

## Tensões entre a pandemia de covid-19 e a midiaticização na atualidade: discussões sobre conceitos emergentes e reconfigurações

Tensions between the covid-19 pandemic and current mediatization: discussions on emerging concepts and reconfigurations

Tensiones entre la pandemia de covid-19 y la mediatización actual: debates sobre conceptos emergentes y reconfiguraciones

*Mariângela Barichello Baratto*<sup>1,a</sup>

[maribbaratto@gmail.com](mailto:maribbaratto@gmail.com) | <https://orcid.org/0000-0002-8201-8751>

*Flavi Ferreira Lisbôa Filho*<sup>1,b</sup>

[flavi@ufsm.br](mailto:flavi@ufsm.br) | <https://orcid.org/0000-0003-4307-9401>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Santa Maria, Programa de Pós-graduação em Comunicação. Santa Maria, RS, Brasil.

<sup>a</sup> Mestrado em Tecnologias Educacionais em Rede pela Universidade Federal de Santa Maria.

<sup>b</sup> Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

### RESUMO

Objetiva-se discutir acerca das tensões existentes entre a pandemia de covid-19 e o processo de midiaticização da cultura e da sociedade na atualidade. Buscando olhar para possíveis reconfigurações e conceitos emergentes trazidos pelo contexto, retomam-se bibliograficamente as definições de midiaticização e apresenta-se um estado da arte de pesquisas acadêmico-científicas brasileiras que já abordaram a temática atrelada à pandemia de covid-19 nos últimos anos (2020-2022). Identificam-se ensaios conceituais acerca da midiaticização da religião, midiaticização do trabalho, midiaticização da política, midiaticização da saúde, midiaticização do consumo, midiaticização da educação, midiaticização do entretenimento etc. Assim, conclui-se que as emergências relacionadas à midiaticização estiveram diretamente relacionadas aos chamados cotidianos inerentes ao contexto, quando as mediações pela mídia suprimiram necessidades latentes de segmentos diversos.

**Palavras-chave:** Covid-19; Pandemia; Midiaticização; Estado da arte; Ecosistema digital.

### ABSTRACT

The aim is to discuss the tensions between the covid-19 pandemic and the process of mediatization of culture and society today. Seeking to look at possible reconfigurations and emerging concepts brought about by the context, the definitions of mediatization are bibliographically reviewed and a state of the art of Brazilian academic-scientific research that addressed the link between mediatization and the covid-19 pandemic in recent years (2020-2022) is presented. Conceptual essays are identified on the mediatization of religion, mediatization of work, mediatization of politics, mediatization of health, mediatization of consumption, mediatization of education, mediatization of entertainment, among others. Thus, it can be concluded that the developments related to mediatization were directly connected to everyday life within the context, when mediation by the media met latent needs of different segments.

**Keywords:** Covid-19; Pandemic; Mediatization; State of art; Digital ecosystem.

## RESUMEN

El objetivo es discutir las tensiones entre la pandemia de covid-19 y el proceso de mediatización de la cultura y la sociedad actual. Buscando mirar posibles reconfiguraciones y conceptos emergentes provocados por el contexto, se revisan bibliográficamente las definiciones de mediatización y se presenta un estado del arte de la investigación académico-científica brasileña que ya abordó el tema vinculado a la pandemia de covid-19 en últimos años (2020-2022). Se identifican ensayos conceptuales sobre la mediatización de la religión, la mediatización del trabajo, la mediatización de la política, la mediatización de la salud, la mediatización del consumo, la mediatización de la educación, la mediatización del entretenimiento etc. Así, se concluye que las emergencias relacionadas con la mediatización estaban directamente relacionadas con la llamada cotidianidad inherente al contexto, cuando la mediación por los medios atendía necesidades latentes de diferentes segmentos.

**Palabras clave:** Covid-19; Pandemia; Mediatización; Estado del arte; Ecosistema digital.

---

## INFORMAÇÕES DO ARTIGO

### Contribuição dos autores:

Concepção ou desenho do estudo: Mariângela Barichello Baratto, Flavi Ferreira Lisboa Filho.

Coleta de dados: Mariângela Barichello Baratto, Flavi Ferreira Lisboa Filho.

Análise de dados: Mariângela Barichello Baratto, Flavi Ferreira Lisboa Filho.

Interpretação dos dados: Mariângela Barichello Baratto, Flavi Ferreira Lisboa Filho.

Todos os autores são responsáveis pela redação e revisão crítica do conteúdo intelectual do texto, pela versão final publicada e por todos os aspectos legais e científicos relacionados à exatidão e à integridade do estudo.

**Declaração de conflito de interesses:** não há.

**Fontes de financiamento:** não houve.

**Considerações éticas:** não há.

**Agradecimentos/Contribuições adicionais:** não há.

**Histórico do artigo:** submetido: 4 dez. 2023 | aceito: 9 jul. 2024 | publicado: 19 dez. 2024.

**Apresentação anterior:** não houve.

**Licença CC BY-NC atribuição não comercial.** Com essa licença é permitido acessar, baixar (*download*), copiar, imprimir, compartilhar, reutilizar e distribuir os artigos, desde que para uso não comercial e com a citação da fonte, conferindo os devidos créditos de autoria e menção à Reciis. Nesses casos, nenhuma permissão é necessária por parte dos autores ou dos editores.

