

ARTICOLO ORIGINALE

DENDASCK, Carla Viana ^[1], OLIVEIRA, Euzébio de ^[2]

DENDASCK, Carla Viana. OLIVEIRA, Euzébio de. Interazioni culturali e biopolitiche in tempi pandemici: Strategie di azione e interessi degli utenti youtube nel periodo da marzo a giugno 2020. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Anno 05, Ed. 08, Vol. 16, pp. 38-47. agosto 2020. ISSN: 2448-0959, Collegamento di accesso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/comunicazione-it/culturali-e-biopolitiche>, DOI: 10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/comunicazione-it/culturali-e-biopolitiche

Contents

- RIEPILOGO
- INTRODUZIONE
- BREVI CONSIDERAZIONI SULLA PANDEMIA/COMUNICAZIONE E LE BIOPOLICIE DI CONTROLLO
- YOUTUBE COME FORMA DI MANIFESTAZIONE DI INTERESSI
- CONSIDERAZIONI FINALI
- RIFERIMENTI

RIEPILOGO

Questo articolo, realizzato nell'ambito dell'adempimento delle discipline del Programma di Dottorato in Comunicazione e Semiotica tenutosi presso la Pontificia Università Cattolica di San Paolo, si propone di riflettere sulle interazioni culturali e biopolitiche adottate nel bel mezzo dell'epidemia di Covid-19 in Brasile tra marzo e giugno 2020. Per questo, abbiamo utilizzato l'analisi dei 50 canali più accessibili su Youtube negli ultimi 4 mesi, indagando se e come gli utenti manifestano i loro comportamenti e interessi attraverso le rispettive ricerche su questi media. Attraverso questi risultati, è stata effettuata una breve analisi sull'efficacia delle politiche attuate e sulle loro possibili conseguenze.

Parole chiave: Pandemia, cultura e interazioni biopolitiche, Youtube.

INTRODUZIONE

Da quando i media tecnici hanno iniziato a esprimere le manifestazioni di culture, interessi e tendenze collettive, certamente, la società non aveva incontrato una crisi causata dall'annuncio dello stato di pandemia, realizzato dall'Organizzazione Mondiale della Sanità nel marzo 2020, derivante dal nuovo COVID-19, con raccomandazione di isolamento sociale, che ha rimodellato le routine delle città, portando centinaia di migliaia di persone a utilizzare i propri dispositivi tecnologici (smartphone, notebook, computer) come mezzo di comunicazione prioritario, sia nella routine lavorativa, negli studi, nella socializzazione, tra gli altri.

Nonostante questo stato sia stato segnalato come caotico, non si può negare che questo contesto abbia creato un ambiente di riflessioni profonde, oltre ad aprire le porte a un fertile campo di studi in tutti i settori, specialmente nel campo della comunicazione. Si comprende anche l'esistenza di un'estensione di luoghi e spazi, quelli che inizialmente erano delimitati e discussi come luoghi fissi e spazi aperti, pubblici e privati, prendono dimensioni complesse. Anche se siamo d'accordo con Belting (2009, p.81) che gli spazi hanno le caratteristiche di essere organizzati in modo eterogeneo e discontinuo, nel cyberspazio creato dallo scenario pandemico, che prima trascendeva queste dimensioni, hanno poi iniziato a lavorare in una sfera di spostamento e comprensione del tempo e dello spazio, poiché i loro limiti abbattere le barriere fisiche e iniziare a manifestarsi all'interno di un'ambiguità, a volte contraddittoria, contribuendo talvolta a nuovi modi di vivere, pensare, organizzare, lavorare, celebrare, sentire, relazionarsi, tra gli altri.

