

# Interações sócio-organizacionais mediatizadas:

## Ensaio sobre a intensificação da mediação técnica em meio à pandemia da Covid-19<sup>1</sup>



Fabio Frá Fernandes<sup>1</sup>  
Eugenia Mariano da Rocha  
Barichello<sup>2</sup>

**Resumo:** objetiva-se aqui, elaborar um panorama sobre a intensificação das apropriações e usos dos ambientes de mídia por indivíduos e organizações enquanto recurso sociotécnico posto para mitigar questões relacionadas à sociabilidade em meio à pandemia da Covid-19. Por tratar-se de uma estudo teórico, com caráter ensaístico, orientado pelo método exploratório-descritivo, coletaram-se informações quantitativas sobre o acesso às tecnologias da informação e comunicação especificamente no Brasil desde o início do isolamento e distanciamento social. Ademais, acionam-se também os fluxos, tráfego e o consumo de dados em rede no período. Do cenário identificado e de modo qualitativo, elaboram-se ensaios orientados ao alargamento das acepções analítico-investigativas sobre a mídia-ambiente em contexto de mediação. Espera-se com tais ensaios, desvelar outras lentes para qualificar a compreensão de fenômenos, como a intensificação da mediação técnica em processos sócio-organizacionais.

**Palavras-chave:** Mediação; Interações Sócio-Organizacionais; Covid-19.

1 Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM/UFSM), mestre em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC/Unipampa). Relações Públicas (cooperação técnica) na Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA). Vinculado ao Grupo de Pesquisa Comunicação Institucional e Organizacional (UFSM/CNPq) e Grupo de Pesquisa em Processos e Práticas nas Atividades Criativas e Culturais (GPAC/Unipampa/CNPq)

2 Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM) e dos cursos de Jornalismo, Relações Públicas, Produção Editorial, Publicidade e Propaganda e da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação Institucional e Organizacional (UFSM/CNPq).

### **Mediatized socio-organizational interactions: essay on the intensification of technical mediation in the midst of the Covid-19 pandemic**

**Abstract:** the objective here is to elaborate an overview of the intensification of appropriations and uses of media environments by individuals and organizations as a socio-technical resource put in place to mitigate issues related to sociability in the midst of the Covid-19 pandemic. As this is a theoretical study, with an essayistic character, guided by the exploratory-descriptive method, quantitative information was collected on access to information and communication technologies, specifically, in Brazil from the beginning of isolation and social distance. Furthermore, flows, traffic and the consumption of data on the network in the period are also activated. From the

identified scenario and in a qualitative way, essays are elaborated aimed at broadening the analytical-investigative meanings about the media-environment in the context of mediatization. It is expected, with such essays, to unveil other lenses to qualify the understanding of phenomena, such as the intensification of technical mediation in socio-organizational processes.

**Keywords:** Mediatization; Mediation; Socio-Organizational Interactions; Covid-19

### **Interacciones socio organizacionales mediatizadas: ensayo sobre la intensificación de la mediación técnica en medio de la pandemia Covid-19**

**Resumen:** el objetivo aquí es elaborar una descripción general de la intensificación de las apropiaciones y usos de los entornos mediáticos por parte de individuos y organizaciones como un recurso socio-técnico establecido para mitigar los problemas relacionados con la sociabilidad en medio de la pandemia de la Covid-19. Al tratarse de un estudio teórico, con carácter ensayístico, guiado por el método exploratorio-descriptivo, se recopiló información cuantitativa sobre el acceso a las tecnologías de la información y la comunicación, específicamente, en Brasil desde el inicio del aislamiento y la distancia social. Además, también se activan los flujos, el tráfico y el consumo de datos en la red en el período. A partir del escenario identificado y de forma cualitativa, se elaboran ensayos encaminados a ampliar los significados analítico-investigativos sobre el medio-entorno en el contexto de la mediatización. Se espera con tales ensayos, develar otras lentes para calificar la comprensión de fenómenos, como la intensificación de la mediación técnica en los procesos socio-organizacionales.

**Palabras-clave:** Mediatización; Mediación; Interacciones socio organizacionales; COVID-19

## **1 Considerações iniciais**

O emergir e aprofundar da pandemia da Covid-19 tem ressignificado a manutenção cotidiana de diferentes processos e práticas em todo o mundo. O isolamento e o distanciamento social, enquanto condutas adotadas para combater a propagação do vírus, impôs às populações, de modo geral, a necessidade de repensar suas interações sócio-organizacionais. Tal repensar, de modo pragmático, diz respeito principalmente à conversão das lógicas midiáticas em estratégias para possibilitar o acontecimento de processos sociais,

culturais, políticos, econômicos, educacionais e de tantos outros que, nessa perspectiva, se tornam mediados.

A manutenção do cotidiano em meio ao contexto pandêmico, para nós e a partir de Certeau (2014), significa a reinvenção ou adaptação de práticas, ações e atitudes diárias. Algo que no cenário de isolamento e distanciamento social, acabaram por encontrar em diferentes campos, estratégias possíveis de serem acionadas para sua organização. Valemo-nos desse entendimento para compreender os acréscimos na inter-relação e interdependência tecnológica com que indivíduos, sociedades e organizações têm experienciado em meio às restrições demandadas pela Covid-19. Situação que parece previsível diante do alargamento tecnológico que vivemos, mas que, em verdade, é deveras complexo e potencializador de ressignificações sócio-organizacionais.

Dessarte, o presente texto elabora um panorama sobre as apropriações e usos dos ambientes de mídia por indivíduos e organizações enquanto recurso sociotécnico posto para mitigar questões relacionadas à sociabilidade. Tais questões incluem a manutenção, tanto do convívio com amigos e familiares, quanto à reorganização do trabalho, produção, consumo de bens e serviços diante à impossibilidade de presencialidade física.