## INTRODUÇÃO

É consenso social que a pandemia de covid-19 marcou uma época, seja pelo cenário assustador, com milhões de vidas perdidas, seja pelas consequências sociais e econômicas ou ainda pelas mudanças advindas das necessidades de adaptação impostas pelas particularidades de uma Emergência em Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII) com duração de mais de três anos, com início oficial decretado pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em 11 de março de 2020 e fim em 5 de maio de 2023. Nesse contexto, a utilização de recursos de ordem comunicacional e/ou midiática foi evidenciada e esteve em ascensão em muitos dos processos cotidianos, atravessando fronteiras geográficas e se tornando um relevante canal para a obtenção de informações, lazer, educação, formação, trabalho etc. Fatos e questões que já estavam em crescimento, com o cenário de emergência, se consolidaram na forma de práticas que vieram a se tornar cotidianas, como a realização de estudo, trabalho, consultas médicas, entre outros, de forma remota.

Esta investigação pauta-se em discutir como a pandemia de covid-19 e os movimentos (sociais, culturais, econômicos, políticos, emocionais, informacionais etc.) consequentes contribuíram para a emergência e as reconfigurações do conceito de midiaticização, no contexto comunicacional da atualidade. Parte-se do pressuposto de que tal contexto pode ser considerado um marco e uma influência para o futuro da área da comunicação e dos estudos sobre midiaticização.

Procura-se, como resultado, delinear um mapa mental autoral e ilustrativo das reconfigurações e emergências trazidas pela pandemia (enquanto contexto social) à área de estudos acerca da midiaticização (enquanto contexto acadêmico), em especial relacionados à área da comunicação e ambiência midiática. Para isso, primeiramente, faz-se um breve apanhado bibliográfico acerca do conceito de midiaticização, ao longo do tempo, a partir de Braga (2006); Barros (2012); Couldry e Hepp (2016); Hjarvard (2014); Sodré (2002, 2006); Verón (1997). Posteriormente, utiliza-se o método exploratório de estado da arte como caminho para a identificação de discussões acadêmicas que, em 2020, 2021 e 2022, acionaram em suas temáticas o fenômeno da midiaticização e o da pandemia. É nessa perspectiva que nossa proposição investigativa está imersa: uma realidade específica, atípica e emergente que acreditamos ser determinante e frutífera à construção do contexto comunicacional no tempo em que vivemos.

## METODOLOGIA

Nossa análise tem influência teórico-metodológica dos estudos culturais, uma perspectiva que instiga a valorização dos contextos de pesquisa e a “atenção às especificidades e particularidades articuladas a uma conjuntura histórica determinada, produzindo, então, uma teoria engajada nas diferenças culturais” (Escosteguy, 2010, p. 45). Os estudos culturais têm em sua essência uma prática interdisciplinar, contextual, comprometida em gerar inquietações e (olhar para) transformações sociais.

Assim sendo, como modo de aproximação contextual, a partir de uma coleta de dados de base empírica, a pandemia de covid-19 é apresentada enquanto contexto social e temporal da investigação. Por meio de uma pesquisa bibliográfica, são apresentados os movimentos teóricos que já cercaram a midiaticização antes mesmo do advento da pandemia de covid-19.

A realização da pesquisa de estado da arte ocorre de modo exploratório e inventariante, permitindo a aproximação com pesquisas acadêmico-científicas que já pautaram a midiaticização nos contextos social e temporal mencionados. Para Romanowski e Ens (2006, p. 39):

[...] estados da arte podem significar uma contribuição importante na constituição do campo teórico de uma área de conhecimento, pois procuram identificar os aportes significativos da construção da teoria e prática pedagógica, apontar as restrições sobre o campo em que se move a pesquisa, as suas lacunas de disseminação, identificar experiências inovadoras investigadas que apontem alternativas de solução para os problemas da prática e reconhecer as contribuições da pesquisa na constituição de propostas na área focalizada.

Mais especificamente, buscamos olhar para produções acadêmico-científicas que, nos últimos anos (2020-2022), trouxeram reflexões relacionadas à confluência temática entre a midiatização e o momento histórico da pandemia de covid-19, dando especial atenção ao fenômeno da midiatização, às suas mutações, emergências e relações com a cultura e com a sociedade no período. A pesquisa se deu no mês de maio de 2023, tendo o Google Acadêmico como espaço *on-line* de busca. Isso porque, conforme Gaudêncio, Figueiredo e Leite (2009, p. 16), o mesmo fornece uma maneira simples de pesquisar literatura acadêmica de forma abrangente, a partir de: “artigos revisados por especialistas (*peer-reviewed*), teses, livros, resumos e artigos de editoras acadêmicas, organizações profissionais, bibliotecas de pré-publicações, universidades e outras entidades acadêmicas”.

Cientes dessa abrangência, consideramos para a análise apenas as produções listadas que tenham rigor científico, como: publicações em periódicos reconhecidos pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), publicações em anais de eventos e/ou congressos reconhecidos em suas áreas, capítulos de livro, pesquisas de conclusão de curso de graduação, mestrado e doutorado. Sendo assim, trazemos um mapeamento de pesquisas escritas em língua portuguesa, disponibilizadas na plataforma virtual Google Acadêmico e publicadas nos anos 2020, 2021 e 2022. A organização do material foi feita com a ferramenta Planilhas Google, a partir da separação por: título, autor, tipo de publicação, ano, instituição de origem do autor, *link* para acesso e palavras-chave. Na sequência, a leitura flutuante permitiu a tomada de conhecimento acerca dos resultados – os quais serão apresentados no tópico 4.

