

Conversações online e videoconferência com amigos e familiares como forma de suportar o isolamento durante a pandemia de covid-19



Alê Primo¹

Resumo: Este trabalho discute o consumo de mídias sociais e serviços de videoconferência durante o período de isolamento social na pandemia do COVID-19, como foram usados para a manutenção dos relacionamentos com amigos e familiares e o impacto no bem-estar emocional. Através de uma survey de autosseleção irrestrita (N=725), encontrou-se que: houve relevante aumento de conexão; as interações online, a prática de falar de si e a troca de suporte contribuíram para lidar com o distanciamento social.

Palavras-chave: COVID-19, isolamento social, mídias sociais, conversações

ONLINE CONVERSATIONS AND VIDEO CONFERENCES WITH FRIENDS AND FAMILY AS A WAY TO COPE WITH ISOLATION DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract: This paper discusses the consumption of social media and videoconferencing services during the period of social isolation in the COVID-19 pandemic, how they were used to maintain relationships with friends and family, and their impact on emotional well-being. Through an unrestricted self-selected survey (N=725), it was found that: there was a relevant increase in internet connection; online interactions, the practice of self-disclosure and the exchange of support contributed to coping with social distancing.

Keywords: COVID-19, social isolation, social media, conversations

¹ Professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em Porto Alegre-RS, Brasil. É professora da Pós-Graduação em Comunicação e do Curso de Publicidade e Propaganda. Possui doutorado em Computação na Educação (PPGIE / UFRGS), mestrado em Jornalismo (Ball State University, EUA) e dois cursos de graduação (Publicidade e Jornalismo). Os principais interesses de pesquisa de Primo são interações e relacionamentos em ambientes digitais, celebridades e influenciadores digitais, jornalismo digital e publicidade, colaboração online.

CONVERSACIONES ONLINE Y VIDEOCONFERENCIAS CON AMIGOS Y FAMILIAS COMO UNA FORMA DE ENFRENTARSE EL AISLAMIENTO DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19

Resumen: Este artículo analiza el consumo de redes sociales y servicios de videoconferencia durante el período de aislamiento social de la pandemia COVID-19, cómo se utilizaron para mantener relaciones con amigos y familiares, y su impacto en el bienestar emocional. A través de una encuesta de autoselección irrestricta (N = 725), se encontró que: hubo un aumento relevante en la conexión; las interacciones en línea, la práctica de hablar sobre uno mismo y el intercambio de apoyo contribuyeron a afrontar el distanciamiento social.

Palabras clave: COVID-19, aislamiento social, redes sociales, conversaciones.

1 A pandemia do COVID-19

O primeiro registro de doença relacionada ao novo coronavírus (COVID-19) ocorreu em 31 de dezembro de 2019 na cidade chinesa de Wuhan. Dada a rapidez de transmissão e gravidade da doença, em 11 de março de 2020 a Organização Mundial da Saúde declara que o COVID-19 deveria ser classificado como uma pandemia, uma doença de disseminação global². Sendo transmitido basicamente pelo contato interpessoal, governos ao redor do mundo passaram a decretar a obrigatoriedade do uso de máscaras e medidas de isolamento social, incluindo o confinamento (*lockdown*).

Diante da crise econômica, em virtude do confinamento, e de tantos medos e incertezas, uma série de problemas físicos e psicológicos emergiram (MAHMUD et al, 2020). O endividamento, o desemprego, dificuldades em trabalhar em *home office*, maior ocupação com afazeres domésticos e filhos, e a falta de acesso a serviços acarretaram: estresse, tédio, raiva, problemas de autoestima, declínio cognitivo (principalmente em idosos isolados), solidão, ansiedade, depressão e abuso de álcool (MATIAS et al 2020, GOLECHHA, 2020; USTUN, 2020; BANERJEE, RAI, 2020; PIERCE et al, 2020). Tragicamente, a quebra da infraestrutura social, incluindo o fechamento das escolas, aumentou o risco de agressões contra mulheres, crianças e animais de estimação (TORALES et al., 2020; PETERMAN et al, 2020).

No Brasil, as mortes pela doença avançaram com velocidade: a primeira morte ocorre no dia 17 de março; em 8 de agosto já eram 100 mil óbitos³. No dia 19 de junho de 2021, o Brasil

- 2 Timeline of WHO's response to COVID-19. Disponível em: <<https://www.who.int/news-room/detail/29-06-2020-covidtimeline>>. Acesso em: 18/09/2020.

alcança 500 mil óbitos⁴. Além do medo despertado pelos perigos da rápida transmissão de COVID-19, os embates políticos ampliaram a confusão e a ansiedade da população. Com o próprio presidente Bolsonaro difundindo notícias duvidosas, defendendo medicamentos ineficientes, promovendo aglomerações, demitindo ministros da saúde e criticando organismos internacionais, a circulação de informações sobre saúde pública foi ideologizada. Em consequência, os debates em mídias sociais ganharam tons agressivos e a circulação de *fake news* foi intensificada.

Diante deste cenário, este trabalho tem como objetivos: a) Avaliar o consumo de mídias sociais e serviços de videoconferência durante o período de isolamento social; b) Observar como as conversações e os relacionamentos com familiares e amigos se transformaram durante a quarentena. c) Discutir como a pandemia e o incremento de interações online impactaram o bem-estar das pessoas em isolamento⁵. Em virtude das dificuldades impostas pelos protocolos de quarentena, foi conduzida uma *survey* de autoseleção irrestrita (N=725), cujos resultados foram analisados com suporte estatístico.

De um ponto de vista dos estudos midiáticos e de cibercultura, entendeu-se que o potencial incremento do consumo de mídias digitais durante o isolamento seria uma oportunidade para se observar que impacto tal uso ampliado teria sobre as conversações, os relacionamentos com familiares e amigos e no bem-estar emocional. Como se verá a seguir, alguns estudos sobre consumo de mídias sociais apontam uma relação entre uso intenso e ansiedade e depressão. Processos de comparação social e suas repercussões na avaliação subjetiva da felicidade poderiam ser fomentadas pelo uso de serviços de redes sociais na internet. Diferentemente de estudos da psicologia, o foco deste artigo é midiático e interacional. A abordagem aqui conduzida comunga com as pesquisas de afetividade em Comunicação, que vêm recebendo crescente atenção nos últimos anos.