Por tratar-se de uma abordagem teórica, com caráter ensaístico, o diálogo que aqui se desenvolve, explora e descreve o intensificar de tais apropriações e seus usos. Ao empreendemos o método exploratório-descritivo, de modo quantitativo, coletamos informações via análise de documentos que versam sobre o acesso às tecnologias da informação e comunicação no Brasil frente à emergência da Covid-19. Acionamos também, os fluxos, tráfego e o consumo de dados em rede no período, ao passo que vincula o contexto identificado com o cenário por nós nominado: intensificação da mediação técnica nos processos de interação sócio-organizacionais em meio à pandemia. Qualitativamente, tensionamos o material coletado à luz da trajetória histórica da mídia, sob a perspectiva de mídia-ambiente, junto ao processo de mediação da cultura e sociedade.

Enquanto um processo não-completo e não-hegemônico, a mediação abarca as mudanças na cultura e nas sociedades a partir das apropriações que os indivíduos e organizações fazem da mídia, ressignificando *affordances*<sup>3</sup> conforme interesses específicos. De modo teórico-metodológico, ao nosso ver, mas orientados por Couldry e Hepp (2013), Hjarvard (2014), Hepp (2020) e outros, a mediação captura as formas como ocorre a construção comunicativa da realidade. Construção que se manifesta a partir de certos processos midiáticos que, no que lhes concerne, desvela as características que a mídia-ambiente tem (suas lógicas), e as consequências contextualizadas

3 Sem tradução literal para o português, significamos *affordance*, com base em Gibson (2014) e Hjarvard (2014), como os usos comuns e potenciais que um dado objeto possui. No campo da mídia e das comunicações, as *affordances* dos artefatos tecnológicos podem ser percebidas enquanto características tecnossociais que possibilitam, nos processos de interação mediada, a execução, estruturação ou exclusão de ações conforme interesse do usuário.

pelo qual a realidade sócio-organizacional é construída e modelizada em cada território. Como entornos sociotécnicos e culturais, a configuração de ambiências midiáticas (MCLUHAN, 1962; 1964; RONCALLO-DOW; SCOLARI, 2016; FAUSTO NETO, 2017) são, permanentemente, ajustas conforme os níveis e densidades das camadas matizadas dos processos de mediação.

Dito isso, na primeira seção posicionamos a mídia como ambientes tecnossociais, diante das suas características organizativas da simbiose homem-mídia, incluindo a materialidade dos *hardwares*, o simbólico dos *softwares* e a cultura das sociedades. Sequencialmente, exploramos algumas perspectivas sobre a mediação da cultura e sociedade que, *a priori*, tensionam a adjetivação do atual ecossistema midiático como vetor para a presença desse processo.

Já na seção seguinte e de modo pragmático, descrevemos como as sociedades têm se organizado frente a apropriação dos ambientes midiáticos para mediar as diferentes práticas sócio-organizacionais quando, no enfrentamento à Covid-19, foram tolhidas da presencialidade. Situação onde, inclusive, as lógicas da mídia foram transpostas para campos além dos processos comunicativos e informacionais.

Ademais, sem delinear críticas teórico-epistemológicas sobre a intensificação da mediação técnica em meio à pandemia, na última seção elaboramos e apresentamos ensaios orientados ao alargamento das acepções analítico-investigativas sobre a mídia-ambiente em contexto de mediação. De modo específico, também falamos sobre o significado da mídia no âmbito da sociabilidade frente tal intensificação e, ainda, sobre as reconfigurações comunicativas diante dos deslocamentos que a propagação dos dispositivos tecnossociais tem acometido nas interações sócio-organizacionais atuais.

## **2 Mídia-ambiente e mediação: apropriações e usos das tecnologias para estender processos sócio-organizacionais**

Herbert Marshall McLuhan (1911-1980) sempre chamou atenção em seu trabalho para a inter-relação e interdependência da cultura e sociedade com as tecnologias e meios de comunicação, o que desencadeia processos contínuos de reconfiguração da práxis social. Para o pesquisador canadense, todas as tecnologias e ferramentas são consideradas mídias, tem conteúdo, mensagem e, de um modo ou outro, se tornam extensão de alguma de nossas funções cognitivas ou físicas.

Tal perspectiva explora as mídias enquanto metáforas ativas que tentam traduzir a experiência em novas formas. Enquanto extensões de nós mesmos, as mídias, uma vez emergidas, passam a afetar nosso complexo psíquico e social, ao passo que reconfigura a significação, os modos de perceber e sentir o mundo (MCLUHAN, 1964).

Cada mídia apropriada como extensão, prótese-técnica de um dos sentidos por nós auto-amputados, carrega consigo linguagens e códigos próprios, com lógicas e possibilidades de expansão capazes de significar um contexto onde, para seu entendimento, se faz necessário, mais que desvelar e decodificar o conteúdo da mensagem, perceber e entender a ambiência sociotécnica que tornou possível a mediação e interpretação informacional.

Ao deslocar sua atenção das mensagens, para os meios, McLuhan rompe com os paradigmas teórico-metodológicos dominantes, instaura um movimento que passa a olhar as mídias em uma perspectiva ecológica, e compreender os meios de comunicação, em sua trajetória histórica, como ambientes ou ambiências tecnossociais. Dito de outro modo, a mídia como ambiência forma um entorno sócio-técnico e cultural (RONCALLO-DOW; SCOLARI, 2018) nas partes e subpartes que formam a sociedade onde as tecnologias, mensagens, conteúdos e indivíduos atuam justapositionados em perspectiva auto-poiética, com sistemas organizados para autoprodução e autorregulação social.

