

WhatsApp em Período de Pandemia: padrão reflexivo de Pensamento Crítico nos compartilhamentos de mensagens

Rosana Muniz de Medeiros
rosamuniz@gmail.com
<http://lattes.cnpq.br/4501310367537159>

RESUMO

O objetivo do presente estudo foi analisar temas e imagens postadas no WhatsApp discutindo a pandemia da Covid-19. No domínio do conhecimento científico e social, os anos 2020/2021 ficaram marcados na história da humanidade como os anos de uma das maiores crises sanitárias. O impacto global desta epidemia levou a um aumento do investimento na investigação para controlar, tratar e prevenir a doença, mas também levou ao medo generalizado, à incerteza sobre o futuro e até ao desconhecimento de algumas pessoas sobre a situação pandémica. Diante dessa realidade, este estudo busca responder às seguintes questões: a) Quais temas durante a pandemia da Covid-19 despertam maior interesse dos brasileiros em compartilhar informações no WhatsApp? b) Emocionalmente, quais temas moldaram a forma como os brasileiros vivem durante a pandemia? c) As mensagens globais incluem competências de pensamento crítico face a uma crise pandémica? Para responder às questões de pesquisa foi utilizado um método qualitativo de análise de dados temáticos, o corpo da pesquisa foi criado a partir de uma busca no Google.com.br. Os resultados preliminares mostram que muitos casos de mensagens frívolas não promovem de forma alguma o conhecimento reflexivo sobre o tema.

Palavras-chave: WhatsApp; Pensamento Crítico; Pandemia Covid-19.

ABSTRACT:

The objective of this study was to analyze themes and images posted on WhatsApp discussing the Covid-19 pandemic. In the field of scientific and social knowledge, the years 2020/2021 were marked in the history of humanity as the years of one of the greatest health crises. The global impact of this epidemic led to an increase in investment in research to control, treat and prevent the disease, but it also led to widespread fear, uncertainty about the future and even lack of knowledge among some people about the pandemic situation. Given this reality, this study seeks to answer the following questions: a) Which themes during the Covid-19 pandemic arouse the greatest interest among Brazilians in sharing information on WhatsApp? b) Emotionally, which themes shaped the way Brazilians live during the pandemic? c) Do global messages include critical thinking skills in the face of a pandemic crisis? To answer the research questions, a qualitative method of thematic data analysis was used, the body of the research was created from a search on Google.com.br. Preliminary results show that many cases of frivolous messages do not in any way promote reflective knowledge on the topic.

Keywords: WhatsApp; Critical thinking; Covid-19 Pandemic.

1. INTRODUÇÃO

O WhatsApp tem-se destacado como um dos aplicativos mais utilizados por diversos segmentos da população brasileira e mundial. Essa abrangência deve-se ao fato do aplicativo proporcionar, de forma gratuita, desde que conectado à internet, a troca de mensagens instantâneas em vários formatos: áudio, vídeo, foto e chamada de vídeos em tempo real. Esse recurso tecnológico facilita significativamente a comunicação entre as pessoas, favorecendo um contato sem barreiras entre os seus usuários em grande parte do mundo.

Num mundo permeado pelas tecnologias, nem sempre saímos em busca da informação. Ela nos atinge a partir do excesso de comunicação, das inúmeras mensagens recebidas com alguma responsabilidade informativa e outras com cunho de desencaminhamentos e humor. Essas mensagens nos encontram e nos afetam de maneira mais ou menos sensível, segundo os nossos conhecimentos e a forma como agimos e refletimos sobre elas.

Frente à grande profusão da comunicação, (INNERARITY; RUAS, 2009, p. 18) recomendam suspeitar da visibilidade e, neste caso específico, suspeitar da informação, que “consiste em supor que por trás do visível se oculta sempre o invisível, que as coisas não são transparentes nem evidentes, mas obscuras e insondáveis ou - como agora se prefere dizer - complexas”. Dito de outra forma, em cada tema, na mensagem partilhada com ou sem humor há sempre uma intenção oculta a se desmistificar.

Existem nas palavras de Morin; Harvey (1986) um profundo conhecimento quando fazem referência à comunicação, asseverando que:

o excesso abafa a informação quando estamos sujeitos ao rebentar ininterrupto de acontecimentos sobre os quais não podemos meditar porque são logo substituídos por outros. Assim, ao invés de ver, de perceber os contornos, as arestas daquilo que os fenômenos trazem, ficamos cegos dentro de uma nuvem de informações (p. 31).

Para Baudrillard (2001), os recursos tecnológicos avançam sem barreiras, de várias formas e maneiras, numa pesquisa infinita e com uma velocidade desmensurada. O embate sentido com o excesso de comunicação nos dias atuais tem se consolidado por meio das incontáveis mensagens trocadas no WhatsApp, Messenger, Instagram, Facebook, Telegram, sendo estes recursos tecnológicos digitais de fácil uso e acesso.