2 Uso intenso de mídias sociais e bem-estar

Com a necessidade de permanecer em casa, a interação online mostrou-se como uma importante estratégia para suportar o isolamento (HAWKE et al., 2020; USTUN, 2020). Assim, houve uma intensificação do uso da internet. Uma pergunta que decorre é se a ampliação do uso de mídias sociais durante a pandemia teve impacto sobre o bem-estar, a satisfação pessoal com a própria vida. Para KAHNEMAN e DEATON (2010), o bem-estar emocional refere-se à qualidade da experiência cotidiana e a como sensações como felicidade, fascinação, tristeza, ansiedade e raiva transformam a vida pessoal em prazerosa ou não. Para que se possa enfrentar os objetivos deste trabalho é importante revisar, ainda que brevemente, alguns

3 Coronavírus: veja a cronologia da doença no Brasil. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/04/06/coronavirus-veja-a-cronologia-da-doenca-no-brasil.ghtml>>.

Acesso em: 18/09/2020.

4 Brasil chega à marca de 500 mil mortes por Covid. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2021/06/19/brasil-chega-a-marca-de-500-mil-mortes-por-covid.ghtml>>.

Acesso em 30/08/2021.

5 É importante observar que diversos resultados relacionados ao objetivo c) já foram relatados e discutidos em trabalho anterior (XXXX, 2020).

conceitos e teorias que vêm sendo articuladas no estudo de mídias sociais e bem-estar.

Conforme a teoria da comparação social (FESTINGER, 1954), os sujeitos julgam a si próprios (suas habilidades, opiniões, comportamentos, etc.) comparando-se com outras pessoas. O impacto desse processo comparativo sobre a autoestima depende da personalidade individual. O problema emerge quando tal prática se relaciona com a ideia de que a vida dos outros é mais feliz e plena.

A relação entre a comparação social com o uso de mídias sociais já vinha sendo abordada em diversos estudos. A hipótese trabalhada seria de que as plataformas de redes sociais na internet oferecem oportunidades recorrentes para a comparação social. Em estudo conduzido em 2011, Lee (2014) encontrou que os participantes com maior tendência à comparação social engajavam-se nesse processo no Facebook com maior frequência e apresentaram menor autoestima. Já Chou e Edge (2012) verificaram que aqueles que tinham um número maior de desconhecidos entre seus amigos no Facebook tendiam mais a supor que as outras pessoas eram mais felizes e tinham vidas melhores. Também observando universitários americanos, Bayer et al (2018) aplicaram um método inovador para acompanhar o uso cotidiano do Facebook. Em um período de duas semanas, os participantes deveriam fazer registros online periódicos sobre suas práticas na plataforma e seu estado de ânimo em cada tempo e lugar. A pesquisa não revelou uma associação do uso do Facebook com entristecimento e mostrou que os afetos seriam uma motivação para uso da plataforma e não uma consequência duradoura. Em um estudo mais recente na Alemanha, Reer et al (2019) verificaram que menores níveis de bem-estar estavam positivamente associados com o aumento de engajamento em mídias sociais. Assim, sujeitos com mais desconforto emocional usavam mais as mídias sociais para se comparar com outras pessoas, demonstrando o sentimento de poder estar perdendo algo e que os outros estão tendo melhores experiências na vida. Este processo, chamado de *fear of missing out* (FoMO), tem atraído bastante atenção dos textos acadêmicos e jornalísticos sobre o uso intenso de mídias sociais. O estudo de Reer et al, portanto, encontrou uma relação indireta entre o uso intenso de mídias sociais e grau alto de comparação social e FoMO.

Clark et al (2018) sugerem que as pessoas que apresentam um uso mais passivo das plataformas de redes sociais, que mais observam as publicações dos outros e interagem menos, são as mais vulneráveis aos efeitos negativos sobre a autoestima. Para eles, as mídias sociais não causam depressão. Elas só podem ser prejudiciais, contribuindo para a insegurança e infelicidade, quando seu uso não visa a promoção de conexões sociais. Por outro lado, Clark et al (2018) comentam que

de conexões sociais. Por outro lado, Clark et al (2018) comentam que as práticas de falar de si (*self-disclosure*) podem aumentar o bem-estar ao se perceber o suporte dos outros na internet.

Como o isolamento social teve impacto sobre todos, este trabalho discute como as conversações online impactaram os relacionamentos e o bem-estar dos sujeitos durante a quarentena. A seguir, discute-se os resultados de uma pesquisa que avaliou tal situação.

6 Os resultados das questões abertas serão discutidos em um próximo artigo.

3 Estratégias metodológicas

Esta pesquisa buscou compreender como as pessoas estavam suprindo a necessidade de interação social durante o período de isolamento. Para tanto, um instrumento de pesquisa online foi desenvolvido e compartilhado através do serviço Google Forms. O questionário era composto por 31 perguntas, sendo que duas delas eram abertas⁶. Em diversas questões os respondentes foram instados a comparar afetos e práticas relacionais durante o isolamento e antes desse período. Além de avaliar o consumo de mídias sociais e serviços de videoconferência durante o isolamento, esta *survey* buscou também levantar dados sobre conversações e relacionamentos com familiares e amigos através daquelas mídias digitais e o impacto na percepção do bem-estar emocional. Diante do volume de dados coletados, os resultados sobre felicidade e uso de mídias sociais durante a pandemia são relatados e discutidos em outro artigo (PRIMO, 2020).

Após um período de pré-teste com orientandos do autor deste trabalho, a partir do qual modificações nas questões foram realizadas, o questionário online ficou disponível para preenchimento entre 6 e 14 de agosto de 2020. Adotou-se o modelo de *survey* de autosseleção irrestrita (FRICKER, 2017). Ou seja, qualquer pessoa disposta a colaborar poderia responder o questionário. Sendo uma amostra não-probabilística por conveniência (FRICKER, 2017; GIL, 2008), os resultados não podem ser generalizados para toda a população. Mesmo assim, FRICKER (2017) destaca a potencialidade exploratória que esse procedimento que permite, inclusive acessar sujeitos difíceis de

serem alcançados. Considerando-se a impossibilidade de contato social durante a quarentena, a *survey* de autoseleção irrestrita apresentou-se como alternativa viável para a coleta de dados, permitindo a reunião de informações relevantes para registro e análise deste momento histórico.

A divulgação do instrumento foi inicialmente realizada no Facebook, a partir do perfil pessoal e da página profissional do pesquisador, e através de e-mail na lista de discussão da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Depois, entre 7 e 13 de agosto, veiculou-se um anúncio pago na mesma plataforma com o seguinte texto: “Como o isolamento social tem afetado você e seus relacionamentos. Participe da pesquisa Interações na Internet Durante o Isolamento”. Logo abaixo da ilustração, um botão de “Saiba mais” apontava para o questionário no Google Forms.

Ao final do período, 732 pessoas responderam o questionário. Deste total, os questionários de 7 participantes foram eliminados, pois traziam respostas inválidas em alternativas abertas (como “heterossexual” na questão sobre gênero). Logo, esta pesquisa debruçou-se sobre as respostas de 725 participantes. Apesar da coleta de dados demográficos, nomes e e-mails não foram solicitados, garantindo total anonimato dos respondentes.