Durante le lezioni del Dottorato di Ricerca in Comunicazione Semiotica presso la Pontificia Università Cattolica di San Paolo, in questo primo semestre del 2020, il campo della riflessione e degli studi non ha preso le distanze da questo contesto presentato. In primo luogo a causa della necessità di un rapido adattamento delle routine, soprattutto nei cambiamenti degli ambienti faccia a faccia all'ambiente online, sia da parte degli studenti che hanno sperimentato adattamenti di nuove routine di studio, sia degli insegnanti che hanno dovuto imparare un nuovo sistema di comunicazione, un sistema che obbedisce a determinati processi e linguaggi propri. C'è anche lo scenario di insegnare la classe stessa, dove sia gli insegnanti che gli studenti hanno dovuto adattarsi a nuovi formati di interazioni durante le lezioni. Questo contesto ha certamente causato il senso iniziale di allontanamento.

Successivamente, non si può dire che tutti i testi, sebbene siano stati precedentemente scelti per questo stato pandemico, siano serviti come contributo per approfondire le riflessioni contemporanee, quasi come se fossero state previste. Forse perché le aree di studio e i temi affrontati dalla comunicazione hanno questo potere senza tempo, o, forse, per la padronanza degli insegnanti nell'appropriarsi dei temi e nel portare riflessioni ai giorni nostri. Più che mai si è capito che senza mezzi tecnici non è possibile parlare nella comunicazione come scienza, quindi è stato dimostrato che la tecnologia è fondamentale per la sopravvivenza della comunicazione come area della conoscenza.

Questi contributi hanno reso le raccolte mensili dei 50 canali più accessibili su Youtube che vengono svolte nell'ambito delle indagini della tesi finale, nonché l'analisi delle loro strategie di comunicazione che si sono dimettute nella misura in cui le classi e i testi lavorati stavano dimostrando nuove modalità di manifestazioni e possibilità di comprensione degli interessi degli utenti.

Ricordiamoci che l'interesse per la piattaforma Youtube è dovuto soprattutto al fatto che, su questa piattaforma, l'utente "sceglie" ciò che vuole guardare, a differenza di altri media, come la televisione che esegue la programmazione sulla base di altre strategie. Sulla piattaforma youtube, la velocità di comunicazione, la democratizzazione dei produttori di contenuti in diversi formati, la pluralità del pubblico, le forme di interazione e le azioni per emergere nella misura "a ciò che viene scelto" rendono questa piattaforma in grado di esprimere gli interessi di una parte significativa della società contemporanea, sia per nicchia che nel collettivo.

Così, questo materiale è stato organizzato in due momenti: il primo facendo una breve allusione sulla pandemia, su come sono state attuate le politiche e sulla creazione di una comunicazione di panico e paura da parte dei principali media in Brasile. Nel secondo momento, abbiamo dimostrato come questo si riflettesse nelle ricerche dei social network, soprattutto su youtube. Infine, quelle conclusive fanno alcune riflessioni su alcuni aspetti che coinvolgono gli interessi e le strategie che vengono assorbiti dagli utenti di questa rete.

BREVI CONSIDERAZIONI SULLA PANDEMIA/COMUNICAZIONE E LE BIOPOLICIE DI CONTROLLO

Il coronavirus è una specie di virus mutante nota agli studiosi dagli anni '70. Tuttavia, la variazione nota come COVID-19 o SARS-CoV-2 è stata scoperta nella seconda metà del 2019 a Wuhan, in Cina. Ciò che ha portato l'Organizzazione Mondiale della Sanità a considerare questo virus come pandemia è il suo alto potere di propagazione e la capacità di progredire verso la polmonite acuta, considerata ad alto rischio di morbilità e mortalità per alcuni gruppi di individui (SILVA et. al. 2020).

L'ignoranza sulla sua origine, le sue variabili evolutive e le sue conseguenze portarono le autorità di tutto il mondo ad adottare un discorso omogeneo e ad adottare severe misure restrittive, portando la popolazione a una situazione di panico. La società, dai leader ai piccoli gruppi, ha subito evidenziato l'incapacità emotiva di affrontare la paura, con impotenza attraverso la vita, adottando misure che Agamben (2020) ha definito frenetiche e irrazionali, senza studi multidisciplinari come conseguenze, adottando un discorso "per la vita" che ha finito per portare a centinaia di altri problemi socioeconomici, così come la salute pubblica, come depressione, ansia, suicidio, obesità, tra gli altri.