As palavras-chave “midiatização” AND “pandemia” foram utilizadas como termos de busca. Como filtros, consideramos o período temporal de três anos completos (2020, 2021 e 2022) e as pesquisas em português. Encontramos 1.890 trabalhos, um número de resultados expressivo, mas que não foi surpresa, considerando a emergência do tema e a grande abrangência da plataforma mencionada. Por questões de viabilidade e possibilidade de profundidade analítica, fizemos um recorte do *corpus* da pesquisa: consideramos os primeiros trinta resultados que pautaram necessariamente os dois universos desta investigação – midiatização e pandemia.

Com o propósito de compreender as predominâncias temáticas, contextuais e conceituais concernentes a essas questões e abordadas nas pesquisas acadêmico-científicas relacionadas à midiatização e à pandemia de covid-19, a análise apresentada no tópico 4 está centrada nos títulos, nos resumos e nas palavras-chave das trinta pesquisas que compuseram o *corpus* da investigação. Cabe mencionar também que a sistematização de dados ocorreu a partir de mapas mentais, ou seja, de recursos de infografia utilizados como auxílio à estruturação, à organização e à apresentação visual dos resultados da pesquisa.



Figura 1 – Protocolo metodológico da investigação  
Fonte: Elaborada pelos autores.

A Figura 1 ilustra a combinação dos movimentos da investigação. Entre os estudos de midiaticização e as suas implicações num contexto, no qual há grandes impactos na cultura e na sociedade, procuramos considerar atentamente o momento e a forma como se deram as mudanças estruturais existentes entre os meios de comunicação, as diversas instituições sociais e um fenômeno da atualidade.

## **A MUDIATIZAÇÃO E A PANDEMIA DE COVID-19**

Contextualmente, é possível afirmar que vivemos em uma sociedade perpassada pela mídia, sendo os fenômenos midiáticos uma característica universal de todas as sociedades humanas, e a midiaticização, uma das principais mediações na sociedade (Braga, 2006). Portanto, a midiaticização se espalha e se aprofunda na estrutura social, na constituição de uma cultura que pode ser considerada midiaticizada (Barros, 2012). Ainda em 2002, Muniz Sodré já apontava para a emergência do processo de midiaticização na sociedade (Sodré, 2002), o qual pouco tempo depois foi chamado de sociedade midiaticizada pelo mesmo autor (Sodré, 2006).

Entretanto, é possível aferir que, com o advento da pandemia de covid-19, essas questões relacionadas às mediações pela mídia se tornaram ainda mais emergentes (e urgentes) nas discussões teóricas e práticas em diversas áreas do conhecimento. Desse modo, procurando realizar uma aproximação sobre conceitos e contextualidades que estão na centralidade desse estudo, apresentamos a seguir um ensaio teórico acerca da midiaticização, bem como um apanhado histórico e social sobre a pandemia de covid-19.

### **Midiaticização: uma breve história do conceito e das relações com a cultura e a sociedade**

Entende-se aqui a midiaticização como um fenômeno em processo que está acontecendo socialmente e em convergência com acontecimentos sociais e culturais. Nesse sentido, nos aproximamos do diálogo com alguns autores que pensam da mesma forma, em especial, Hjarvard (2014), que estuda a midiaticização em diálogo com a cultura e a sociedade, ao destacar o olhar interdisciplinar e os atravessamentos da midiaticização nas diversas instituições sociais, como a família, a religião, o trabalho, a política etc.

Historicamente, o autor destaca a incidência da midiaticização na cultura e na sociedade, sublinhando-a não como um processo universal que caracteriza todas as sociedades, mas como um desenvolvimento que se acelerou nos últimos anos do século XX, em sociedades modernas, altamente industrializadas (Hjarvard, 2014). Essa afirmação é corroborada por Couldry e Hepp (2016), quando enfatizam que a midiaticização não deve ser observada como um caminho único, visto que os processos de midiaticização derivam do processo de complexificação social – o qual demanda a comunicação mediada entre dispositivos tecnológicos, instituições e sujeitos.

No cenário europeu, o advento do rádio nos anos 1920 foi apontado por Hjarvard (2014) como o momento em que os meios de comunicação passam a alcançar o público de forma mais abrangente, começando a assumir gradualmente o caráter de instituições culturais. Os anos 1980 foram marcados por transformações estruturais no setor de comunicação e da sociedade. São exemplos disso o fim do monopólio dos serviços públicos de rádio e televisão e a expansão dos serviços de transmissão por satélite e cabo. Nos anos 1990, a rápida expansão da telefonia móvel e da internet tornou ainda mais complexos os sistemas de comunicação, bem como a transição do *status* dos meios de comunicação de instituições culturais para instituições midiáticas.