Com esse cariz, o WhatsApp, enquanto aplicativo de mensagens, “tem contribuído com a disseminação de informações, por outro, tem favorecido a presença das chamadas fake news” (SANTOS; MERCADO; GAIA, 2019^a, p. 2). Se tomarmos como exemplo o recente e devastador acontecimento em escala mundial, certamente os anos de 2020/2021 ficarão marcados na história da humanidade como a fase crítica da pandemia de Covid-19. Com a imposição do isolamento social, a utilização do aplicativo WhatsApp foi o grande aliado na ausência dos convívios sociais, substituindo como nunca os contatos pessoais pelos contatos virtuais.

Frente a essa realidade, tornou-se imperativo o uso do pensamento crítico, justificado pelo fato de que esse tipo de pensamento nos conduz a “questionar ativamente não só as conclusões

sobre o que se lê, ouve, e ver¹, mas também as suposições – estejam elas, ocultas, ou às claras” (COHEN, 2017, p. 11). Esse tipo de competência contribui para a capacidade individual que conduz a um estado reflexivo de alerta e atenção quando se lê e pensa sobre as entrelinhas ocultas de toda e qualquer mensagem, sejam elas escritas, figuradas, formais ou em torno do humor.

Sobre o pensamento crítico, sabemos que, como componente de uma cidadania responsável, essa competência propicia aos indivíduos aptidões para lidar com a mudança “contínua dos cada vez mais complexos sistemas que caracterizam o mundo atual” (TENREIRO-VIEIRA; VIEIRA, 2000, p. 15), inclusive na análise reflexiva de mensagens trocadas nas redes sociais. Também é importante considerar que, na conjuntura pandêmica vivenciada, sofreu-se de outro mal definido como infodemia, que nada mais é que “um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa” (OPAS e OMS, 2020, p. 2). A falta dessa competência reforça, uma vez mais, a necessidade de pensar de maneira crítica.

Segundo John Dewey (1997) esse tipo de pensamento consiste numa “apreciação activa, persistente e cuidadosa de uma crença ou forma de conhecimento, à luz dos argumentos que a sustentam e das conclusões para as quais tende” (p. 118). Com esse cariz reforça-se que a finalidade do uso do pensamento crítico na web e, especificamente na rede social WhatsApp, campo de estudo dessa pesquisa “é permitir que todos os indivíduos que acessam as redes tenham a capacidade de analisar não só a veracidade, mas também a qualidade argumentativa dos conteúdos produzidos e compartilhados virtualmente” (SILVA, 2022^a, p. 218).

É nesse contexto que este estudo analisa as partilhas em rede e informações como componentes do fenômeno “da mundialização das ideias, dos conhecimentos, de difusão das experiências, dos êxitos e dos seus fracassos que permite adivinhar a importância que essa livre circulação terá (e já está a ter) na padronização social” (SÁ-CHAVES, 1989, p. 36), sobretudo no seu aspecto modelador de comportamentos e atitudes coletivas.

Destarte, quanto a postura analítica e reconstrução do sentido, o presente estudo “pretende produzir metodicamente sentido social a partir de entrevistas (ou outro material) de pesquisa” (GUERRA, 2008, p. 31) nesse caso específico, o material de pesquisa são os posts partilhados no WhatsApp.

Diante dessa realidade, objetivamos identificar as principais características das mensagens compartilhadas no WhatsApp, envolvendo o tema da pandemia de Covid-19 em busca de respostas para as seguintes questões de investigação: a) Na pandemia, que tema despertou maior interesse de partilha no WhatsApp pelos brasileiros? b) Na questão de sentimento, que temática define o modo como o brasileiro está lidando com a pandemia no momento? c)

1 Grifo nosso.

Observa-se nas mensagens partilhadas alguma competência de pensamento crítico frente à crise pandêmica?

Para responder a esses questionamentos, desenvolvemos uma pesquisa de corpus latente na internet com “a possibilidade de formular questões de investigação já tendo os dados disponíveis” (SOUZA; SOUZA, 2011, p. 3). Neste caso específico, utilizando o Google como motor de pesquisa, buscou-se temas, mensagens/imagens mais compartilhadas no WhatsApp. Os dados obtidos foram categorizados em dois grupos, quais sejam: i) aspectos envolvendo disposições do pensamento crítico, com as seguintes categorias: a) credibilidade da fonte; b) relevância da informação; c) estar bem informado; ii) aspectos levianos das mensagens – categorias: b) desvalorizar a questão pandêmica; b) escarnecer o problema; c) esconder razões.