Como este questionário foi respondido na primeira quinzena de agosto, o período correspondia a quase 150 dias de isolamento. Sendo assim, diferentemente dos artigos citados anteriormente, que traziam resultados das primeiras semanas de quarentena, a presente pesquisa discute dados de um longo período de afastamento social. Assim, há praticamente 5 meses confinados em casa, as práticas de interação, estudo, trabalho e lazer online já estavam consolidados.

A próxima seção apresenta as análises estatísticas realizadas a partir dos dados coletados. Elas foram realizadas a partir do programa SPSS 21. Os resultados serão apresentados em frequência e percentual. As comparações entre os dados antes do isolamento e durante o período foram efetuadas através do teste McNemmar. As associações entre variáveis utilizaram o teste Qui-quadrado ou o coeficiente de correlação de Spearman. Considerou-se como significativos os resultados com $p < 0,05$.

4 Análise e discussão dos resultados

Os dados demográficos dos respondentes são apresentados na Tabela 1. É importante notar o caráter não probabilístico da amostra. Como a *survey* foi divulgada inicialmente através do perfil e da página do pesquisador e da lista de discussão da Compós, é

possível reconhecer um viés na faixa etária, no nível de escolaridade e região de residência. Por outro lado, tendo em vista que boa parte dos estudos sobre mídias sociais focam as práticas de adolescentes e jovens (normalmente estudantes nas universidades onde lecionam os pesquisadores), a idade e o grau educacional diferenciados desta amostra permitem diferentes reflexões.

Tabela 1. Perfil da amostra (N=725)

Variável	N	%
Idade		
até 15 anos	2	0,3
entre 16 e 19 anos	47	6,5
entre 20 e 29 anos	148	20,4
entre 30 e 39 anos	203	28,0
entre 40 e 49 anos	151	20,8
entre 50 e 59 anos	124	17,1
acima de 60 anos	50	6,9
Identidade de gênero		
Homem cisgênero	172	23,7
Mulher cisgênero	545	75,2
Mulher transgênero	6	0,8
Intersexual	2	0,3
Região		
Sul	358	49,4
Sudeste	240	33,1
Centro-Oeste	47	6,5
Nordeste	64	8,8
Norte	16	2,2
Grau de escolaridade		
Ensino Fundamental completo	35	4,8
Ensino Médio Completo	22	3,0
Ensino Superior incompleto	79	10,9
Ensino Superior completo	165	22,8
Pós-Graduação	424	58,5

Fonte: Próprio autor

É relevante também observar que a amostra estava seguindo as determinações de ficar em casa. Como se vê na Tabela 2, 59%, 60% e 77% não saíram para encontrar amigos/familiares, atividades de lazer e nem para trabalhar, respectivamente. A saída de casa para atividades essenciais (como

contato presencial com familiares e amigos têm repercussões sobre tais relacionamentos. O uso de mídias sociais e serviços de videoconferência, como se verá adiante, passam a ser uma alternativa para a manutenção das relações.

Tabela 2. Dias na semana destinados para atividades fora de casa (N=705)

Vezes na semana que sai para:							
	0	1	2	3	4	5	6
Atividades essenciais	14,5%	46,6%	18,5%	7,6%	3,4%	3,4%	1,1%
Trabalho	76,8%	7,9%	4,1%	2,6%	1,5%	4,7%	,7%
Lazer ou exercícios	60,1%	13,1%	10,5%	6,3%	3,2%	3,7%	1,0%
Encontrar amigos ou familiares	59,2%	24,3%	8,1%	3,0%	2,1%	1,9%	0%

Fonte: Próprio autor

Um dos objetivos desta pesquisa era avaliar o consumo de mídias sociais durante o período de afastamento social. Uma das formas para tal verificação seria a comparação de horas dedicadas àquela prática antes do isolamento e durante o período. Mas reconhecendo-se a dificuldade de se estimar o tempo total de acesso, e considerando-se o feedback recebido durante o pré-teste do instrumento de pesquisa, optou-se pelo seguinte procedimento. Primeiramente solicitou-se ao respondente um autojulgamento sobre o volume de uso de mídias sociais antes da pandemia. Depois, pediu-se que avaliasse se tal uso havia aumentado, diminuído ou permanecia o mesmo durante o isolamento. Através desse encaminhamento foi possível verificar se pessoas de uso intenso aumentaram ainda mais seu uso.

Os participantes informaram que julgavam seu uso de mídias sociais antes do isolamento como muito alto (7%), alto (36,3), médio (45%) ou baixo (11%). Durante o período de afastamento, eles informaram que o uso aumentou muito (37,1%), aumentou um pouco (34,2%), permaneceu o mesmo (22,9%), diminuiu um pouco (3,9%) ou diminuiu muito (1,9%). O cruzamento entre variação do tempo de uso de mídias sociais com faixa etária ($p=0,975$) e escolaridade ($p=0,059$) não revelou associação significativa.

A Tabela 3 mostra que existe uma associação significativa ($<0,001$) entre o volume de uso de mídias antes da pandemia e seu aumento durante o isolamento. Tal intensificação é mais pronunciada entre aqueles cujo uso era menor anteriormente.

Tabela 3. Uso de mídias sociais antes do isolamento e durante (N=705)

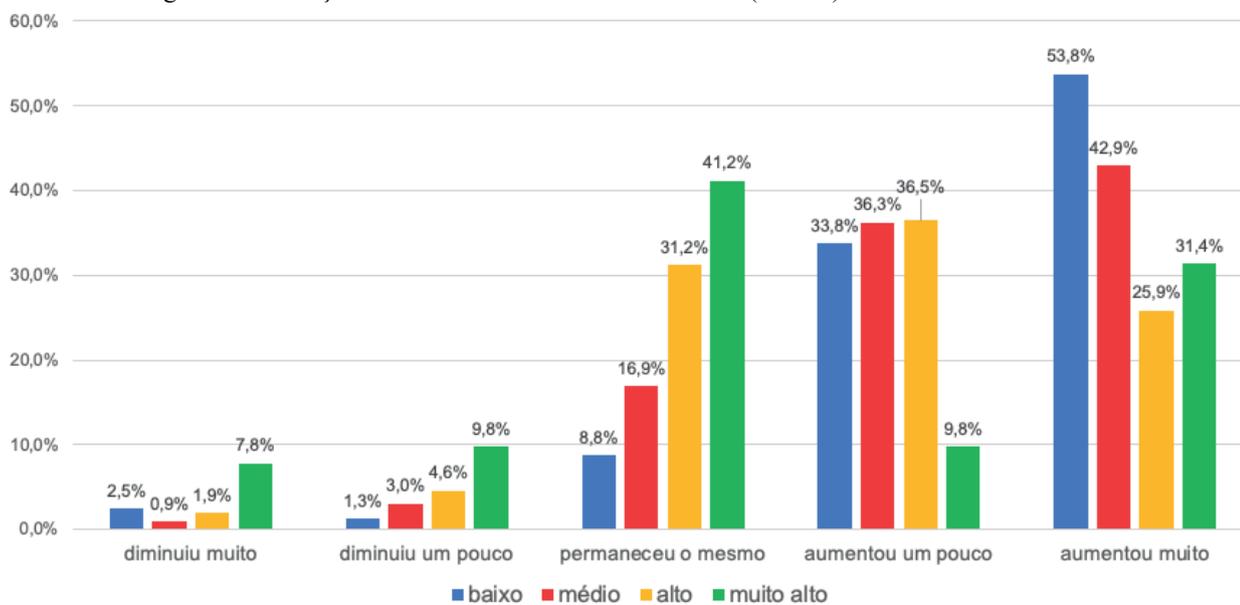
Uso de mídias sociais DURANTE o isolamento	Uso de mídias sociais ANTES do isolamento				p
	muito alto	alto	médio	baixo	
	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	
aumentou muito	16 (31,4)	68 (25,9)	142 (42,9)	43 (53,8)	<0,001
aumentou um pouco	5 (9,8)	96 (36,5)	120 (36,3)	27 (33,8)	
permaneceu o mesmo	21 (41,2)	82 (31,2)	56 (16,9)	7 (8,8)	
diminuiu um pouco	5 (9,8)	12 (4,6)	10 (3,0)	1 (1,3)	
diminuiu muito	4 (7,8)	5 (1,9)	3 (0,9)	2 (2,5)	