Como forma de sintetizar os movimentos que marcaram a história da comunicação e, por conseguinte, da midiaticização, Couldry e Hepp (2016), demarcam quatro ondas: mecanização (que começou na invenção da prensa, ocasionando a criação da mídia impressa de massa, na industrialização); eletrificação (com início na criação do telégrafo e fim nas mídias de telecomunicação); digitalização (com origem na criação do computador e das mídias digitais); e, por fim, a chamada quarta onda, considerada a vivida no momento atual que se

externa através da representação da vida social por meio de dados computadorizados dispostos em aparelhos midiáticos, *softwares*, entre outros. Para os autores, nessa última onda há um maior aprofundamento da midiaticização em consequência de uma incorporação muito mais intensa de mídia e emergência tecnológica em processos sociais.

De maneira relacionada, há uma série de reflexões sobre a transição de uma chamada sociedade dos meios para a sociedade em vias da midiaticização. Segundo Verón (1997), esta última é aquela em que as instituições, as práticas, os conflitos e as questões que envolvem as culturas começam a dialogar com as questões midiáticas, tendo a mídia assumido papel relevante nas sociedades e nos contextos diversos, e os novos dispositivos técnicos permitido o surgimento de novos fenômenos.

Considerando-se o cenário mais recente, pode-se dizer que “a cultura e a sociedade contemporâneas estão a tal ponto permeadas pela mídia que talvez já não seja tão possível concebê-las como algo separado das instituições culturais e sociais” (Hjarvard, 2014, p. 15). Por fim, cabe mencionar o movimento de complexificação e intensificação das inter-relações sociais com o advento da tecnologia digital, ao longo dos anos, mais recentemente acentuado pela pandemia de covid-19 e por uma série de processos sociais conjugados à imersão tecnológica e/ou midiática nas instituições culturais e sociais relacionadas a crise sanitária. Em vista disso, tomamos o processo de midiaticização como recurso teórico para identificar como operar a influência e as reconfigurações da mídia nesse contexto de complexificação sociais entre comunicação, mídia e pandemia de covid-19.

## **Pandemia de covid-19: contexto e perspectiva social**

Mais que um fenômeno microbiológico, observamos o contexto da pandemia de covid-19 como um importante evento social, político, econômico e cultural, com consequências e transformações sociais e comportamentais ainda imensuráveis em sua totalidade. Covid é a sigla da denominação, em inglês, coronavirus disease – a doença de coronavírus. O número 19 faz alusão ao ano de 2019, quando, no mês de dezembro, os primeiros casos foram publicamente divulgados (Fiocruz, 2020).

Em 11 de março de 2020, a doença foi caracterizada pela OMS como uma pandemia – denominação que ocorre quando a disseminação mundial de uma nova doença se espalha por diferentes continentes e tem transmissão sustentada de pessoa para pessoa. Nesse mesmo período, também se iniciaram os movimentos mais rigorosos de isolamento social no Brasil e no mundo. Desde então, conforme dados da organização Our World in Data (2023), até o dia 16 de março de 2023, foram confirmados 760.896.791 casos e 6.874.572 mortes por covid-19 no mundo. No Brasil, o Painel Coronavírus, do Ministério da Saúde (2023), confirmou 37.145.514 casos e 699.634 óbitos (até 14 de março de 2023). Esses dados significam muito mais do que informações numéricas e/ou estatísticas: são pessoas, vidas, famílias e uma infinidade de sonhos interrompidos.

A criação da vacina e o avanço da vacinação foram determinantes para a redução expressiva do número de casos graves, hospitalizações e óbitos decorrentes da doença. No Brasil, o marco da chegada do imunizante e a aplicação da primeira dose se deu em 17 de janeiro de 2021, quando a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) autorizou o uso emergencial de duas vacinas no país: Coronavac (no Brasil, produzida pelo Instituto Butantan) e AstraZeneca (fabricada pela Fundação Oswaldo Cruz – Fiocruz). Com isso, em meio a receios e incertezas de um cenário social e sanitário singular, aos poucos houve o fim de bloqueios e restrições de locomoção, da obrigatoriedade do uso de máscaras em ambientes fechados e/ou transportes públicos e da exigência do comprovante de vacinação para a entrada em ambientes de convívio social. Em 5 de maio de 2023, a OMS anunciou uma alteração no *status* da covid-19, que deixou de ser classificada como ESPII.

Nesse período, observamos a pandemia e o vivido em seu entorno a partir de duas lentes que, por vezes, se misturam para dar conta da complexidade desse contexto: a primeira é relacionada às questões de ordem sanitária e epidemiológica e trata da prevenção e atenção à gravidade e à grande mortalidade da doença,

somada à dor, ao sofrimento, à insegurança, à tensão e à exaustão física e mental, que até hoje ainda não são totalmente mensuráveis, mas certamente têm impactos a curto, médio e longo prazos. A segunda trata de questões políticas, econômicas, culturais e sociais que colocam a pandemia de covid-19 como um evento que marca grandes crises e transformações sociais.

Atualmente, destacando-se o que se vive no Brasil após o segundo semestre de 2023, pode-se dizer que estamos diante do que se tem chamado de “novo normal”, marcado por mudanças de ordens sociais, culturais, comportamentais, de linguagem e alterações no ecossistema midiático que foram incorporadas à rotina. E é sobre essas questões que mais nos atentamos nesta pesquisa.

De modo geral, pode-se dizer que, com o advento da pandemia, imergimos em um cenário de urgências que aceleraram ações e inovações, exigindo adaptações e resiliência para lidar com um contexto de complexificação social em diversos âmbitos. Portanto, tratar desse tema significa se aproximar de um contexto emergente, de grande relevância e impacto social, que acometeu e reconfigurou a vida em sociedade nos últimos anos.