Em termos metodológicos, este estudo se enquadra numa pesquisa qualitativa de análise temática (AT). O tema gerador da discussão foi a pandemia de Covid-19. A análise temática forneceu o suporte necessário para a obtenção de padrões dos “temas” por meio de um conjunto de dados Braun et al., (2019), incluindo as mensagens disponibilizadas no Google e partilhadas no WhatsApp.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

No âmbito da comunicação instantânea, o WhatsApp tem se consolidado como uma ferramenta poderosa de comunicação que vem atraindo um número espetacular de novos usuários no mundo Kaieski; Grings; Fetter (2015a). Em termos econômicos, uma das grandes vantagens apresentadas pelo uso do aplicativo é o acesso gratuito, o qual contribui de forma considerável para o modo como as pessoas interagem, difundem e alargam as suas redes de amizades e contatos profissionais.

Sobre o WhatsApp, sabe-se que “é um aplicativo multiplataforma que funciona principalmente em smartphones e tablets Android” (NGALEKA; UYS, 2013^a, p. 285)² O aplicativo viabiliza desde a sincronia dos contatos telefônicos às videochamadas, partilhas, divulgação, disseminação de todo e qualquer conteúdo, como fotos, mensagens escritas, PDF e vídeos, tudo a custo zero por chamadas ou compartilhamento. Para isso, basta que o usuário esteja conectado à internet, o que favorece a identificação se as partilhas foram ou não visualizadas. Em 2020, o aplicativo já contava com mais de dois milhões de utilizadores³.

Nesse sentido, é inegável afirmar que “o WhatsApp é um aplicativo que possibilita diferentes formas de comunicação em qualquer tempo e local” (ANDRETTA; BERNARDI; CORDENONSI, 2019, p. 2). Entretanto, a plataforma não deixa de evoluir. No início de 2021, novos recursos foram incrementados para tornar o aplicativo ainda mais atrativo, como a possibilidade de acelerar áudios, associar papel de parede para personalizar cada conversa, apagar mensagens

2 . Tradução nossa.

3 . WhatsApp trava boatos em plena pandemia. Agora é mais difícil partilhar informação falsa com muita gente – ECO (sapo.pt – acesso em 20/06/2022).

que, por engano, foram enviadas e, também, efetuar pagamentos, com o WhatsApp Pay, entre outras⁴.

Entretanto, importa aqui ressaltar que, na web, a profusão de mensagens compartilhadas nem sempre favorece que esse tipo de comportamento ocorra. Nada ou quase nada é questionado e, na maioria das vezes, sucede que as mensagens recebidas são novamente reenviadas sem nenhum questionamento de quem as compartilha, incluindo o critério de credibilidade das fontes, respeito e compromisso com a verdade.

Além do mais, importa salientar que os canais de comunicação disponibilizados na internet consistem em espaços de visibilidade e de riscos, pois, quem opina e compartilha certo tipo de informação na web pode se expor para muitas pessoas, podendo suas opiniões gerarem interpretações diversas, tendo adeptos ou sendo criticado por uma gama de indivíduos Silva (2022b). Nesse sentido, recai um reforço ainda maior quanto ao uso do pensamento crítico e este “dá-se na sintonia entre competências e disposições, sendo as últimas as principais responsáveis por acionar o processo” (CRUZ; DOMINGUEZ; PAYAN-CARREIRA, 2019^a, p. 13). Em outras palavras, não basta só pensar de forma crítica, é necessário agir como um pensador crítico.

Na concepção teórica de (ENNIS; MILLMAN, 1985), o pensamento crítico “é uma forma de pensamento racional, reflexivo, focado no decidir em que acreditar ou o que fazer” (TENREIRO-VIEIRA e VIEIRA, 2000, p. 27). Esses últimos autores reforçam que o pensamento crítico também nos possibilita um distanciamento de afirmações feitas de forma simplista, acrítica e aceitável por outros Vieira; Tenreiro-Vieira (2014). Tais competências nos impulsionam a ser e agir deliberadamente sobre as nossas escolhas e conclusões.

Entretanto, quando passamos a nos posicionar a favor do uso do pensamento crítico, “como uma nova maneira de pensar, julgar e decidir sobre nossas ações, as ações de outras pessoas, sobre o mundo, parece que estamos incorporando um modismo atual” (MEDEIROS; VIEIRA; SOUZA, 2021, p. 42), não sendo apenas uma expressão da moda. O pensamento crítico já vem sendo alvo de estudos e pesquisas há mais de três décadas.

Com o objetivo de clarificar um pouco mais os conhecimentos acerca dessa temática, apresentamos a seguir, no quadro 1, algumas definições de pensamento crítico apoiadas por diferentes autores.

Quadro 1. Definições de Pensamento Crítico para diferentes autores

4 . Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2022/01/01/internet-e-redes-sociais/relembre-10-novidades-lancadas-para-o-whatsapp-em-2021/> Acesso em: 24 jun. 2022.