Com o digital e virtualização das práticas sócio-organizacionais, o trabalho de McLuhan passa a ser lido e revisitado para entender e tensionar as mudanças que o paradigma analógico-digital ocasiona nas sociedades. Sua perspectiva das mídias como ambiências tecnossociais, evidencia a reconfiguração atual do incomensurável número de tecnologias que, a partir de suas lógicas e *affordances*, permitem indivíduos e organizações se apropriarem desses objetos, determinando-lhes, novos usos e estratégias para a construção sócio-organizacional da realidade. Tal apropriação pode, inclusive, ser facilmente percebida ao observarmos os usos dos ambientes de mídia no âmbito da pandemia, quando os níveis de interação mediada, virtualização de práticas e processos sociais se aceleram, ultrapassam os âmbitos da mediação técnica e tornam-se midiaticizados.

Enquanto premente processo social não-completo e não-hege-

mônico, a midiaticização se apresenta como uma metadisciplina, cuja centralidade reflexiva encontra-se na crítica e compreensão das consequências, ao longo do tempo, que as nuances que comunicação mediada têm para a construção da realidade, com ênfase na inter-relação e interdependência sócio-organizacional com as tecnologias.

Marshall McLuhan apesar de não empregar o termo midiaticização, trata da interdependência tecnológica na forma de eras. Cada era corresponde ao modo de comunicação dominante em sua época, sendo a mídia, essência das sociedades. Os meios de comunicação como extensões dos sentidos humanos, são os principais responsáveis pela mudança social. Assim, à época de suas acepções, o filósofo canadense define a trajetória histórica da mídia em quatro eras, sendo: era Tribal, era Literada, era da Impressão e era Eletrônica (MCLUHAN, 1962; 1964; MCLUHAN; FIORI, 1967).

Com analogia similar, Couldry e Hepp (2020) afirmam que as mudanças culturais e sociais relacionadas à mídia acontecem em ondas, as quais demarcam o aprofundamento da interdependência humana em relação às tecnologias temporalmente. Nominadas como ondas de midiaticização, os pesquisadores norte-europeus evidenciam que as sociedades já experienciaram três grandes ondas dessas transformações, e já se encaminha para uma quarta. São, a mecanização da impressão entre 1450 e 1800, a eletrificação entre 1800 e 1950, e digitalização que segue até o tempo atual, como as tais ondas. No entanto, com a emergência da economia baseada em dados, a datificação está configurando a quarta onda de midiaticização (COULDRY; HEPP, 2020), que para Andreas Hepp (2020), constitui o aprofundamento da midiaticização em territórios com altos índices de urbanização e industrialização tecnológica.

Apesar das diferenças, não apenas de tempo, mas de bases analíticas, tanto nas eras de comunicação dominante propostas por McLuhan, quanto nas ondas de midiaticização desenvolvidas por Couldry e Hepp, podemos perceber que em ambas são explicitadas as transformações relacionadas à mídia, ao considerar a intensidade com que as tecnologias moldam as sociedades em determinados territórios e tempos específicos. Ademais, a trajetória histórica da mídia não anula meios anteriores, ao contrário, há um intercambiar de técnicas, lógicas e *affordances* no surgimento de novas mídias, ou na renovação

de outras. Processo que se torna efetivo diante das possibilidades técnicas, sociais e culturais do atual ecossistema midiático.

Podemos dizer assim, que a midiatização nos direciona para outros campos no espectro da existencialidade e sociabilidade. Direcionamento denominado por Sodré (2012) como *bios* midiático. Para o pesquisador da Universidade Federal do Rio de Janeiro, há três *bios* existenciais onde se desenrola a existência humana. O seu *bios* midiático seria um quarto *bios*, ou quarta esfera-existencial, onde a midiatização é pensada como tecnologia de sociabilidade, dotada de uma qualificação cultural própria, nominada de tecnocultura.

No *bios* midiático, pelo inesgotável fluxo de informações, os indivíduos que acessam seu ecossistema, nunca saem dele com a mesma perspectiva, mas sim modificados. Ao sofrer transformações ao acessar o *bios* midiático, cada indivíduo vai sequencialmente, transformar outros conforme sua esfera de interações. Tal *bios* é entendido como o território da mídia (SODRÉ, 2012) e representa as mudanças pragmáticas nas perspectivas de relacionamento e interação entre indivíduos, entre organizações que, com o constante e acelerado desenvolvimento tecnológico, acabam por implicar em novas ou renovadas formas de se perceber, refletir e praticar comunicação. Situação que também propulsiona aos indivíduos, diferentes modos de ser e existir (GOMES, 2017).

Com a evolução da técnica, a cada nova mudança no modelo comunicacional ocorre também uma mudança nos modelos culturais, na organização da sociedade e na própria vida dos indivíduos. Assim dizendo, mais que uma sucessão de inventos ou determinismos técnicos, a mídia acaba por resultar na extensão das capacidades individuais, visto que as tecnologias provêm do conhecimento e logo passam a integrar as faces da cultura e do imaginário social (BARICHELLO et al., 2013).