### **MIDIATIZAÇÃO E PANDEMIA DE COVID-19 NAS PRODUÇÕES ACADÊMICO-CIENTÍFICAS (2020-2022)**

A pandemia de covid-19 – dada sua natureza epidemiológica, sua gravidade e suas conseqüentes necessidades de isolamento e distanciamento social – contribuiu para a incorporação muito mais intensa da mídia em processos sociais, estando as transformações refletidas não apenas no ambiente midiático, mas também nas sociabilidades e nos processos interacionais.

Vale reiterar que falar de midiática no contexto da pandemia de covid-19 é falar de fenômenos midiáticos acelerados e intensificados por uma situação de emergência mundial, que chegou provocando transformações e impactos sociais. A cultura, a sociedade, os meios de comunicação e a população, em geral, precisaram encontrar formas de seguir suas rotinas e de se relacionar entre si, originando novas possibilidades de socialização e modificando as práticas cotidianas. Presenciamos, nesse contexto, rupturas entre espaço e tempo, provocadas e/ou aceleradas pelos dispositivos técnicos.

Na prática, isso pode ser visualizado no uso de plataformas da internet para a realização de atividades diversas: o cultivo de relações a partir da interação via recursos *on-line* de comunicação interpessoal; a presença de atividades a distância que impactam a vida de vários atores e atividades sociais – de estudantes a profissionais de diversas áreas, de atividades letivas a práticas de consumo etc. No universo acadêmico-científico, essas questões também estiveram refletidas, e, mesmo diante de um contexto de distanciamento físico, as pesquisas continuaram sendo desenvolvidas, muitas delas atentas ao contexto da pandemia de covid-19 e críticas às provocações trazidas por ela. A partir de agora, apresentamos algumas sinalizações do estado da arte.

Dos trinta resultados que pautaram os universos da midiática e da pandemia, chamamos a atenção para o fato de que, mesmo sem uso de filtros para separar as pesquisas por graduação ou pós-graduação, quase a totalidade das investigações analisadas (26 resultados – equivalentes a 86,6%) foi desenvolvida por pesquisadores de pós-graduação. Esse número evidencia a relevância e o protagonismo das pesquisas e dos pesquisadores de especialização, mestrado e doutorado para o estudo de temáticas emergentes tal qual a que estamos investigando. Ainda, destaca-se que, mesmo sem aplicar filtros por área (tendo em vista que a plataforma não oferece essa possibilidade), a grande maioria (27 pesquisas – equivalentes a 90%) dos resultados encontrados na busca é de autoria de pesquisadores da área de comunicação – o que evidencia a relevância do conceito de midiática nessa área acadêmica. Os demais achados (três pesquisas – equivalentes a 10%) são de áreas dialógicas com a comunicação: artes, administração e moda.

A Figura 2 ilustra a separação dos achados por **tipos de publicações**, dos quais são predominantes os trabalhos publicados em anais de eventos (16 trabalhos – equivalentes a 53,35%) e as publicações em

periódicos (9 publicações – equivalentes a 30%).<sup>1</sup> Esse resultado evidencia a relevância da participação de pesquisadores em eventos para o debate de temáticas emergentes de maneira mais dinâmica e dialógica.

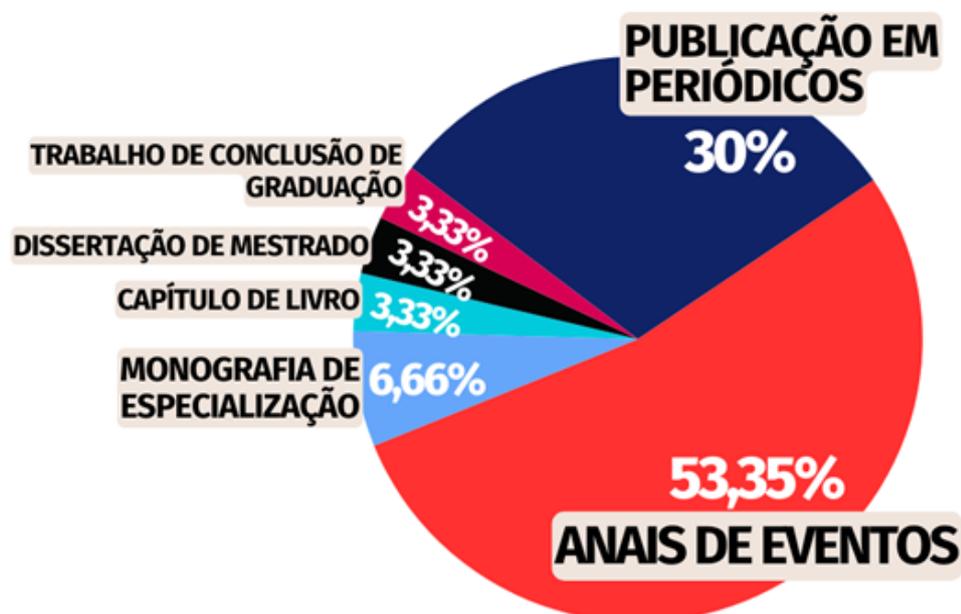


Figura 2 – Tipos de publicações que compõem o corpus de análise  
Fonte: Elaborada pelos autores.