Definições	Autores
- Active, persistent, and careful consideration of belief or supposed form of knowledge in the light of grounds which support it and the further conclusions to which it stands (Jonh Dewey, 1909).	(FISHER, 2001);
- É um pensamento razoável, reflexivo e focado em decidir em que acreditar ou fazer.	(NORRIS; ENNIS, 1989);
O uso de habilidades ou estratégias que aumentam a probabilidade de um desejável resultado cognitivo.	(HALPERN, 2014);
Um processo complexo de deliberação que envolve uma ampla gama de atitudes e habilidades.	(COTTRELL, 2005);
O uso do nosso pensamento racional e ponderado para obtermos melhores resultados nas atividades que desenvolvemos no mundo.	(NAVEGA, 2005);
A arte de analisar e avaliar o pensamento, com vista a melhorá-lo.	(PAUL; ELDER, 2006).

Fonte: (MEDEIROS, SOUZA e VIEIRA, 2021)

Na mesma orientação da concepção, também podemos entender o pensamento crítico como um “pensamento criterioso, monitorizado e contextualizado, sustentado na predisposição e competência para chegar a um objetivo pretendido (resultado, solução, decisão) numa determinada situação” (CRUZ; DOMINGUEZ; PAYAN-CARRERA, 2019b, p. 8).

Não pretendendo esgotar totalmente o tema, concordamos com Cohen (2017) ao afirmar que o pensamento crítico é “uma habilidade que permite, por exemplo, distinguir o certo do errado, escolher a melhor política de negócios e construir um convincente modo de agir” (p. 17).

3. METODOLOGIA

Atempadamente realizou-se uma procura mais geral no (Google Acadêmico) em busca de pesquisas anteriores que utilizaram o WhatsApp como campo de estudo. A partir daí, com as leituras do material apresentado percebeu-se o potencial da rede social em áreas distintas, tais como: Uma análise de conversas no WhatsApp; Análise sobre interações no WhatsApp; WhatsApp no contexto educacional; WhatsApp como ferramenta de à Fake Science; Possibilidades Pedagógicas de utilização do WhatsApp; el impacto de la COVID-19 en la comunicación por WhatsApp, entre outros, (ANDRETTA; BERNARDI; CORDENONSI, 2019b; CARMONA; VAQUERA, 2020; KAIESKI; GRINGS; FETTER, 2015b; NGALEKA; UYS, 2013b; SANTOS; MERCADO; GAIA, 2019b; SOUZA; ARAÚJO; PAULA, 2015).

Nesse sentido, e acompanhando alguns estudos anteriores, no campo de estudo, a massa crítica de análise incidiu sobre uma coletânea de temas e imagens disponibilizadas no Google. A busca foi direcionada para os seguintes tópicos: a) temas mais abordados ou imagens compartilhadas em grupos do WhatsApp no ano de 2020, no Brasil; b) memes compartilhados na pandemia (Covid-19) no WhatsApp, no ano de 2020; e c) Covid-19 imagens/mensagens orientadoras, compartilhadas no WhatsApp em 2020.

A referida pesquisa decorreu entre os dias 20 e 28 de junho de 2020. Para a seleção das imagens/memes e temas foram considerados fatores de inclusão e exclusão, os quais estão dispostos no quadro 2.

Quadro 2. Critérios de inclusão e exclusão

a) Temas mais abordados ou imagens compartilhadas em grupos de WhatsApp no ano de 2020 no Brasil	
Critérios de Inclusão	Critérios de Exclusão
- Apenas pesquisa realizada no Google.com.br	- Qualquer outro site/motor de busca
b) Memes compartilhados na pandemia de Covid-19 no WhatsApp em 2020	
Critérios de Inclusão	Critérios de Exclusão
- Apenas pesquisa realizada no Google.com.br com o tema da busca: WhatsApp Humor e Pandemia 2020	- Qualquer outro site/motor de busca
c) Covid-19 imagens/mensagens orientadoras compartilhadas no WhatsApp em 2020.	
Critérios de Inclusão	Critérios de Exclusão
- Apenas imagens/mensagens que tinham como fonte o SUS – Serviço Único de Saúde.	Qualquer outro site/motor de busca

Fonte: Autora

No tocante à abordagem metodológica, este estudo se enquadra em uma pesquisa qualitativa de análise temática ou, simplesmente, (AT), que “é um método de análise qualitativa de dados para identificar, analisar, interpretar e relatar padrões (temas) a partir de dados qualitativos” (SOUZA, 2019, p. 52). Esse método de análise visa, principalmente, compor e relatar detalhadamente um banco de dados coletados em uma pesquisa, a fim de produzir uma análise interpretativa dos mesmos.