Secondo Agamben (2009, p.50), "più dispositivi diffondono e diffondono il loro potere in ogni regno della vita, più il governo si trova di fronte a un elemento [...] incomprensibile". Nel processo pandemico, i soggetti erano alla mercé delle biopolitiche governative, furono implementati dispositivi di controllo e presto videro l'installazione di varie forme di altre crisi, come la crisi economica, la crisi tra poteri.

Nella società contemporanea, tali dispositivi, pur agendo in modo impetuoso e diretto, sono anche in grado di portare gli sviluppi oltre la comprensione delle tendenze, che finiscono per essere responsabili delle nuove forme di biopolitica. Sul COVID-19, Agamben (2020) ha sottolineato che la paura, la paura di infettare e infettare gli altri hanno portato le biopolitiche di restrizione della libertà ad essere approvate, anche senza molte discussioni sulle sue conseguenze, da gran parte della popolazione mondiale. Le autorità mondiali e i media si sono riuniti per diffondere il senso di panico, affermando la crescente tendenza dello stato di eccezione che in questo caso ha permesso a una sorta di "militarizzazione" di fare ciò che significa con un'intera società da parte di coloro che hanno potere.

Per un istante ha dimenticato la “molteplicità dei drammi sociali” per guardare a un solo problema, solo un focus, e per suo conto, accettare una dittatura velata, e in un certo senso, sostenuta da vari spettatori, utilizzando tecniche biopolitiche.

Secondo Lazzarato (2006, p.81): “Le tecniche che la biopolitica è rivolta alla vita, sono dirette all’essere vivente come appartenente alla specie umana. Mirano a regolare la vita colpita da malattie, disoccupazione, vecchiaia, morte.

Il grande problema è che questa azione di controllo ha portato a una crisi sociale di pensiero, posizioni polarizzate che hanno ridotto il vero problema pandemico a posizioni e condizioni personali, impedendo alle persone di agire o pensare collettivamente, tuttavia, usando termini come “in nome della vita” i gruppi sono stati divisi, e i leader degli statisti hanno usato questi scenari per fare politiche e biopolitiche di controllo che hanno agito sul principio e sul diritto di libertà , utilizzando diversi gruppi di interesse, oltre ad appropriarsi di queste condizioni in modo che le politiche pubbliche di emergenza consentano l’assenza di offerte, guidando uno scenario per un’altra crisi, la “corruzione”.

Tra marzo e maggio, la televisione aperta ha creato un clima di panico e sospeso la normale programmazione per enfatizzare in modo esaustivo la pandemia. Quella che dovrebbe essere l’informazione è diventata anche uno scenario politico e ha creato una sorta di vuoto tra le azioni e le condotte necessarie e quelle svolte, sottolineando lo stampaggio dei corpi, ma ora in modo ambiguo. La società di controllo ha sperimentato il suo discontrollo, cioè l’informazione e i progressi tecnologici continuano, ma cosa fare con queste informazioni per produrre biopolitiche affermative in tempi di crisi se c’è una crisi esistenziale della paura? Questa risposta sembra ancora non essere stata incorporata nemmeno dalla società, né dai suoi leader. Tuttavia, alcuni indizi su questi sviluppi possono essere trovati attraverso le manifestazioni di interesse secondo le ricerche sui social network, come dimostreremo nella sequenza di questo studio.

