



Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

## **Pandemia e midiatização: o cotidiano interacional mediado no atual ecossistema midiático<sup>1</sup>**

Fabio Frá FERNANDES<sup>2</sup> (Pesquisador)

Eugenia Mariano da Rocha BARICHELLO<sup>3</sup> (Docente)

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

**Resumo:** nossa proposta busca caracterizar a aceleração da interdependência midiática que nossa sociedade tem experienciado em meio as restrições impostas pela pandemia da SARS-CoV-2. Fenômeno este, que será refletido e tensionado, a partir de perspectivas teórico-metodológicas de ecólogos da mídia e de pesquisadores da midiatização. Trata-se de um artigo ensaístico-propositivo, na forma de um estudo exploratório-descritivo-explicativo que, por meio da articulação entre pesquisa bibliográfica e pesquisa *desk*, se propõe a elaborar um quadro referencial-teórico onde, os organismos que compõem o atual ecossistema midiático, serão associados com as estratégias sócio-organizacionais empreendidas para a manutenção cotidiana dos variados âmbitos da sociabilidade humana no contexto pandêmico atual.

**Palavras-chave:** Midiatização; Ecologia da Mídia; Interações Mediadas; Covid-19.

### **Introdução**

Nos últimos 600 anos, desde o surgimento da imprensa impressa mecanicamente, passando aos fenômenos relacionados com a eletrificação das tecnologias, até a digitalização, virtualização e datificação de diferentes processos, tornaram a sociabilidade, em maior ou menor grau, mediada por diferentes organismos de mídia. Situação aprofundada, a notar nos últimos dez anos, o aumento da inter-relação e interdependência de indivíduos, sociedades e organizações, com a mídia, especialmente as digitais, algo que ademais, tem se tornado um processo naturalizado.

Essa inter-relação e interdependência das sociedades com os ambientes de midiáticos, é teorizada e explicada pela midiatização, um meta-processo que explica as mudanças na cultura e na sociedade a partir das apropriações que os indivíduos e organizações fazem da mídia, ressignificando *affordances* conforme interesses específicos de suas usabilidades (COULDRY;

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT História da Mídia Digital, integrante do Alcar Sul 8 – 8º Encontro Regional Sul de História da Mídia.

<sup>2</sup> Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM/UFMSM). Orcid: <http://orcid.org/0000-0003-2035-6832>. E-mail: fabio.fra.fernandes@outlook.com

<sup>3</sup> Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM/UFMSM). Orcid: <http://orcid.org/0000-0001-5244-2829>. E-mail: eugeniabarichello@gmail.com



### Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

HEPP, 2020), e pela Ecologia da Mídia, abordagem que tensiona as transformações sócio-organizacionais a partir dos organismos de mídia quem compõem o atual ecossistema midiático (CANAVILHAS, 2020). É a midiaticização, a crítica-reflexiva sobre como os interagentes se relacionam com a mídia em seu ecossistema, ao passo de justificar e tematizar essa relação.

A mídia têm lógicas próprias para seu funcionamento, mas na história da sociedade midiaticizada, essas mesmas lógicas são apropriadas pelos indivíduos e organizações que ressignificam seus usos, regras e valores. Algo que é fácil de ser percebido, ao se observar os usos e apropriações midiáticas (digitais) no contexto da pandemia da SARS-CoV-2, onde os níveis de interação mediada e a virtualização de práticas e processos sociais, aceleram transformações na práxis sócio-organizacional, que já estavam em curso. De modo pragmático, esse contexto diz respeito, aos usos dos variados organismos de mídia do atual ecossistema midiático, suas lógicas e *affordances*, para mediar interações e, assim, possibilitar o acontecimento de processos sociais, culturais, políticos, econômicos, educacionais e de tantos outros que, nessa perspectiva, se tornam profundamente midiaticizados.

### Objetivo

Nosso texto buscará caracterizar a aceleração da interdependência midiática que nossa sociedade tem experienciado em meio as restrições impostas pela pandemia da SARS-CoV-2. Fenômeno este, refletido e tensionado, a partir de perspectivas teórico-metodológicas de ecólogos da mídia e de pesquisadores da midiaticização.