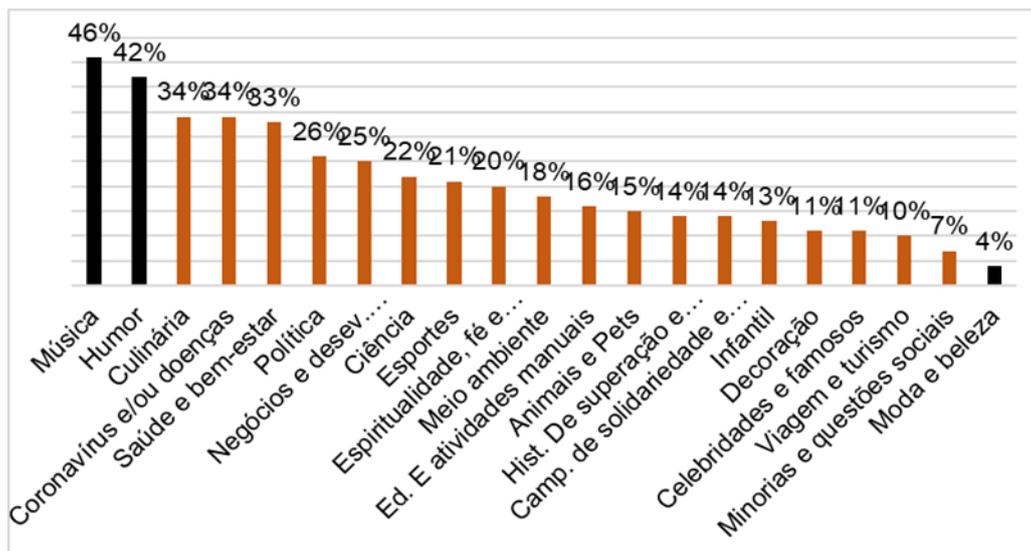
No que concerne à técnica de análise, este estudo foi conduzido a partir da análise de conteúdo, que é “um dos procedimentos clássicos de análise do material escrito, independente da sua origem – que vai desde dados de entrevistas até aos produtos dos media” (FLICK e PARREIRA, 2005). Esse modelo de técnica tem como principal característica a utilização de categorias de análise, sendo que algumas destas derivam de modelos teóricos.

4. RESULTADOS:

Numa pesquisa de escolha de temáticas audiovisuais online foi proposta a seguinte questão aos brasileiros: [TOP3] Pensando na pandemia de COVID-19/Coronavírus, qual o principal sentimento que define como você tem lidado com esse momento? Com este questionamento, buscamos entender como os participantes da pesquisa estão reagindo ao contexto e às

emoções negativas causadas pela crise pandêmica⁵. Na referida investigação, incluímos essas temáticas para consumo em qualquer formato de conteúdo: vídeo, texto, áudio. Os resultados obtidos estão disponibilizados no gráfico a seguir, em termos percentuais.

Gráfico 1. Temática que define o principal sentimento sobre como você tem lidado com a pandemia no momento

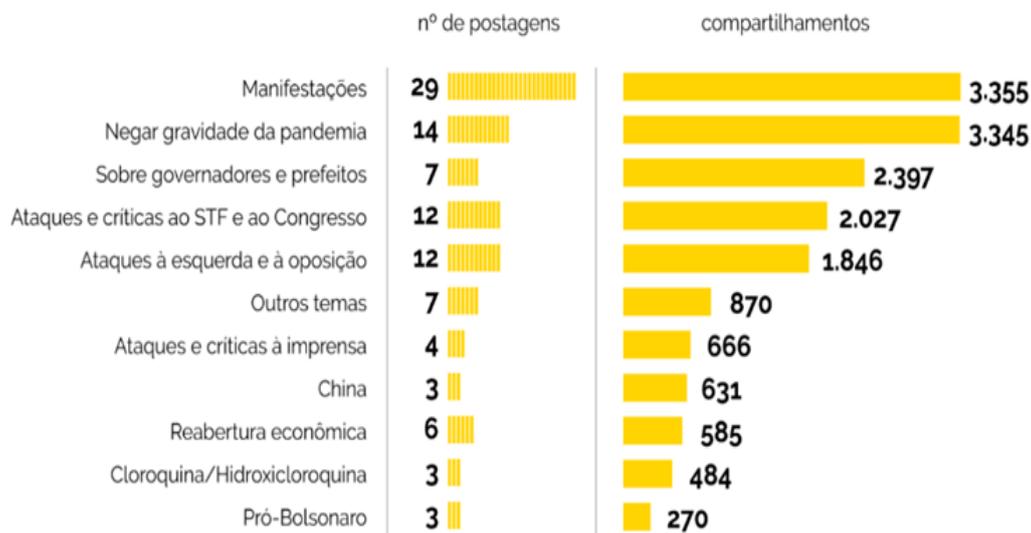


Fonte: adaptação Pesquisa Globo COVID19 - Semana 7 - campo de 30 de abril a 3 de maio - ABC16+ - painel online