Para mais, com o exposto até aqui, evidenciamos que nossa percepção sobre a midiatização da cultura e sociedade, considera que as lógicas comuns aos ambientes de mídia são transpostas e reajustadas conforme se intensifica o midiatizar do cotidiano. Complementar a este pensamento, recuperamos o que afirma Antônio Fausto Neto (2017) sobre a transição da sociedade da mídia, para a sociedade midiatizada. Conforme o pesquisador da Universidade do Vale do

Rio dos Sinos, são as mídias representantes dos sentidos delegados pelos atores. No entanto, na sociedade midiaticizada, elas perdem o lugar representacional, e se tornam referência que engendra um modo próprio de ser da sociedade. Ao possibilitar o intercâmbio das posições dos indivíduos enquanto produtores e consumidores de modo contínuo, permite também que cada ambiente de mídia seja apropriado, e suas lógicas, convertidas para usabilidades específicas que, muitas vezes, diferem de sua primazia.

Assim, consideramos que a mídia, compreendida como ambiência tecnossocial, nos cenários de midiaticização, um vetor com potencial para explicar o contexto atual das comunicações e da sociabilidade a partir das apropriações que os indivíduos fazem do ecossistema midiático para estender suas capacidades, em especial aquelas no âmbito das interações sócio-organizacional.

### **3 Interações mediadas e sua intensificação em meio a pandemia da Covid-19: um breve panorama**

Muitas são as formas de interação estabelecidas e mantidas na práxis social atual e midiaticizada. O constante acréscimo de novos meios de comunicação e a reapropriação dos meios tradicionais no atual ecossistema midiático, possibilitam cotidianamente novas e renovadas formas de interação mediadas pela técnica. Com a midiaticização da sociedade, as interações adquirem nova aparência, ancoradas nas comunicações e relacionamentos em rede. Mediadas por aparatos tecnológicos digitais, os quais virtualizam suas ações e reinventam o cotidiano das diferentes faces da sociabilidade, estão os ambientes de mídia há décadas pautando, como afirma Certeau (2014), a organização das sociedades, suas formas e modos de interação.

Ao olharmos para as interações humanas, em paralelo com a trajetória histórica da mídia e das comunicações, percebemos que as alterações nas formas interacionais estão quase que simultaneamente interligada ao surgimento das novas tecnologias relacionadas à mídia. Um indivíduo, em seu contexto social, sempre interagiu com outra parte face a face, codificando e decodificando mensagens relacionais por meio da linguagem oral e gestual. Sequencialmente, surgem os códigos escritos e, com novas técnicas sendo desenvolvidas como a impressão mecânica, a eletrificação dos sistemas e, no contemporâneo, com as tecnologias digitais, tais níveis de interação são estendidos, ampliados no tempo, espaço e forma, ou seja, midiaticizados.

Se o mundo social contemporâneo e midiaticizado possibilita

o uso de diferentes mídias como ambientes para mediação dos diferentes sistemas interacionais, o atual contexto pandêmico causado pela Covid-19 tem acelerado tais possibilidades. Parte significativa da população, em isolamento e distanciamento social para evitar a propagação e contágio da doença, precisou reinventar suas práticas sociais, virtualizando em maior ou menor grau, diferentes categorias de interação. Práticas que, em totalidade, foram perpassadas por tecnologias (PIVOTTO, 2020), em especial, as de mídia.

Comprar em sites de *e-commerce*, solicitar um carro através de um aplicativo de transporte, ordenar comida em *marketplaces*, utilizar serviços de entregas em domicílio e estudar em ambientes virtuais, são exemplos de interações mediadas por tecnologias possibilitadas com a adjetivação do ecossistema midiático. São exemplos já institucionalizados na práxis social atual, onde a comunicação do “aqui e do agora” é completamente entrelaçada pelos ambientes de mídia (DALL’AGNESE; BARICHELLO, 2018, p. 04), configurados na forma de extensões para diferentes processos desterritorializados.

O trabalho em meio a pandemia é um exemplo para tais extensões. Indivíduos e organizações precisaram adotar sistemas remotos para desenvolver suas atividades funcionais. Contexto possibilitado pela mídia que, como uma ambiência tecnossocial, processualiza o movimentar-se dos indivíduos no ecossistema midiático, e ressignificam as diferentes dimensões da sociabilidade (MCLUHAN; ZINGRONE, 1995). Assim como no âmbito do trabalho, outros segmentos da nossa sociedade, a notar, comércio, indústria, política, saúde, educação, entretenimento, cultura, turismo, agronegócio e outros, assumiram a mídia como extensões de seus sistemas.

Uma pesquisa realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação demonstra que, desde o início dos protocolos para isolamento e distanciamento social, os brasileiros se movimentaram em duas infraestruturas principais que dão vasão ao atual ecossistema midiático: os computadores pessoais e os *smartphones* (CETIC, 2021). Diante de suas *affordances*, os aplicativos: *Zoom*, *Microsoft Teams*, *Google Meet*, *WhatsApp*, *Skype*, *Google Classroom Join*, *Whereby* e *MConf* se destacaram como as extensões técnicas mais apropriadas para a manutenção das interações pessoais, sociais, culturais e organizacionais (MARKETIVIDADE, 2021). *Netflix*, *Amazon Prime Video*, *Youtube* e *Spotify* lideram as apropriações midiáticas para entretenimento. Já o *Facebook*, *Instagram* e *TikTok*, foram as preferências para a manutenção das interações sociais (MEIO E MENSAGEM, 2021). Vemos assim, mídia-*hardware* e mídia-*software* simbioticamente ajustados para a constituição de ambientes de mídia dotados com *affordances* multi-

experenciais.

Cerca de 60 milhões de pessoas, a constar, utilizaram um *desktop* para suas atividades pessoais e profissionais. Outros 45 milhões, tiveram seu cotidiano mediado por computadores portáteis, e mais 99 milhões de brasileiros buscaram, nos *smartphones* e *tablets*, os recursos técnicos para o seu dia a dia em isolamento. Deste contingente, é importante destacar, que mais de 59 milhões de pessoas utilizaram um computador de mesa ou portátil, em simultâneo com aparelhos de telefonia móvel (CETIC, 2021).