Fonte: Próprio autor

7 Foi possível detectar este grande aumento entre os sujeitos cujo uso já era muito intenso graças à formulação diferenciada das alternativas nas questões sobre consumo de mídias sociais antes do isolamento e durante.

Os participantes que informaram que seu uso de mídias sociais era baixo avaliam que sua dedicação a esses serviços aumentou muito durante a pandemia (53,8%). Um importante aumento também foi relatado por 42,9% do grupo com uso médio de mídias sociais antes da quarentena. É interessante notar que quase um terço (31,4%) daqueles que entendiam que seu consumo anterior já era muito alto responderam que seu uso aumentou muito. Isto é, apesar do uso muito intenso de mídias sociais em tempos comuns, tal consumo cresceu ainda mais durante o afastamento social⁷ (FIG. 1).

Figura 1. Mudanças no volume de uso de mídias sociais (N=705)



Fonte: Próprio autor

Se os estudos sobre a correlação entre uso intenso de mídias sociais e baixos níveis de bem-estar emocional (REER et al, 2019; LEE, 2014) estão certos, o incremento do tempo diante de conexão à internet acarretaria por si só depressão, ansiedade, entre outras dificuldades emocionais. Mais tarde voltaremos a esta discussão.

Este trabalho dá ênfase aos resultados relativos a conversações com amigos e familiares através de mídias sociais e videoconferência durante o isolamento e o impacto no bem-estar. Alguns dados coletados relativos ao estado emocional dos respondentes, como felicidade e tristeza durante a pandemia, são discutidos em outro artigo (XXXX, 2020). Por hora, vale observar na Tabela 4 o significativo entristecimento da amostra no decorrer da pandemia ($p < 0,001$).

Tabela 4: Estado emocional antes do isolamento e durante (N=705)

Variável	N	Antes		Durante		p
		%	N	%	N	
De maneira geral, como você se sente						<0,001
Muito triste	9	1,2%	79	10,9%		
Triste	36	5,0%	193	26,6%		
Nem triste, nem feliz	186	25,7%	285	39,3%		
Feliz	353	48,7%	137	18,9%		
Muito feliz	141	19,4%	31	4,3%		

Fonte: Próprio autor

Evidentemente, o entristecimento observado não pode ser atribuído linearmente ao maior tempo de conexão à internet. Em uma situação pandêmica extrema, o medo de contaminação, o isolamento social e os problemas decorrentes com trabalho, educação e relacionamentos (MAHMUD et al, 2020; MATIAS et al 2020, GOLECHHA, 2020; USTUN, 2020; BANERJEE, RAI, 2020; PIERCE et al, 2020; TORALES et al., 2020; PETERMAN et al, 2020) participam ativamente para tais resultados. Por outro lado, como será discutido adiante, as interações online se mostraram como uma forma viável de suprir a necessidade de contato social, ainda que à distância, conforme já observado por HAWKE et al. (2020) e USTUN (2020).

Tendo-se discutido a relação entre uso de mídias sociais e práticas de

comparação social (FESTINGER, 1954) e o sentimento de FoMO (REER et al, 2019), questionou-se como os participantes se sentiam ao ver publicações das pessoas demonstrando felicidade ou sucesso profissional (TAB. 5). Uma pequena parcela informou ficar “triste por não ter a mesma felicidade ou sucesso” das outras pessoas que acompanha em serviços de redes sociais online. Observou-se um crescimento de 7% antes do isolamento para 10,2% durante o período ($p=0,011$). Por outro lado, o percentual de pessoas que antes alegrava-se com a felicidade e sucesso alheio diminuiu durante a pandemia (de 61,9% para 58,6%). Em sentido inverso, os participantes foram questionados sobre como se mostravam em seus posts públicos em mídias sociais. Observou-se também redução de posts mostrando aspectos positivos de suas vidas ($p<0,001$).

Tabela 5: Sentimentos sobre publicações alheias e em posts próprios antes do isolamento e durante (N=705)

Variável	Antes		Durante		p
	N	%	N	%	
Ao ver publicações nas mídias sociais das pessoas demonstrando felicidade ou sucesso profissional, eu					
Ficava/fico feliz por eles	449	61,9%	425	58,6%	
Ficava/fico indiferente (nem feliz, nem triste)	225	31,0%	226	31,2%	
Ficava/fico triste por não ter a mesma felicidade ou sucesso que eles	51	7,0%	74	10,2%	
Meus posts públicos nas mídias sociais					
Apenas mostravam/mostram aspectos positivos da minha vida	97	13,4%	69	9,5%	
Na maior parte das vezes mostravam/mostram aspectos positivos da minha vida	225	31,0%	178	24,6%	
Mostravam/mostram um equilíbrio de aspectos positivos e negativos da minha vida	160	22,1%	183	25,2%	
Na maior parte das vezes mostravam/mostram aspectos negativos da minha vida	7	1,0%	31	4,3%	
Apenas mostravam/mostram aspectos negativos da minha vida	2	0,3%	6	0,8%	

Fonte: Próprio autor

Como seu viu, a literatura não é conclusiva sobre o impacto das mídias sociais sobre a ansiedade, depressão e FoMO (BAYER et al, 2016; FRISON, EGGERMONT, 2015; VITAK, ELISSON, 2013; CHOU, EDGE, 2012). Ainda que pessoas com maior tendência a se compararem com outras possam apresentar uso mais intenso de mídias sociais e a sofrer mais de baixo autoestima (REER et al, 2019; LEE, 2014), não seria possível identificar um processo de causa e efeito (CLARK et al, 2018).