Na representação do gráfico 1, observamos que a música, com 46% de sinalização, e o humor, com 42%, foram as temáticas que mais definiram o sentimento dos brasileiros em relação à situação pandêmica de Covid-19. Em contrapartida, a questão moda e beleza ocupou apenas 4% desse sentimento no mesmo período, indo de encontro à premissa de que “nenhuma geração sentiu tão grande obsessão pelo visual como a nossa. Rendemo-nos ao visível e é com dificuldade que conseguimos libertar-nos do poder das imagens” (INERARITY, 2009, p. 50). Evidenciamos um sentimento de desinteresse pela falta de visibilidade da imagem pessoal, gerada pelo confinamento.

Gráfico 2. Temas mais abordados nas imagens mais compartilhadas em grupos do WhatsApp no Brasil em 2020

5 . Fonte: Pesquisa Globo COVID19 - Semana 7 - campo de 30 de abril a 3 de maio -ABC16+ - painel online. Disponível em: <https://gente.globo.com/as-emocoes-e-tematicas-de-conteudo-em-tempos-de-covid-19/> Acesso em: 27 jul. 2022.



Fonte: <https://apublica.org/2020/07/sete-das-dez-imagens-mais-compartilhadas-em-grupos-de-whatsapp-durante-a-pandemia-sao-falsas/> - acesso em 25/06/2022

Na representação do gráfico 2 é possível observar que cinco temas se destacaram como os mais abordados, como também obtiveram maior número de compartilhamento em grupos do WhatsApp no Brasil, no ano de 2020. Nesse contexto, a manifestação política surge em 1º lugar, com 29 postagens e 3.355 partilhas; na sequência, em 2º lugar, as postagens em que se nega a gravidade da crise pandêmica, com 14 postagens e 3.345 compartilhamentos; em 3º lugar surgem as postagens sobre governadores e prefeitos com apenas 7 presenças e 2.397 compartilhamentos. De forma idêntica, em termos de postagens, surgem os temas ataques e críticas ao STF e ao Congresso com 12 e, também, com 12 posts os ataques à esquerda e à oposição. Ressaltamos que, para o STF e Congresso, obtivemos 2.027 compartilhamentos e para os ataques à esquerda 1.846.

De forma análoga, mas com um motor de busca voltado para as imagens (memes) compartilhadas no WhatsApp durante o período pandêmico de 2020 no Brasil, identificamos o que as mensagens/memes compartilhadas/os pretendiam transmitir numa época em que escolas, comércios, academias de ginásticas, lazer, como cinemas, teatros, shows e centro comerciais, se renderam ao confinamento. O resultado dessa busca pode ser visualizado no quadro 3 a seguir.

Quadro 3. Memes compartilhados no WhatsApp 2020 - Pandemia Covid-19 – Brasil



Fonte: https://www.google.com.br/search?q=memes+compartilhados+da+pandemia+no+Brasil+whatsapp+em+2020&tbm=isch&ved=2ahUKEwjprLzdmM74AhXrylUKHW8TB1kQ2cCegQIABAA&oq=memes+compartilhados+da+pandemia+no+Brasil+whatsapp+em+2020&gs_lcp=CgNpbWcQDFD4KFj6OGDHTGgAcAB4AIABowGIAfUGkgEDMy41mAEAoAEBqgELZ

Percebemos no quadro 3 que os memes compartilhados em 2020, de uma forma geral, reforçam o resultado apresentado no gráfico 2, quando as postagens indicavam a negação da gravidade da crise pandêmica com 14 presenças e 3.345 compartilhamentos. Frente a essa realidade, é também possível observar que o brasileiro não invocou qualquer questionamento na reflexão do que publicou e compartilhou, uma vez que a “sociedade que esquece a arte de questionar ou deixa que essa arte caia em desuso, não pode esperar encontrar respostas para os problemas que a afligem” (BAUMAN, 2000, p. 14).

No referido quadro, as imagens giram em torno da desvalorização da crise pandêmica, pois estas refletem brincadeiras e humor em torno de uma problemática de saúde pública.

Com outro direcionamento de busca, investimos no entendimento sobre como o Serviço Único de Saúde – (SUS) atuou com a disponibilização de mensagens/imagens informativas/esclarecedoras sobre a gravidade da crise pandêmica e no combate à Covid-19 no país.