Usando tais *hardwares*, junto a diferentes *softwares* como *WhatsApp*, *Zoom*, *Microsoft Teams* e *Google Meet*, estima-se que mais de 19 milhões de brasileiros trabalharam exclusivamente no modelo *home office*, ou adotaram sistemas híbridos, alternados entre remoto e presencial. Na mesma perspectiva, mais de 97 milhões de pessoas mantiveram algum tipo de interação social mediada por ambientes midiáticos orientados à comunicação instantânea como *WhatsApp*, *Facebook Messenger*, *Instagram Messenger*, *Facetime* e *Telegram*. Destaca-se nesse contingente, o uso de chamadas de vídeo ou de voz, empregado por cerca de 86 milhões de pessoas (CETIC, 2021).

No que tange ao entretenimento e a cultura, novas formatações baseadas nos sistemas irradiados de comunicação, mas agora modelizados sob a ótica da midiaticização, foram realizados. De acordo com a Folha de São Paulo (2020), até o mês de julho, mais de 120 *shows* foram realizados e transmitidos em um, ou mais, organismos de mídia, o que tem possibilitado a manutenção das interações entre artistas, fãs e os demais interessados no mercado do entretenimento. Outros campos da cultura e da indústria criativa, como artes, música, teatro, artes performáticas, museologia também aconteceram mediadas. Os encontros entre amigos e familiares, festas de aniversário, batizados, eventos religiosos e até mesmo funerais passaram, também, a acontecer em sistemas de reuniões ou transmissões virtuais (PIVOTTO, 2021). Um exemplo é a *Tomorrowland*, festival de música eletrônica que, pela primeira vez na história, aconteceu totalmente de forma virtual (TOMORROWLAND, 2021). Como ele, muitos outros ao redor do globo, também adotaram sistemas idênticos ou similares que, das experiências *offline*, converteram estratégias *online* para virtualizar a presencialidade sem necessidade de qualquer pessoa sair de sua casa.

Com a mesma perspectiva, mas com intensidade menor, o turismo também se apropriou dos ambientes de mídia. Sistemas virtuais e imersivos que simulam as experiências de viagem, desde o embarque e desembarque do avião, aos serviços de bordo e, principalmente, às relacionadas à cultural do destino da viagem, foram desenvolvidos a partir das lógicas e *affordances* midiáticas.

A empresa japonesa *FirstAirlines* (2021) é o principal exemplo de tais sistemas, sendo a pioneira na oferta de viagens-virtuais durante a pandemia da Covid-19 em seu país. Cenário que emerge, mais que a mediação de práticas similares, a configuração de novas formas de viver a realidade: midiática, virtual e com sensações ampliadas, ao acionar memórias afetivas de nossa cognição.

Projetos de telemedicina e telessaúde, antes praticados para possibilitar a atenção à saúde em territórios de difícil acesso foram, no contexto pandêmico, posicionados como alternativas para atender as populações em distanciamento social. De acordo com a CETIC (2021), 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 e qualificação das aplicações técnicas, mas permite tornar médicos, enfermeiros e demais profissionais da saúde, aptos a convergirem suas atividades *offline*, para o midiático *online*. Além de desvelar as fragilidades que, tanto nos atendimentos de saúde em presencialidade, quanto em remotos, são ainda mais acentuados frente à excepcionalidade da Covid-19.

No ensino, as escolas e instituições de ensino superior, ressignificaram o modelo de educação mediada. Da mesma forma, cursos de formação, eventos científicos e tantas outras estratégias de ensino-aprendizagem tiveram, na mídia, a ambiência necessária para compartilhar conhecimento durante a pandemia. A educação à distância já é uma realidade no Brasil há mais de 100 anos, no entanto, o espectro educacional no país vem, ao longo de 2020 e 2021, aperfeiçoando as técnicas, metodologias e formas para manter as atividades formativas em um cotidiano totalmente remoto e virtualizado. Um grande desafio para estudantes, professores e instituições de ensino, especialmente àquelas relacionadas com a educação básica e alfabetização. Ademais, não é novidade a precária infraestrutura tecnológica e de conexão das escolas, institutos e universidades públicas. Soma-se a tal contexto, o cenário desigual entre estudantes e profissionais da educação no que tange ao acesso e uso da mídia como recurso técnico educacional ou funcional.

Registra-se, de acordo com Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (2021), 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. Números pequenos, em comparação ao quantitativo populacional total do país, o que reafirma as desigualdades de acesso às tecnologias e a conexão em rede.

Um segmento que cresceu com a emergência da Covid-19 foi o comércio de bens e serviços. Conforme uma série de reportagens apresentadas no Jornal Nacional (2020), as transformações sociotécnicas nos hábitos de consumo dos brasileiros em isolamento e distanciamento social, ajudam a perceber o grau de intensificação nas interações mediadas nesse contexto, a potência do ecossistema midiático e a premência processual da midiaticização.

A notar, de abril a junho de 2020, cinco milhões de brasileiros, distribuídos em todas as regiões do país, realizaram sua primeira compra em sites ou aplicativos de *e-commerce* e *marketplace*. Isso, somado aos já usuários desse sistema, garantiu que fossem efetuadas 82,9 milhões de compras no período. Em comparação aos meses de abril a junho de 2019, isso representa um acréscimo de 43,9 milhões, visto que apenas 39 milhões de compras foram realizadas no mesmo período do ano anterior (JORNAL NACIONAL, 2020).