A migração de pessoas do grupo que se sentia satisfeito com a felicidade alheia para o grupo com o sentimento inverso não pode ser, contudo, atribuída simplesmente a um efeito linear e determinante pela intensificação do uso das mídias sociais. Tantos são os impactos profissionais e emocionais sentidos durante este período tão dramático de distanciamento radical que o tempo de conexão à internet deve ser abordado como apenas um entre tantos outros condicionantes. É possível também supor que a menor publicação de fatos positivos sobre a própria vida se deva não apenas pelas dificuldades trazidas pela pandemia, mas também pelo decréscimo nas atividades de lazer externas (como encontros sociais e viagens), o que limita a possibilidade de novas fotos.

Ou seja, o paralelo entre os períodos antes e durante o isolamento quanto ao FoMO, por exemplo, precisa ser cuidadoso, pois são situações muito diferentes. Ainda que esta pesquisa não tenha coletado dados sobre isto, é possível supor que ao se perceber que como amigos e familiares apresentavam algum tipo de sofrimento na quarentena (em diferentes graus e de diferentes modos), o suporte emocional possa ter sido ampliado de modo empático. Mas tal hipótese carece de verificação.

Ainda que a comparação social e seus efeitos negativos na autoestima possam ter crescido no período, as mídias sociais tiveram um papel significativo na minimização nos sentimentos de solidão — resultado semelhante encontrado por HAWKE et al. (2020) e USTUN (2020). Diante das dificuldades impostas pelo isolamento, conversar sobre os problemas e trocar experiências pode ter um efeito emocional benéfico. Conforme Clark et al (2018), existe uma relação entre falar de si (*self-disclosure*) e o bem-estar. Neste sentido, as publicações de fatos menos positivos em mídias sociais (TAB. 5) não são em si um

problema. E, em um cenário de pandemia e crise econômica, não é de surpreender que as pessoas exponham dificuldades e conversem sobre elas. Diante disso, esta pesquisa buscou verificar se os respondentes encontravam suporte emocional em serviços de comunicação online. Conforme mostra a Tabela 6, com frequência eles encontram suporte de amigos e familiares através da internet. Em virtude da impossibilidade de convivência presencial, as mídias sociais e videoconferências ganham importância no apoio psicológico.

Tabela 6. Suporte emocional (N=705)

Apoio emocional de amigos e familiares em momentos de dificuldade através da internet		
Variável	N	%
Sempre que preciso	275	37,9
Às vezes	267	36,8
Nunca	26	3,6
Não revelo minhas dificuldades emocionais nas mídias sociais	157	21,7

Fonte: Próprio autor

Para compreender como estava se dando a manutenção das amizades através das mídias sociais, o questionário indagava: “Considere os amigos com quem você mantinha convívio presencial frequente ANTES do isolamento. Com quantos deles você conversa frequentemente na internet DURANTE o isolamento?” Os resultados foram: com todos eles (17,1%), cerca de 75% (23,7%), cerca de metade (22,8%), cerca de 25% (17,8%), menos de 10% (17,2%) e “Eu não converso com amigos na internet (1,4%). Ou seja, a maioria perdeu contato com cerca de metade ou mais da metade dos amigos com quem conviviam antes da pandemia (TAB. 7).

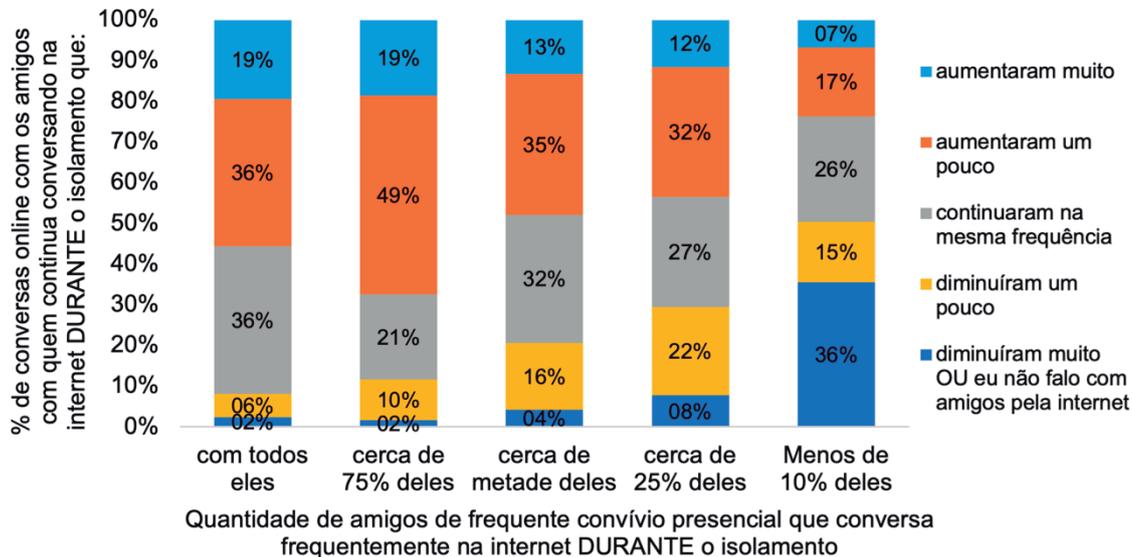
Tabela 7: Manutenção de interações com amigos (N=705) s com amigos (N=705)

Variável	N	%
Amigos com quem mantinha convívio presencial frequente ANTES do isolamento que conversa frequentemente na internet DURANTE o isolamento		
Com todos eles	124	17,1%
Cerca de 75% deles	172	23,7%
Cerca de metade deles	165	22,8%
Cerca de 25% deles	129	17,8%
Menos de 10% deles	125	17,2%
Eu não converso com amigos na internet	10	1,4%

Fonte: Próprio autor

Na sequência, buscou-se saber como estava a frequência de conversações com os amigos com os quais se manteve contato na internet ($p < 0,001$). Através de teste qui-quadrado para associação linear observou-se que as pessoas que mantêm suas interações com mais amigos aumentaram suas conversações na internet (FIG. 2). Aqueles que mantiveram contato com todos os amigos ou com 75% deles, aumentaram um pouco (36% e 49%, respectivamente) ou aumentaram muito as conversações online (19% nos dois casos).