Quadro 4. Mensagens/imagens disponibilizadas pelo SUS e compartilhadas no Brasil

De forma peculiar, as mensagens/imagens disponibilizadas pelo SUS, no quadro 4, e que foram compartilhadas nas redes sociais em 2020, abrangem a atuação do sistema, serviços disponíveis à população, possibilidade de fraudes e a situação do SUS em relação ao número de contágios e à queda nas ocupações de leitos hospitalares. Não foi encontrada nessas mensagens/imagens nenhuma orientação sobre sintomas e alerta para necessidades de acompanhamento médico profissional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dado o exposto, identificamos que a música acalentou o sentimento dos brasileiros na forma como estes lidavam com a situação pandêmica. Nesse sentido, é possível inferir que, numa situação de confinamento, crítica e complexa, por questões de saúde pública, a música constituiu o sentimento para o refúgio dos brasileiros no ano de 2020. Contradizendo com a postura de um pensador crítico que busca respostas para soluções de problemas, ou seja, a música se constituiu como refúgio e adaptação à situação.

Por outro lado, os temas mais abordados no período sinalizaram que as manifestações públicas em torno das políticas alcançaram maior visibilidade, tanto no que tange às publicações, quanto aos compartilhamentos. Entretanto, de forma inusitada, a negação da gravidade pandêmica atingiu quase o mesmo patamar em número de compartilhamentos apresentado para as manifestações, ou seja, para as manifestações, obteve-se 3.355 compartilhamentos, e para negar a gravidade pandêmica 3.345.

Relativamente aos memes/imagens compartilhados/as no WhatsApp, também é possível concluir que, em 2020, o humor, representado por memes, corroborou com uma postura de desvalorização da pandemia. Tanto o humor quanto as brincadeiras negacionistas permearam as publicações compartilhadas nas redes de amizades.

Nesse mesmo seguimento, observamos que o SUS se limitou a divulgar mensagens que atendiam aos critérios de serviços prestados à comunidade pelo serviço de saúde. Não foram encontradas mensagens, nem imagens que alertassem para sintomas ou ocorrências em que o cidadão deveria buscar ajuda nos serviços públicos de saúde.

Frente aos resultados obtidos nesse estudo, percebeu-se no período pandêmico da COVID-19, uma evidente ausência de competências e disposição do pensamento crítico nas publicações e partilhas observadas na rede social WhatsApp. Não foram distinguidos encadeamento de raciocínios complexos, ideias relevantes, autorreflexão e o exercício de uma cidadania responsável como questionamento dos argumentos, atributos necessário a qualquer pensador crítico.

Destarte, o estudo demonstrou que, em 2020, sobrou humor e interesse pelas manifestações públicas, mas faltou ao povo brasileiro a busca por informação, questionamentos, reflexão, posicionamento crítico, a atuação de um pensador crítico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRETTA, T.; BERNARDI, G.; CORDENONSI, A. Z. Whatsapp no contexto educacional: uma revisão sistemática de literatura. *RENOTE - Revista Novas Tecnologias na Educação*, v. 17 n. 1, p. 365– 374, 2019.

BAUDRILLARD, J. *A Ilusão Vital*. Tradução: Luciano Tiago. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

BAUMAN, Z. *Em Busca da Política*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

BRAUN, V. et al. Thematic Analysis. Em: P., L. (Ed.). *Handbook of Research Methods in Health Social Sciences*. Singapore: Springer, 2019. p. 843–860.

CARMONA, M. DEL M. R.; VAQUERA, M. L. C. Pandemia y posverdad: el impacto de la COVID-19 en la comunicación por WhatsApp. *Revista Prisma Social*, v. n.31 4o Tr, p. 110–154, 2020.

COHEN, M. *Habilidades de Pensamento Crítico para Leigos*. 1a ed. Rio de Janeiro - RJ: Alta Books, 2017.

COTTRELL, S. *Critical Thinking Skills: Developing effective analysis and argument*. New York: Palgrave Macmillan, 2005.

CRUZ, G.; DOMINGUEZ, C.; PAYAN-CARREIRA, R. A importância e o desafio de educar para o pensamento crítico no sex. XXI. Em: LOPES, J. P. et al. (Eds.). *EDUCAR PARA O PENSAMENTO NA SALA DE AULA: PLANIFICAÇÃO ESTRATÉGIAS E AVALIAÇÃO*. 1a. ed. Lisboa: Factor, 2019. p. 1–22.

ENNIS, R. H.; MILLMAN, J. *Cornell Critical Thinking Test Level X*. 3a. ed. [s.l.] Critical Thinking Company, 1985.

FISHER, A. *Critical Thinking and introduction*. v. 44, n. 13, p. 17, 2001.

FLICK, U.; PARREIRA, A. M. *Métodos qualitativos na investigação científica*. 1a ed. Lisboa: Monitor, 2005.

GUERRA, I. C. *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo: Sentidos e formas de uso*. Reimpressão ed. Parede: Princípia, 2008.

HALPERN, D. F. *THOUGHT AND KNOWLEDGE An Introduction to Critical Thinking*. 5a. ed. London: Psychology Press, 2014.