A pesquisa do CETIC (2021) corrobora com essa situação, ao apontar que 83% dos brasileiros pertencentes às classes A e B fizeram compras online no primeiro trimestre da pandemia, mas eles já eram 63% se julgarmos as tecnologias de mídia por domicílios registrados em pesquisa anterior do Centro. 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%.

Em perspectiva análoga, o CETIC demonstrou que o consumo de *streaming* (música, filmes e séries) também aumentou de forma generalizada durante o isolamento e distanciamento social. Mas, a exemplo do comércio *online*, já era mais comum entre as pessoas com maior poder aquisitivo, e avançou significativamente entre as pessoas e famílias pertencentes às classes C, D e E. Assim, enquanto a proporção de usuários de serviços *streaming* subiu de 50% para 53% nas classes A-B, na classe C o salto foi de 29% para 41% e de 11% para 32% nas classes D-E. Outro dado importante diz respeito ao uso de aplicativos para troca de mensagens instantâneas, usabilidade mais comum entre as classes D e E, mas diante das implicações relacionadas à pandemia, as classes A e B também passaram a utilizar esses aplicativos com mais intensidade (CETIC, 2021).

No setor agrícola, de acordo com a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - EMBRAPA (2020), a pandemia antecipou em 10 ou 20 anos a digitalização e virtualização dos seus processos. Mesmo em regiões com acesso às infraestruturas de conexão em rede e tecnologias mais limitado, os agricultores e suas famílias precisaram tornar seus dispositivos para comunicação, lazer e entretenimento, recursos técnicos para empreender desde a compra de insumos e

implementos agrícolas, até a venda e demais relações comerciais no setor. Como exemplos, diferentes órgãos de aproximação com segmento agrícola realizaram capacitações e elaboraram aplicações para facilitar a produção e o comércio agrícola nesse período (SOARES, et al., 2020). Algo que pode ser visualizado, a constar, pelo *WebAgritec*, Sistema de Planejamento e Monitoramento da Safra, e o *SATVeg*, Sistema de Análise Temporal da Vegetação. Este último, adotado inclusive pelo Banco Central, para que agentes do Programa de Garantia da Atividade Agropecuária (Proagro), impossibilitados de efetuar a comprovação presencial de perdas agrícolas, pudessem fiscalizar seus investimentos de modo remoto (EMBRAPA, 2020).

Perante todas as possibilidades interacionais proporcionadas pelo atual ecossistema midiático, temos ainda, as infraestruturas necessárias para que as pessoas e suas organizações se movimentem entre os ambientes de mídia. No Brasil, estima-se que quase 80% dos domicílios possuem acesso à internet (MAGALHÃES, 2021), considerando acessos via computadores ou aparelhos de telefonia móvel. Situação, que apesar de estar longe da ideal, frente a desigualdade de conexão no país, ajuda a entender o aumento na demanda por infraestruturas de conexão durante a pandemia da Covid-19, ao ponto de o tráfego no país bater recorde ao atingir 13,5 *TeraBits* por segundo (CETIC, 2021).

Diante do exposto, entendemos que as interações, que em grande parte já aconteciam mediadas por tecnologias, estavam em curso de transformação. Mas, diante das medidas de isolamento e distanciamento social, e da capacidade técnica do atual ecossistema midiático, foram possíveis de serem aceleradas e aprofundadas. Não obstante, a intensificação da mediação técnica nesse contexto é mais perceptível nos âmbitos do comércio e do entretenimento. Saúde e educação, apesar dos acréscimos quantificados, ambas estão distantes da capacidade recursiva que os ambientes midiáticos permitem, diante às especificidades de cada segmento.

Historicamente, as transformações no mundo, sejam socioambientais ou sociotecnológicas, estão relacionados a fenômenos ou demandas da população. Com a midiatização não é diferente. A invenção da impressão mecânica, a eletrificação dos aparatos técnicos, a popularização de serviços de conexão em rede e o aumento expressivo de novos dispositivos midiáticos, conforme apontado por Couldry e Hepp (2020), mas também por McLuhan e Fiori (1967), são exemplos de fenômenos responsáveis pela reconfiguração cultural da sociedade.

Com a Covid-19, um fenômeno epidemiológico, para além das transformações sanitárias e de biossegurança, as interações sócio-organizacionais foram outro campo bastante impactado diante do panorama interacional-midiático apresentado anteriormente.

Impulsionado pela adjetivação do atual ecossistema midiático, a inter-relação e interdependência das tecnologias, uma das prerrogativas processuais da midiática, foram aceleradas conforme características territoriais, necessidades das sociedades ou, ainda, pela capacidade recursiva dos ambientes de mídia.

Ao serem aceleradas, tais transformações emergem antigos e novos problemas. Questões como a privacidade na sociedade datificada, segurança de dados e informações, capacidade das infraestruturas de *hardware* e *software* para conexão, fluxo e tráfego de dados em rede exemplificam algumas problemáticas. Outras, como a produção, circulação e consumo de *fake news*, desigualdade não apenas social, mas tecnológica, precarização do trabalho no âmbito das plataformas digitais e hiperconectividade no cotidiano das sociedades, também são potencializadas em meio à pandemia. Problemas que não foram aqui discutidos, mas que precisam ser mencionados, pois, tem íntima relação com os impactos da inter-relação e interdependência entre o ecossistema midiático e a sociedade.

Do quantitativo incomensurável de dados e informações produzidas com a mediatização sócio-organizacional, as formas de produção e circulação de conhecimento social em nosso cotidiano está sendo reconfigurada, e modeliza todos os âmbitos da sociabilidade. Situação causada pelos acréscimos na inter-relação e interdependência homem-mídia, que explica como a mediatização está a se aprofundar em meio à emergência pandêmica causada pela Covid-19.

