais**. Disponível em: <https://sistemascolaborativos.uniriotec.br/wp-content/uploads/sites/18/2019/06/SC-cap4-redessociais.pdf> Acesso em: 08 de fevereiro de 2023.

LEWANDOWSKY, S *et al.* **Technology and Democracy: Understanding the influence of online technologies on political behaviour and decision-making**.2020. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Disponível em: <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC122023> Acesso em 08 de fevereiro de 2023.

LIPOVETSKY, G. **A Felicidade Paradoxal: Ensaio Sobre a Sociedade do Hiperconsumo**. Lisboa: Edições 70, 2010.

MALAVÉ, M. **O papel das redes sociais durante a pandemia**. IFF/Fiocruz, 2020. Disponível em: <http://157.86.6.63/index.php/8-noticias/675-papel-redes-sociais> Acesso em: 21 de janeiro de 2023.

MARTELETO, Regina Maria. **Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação**. *Ciência da Informação*. Brasília, v.30, n.1, p. 71-81, Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, 2001.

MC MAHON, Ciarán. **A psicologia da mídia social: (A psicologia de tudo)**. Tradução: Sonia Augusto. São Paulo: Editora Blucher, 2021. 128 p. E-book.

MENTAL HEALTH FOUNDATION. **Coronavirus and mental health**. Disponível em: <https://www.mentalhealth.org.uk/explore-mental-health/coronavirus-and-mental-health> Acesso em 08 de fevereiro de 2023.

OLIVEIRA, K. **Uso excessivo das redes sociais pode levar a uma realidade ficcional**. *Jornal da USP*, 2021. Disponível: <https://jornal.usp.br/atualidades/uso-excessivo-das-redes-sociais-pode-levar-a-uma-elaboracao-ficcional-da-realidade/> Acesso em: 08 de fevereiro de 2023.

PIMENTA, A. Aguiar, et al. **“A bibliometria nas pesquisas acadêmicas.”** *Scientia - Revista de Ensino, Pesquisa e Extensão*, vol. 4, no. 7, 2017, pp. 1-13.

PINHEIRO, Ângela de Alencar Araripe; TAMAYO, Alvaro. **Conceituação e definição de solidão**. *Revista de Psicologia*, Fortaleza, v. 2, n.1, 1984, p. 29-37.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: sulina, 2009.

RODRIGUES, J. **Pesquisa indica recursos mais relevantes de mídias sociais + 95 estatísticas de redes em 2022**. Disponível em:

<https://resultadosdigitais.com.br/marketing/estatisticas-redes-sociais/#:~:text=J%C3%A1%20s%C3%A3o%204%2C7%20bilh%C3%B5es,dia%20navegado%20nas%20redes%20sociais>. Acesso em: 20 de janeiro de 2023.

SANTOS, D. A. N, SILVA, R. S. **Treinamento de habilidades sociais na dependência da internet: revisão narrativa.** Revista Brasileira de Terapias Cognitivas 2018, 14(2), pp.85-94.

SCHMIDT, Beatriz et al. **Saúde mental e atenção psicossocial na pandemia COVID-19: a quarentena na COVID-19 - orientações e estratégias de cuidado.** Rio de Janeiro: Fiocruz/CEPEDES, 2020. 15 p. Cartilha. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br>. Acesso em: 05 de junho de 2023.

SHAW, M; BLACK, DW. **Internet addiction: definition, assessment, epidemiology and clinical management.**CNS Drugs. 2008.

SILVA, T. **Os impactos sociais, cognitivos e afetivos sobre a geração de adolescentes conectados às tecnologias digitais.** Trabalho de conclusão do curso (Graduação) – Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, p, 27. 2016.

STATISTA. **Social media - Statistics&Facts.** 2021. Disponível em: <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/#dossierSummary> Acesso em: 01 de junho de 2023.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais: cases, conceitos, dicas e ferramentas.** São Paulo:M. Books, 2010.

TORRES, C. **A Bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar.** São Paulo: Novatec Editora, 2009.

UNICEF. **A influência das redes sociais na banalização de psicopatologias.**2022. Disponível em: <<https://www.unicef.org/brazil/blog/influencia-das-redes-sociais-na-banalizacao-de-psicopatologias>> Acesso em: 05 de junho de 2023.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 3 ed. Rio de Janeiro. Atlas, 2000.