Dos eventos mais evidenciados nos resultados está o Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais (Midiaticom), em suas edições de 2020, 2021 e 2022, realizado pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCC), da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), cujos anais apresentaram dez dos trinta resultados analisados, equivalente a 33,3% do total. Esse número simboliza o destaque da instituição como referência em estudos sobre o fenômeno da midiatização no cenário brasileiro.

Cabe também apontar a grande contribuição dos pesquisadores da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) para a área de estudo, com autoria em sete das trinta pesquisas (23,3% do total), sendo a instituição que mais se repete em número de autores nas publicações relacionadas – ao lado de pesquisadores da Unisinos, com autoria em cinco dos trinta trabalhos analisados (16,6% do total). Outras 16 instituições distintas figuram na autoria das demais 18 publicações analisadas em território nacional. Essa diversidade institucional e regional também nos dá pistas sobre a relevância de se analisar a confluência entre midiatização e pandemia em vários universos temáticos e geográficos de pesquisa – os quais trataremos mais detalhadamente no tópico subsequente.

A Figura 3, a seguir, apresenta um mapa mental autoral que ilustra os principais acionamentos contextuais relacionados à midiatização e à pandemia de covid-19. A partir da análise dos resultados e da percepção acerca dos acionamentos temáticos em cada uma das pesquisas, identificamos dois grandes eixos de investigação: midiatização e processos sociais e midiatização e processos culturais. Ainda há que se pontuar a interseção e o diálogo desses eixos com o universo digital e a temática da midiatização nesse meio. Destacamos que algumas pesquisas contemplaram mais de uma temática e/ou categoria em sua investigação – tratando de forma concomitante de questões da seara social e cultural, em universo digital ou não. Por meio de tal agrupamento e dessas percepções é possível aferir que a midiatização em contexto de pandemia é pautada à luz de uma perspectiva interdisciplinar, contemplando uma série de contextos

<sup>1</sup> Dos demais resultados: 6,66% equivalem a 2 resultados e 3,33% equivalem a 1 resultado – conforme dados apresentados na Figura 2.

culturais e sociais distintos – o que evidencia quão latentes estiveram essas questões nos contextos temporal e social referidos e quão vastas e construtivas podem ser as análises que envolvem a temática da midiatização nesse período.

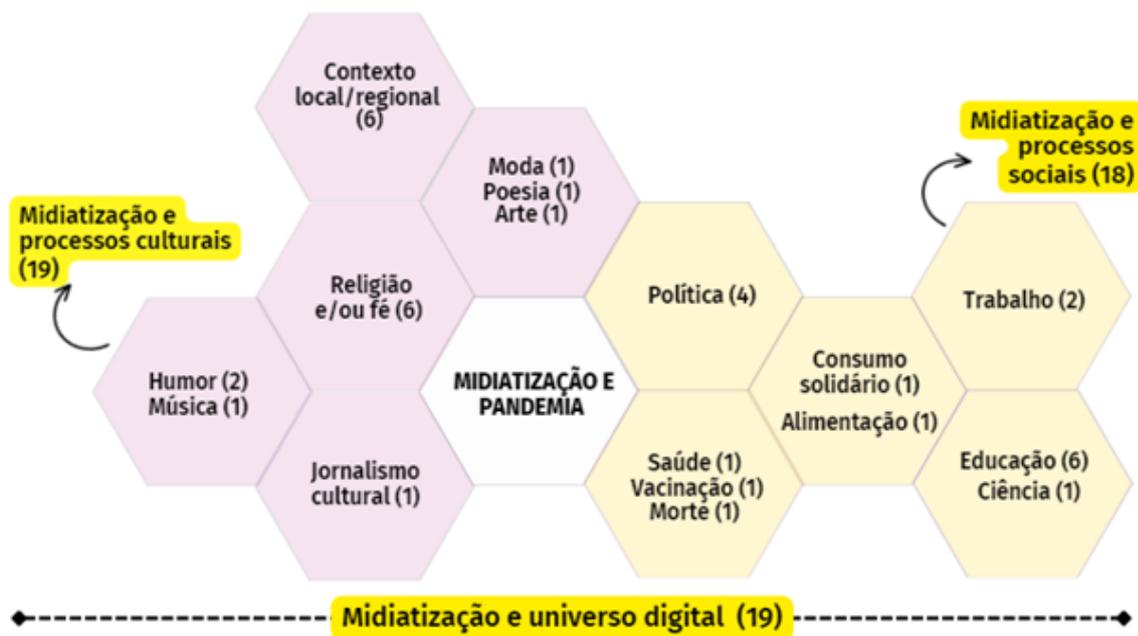


Figura 3 – Mapa mental com o compilado de aproximações contextuais entre midiatização e pandemia  
Fonte: Elaborada pelos autores.

A aproximação entre midiatização, pandemia e processos culturais apareceu de maneira predominante nas pesquisas analisadas. Nesse contexto, sobressaem-se as temáticas envolvendo religião, regionalismos e entretenimento. Destaque para as pesquisas que investigam a relação entre midiatização e espaços religiosos, a partir do olhar para a midiatização da fé. Silva Junior e Ferreira (2020) buscaram debater de que maneira a midiatização alterou as lógicas do processo social de vivência da fé em tempos de distanciamento social, em um contexto regional.