### Metodologia

Por tratar-se de um texto ensaístico-propositivo, nosso artigo irá tratar, metodologicamente, de um estudo teórico, com caráter exploratório-descritivo-explicativo. Sua consecução parte, *a priori*, de um breve estado da arte (levantamento bibliográfico) sobre as abordagens da Ecologia da Mídia e da Teoria da Midiaticização para, *a posteriori*, refletir sobre a aceleração das interações mediadas no contexto da pandemia da SARS-CoV-2. Os dados e informações sobre essa aceleração, serão obtidos por meio de uma pesquisa *desk*, estratégia



### Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

metodológica que consiste no levantamento de dados e informações a partir de plataformas seguras e confiáveis na internet.

Dos dados, informações e seu tensionamento, propomos a elaboração de um quadro referencial-teórico, onde os organismos que compõem o atual ecossistema midiático, serão associados com as estratégias sócio-organizacionais empreendidas para a manutenção cotidiana dos variados âmbitos da sociabilidade humana no contexto pandêmico atual. Esse quadro, pretende explorar as faces do fenômeno, descrever suas características e perfis para então, explicar com base nos ecólogos da mídia e pesquisadores da midiatização, os fatores que contribuem para sua ocorrência.

#### **Apontamentos iniciais sobre as interações mediadas no contexto pandêmico atual**

Se o mundo social contemporâneo e midiatizado possibilita o uso de diferentes tecnologias de mídia como ambientes mediadores para seus sistemas de interação, o atual contexto pandêmico causado pela SARS-CoV-2, tem acelerado essas possibilidades. Parte significativa da população, em isolamento e distanciamento social para evitar a propagação e contágio do novo coronavírus, precisou reinventar suas práticas sociais, virtualizando em maior ou menor grau, diferentes categorias de interação. Práticas que, em totalidade, foram perpassadas pela mídia com base tecnológica e digital. No quadro abaixo, sintetizamos aspectos introdutórios da nossa pesquisa, descrevendo categorias de interação já identificadas, associadas às estratégias sócio-organizacionais empreendidas para a manutenção da sociabilidade no âmbito da pandemia, ao passo de também, caracterizar os principais organismos de mídia utilizados para isso.

Quadro 01 – Categorias e estratégias interacionais no contexto pandêmico

Categorias de interação	Estratégias sócio-organizacionais para a manutenção da sociabilidade	Principais organismos de mídia utilizados
Relações de trabalho e negócios	Até o final de 2020, mais de 19 milhões de brasileiros trabalharam exclusivamente no modelo <i>home office</i> , ou adotaram sistemas híbridos, alternados entre remoto e presencial. No âmbito do comércio de bens e serviços <i>online</i> , 83% dos brasileiros pertencentes às classes A e B, fizeram compras em <i>marketplaces</i> no primeiro trimestre da pandemia, mas eles já eram 63%, se julgarmos as tecnologias de mídia por domicílios registrados em pesquisas	<i>WhatsApp, Telegram, Google Meet e Zoom.</i>



### Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

	anteriores. Nessa mesma comparação, a proporção da classe C fazendo compras online passou de 37% para 64%, enquanto nas classes D e E, o comércio virtual disparou de 18% para 44%. Visto na totalidade, o comércio online que, há um ano era praticada por 44% dos brasileiros, virou realidade para 66%.	
Entretenimento, cultura e relações afetivas	Até o mês de julho de 2020, mais de 120 <i>shows</i> foram realizados e transmitidos em um, ou mais, organismos de mídia digital, possibilitando a manutenção das interações entre artistas, fãs e os demais interessados no mercado do entretenimento e da cultura. Outros campos da cultura e da indústria criativa, como artes, música, teatro, artes performáticas, museologia também aconteceram mediadas. Da mesma forma, as relações afetivas como encontros entre amigos e familiares, festas de aniversário, eventos religiosos e outros.	<i>Youtube, Facebook e Instagram (entretenimento); WhatsApp, Google Meet e Zoom (relações afetivas)</i>
Saúde e educação	Cerca de 33 milhões de brasileiros utilizaram algum sistema de telessaúde ou telemedicina durante o primeiro ano da pandemia. Situação que determina não apenas o aperfeiçoamento das infraestruturas de conexão, qualificação das aplicações técnicas, mas como tornar médicos, enfermeiros e demais profissionais da saúde, aptos a convergirem suas atividades <i>offline</i> , para o midiático <i>online</i> . No ensino, as escolas e instituições de ensino superior, ressignificaram o modelo de educação mediada. Da mesma forma, cursos de formação, eventos científicos e palestras tiveram, nas tecnologias de mídia, a ambiência necessária para compartilhar conhecimento durante a pandemia. Registra-se até o final de 2020, a inserção de 53 milhões de pessoas nos modelos de educação à distância ou ensino remoto durante a pandemia. No mesmo período, destaca-se a introdução de outros 35,8 milhões de brasileiros que realizaram algum curso de qualificação ou aperfeiçoamento profissional totalmente online.	Na saúde, plataformas midiáticas foram desenvolvidas especificamente para essa categoria de interação. Já, na educação, destaca-se: <i>Google Meet, Zoom, Google Classroom, Microsoft Teamms e MConf.</i>