Figura 2: Associação entre quantidade de amigos com quem conversa na internet e o volume de conversas durante a pandemia (N=705)



Fonte: Próprio autor

Muito embora as mídias sociais facilitem os encontros a distância, os resultados revelaram uma perda de contato com um significativo número de amigos. Ou seja, não bastam as condições tecnológicas para que as relações sociais se mantenham. Além da falta de oportunidades para encontros presenciais (como visitas, churrascos e passeios), o trabalho em casa somado a novos afazeres (como *homeschooling* dos filhos) podem ter tido um impacto negativo nas conversações com amigos. Mas esta pesquisa não coletou dados que pudessem apontar as razões para tal declínio relacional.

Seria possível supor que a conversa online com menos pessoas (apenas os melhores amigos, por exemplo) poderia estar associada ao aumento das conversações online. Contudo, quanto menor é a quantidade de amigos em contato continuado durante a pandemia, menor é o volume de conversas na internet. As pessoas que interagem com menos de 10% dos amigos vivenciam uma importante queda no volume de suas conversações: 15% relataram que as conversas diminuíram um pouco e 36% disseram que diminuíram muito ou não falam com amigos pela internet (<0,001). Ou seja, mesmo que o consumo de mídias sociais tenha crescido, isso não implicou necessariamente em aumento de conversações. Uma pessoa pode visitar o perfil dos amigos nas mídias sociais, por exemplo, mas não estabelecer situações conversacionais com o mesmo número de pessoas, nem no mesmo volume. E, apesar do potencial conversacional dos serviços de comunicação online (por texto, imagem e/ou vídeo), não se pode pensar tais

mídias digitais como substitutas à altura dos encontros presenciais.

Quanto às conversações com familiares que não moram na mesma casa, mais da metade dos respondentes informaram que houve aumento da frequência, sendo que para 35,7% deles aumentou um pouco e para 17% aumentou muito (TAB. 8).

Tabela 8: Volume de conversas na internet com familiares que não moram na mesma casa (N=705)

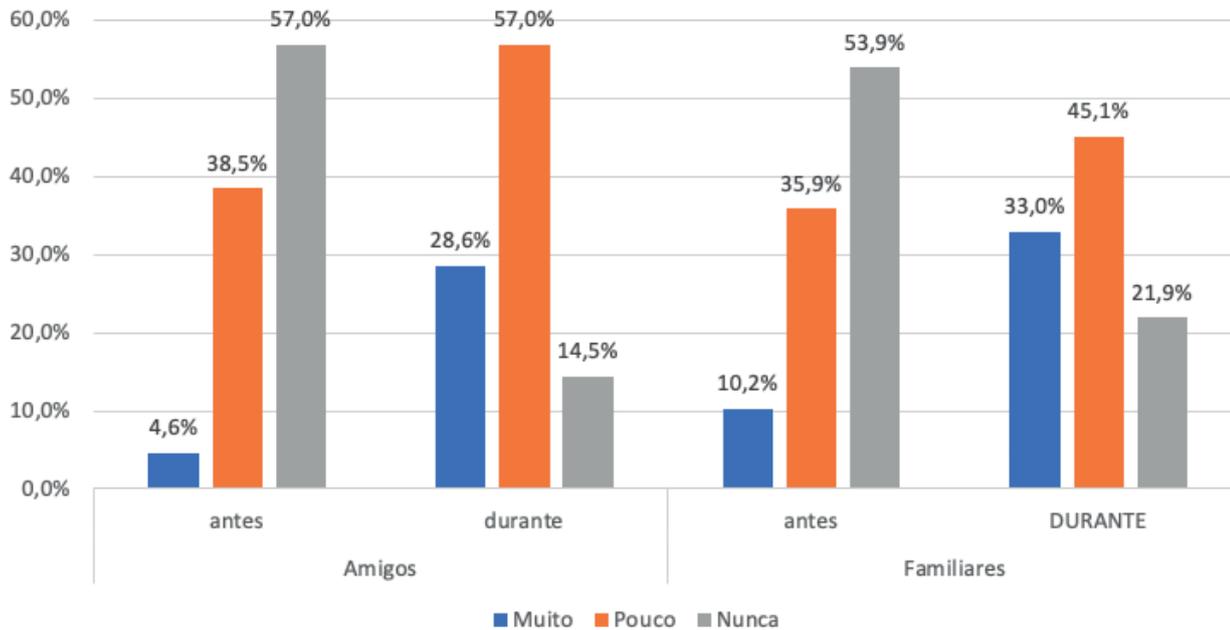
Variável	N	%
Aumentaram muito	123	17,0
Aumentaram um pouco	250	35,7
Diminuíram muito	38	5,2
Eu não falo com familiares pela internet	21	2,9

Fonte: Próprio autor

Buscou-se verificar se existia correlação entre os níveis de felicidade e volume de conversas com amigos ($p=0,167$) e com familiares que não moram na mesma casa ($p=0,052$), mas não se encontrou associação significativa.

Como a imprensa vinha noticiando o incremento no uso de videoconferências para conversações, esta pesquisa buscou avaliar tal situação. Ao serem questionados “Você conversa por vídeo na internet (através de Zoom, Skype, Google Meet, WhatsApp ou Facetime)?”, os entrevistados deveriam informar a frequência de interações (“nunca”, “pouco” ou “muito”) com amigos e familiares antes do isolamento e durante. A Figura 3 demonstra que mais da metade dos entrevistados nunca mantinha conversações por vídeo com amigos (57%) e familiares (53,9%). Mas com o distanciamento social, não apenas a videoconferência passou a ser praticada quanto também houve aumento significativo ($p<0,001$) nas conversas esporádicas (a opção “pouco”) com amigos (de 38,5% para 57%) e familiares (de 35,9% para 45,1%); as videoconferências frequentes por vídeo (a opção “muito”) também foram intensificadas com amigos (de 4,6% para 28,6%) e familiares (de 10,2% para 33%).

Ilustração 3: Conversas por vídeo com amigos e familiares antes do isolamento e durante (N=705)



Fonte: Próprio autor

A associação entre faixa etária e conversas online por vídeo tanto com amigos ($p=0,002$) quanto com familiares ($p<0,001$) demonstrou que conforme a idade aumenta maior é a frequência de videoconferências (TAB. 9).