De maneira relacionada, também estiveram em pauta: as transformações nas lógicas do campo social religioso (Milani, 2021); as mudanças nas práticas da fé católica em decorrência da pandemia (Cunha; Colferai, 2020); os discursos e as práticas diocesanas no Instagram durante a pandemia (Silva *et al.*, 2021); e a evolução da comunicação nos contextos religioso e educacional durante a pandemia (Gasparetto, 2022). O estudo de Regiani e Borelli (2021), acerca da relação entre humor e religião, na pandemia, em circulação pelo WhatsApp, sinaliza as aproximações entre midiatização e entretenimento, que apareceram também em outras publicações que pautaram música, arte, poesia, jornalismo cultural e novamente humor. A relação entre midiatização e humor esteve destacada na análise de como a Rede Globo abordou a pandemia em um quadro de humor (Avila, 2022).

A midiatização musical esteve presente pela via da cultura popular e pela realização de *shows* em forma de *lives* em plataformas de *streaming* e *sites* de redes sociais durante a pandemia (Dewes; Silveira, 2020). A análise da representação artística da pandemia foi evidenciada a partir de *foto-performances* (Rodrigues, 2020) e aproximações entre midiatização e arte. A conexão entre midiatização e jornalismo cultural foi abordada por Santos (2021), que se propõe a compreender quais foram as mudanças trazidas pela pandemia de covid-19 (e suas consequências) às narrativas das matérias de Jornalismo Cultural, publicadas em um canal do YouTube.

A relação entre midiatização e moda apareceu na pesquisa de Zogbi (2021), que, por meio de uma análise semiótica de capas de revista, buscou estudar os impactos da pandemia da covid-19 no universo da moda.

O relato de experiência de Granez (2021) descreve e analisa o uso poético do aplicativo WhatsApp e, assim, provoca a interseção entre midiaticização e poesia como recurso de socialização. Há que se pontuar que o entretenimento, até aqui mencionado, trata de processos culturais e de sociabilidade midiaticizados, quase que na totalidade, de forma *on-line*.

A midiaticização ancorada em contextos locais, regionais e/ou territoriais reitera que diversas realidades específicas foram influenciadas pela pandemia. São pesquisas que trazem à tona as associações e os movimentos importantes para entender o que estava ocorrendo nas proximidades dos pesquisadores, as quais, quando olhadas em conjunto, nos dão a dimensão da abrangência e complexidade do cenário contextual que esteve envolto pela covid-19.

Muitos foram os temas e os desdobramentos percebidos nesta pesquisa: a midiaticização da fé nas dioceses do Brasil, no Regional Nordeste V (Silva Junior; Ferreira, 2020); a circulação de informações sobre a vacinação da covid-19 em pequenos municípios do Rio Grande do Sul (Kroth; Borelli; Dalmolin, 2021); a análise de folhetos de literatura regional de cordel para investigar entrelaces discursivos sobre pandemia e política (Fausto Neto, 2022); a análise do uso de imagens no diálogo do incentivo ao consumo local solidário (Belmar, 2022); o olhar para os regionalismos no cenário musical, destacando o sucesso do grotesco na midiaticização musical (Dewes; Silveira, 2020); e o trabalho de Santi e Araújo (2022) que se propõe a pensar a reterritorialização do trabalho. Várias dessas temáticas dialogam com nossa análise a seguir, quando nos atentamos às pesquisas que abordam especialmente a relação entre midiaticização, pandemia e processos sociais.

Tal categorização foi identificada, principalmente, a partir de aproximações com os contextos da educação, da política, da economia, do consumo, do trabalho e da saúde. Esses resultados trouxeram pistas sobre questões relacionadas à midiaticização do cotidiano, marcada pela permanência da população dentro de casa e pela inevitável necessidade de conciliar, em um mesmo espaço-tempo, trabalho, alimentação, saúde e estudo. Nesse contexto, os dois universos mais presentes nas discussões são os da educação e da política.

O universo da educação foi o mais mencionado, especialmente a partir da midiaticização e do diálogo com perspectiva **educacional**, com reflexões sobre a aprendizagem (Gonçalves; Braidá, 2021) e o olhar para as práticas educativas em um contexto de escola pública (Veiga, 2020). Trata-se de um olhar crítico e tensionador na era da hipermediação, das plataformas e dos algoritmos (Tessarotto, 2022). Também encontramos reflexões acerca do uso das mídias digitais como complemento do ensino durante a pandemia (Resende, 2020), sobre a escola, as mediações com o universo digital e as significações cotidianas (Oliva, 2022), além da evolução da comunicação no contexto escolar (Gasparetto, 2022). Essas pesquisas vão na direção do estreitamento de laços entre os universos da educação e da comunicação, cujo diálogo já vinha sendo realizado ao longo das últimas décadas, mas que se acelerou num cenário de emergência e incertezas.

Já a relação entre midiaticização e política apareceu especialmente mediante o olhar analítico para as estratégias de comunicação governamental (Pereira; Oliveira, 2021); por meio da análise de entrelaces discursivos entre pandemia e política (Fausto Neto, 2022); a partir da atenção à circulação de sentidos nos comentários sobre a CPI da covid-19 (Eichelberger, 2022); e pelo estudo acerca do consumo de mídia pelo jovem no contexto da crise da covid-19, ancorado teoricamente nas definições de tecnopolítica e política midiaticizada (Nascimento; Morais, 2021). Essas pesquisas evidenciam o papel essencial da mídia em diálogo com questões de ordem política – especialmente, no contexto pandêmico e de incertezas – entre as quais destaca-se o papel analítico, crítico e de vigilância.