#### 4 Considerações Finais

A intensificação das interações mediadas no contexto pandêmico, como vimos, é descrito pela adjetivação do atual ecossistema midiático, apropriação e ressignificação dos ambientes de mídia e, ainda, por suas *affordances* que permitem mediar, se não todas, parte significativa da práxis sócio-organizacional cotidiana.

Os processos de mediação, antes realizados principalmente pela linguagem com os atos de fala, faziam das interações restritas ao encontro físico e temporal. Com o desenvolvimento das tecnologias informáticas, as interações sociais passam a ser mediadas por artefatos midiáticos, e suas *affordances* se desvinculam, com certa cautela, de questões temporais e espaciais, ao passo que modificam os modelos relacionais sociais e organizacionais.

As interações mediadas pela técnica, por sua complexidade, precisam ser percebidas considerando todos os elementos – técnicos e humanos – causais do processo de interação. Um indivíduo, ao acessar um ambiente de mídia, interage com outro que se encontra

simbolicamente no mesmo ambiente, ou em ambiência diferente, no espectro do ecossistema midiático. Ambos, ainda interagem com a tecnologia que permite a mediação. Não há um nesse processo um emissor, um canal, uma mensagem e um receptor bem delineado ou linear, mas sim a inversão de polos, a multiplicação de canais e interações recíprocas, em rede e mediatizadas.

Tal processo, característico da mediatização, há um desdobrar de tecnologias, sejam elas disponibilizadas em dispositivos já existentes, em novos, ou convergidos a partir de práticas sociais já institucionalizadas. Com a emergência de suprir o isolamento e o distanciamento social, tais desdobrar precisaram ser intensificados conforme as demandas das sociedades.

As transformações em curso, no que tange as interações agora mediatizadas, oferecem um quadro analítico-reflexivo 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. Como exemplo, o *WhatsApp*. Um aplicativo que surge para conectar pessoas em espaços diferentes, além de permitir a comunicação por diferentes técnicas, é apropriado para ambientar relações dialógicas com objetivo comercial, profissional, informacional e outros. Outras aplicações, como os sistemas para videoconferência, desenvolvidos para relações negociais, 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 apropriação.

Processo que além da remediação técnica, também elabora certa remediação sociocultural, visto que o acesso da sociedade ao *bios* midiático, transforma os modelos, as formas, as estruturas comunicacionais, sociais, culturais e seus desdobramentos. Tais remediações, percebidas pela busca das sociedades em outros meios, formas para torna-las utilizáveis em contextos dispares à sua constituição.

Com esse quadro, entendemos a mídia tanto pelo seu sentido material, quanto pelo seu sentido simbólico, ao considerar que a conjunção de ambos os sentidos torna factível, as transformações sociais em estado de relação com as tecnologias. Com ele, ainda podemos perceber que os meios em seu ecossistema, potencializam novas relações, de natureza muitas vezes instável, móvel e global, mas que em simultâneo, é equilibrado e desequilibrado, com efeitos particulares de comunicação, consciência e cultura.

O panorama sobre a mediatização das interações sócio-organizacionais em meio a pandemia da Covid-19 desvela um campo frutífero para pesquisas, mas complexo diante de suas características instáveis e esponjosas, que absorvem questões da comunicação técnica

(dados, inteligência artificial, algoritmos) e da comunicação humana (cognição, hábitos, costumes, tradições, emoções) para compor sua explicação. Lógicas humanas e midiáticas, na midiatização, são vetores postos para compreender a organização e funcionamento da experiência social, organizacional, políticas, econômica e cultural cada vez mais dependente da tecnologia para mediar suas práticas e processos.

A sociabilidade midiatizada é essencial à contemporaneidade, está cada vez mais estabelecida em todos os âmbitos da nossa sociedade, mas em contínua mutação, com a incorporação de novas tecnologias ao ecossistema midiático. Quando o isolamento e o distanciamento social terminarem, acreditamos que muitas dessas transformações descritas aqui, deverão continuar e, inclusive, serem aperfeiçoadas. Talvez, como tipo de efeito rebote ao excesso midiático vivido em 2020 e 2021, parte da população pratique o *detox* tecnológico. Já, aos outros que não acessavam tantos ambientes de mídia, provavelmente passarão a incorporar tais práticas em suas rotinas.

Contudo, a sociabilidade midiatizada não deverá excluir a existência da força dos sentidos, do toque, do abraço. Expressões que continuarão essenciais na vida em comum. Continuaremos nos movimentando no ecossistema midiático, permeando as fronteiras entre as galáxias *online* e *offline*. No entanto, ao que nos parece, ao final do diálogo proposto e realizado neste ensaio, ainda temos grandes desafios e investimentos no campo da mídia e da comunicação, como educação midiática, usos éticos e, principalmente, mitigar as diferenças e as desigualdades referentes ao acesso, consumo e atuação midiática.

Longe de romantizar a necessidade das sociedades em se apropriar das tecnologias em meio a pandemia da Covid-19, vislumbramos posicionar a midiatização como um vetor explicativo para o contexto atual das interações mediadas. Ao observarmos os movimentos dos indivíduos no ecossistema midiático, no cenário de isolamento e distanciamento social, percebemos que a apropriação de tais tecnologias são postas para estender suas capacidades, em especial aquelas no âmbito das interações sócio-organizacionais.