YOUTUBE COME FORMA DI MANIFESTAZIONE DI INTERESSI

Come accennato in precedenza, per raccogliere i dati della tesi di dottorato, vengono studiati i 50 canali più accessibili di Youtube e le strategie utilizzate da questi canali nella creazione

Interazioni culturali e biopolitiche in tempi pandemici: strategie di azione e interessi degli utenti youtube nel periodo da marzo a giugno 2020

di contenuti per raggiungere i rispettivi utenti. Dopo marzo 2020, il periodo che ha iniziato la quarantena, abbiamo osservato la creazione di tendenze che prima non esistevano, come la prevalenza della vita dei cantanti, l'interesse legato al COVID-19 nei primi due mesi e il forte disinteresse dopo il mese di maggio. D'altro canto, è stato anche dimostrato l'uso di questa piattaforma nel settore dell'istruzione da parte di alcuni Stati, portando a un maggiore accesso da parte del pubblico dei bambini e dei giovani. In questo periodo, Youtube ha rivisto le sue politiche interne e ha deciso di non monetizzare i canali diretti a questo pubblico, e c'è stato poi un calo nella produzione di contenuti diretti a questa fascia d'età. Di seguito è riportata la tabella dei 50 video dei canali più accessibili di Youtube.

Tabella 1- 50 video più accessibili

Categoria	Marzo		Aprile		Maggio		Giugno	
	Quant	%	Quant	%	importo	%	Quant	%
COVID	6	12%	4	8%	2	4%	0	0%
Vivere	0	0	1	2%	15	30%	22	44%
Musica	6	12%	8	16%	4	8%	0	0%
BBB	3	6%	3	6%	0	0%	0	0%
Commento al film	3	6%	2	4%	0	0%	0	0%
"Vlogueiros" - Dimostrazione di routine	6	12%	3	6%	3	6%	5	10%
Cultura dell'Asia orientale	1	2%	1	2%	1	2%	4	8%
Esercizi fisici	3	6%	1	2%	2	4%	0	0%
Commenti sulla bellezza estetica	1	2%	0	0%	1	2%	1	2%
Aimentazione	6	12%	4	8%	4	8%	1	2%
Vangelo/ Religiosi	2	4%	2	4%	3	6%	1	2%
Canali attori famosi - TV	4	8%	3	6%	1	2%	0	0%
Sport	2	4%	1	2%	1	2%	2	4%
Auto	1	2%	1	2%	0	0%	1	2%
Computer/ Computer	0	0	3	6%	0	0%	1	2%
Gioco	3	6%	3	6%	2	4%	5	10%
Commedia/Umorismo	1	2%	1	2%	1	2%	4	8%
Scienza e istruzione	2	4%	4	8%	3	6%	2	4%
Casa, Decorazione e Giardino	0	0	0	0%	0	0%	1	2%

Interazioni culturali e biopolitiche in tempi pandemici: strategie di azione e interessi degli utenti youtube nel periodo da marzo a giugno 2020

Oroscopo	0	0%	2	4%	0	0%	0	0%
Imprese/Imprenditorialità	0	0%	3	6%	3	6%	0	0%
Pettegolezzo	0	0%	0	0%	3	6%	0	0%
Totale	50	100%	50	100%	50	100%	50	100

Fonte: Proprio

Nella tabella precedente, è possibile percepire alcuni sviluppi del contesto pandemico attraverso gli interessi degli utenti. A marzo, quando è stata creata la politica di isolamento e c'era ancora molta ignoranza del virus, i canali che hanno affrontato il Covid-19 si sono distinguono tra i più accessibili del canale (12%) dei 50 canali più accessibili. Anche durante i primi due mesi (marzo e aprile) uno dei canali più accessibili aveva un contesto di terrore pandemico e previsione apocalittica del virus. Tuttavia, con il passare dei mesi, l'interesse degli utenti stava regredendo fino a quando, questo giugno, l'interesse per il tema non ha raggiunto i 50 video giornalieri più visti.

D'altra parte, la creazione di *lives* e la loro rappresentatività nell'accesso e nell'interesse degli utenti, raggiungendo la percentuale del 44% (tra i 50 video) dei video più accessibili, dimostrano che questi utenti sono desiderosi di intrattenimento, in particolare quegli eventi che portano l'immagine / memoria degli eventi sociali.