Tabela 9: Associação entre conversas por vídeo com amigos e familiares com faixa etária (N=705)

	Até 19 anos	20-29 anos	30-39 anos	40-49 anos	50-59 anos	60+	p
	N(%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	
Conversa por vídeo na internet com amigos DURANTE do isolamento							0,002
Muito	13 (26,5)	37 (25)	50 (24,6)	43 (28,5)	44 (35,5)	20 (40)	
Pouco	25 (51)	83 (56,1)	128 (63,1)	84 (55,6)	68 (54,8)	25 (50)	
Nunca	11 (22,4)	28 (18,9)	25 (12,3)	24 (15,9)	12 (9,7)	5 (10)	
Conversa por vídeo na internet com familiares DURANTE do isolamento							<0,001
Muito	9 (18,4)	43 (29,1)	65 (32)	48 (31,8)	52 (41,9)	22 (44)	
Pouco	21 (42,9)	56 (37,8)	99 (48,8)	75 (49,7)	56 (45,2)	20 (40)	
Nunca	19 (38,8)	49 (33,1)	39 (19,2)	28 (18,5)	16 (12,9)	8 (16)	

Fonte: Próprio autor

Verificou-se também (TAB. 10) que quanto maior é a escolaridade maior é o incremento em videoconferências ($p<0,001$). Nenhuma correlação significativa foi verificada quanto à região brasileira onde reside o participante.

Tabela 10: Associação entre conversas por vídeo com amigos e familiares com escolaridade (N=705)

	Ensino Médio completo	Superior incompleto	Superior completo	Pós-Graduação	p
	N(%)	N (%)	N (%)	N (%)	
Conversa por vídeo na internet com amigos DURANTE do isolamento					0,001
Muito	15 (26,3)	16 (20,3)	48 (29,1)	128 (30,2)	
Pouco	27 (47,4)	44 (55,7)	89 (53,9)	253 (59,7)	
Nunca	15 (26,3)	19 (24,1)	28 (17)	43 (10,1)	
Conversa por vídeo na internet com familiares DURANTE do isolamento					<0,001
Muito	13 (22,8)	15 (19)	52 (31,5)	159 (37,5)	
Pouco	22 (38,6)	38 (48,1)	75 (45,5)	192 (45,3)	
Nunca	22 (38,6)	26 (32,9)	38 (23,0)	73 (17,2)	

Fonte: Próprio autor

O relacionamento com amigos e familiares é com frequência debatido de forma idealizada. Por outro lado, essas relações também enfrentam muitas dificuldades. Somando-se o impacto emocional causado pelo isolamento, as limitações das interfaces digitais para as conversações e a politização da pandemia no Brasil, buscou-se investigar se os atritos online estavam acontecendo, em que medida e por quais razões. Para tanto, o questionário online trazia a seguinte questão: “DURANTE o isolamento, você teve brigas através da internet?”. Em caso positivo, os respondentes podiam marcar mais de um dos seguintes temas: assuntos pessoais, trabalho, política, pandemia ou mal-entendido na internet.

Apesar de todas as dificuldades, a grande maioria não enfrentou brigas em interações online (TAB. 11). Os maiores desgastes com amigos ocorreram em virtude de mal-entendidos (13,2%) e debates políticos (12,7%).

Tabela 11: Motivos de brigas na conversação online durante o isolamento (N=705)

	Não teve	Amigos	Familiares	Amigos e Familiares
	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)
Assuntos pessoais	560 (77,2)	55 (7,6)	84 (11,6)	26 (3,6)
Trabalho	652 (89,9)	53 (7,3)	13 (1,8)	7 (1)
Política	512 (70,6)	92 (12,7)	63 (8,7)	58 (8)
Pandemia	523 (72,1)	69 (9,5)	76 (10,5)	57 (7,9)
Mal-entendido	580 (80)	96 (13,2)	15 (2,1)	34 (4,7)

Fonte: Próprio autor

A condução da saúde pública no país durante a pandemia

foi marcada pelo embate político, por trocas no ministério da saúde, declarações polêmicas do presidente da república e pela disputa sobre tratamentos e formas de prevenção. A politização da pandemia trouxe ainda maior tensão ao isolamento e se fez sentir nas conversações online. O debate político foi o terceiro motivo de brigas com familiares (8,7%). Contudo, temas ligados ao relacionamento e saúde familiar foram os mais relatados: assuntos pessoais (11,6%) e pandemia (10,5%). A preocupação com a prevenção e tratamento de membros da família podem estar relacionados com as brigas sobre o novo coronavírus.

5 Considerações finais

A situação limite de confinamento imposta pela pandemia permitiu que se pudesse observar em que medida as mídias sociais e os serviços de videoconferência podem suprir a necessidade de interação social. Como a presente pesquisa obteve respostas a uma *survey* após cerca de 150 dias de isolamento, foi possível registrar o impacto deste momento histórico único na humanidade sobre os padrões comunicativos e sobre o bem-estar das pessoas em quarentena. Ou seja, os dados aqui relatados não apenas fazem um relato do período quanto permitem avaliar como a intensificação do uso de mídias digitais transforma as práticas relacionais.

Tendo em vista a impossibilidade de convívio presencial com pessoas com as quais não se reside, as interações online logo se mostraram como alternativa viável para suportar o distanciamento de familiares e amigos. Portanto, os resultados desta pesquisa, realizada após 5 meses de quarentena, estão em consonância com o que foi encontrado por HAWKE et al. (2020) e USTUN (2020), em investigações sobre as primeiras semanas de pandemia.

Os dados quantitativos aqui analisados comprovaram o aumento de uso de mídias sociais durante o isolamento social, tanto entre aqueles que dedicavam menos tempo à internet quanto entre aqueles que já eram *heavy users* (pessoas com uso intenso). Além dessa verificação, esta pesquisa buscou estudar como as interações ocorreram no período e seus efeitos no bem-estar emocional. O maior tempo dedicado à internet não implicou necessariamente em igual aumento das conversações. Os resultados analisados mostraram que a maioria dos informantes havia perdido contato com pelo menos metade dos amigos com os quais conviviam. Os respondentes que ficaram em contato com menos amigos, também interagiam menos. Por outro lado, aqueles que mantiveram contato com mais amigos, tiveram incremento em suas conversações online.

Diante do entristecimento verificado durante a pandemia, observou-se que as conversações na internet tiveram importância significativa para o bem-estar, para a manutenção dos relacionamentos e troca de suporte emocional, contribuindo para se lidar com o custo psicológico do afastamento social. Mesmo entre as pessoas de faixa etária mais alta, que poderiam ser tidas como de menor literacia digital ou menos acostumadas com conversas online, observou-se maior volume de interações online, por texto e videoconferência. Tais interações contribuíram para o processo de falar de si (*self-disclosure*) — tanto em publicações positivas quanto negativas —, cuja relação com o bem-estar foi demonstrada por Clark *et al* (2018). Mesmo diante de tanto sofrimento causado pelo medo da pandemia, pelo isolamento na quarentena, e por dificuldades no trabalho e na educação, a maioria dos informantes não engajou em brigas na internet com amigos e familiares.

Dado que o isolamento social foi generalizado, os processos de comparação social e FoMO tiveram pequeno incremento, ainda que estatisticamente significativo. Por outro lado, com o sofrimento partilhado, a possibilidade de falar das próprias dificuldades e a troca de suporte apresentou impacto emocional positivo.