INNERARITY, D.; RUAS, M. *A sociedade invisível: Como observar e interpretar as transformações do mundo actual*. Lisboa: Teorema, 2009.

JOHN DEWEY. *How We Think*. Edição Revisada ed. Ney York: Dover Publication, 1997.

KAIESKI, N.; GRINGS, J. A.; FETTER, S. A. UM ESTUDO SOBRE AS POSSIBILIDADES PEDAGÓGICAS DE UTILIZAÇÃO DO WHATSAPP. *UFRGS*, v. 13 n. 2, p. 1–10, 2015.

MEDEIROS, R. M. DE; VIEIRA, R. M.; SOUZA, F. N. DE. *Ensino ativo na promoção do pensamento crítico: aprendizagem docente em contextos online*. [s.l.] UA - Universidade de Aveiro, 2021.

MILTNER, K. M. Internet Memes. Em: BURGESS, J.; MARWICK, A.; POELL, T. (Eds.). The SAGE handbook of social media. 1a ed. London: SAGE Publications Ltd., 2018. p. 412–428.

MORIN, E.; HARVEY, V. A. Para sair do século XX. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

NAVEGA, S. Pensamento Crítico e Argumentação Sólida: vença suas batalhas com a força das palavras. 1a ed. São Paulo: Publicação Intelliwise, 2005.

NGALEKA, A.; UYS, W. m-Learning With WhatsApp: A conversation Analysis. ResearchGate. Anais...2013.

NORRIS, S. P.; ENNIS, R. H. Evaluating Critical Thinking (Practitioners' Guide to Teaching). 1a. ed. EUA: Midweat Publications, 1989.

OPAS; OMS. Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19: FERRAMENTAS DE CONHECIMENTO |KIT DE FERRAMENTAS DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL. Disponível em: <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=16>. Acesso em: 23 jun. 2022.

PAUL, R.; ELDER, L. 27Th International Conference on Critical Thinking. (T. F. of C. Thinking, Ed.)The Miniature Guide to Critical Thinking Concepts & Tools. Anais...California: University of California at Berkeley, 2006.

SÁ-CHAVES, I. Professores eixos de mudança: O pensamento pedagógico na post-modernidade. Aveiro: Estante, 1989.

SANTOS, E. B. A. DOS; MERCADO, L. P. L.; GAIA, R. V. O WHATSAPP COMO FERRAMENTA DE COMBATE À FAKE SCIENCE. II Encontro Regional Norte-Nordeste da ABCiber. Anais...Aracaju - SE: UNIT, 2019b. Disponível em: <<https://eventos.set.edu.br/abciber/article/view/12246>>

SILVA, J. A. DA. Desenvolvimento do pensamento crítico na web: a tecnologia como forte aliada para o aprendizado. Em: COSTA, M. A. B. et al. (Eds.). Educação e tecnologia: usos e possibilidades para o ensino e a aprendizagem. Livro Digi ed. [s.l.] AYAEditor, 2022a. p. 216–221.

SOUZA, F. N. DE; SOUZA, D. N. DE. Formular Questões de Investigação no Contexto do Corpus Latente na Internet. INTERNET LATENT CORPUS JOURNAL, v. 2 n.1, p. 2–5, 2011.

SOUZA, L. K. DE. Pesquisa com análise qualitativa de dados: conhecendo a Análise Temática. Periódicos Eletrônicos em Psicologia, v. 71 no 2, p. 51–67, 2019.

SOUZA, J. L. DE A.; ARAÚJO, D. C. DE; PAULA, D. A. DE. Mídia social WhatsApp: uma análise sobre as interações sociais. Revista Alterjor, v. 11(1), p. 131–165, 2015.

TENREIRO-VIEIRA, C.; VIEIRA, R. M. Promover o pensamento crítico dos alunos: propostas concretas para a sala de aula. Porto: Porto Editora, 2000.

VIEIRA, R. M. Ciência-Tecnologia-Sociedade com Pensamento Crítico na Educação em Ciência desde os Primeiros anos de Escolaridade. Revista Ciências & Ideias, p. 161–172, 2021.

VIEIRA, R. M.; TENREIRO-VIEIRA, C. Investigação sobre o Pensamento Crítico na Educação: Contributos para a Didática da. Em: VIEIRA, R. M. et al. (Eds.). Pensamento Crítico na Educação: Perspectivas atuais no panorama internacional. Aveiro - PT: UA Editora, 2014. p. 41–55.

SOBRE O AUTOR/ A AUTORA:

Possui graduação em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, extensão universitária em Fine Arts and Science pela UIUC, EUA, através de bolsa do Convênio PUC-RJ e University of Illinois, MBA em Marketing pela PUC-RJ, mestrado e doutorado em Psicologia Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro com bolsa do CNPq. Atualmente, faz formação em Psicanálise pelo Círculo