Si noti inoltre che, all'inizio della pandemia, gli interessi erano più polverizzati, vi era un grande interesse per la pratica dell'esercizio fisico a casa, commentando film e intrattenimento. Tuttavia, con il passare dei mesi, questi interessi stavano diminuendo. Allo stesso modo, i canali dei famosi, che hanno iniziato ad avere una partecipazione ai contenuti e, che di conseguenza hanno promosso un formato di accessibilità pertinente, con il passare dei mesi sembrano aver diminuito il loro interesse per la produzione di questo tipo di contenuti.

Già ad aprile, quando cominciarono ad essere evidenti le prime tracce di crisi economica, soprattutto con la chiusura dei mestieri, i canali dell'imprenditorialità e delle imprese avevano una domanda elevata che, poco dopo, cessò di suscitare interesse.

Esistono alcuni tipi di canali che mantengono il loro livello di domanda e produzione di contenuti, presentando una certa costanza percentuale nei mesi, tra cui: Cucina, giochi,

educazione, sport e i *vlog* che dimostrano la vita quotidiana di alcuni youtuber.

CONSIDERAZIONI FINALI

Lo studio della comunicazione come scienza è in grado di fornire sovvenzioni per vari settori della conoscenza, nonché per la società. I suoi segni e le sue rappresentazioni attraverso le sue dinamiche forniscono anche una base per comprendere possibili sviluppi, come è stato possibile osservare attraverso i dati raccolti su Youtube.

Gli interessi degli utenti nei mesi della pandemia mostrano che inizialmente c'era una maggiore paura e ricerca di comprensione da parte di questa popolazione di utenti. Tuttavia, presenta, nel corso dei mesi, un disinteresse collettivo, probabilmente a causa delle dimensioni politiche e delle azioni polarizzate che questo tema ha intrapreso in Brasile. Sembra anche che la popolazione non sia entusiasta della routine di casa. L'interesse per il live, e la proporzione come questi appaiono nell'elenco dei principali punti salienti, indicano anche una popolazione che cerca una sorta di astrazione attraverso l'intrattenimento e l'ansia nel socializzare ciò che può causare un effetto mandria di riunioni e feste prima del periodo desiderato, aggravando ulteriormente gli effetti di questa pandemia. Infine, questo studio proseguirà le rispettive raccolte mensilmente, fornendo ancora più dati per le analisi future con un livello di profondità più elevato.

RIFERIMENTI

AGAMBEN, Giorgio. O que é o contemporâneo? E outros ensaios. Ed. Argos, Chapecó, 2009.

AGAMBEN, Giorgio et. al. Sopa de Whuan. ASPO. 2020

BELTING, Hans. Antropologia de la imagem. Katz Editores. Madrid, 2009.

LAZZARATO, Maurizio. As revoluções do capitalismo. Ed. Civilização brasileira . Rio de Janeiro, 2006

SILVA, Anderson Walter Costa, et al. Perfil epidemiológico e determinante social do COVID-19

em Macapá, Amapá, Amazônia, Brasil. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 05, Ed. 04, Vol. 04, pp. 05-27. Abril de 2020. ISSN: 2448-0959, Link de acesso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/saude/covid-19-em-macapa>, DOI: 10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/saude/covid-19-em-macapa

^[1] Teologo, PhD in Psicoanalisi Clinica. Si occupa da 15 anni di Metodologia Scientifica (Metodo di Ricerca) in Orientamento alla Produzione Scientifica per Master e Dottorandi. Specialista in Ricerche di Mercato e Ricerche Sanitarie Dottorando in Comunicazione e Semiotica (PUC SP).

^[2] Biologo, Dottore di Ricerca in Malattie Tropiche, Professore e ricercatore del Corso di Educazione Fisica, Università Federale di Pará (UFPA).

Inviato: Agosto 2020.

Approvato: Agosto 2020.