É importante reconhecer que o bem-estar é multifatorial e não pode ser reduzido a poucos fatores. A ansiedade e depressão não podem ser associadas simplesmente ao tempo de uso da internet. Conforme BAYER *et al* (2016) e CLARK *et al* (2018), não existe uma relação de causa e efeito entre tais estados mentais e uso de mídias sociais. Seria irresponsável justificar que o entristecimento durante a pandemia, verificado em nossas pesquisas, seria causado pelo aumento significativo do volume de horas de conexão, deixando-se de lado todos os problemas ligados direta e indiretamente (como a crise econômica) à pandemia.

Finalmente, é importante abordar limitações deste estudo. Tendo em vista que os dados foram coletados a partir de uma amostra não-probabilística de conveniência (FRICKER, 2017; GIL, 2008), os resultados não podem ser generalizados para toda a população. Como a divulgação da *survey* de autosseleção irrestrita (FRICKER, 2017) foi divulgada inicialmente a partir dos perfis públicos do autor deste trabalho, observou-se um viés na amostra. O nível de escolaridade é alto, por exemplo, considerando-se os baixos níveis educacionais no Brasil. Com a divulgação no Facebook, uma parcela dos respondentes aproxima-se dos interesses e da atuação profissional do pesquisador. Além disso, como os posts e o anúncio foram veiculados no Facebook e Instagram, pessoas que não são usuárias dessas plataformas não tiveram chance de saber da pesquisa.

De toda forma, ainda que os resultados não possam ser generalizados para toda a população, os indícios e as discussões aqui apresentados podem

contribuir para o avanço da compreensão sobre o impacto das mídias sociais na afetividade e nos relacionamentos, promovendo novas questões e debates.

Agradeço a consultoria estatística de Cristiane Bündchen.

Referências

BANERJEE, Debanjan; RAI, Mayank. Social isolation in Covid-19: The impact of loneliness. **International Journal of Social Psychiatry**, [S. l.], v. 66, n. 6, p. 525–527, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0020764020922269>

BAYER, Joseph *et al.* Facebook in context(s): Measuring emotional responses across time and space. **New Media & Society**, [S. l.], v. 20, n. 3, p. 1047–1067, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444816681522>

CHOU, Hui-Tzu Grace; EDGE, Nicholas. “They Are Happier and Having Better Lives than I Am”: The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others’ Lives. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, [S. l.], v. 15, n. 2, p. 117–121, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>

CLARK, Jenna L.; ALGOE, Sara B.; GREEN, Melanie C. Social Network Sites and Well-Being: The Role of Social Connection. **Current Directions in Psychological Science**, [S. l.], v. 27, n. 1, p. 32–37, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0963721417730833>

FESTINGER, L. A Theory of Social Comparison Processes. **Human Relations**, 22 maio. 1954. v. 7, n. 2, p. 117–140. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/001872675400700202>>. Acesso em: 24 jul. 2017.

FRICKER, Ronald D. Sampling methods for web and e-mail surveys. *In*: FIELDING, Nigel G.; LEE, Raymond M.; BLANK, Grant (org.). **The Sage handbook of online research methods**. London: Sage, 2017.

FRISON, Eline; EGGERMONT, Steven. Exploring the Relationships Between Different Types of Facebook Use, Perceived Online Social Support, and Adolescents' Depressed Mood. **Social Science Computer Review**, [S. l.], v. 34, n. 2, p. 153–171, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0894439314567449>

GAO, Junling *et al.* Mental health problems and social media exposure during COVID-19 outbreak. **PLOS ONE**, [S. l.], v. 15, n. 4, p. e0231924, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0231924>

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

GOLECHHA, Mahaveer. COVID-19, India, lockdown and psychosocial challenges: What next? **International Journal of Social Psychiatry**, [S. l.], p. 002076402093592, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0020764020935922>

HAWKE, Lisa D. *et al.* Impacts of COVID-19 on Youth Mental Health, Substance Use, and Well-being: A Rapid Survey of Clinical and Community Samples. **The Canadian Journal of Psychiatry**, [S. l.], p. 1–9, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0706743720940562>.

KAHNEMAN, D.; DEATON, A. High income improves evaluation of life but not emotional well-being. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, v. 107, n. 38, p. 16489–16493, 2010.

LEE, Sang Yup. How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. **Computers in Human Behavior**, [S. l.], v. 32, p. 253–260, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.12.009>

MAHMUD, Md. Shahed; TALUKDER, Mesbah Uddin; RAHMAN, Sk. Mahrufur. Does 'Fear of COVID-19' trigger future career anxiety? An empirical investigation considering depression from COVID-19 as a mediator. **International Journal of Social Psychiatry**, [S. l.], p. 002076402093548, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0020764020935488>

MATIAS, Thiago; DOMINSKI, Fabio H.; MARKS, David F. Human needs in COVID-19 isolation. **Journal of Health Psychology**, [S. l.], v. 25, n. 7, p. 871–882, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1359105320925149>

MILLER, Daniel *et al.* **How the World Changed Social Media**. London: UCL Press, 2016. *E-book*.

PETERMAN, Amber *et al.* **Pandemics and Violence Against Women and Children.** [S. l.]: Center for Global Development, 2020. Disponível em: <http://iawmh.org/wp-content/uploads/2020/04>. Acesso em: 18 set. 2020.

PIERCE, Matthias *et al.* Mental health before and during the COVID-19 pandemic: a longitudinal probability sample survey of the UK population. **The Lancet Psychiatry**, [S. l.], p. S2215036620303084, 2020. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S2215-0366\(20\)30308-4](https://doi.org/10.1016/S2215-0366(20)30308-4)

REER, Felix; TANG, Wai Yen; QUANDT, Thorsten. Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out. **New Media & Society**, [S. l.], v. 21, n. 7, p. 1486–1505, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444818823719>

TAYLOR, Steven. **The Psychology of Pandemics: Preparing for the Next Global Outbreak of Infectious Disease.** Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2019. *E-book*.

TORALES, Julio *et al.* The outbreak of COVID-19 coronavirus and its impact on global mental health. **International Journal of Social Psychiatry**, [S. l.], v. 66, n. 4, p. 317–320, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0020764020915212>

USTUN, Gonca. Determining depression and related factors in a society affected by COVID-19 pandemic. **International Journal of Social Psychiatry**, [S. l.], p. 002076402093880, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0020764020938807>

VALIKA, Taher S.; MAURRASSE, Sarah E.; REICHERT, Lara. A Second Pandemic? Perspective on Information Overload in the COVID-19 Era. **Otolaryngology–Head and Neck Surgery**, [S. l.], p. 019459982093585, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0194599820935850>

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **COVID19 Strategy Update.** [S. l.]: World Health Organization, 2020. Disponível em: <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/covid-strategy-update-14april2020.pdf>. Acesso em: 18 set. 2020.