Portanto, compreender a mídia como ambiência e ao considerar todas as camadas matizadas da midiatização, permite uma melhor articulação sobre o papel dos meios na reconfiguração da sociabilidade cotidiana em meio a pandemia. Ademais, no trabalho de concluir nosso texto, esperamos que os ensaios aqui elaborados, possibilitem o alargamento das acepções analítico-investigativas sobre a mídia-ambiente em contexto de midiatização, em especial para o cenário de intensificação da mediação técnica nos processos sócio-organizacionais.

## Referências

BAIRAGI, Vinayak; MUNOT, Mousami. **Research Methodology: a practical and scientific approach**. New York: LLC, 2019.

BARICHELO; Eugenia Mariano da Rocha; CARVALHO, Luciana Menezes. **Mídias sociais digitais a partir da ideia mcluhaniana de medium-ambiência**. MATRIZES. Ano 7, n. 1, p. 235-246, jan./jun. 2013.

BARICHELO; Eugenia Mariano da Rocha et al. **Estendendo as práticas de Relações Públicas sob a perspectiva teórica da ecologia das mídias**. In: RUBLESCKI, Anelise; BARICHELO, Eugenia Mariano da Rocha (Orgs.). **Ecologia da Mídia**. Santa Maria, RS: FACOS-UFSM, p. 129-154, 2013.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes do fazer**. 22. ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2014.

CETIC, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. **Painel TIC Covid-19**, c2021. Página Inicial. Disponível em: < <https://cetic.br/pt/pesquisa/tic-covid-19/>>. Acesso em: out. 2021.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. **Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments**. **Communication Theory**, v. 23, n. 3, p. 191-202, jul. 2013.

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

DALL'AGNESE, Carolina Teixeira Weber; BARICHELO, Eugenia Maria Mariano da Rocha. **Por uma abordagem ecológica e contextual da comunicação em tempos de midiatização profunda**. Revista Culturas Midiáticas, Ano XI, n. 20, p. 1-16, jan./jun. 2018.

EMBRAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. Portal de Notícias, c2020. **Pandemia acelera adoção de tecnologias digitais no agro**. Disponível em: < <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/52774013/pandemia-acelera-adocao-de-tecnologias-digitais-no-agro>>. Acesso em: dez. 2020.

FAUSTO NETO, Antônio. **Fragments de uma “analítica” da midiatização**. In: GEHLEN, Marco Antônio; MATOS, Marcos Fábio Belo (Orgs.). **Comunicação, Jornalismo e Fronteiras Acadêmicas**

II. São Luís: EDUFMA, 2017.

FIA-USP, Fundação Instituto de Administração da Universidade de São Paulo. **Gestão de Pessoas na Crise da Covid-19**, c2020. Página Inicial. Disponível em: < <http://atmosfera.fia.com.br/covid-19/>>. Acesso em out. 2020.

FIRST-AIRLINES. **Sobre a empresa**, c2021. Disponível em: < <https://firstairlines.jp/>>. Acesso em: jan. 2021.

GIBSON, James Jerome. *The ecological approach to visual perception – Classic Edition*. New York: Psychology Press, 2014.

GOMES, Pedro Gilberto. **Dos meios à midiatização: um conceito em evolução**. São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2017.

HEPP, Andreas. **Deep mediatization**. New York: Routledge, 2020.

HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2014.

JORNAL NACIONAL. Portal institucional, c2020. Série do JN mostra as atividades que a pandemia transferiu para o mundo virtual. Disponível em: < <https://g1.globo.com/jornal-nacional/playlist/serie-do-jn-mostra-as-atividades-que-a-pandemia-transferiu-para-o-mundo-virtual.ghtml>>. Acesso em 28 set. 2020.

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

MARKETIVIDADE. Portal Institucional, c2021. **3 aplicativos de videochamadas mais utilizados pelas empresas**. Disponível em: <https://marketividade.com/artigo/3-aplicativos-de-videochamadas-mais-utilizados-pelas-empresas>. Acesso em: 05 mar. 2021.

MEIO E MENSAGEM. Portal Institucional, c2021. **Consumo de mídia e internet desacelera no Brasil**. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2021/03/29/consumo-de-midia->

[e-internet-desacelera-no-brasil.html](#). Acesso em: 29 mar. 2021.

MCLUHAN, Marshall. **Understanding Media: the extension of man**. New York, USA: McGraw-Hill, 1964.

MCLUHAN, Marshall; FIORI, Quentin. *The medium is the message*. New York, USA: Random House, 1967.

MCLUHAN, Erick, ZINGRONE, Frank. (Eds.). **Essential McLuhan**. New York, USA: Basic Books, 1995.

PIVOTTO, Julián Cordoba. *Argentina-Brasil: la resignificación del uso de la tecnología en épocas de pandemia*. In: MILAN, Stefania; TRERÉ, Emiliano; MASIERO, Silvia. **COVID-19 from the margin Pandemic: invisibilities, policies and resistance in the datafied society**. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2021.

RONCALLO-DOW, Sergio; SCOLARI, Carlos. **Marshall McLuhan: the possibility of re-reading his notion of medium**. *Philosophies*, v.1, p.141-152, set. 2016.

SCOLARI, Carlos Alberto. *Ecología de los medios: mapa de un nicho teórico*. *Quaderns del CAC*, vol. XIII, n. 1, p. 17-25, jun. 2010.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. 8. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

SOARES, Luís Fernando et al. **Diálogos para prevenção da Covid-19 nos territórios rurais**. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2020.

TOMORROWLAND. *Digital Edition*, c2020. Página Inicial. Disponível em: <<https://www.tomorrowland.com/en/digital>>. Acesso em: fev. 2021.

RECEBIDO EM: 29/08/21 ACEITO EM: 29/08/21