Fonte: elaborado pelos autores, com base em CETIC (2020), Pivotto (2021) e Magalhães (2021).

### Considerações Finais

A partir do conteúdo exposto até aqui, é possível ampliarmos nosso entendimento sobre a aceleração da interdependência midiática durante a pandemia da SARS-CoV-2. Transformações que já estavam em curso, no que tange as interações mediadas e agora midiáticas, oferecem um quadro de referência sobre a mídia em face de remediação, onde suas partes e subpartes, tentam incorporar elementos distintos a ela para melhorar a si mesma, ou atender as necessidades de seu entorno. Algo que podemos perceber, ao identificar no quadro acima desenhado, novas apropriações de organismos midiáticos, como, por exemplo, o *WhatsApp*, que surge para conectar pessoas em espaços diferentes e permitir a comunicação por diferentes técnicas, mas que tem suas lógicas apropriadas como ambientes comerciais, informacionais e outros. Ou, das mídias para conferências virtuais - *Google Meet, Zoom* e



### Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

outros -, que foram desenvolvidas para relações negociais, e agora são meios para aproximar famílias e amigos em isolamento, realizar eventos sociais e organizacionais, empreender todos os níveis da educação e política, além de tantas outras possibilidades de exemplificação.

São novas ou renovadas lógicas midiáticas, possíveis por suas *affordances* e pelo movimento do atual ecossistema midiático que, diante um fenômeno novo, busca nas mídias digitais, outros meios para tornar-se utilizável em contextos dispares à sua constituição. Processo que, além da remediação técnica, também elabora certa remediação sociocultural, visto que o acesso da sociedade ao ecossistema midiático, transforma os modelos, as formas, as estruturas comunicacionais, sociais, culturais e demais desdobramentos.

O presente texto, longe de romantizar a necessidade das sociedades em se apropriar das tecnologias de mídia em meio a pandemia da SARS-CoV-2, vislumbra posicionar a midiaticização como um vetor explicativo para o contexto atual das interações mediadas, ao observarmos os movimentos dos indivíduos no ecossistema midiático que, no cenário de isolamento e distanciamento social, buscam nessas tecnologias, formas para estender suas capacidades, em especial aquelas no âmbito das interações sócio-organizacionais.

### Referências Bibliográficas

CANAVILHAS, J. *La radio en el ecosistema mediático del siglo XXI: estudio de caso en Portugal*. *index.comunicación*, 10(3), p. 263-281, 2020.

CETIC, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. **Painel TIC Covid-19**, c2020. Página Inicial. Disponível em: < <https://cetic.br/pt/pesquisa/tic-covid-19/>>. Acesso em: mar. 2021.

COULDRY, N.; HEPP, A. **A construção mediada da realidade**. São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2020.

MAGALHÃES, L. G. **A pandemia e a nova ordem sociodigital no Sul global: o caso de São Paulo**. In: MILAN, S.; TRERÉ, E.; MASIERO, S. *COVID-19 from the margin Pandemic: invisibilities, policies and resitance in the datafied society*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2021.

PIVOTTO, J. C. **Argentina-Brasil: la resignificación del uso de la tecnología en épocas de pandemia**. In: MILAN, S.; TRERÉ, E.; MASIERO, S. *COVID-19 from the margin Pandemic: invisibilities, policies and resitance in the datafied society*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2021.