A reflexão sobre a midiaticização e o trabalho pautou o trabalho remoto, a partir da percepção de territórios midiáticos e da reterritorialização do trabalho por meio do olhar atento para as dinâmicas virtuais de trabalho em 2020 no Brasil (Santi; Araújo, 2022), o que também é demonstrado pelo estudo de narrativas

das organizações apresentadas pelas *lives* (Ferreira; Maradei, 2021). Trata-se de pesquisas que sinalizam novas formas de relações (físicas e sociais) de trabalho e dos instrumentos utilizados para sua realização. Ainda relacionado à pandemia, sobre o consumo e o contexto econômico, identificou-se o incentivo ao consumo local solidário (Belmar, 2022); e o olhar para a midiática dos alimentos nas redes sociais (Farias, 2020), especialmente por meio do estudo sobre cardápios *on-line*.

Processos sociais que refletem a natureza sanitária da pandemia de covid-19 também estiveram evidenciados, quais sejam: a midiática do discurso científico (Fiegenbaum, 2020); as interfaces da comunicação face a face com o processo de midiática em ambiente hospitalar, por meio de abraços digitais, cartas e crachás humanizados (Maio, 2021); a circulação de informações sobre a vacinação da covid-19 (Kroth; Borelli; Dalmolin, 2021); a circulação de discursos sobre a pandemia do coronavírus em grupos de WhatsApp (Ruedell *et al.*, 2022); e os sentidos da morte na pandemia, além dos números (Silva, 2022).

Pode-se perceber que a midiática em contexto de pandemia esteve bastante relacionada ao universo *on-line*, sinalização que aparece explicitamente em 63% dos títulos, resumos e palavras-chave das publicações observadas. A Figura 4 ilustra os principais ambientes virtuais utilizados como objetos de estudo nas trinta pesquisas analisadas. Fazendo relação ao que apontam Couldry e Hepp (2016), esses objetos podem ser vistos como canais capazes de proporcionar reconexões, sociabilidades e possibilidades de humanização em um momento atípico, sendo a midiática o recurso de comunicação mediada entre dispositivos tecnológicos, instituições e sujeitos.



Figura 4 – Objetos de estudo relacionados à midiática e ao universo digital  
Fonte: Elaborada pelos autores.

Como universos digitais predominantes temos os *sites* de redes sociais, dos quais são mencionados nominalmente o Instagram, o WhatsApp e o YouTube. De maneira indireta, aparecem por meio dos termos “Sistemas socioindividuais” e ferramentas de “Videochamadas e mensagens de texto” – recursos que também estão presentes no WhatsApp, por exemplo. Esse resultado evidencia as grandes proporções que esses canais tomaram nos últimos anos no contexto cotidiano e de estudos acerca da midiática e de sua interlocução com as mais diversas temáticas, de maneira ainda mais enfática com o advento da pandemia.

Ainda há que se mencionar a atenção das pesquisas ao universo educacional, em especial à utilização dos Ambientes Virtuais de Ensino e Aprendizagem (AVEA) e dos recursos para ensino remoto durante a

pandemia. Os portais de notícias *on-line* também aparecem como locais de produção e circulação de sentidos relacionados às contextualidades diretamente associadas à pandemia. Entre outras questões, tais pesquisas evidenciam o quão fundamental se faz refletir sobre o papel das novas tecnologias e a mediação dentro do contexto social e interacional em que vivemos na atualidade. Evidencia-se nas pesquisas a virtualização de instituições sociais variadas, culminando em mudanças culturais e sociais ainda pouco mensuráveis, dado o caráter recente desses movimentos – o que exige que eles sigam sendo pesquisados.

## **RESULTADOS: RECONFIGURAÇÕES, EMERGÊNCIAS E PRODUÇÃO DE SENTIDOS SOBRE A MEDIATIZAÇÃO TRAZIDAS PELA PANDEMIA DE COVID-19**

Reiteramos, conforme Hjarvard (2014), que a mediação fornece “um arcabouço para analisar e construir uma compreensão teórica acerca das possibilidades de interação dos meios de comunicação com outros processos sociais e culturais” (p. 18). Desse modo, vemos, a partir de Gomes (2014), em prefácio da obra supracitada, a mediação da cultura e da sociedade como nova situação social: uma ambiência característica, na qual comunicação e sociedade estão imbricadas e produzem um sentido para a cultura resultante do desenvolvimento tecnológico. Acreditamos que essas reflexões são úteis à construção de um conjunto de hipóteses relacionadas à crescente presença das diversas mídias na cultura, nos modos de interação e na participação social – questões identificadas de modo ainda mais acentuado após o ano 2020, com a incidência da pandemia de covid-19, e corroboradas pelos achados da pesquisa de estado da arte relatada.

Algumas dificuldades provocadas pelo contexto de pandemia aceleraram a digitalização de processos e a incorporação de tecnologias no dia a dia de atores sociais e instituições diversas, tanto no âmbito pessoal quanto no profissional: varejo, serviços médicos, serviços bancários, de educação, de comunicação *etc.* Há que se ponderar, entretanto, que a pandemia não mudou as necessidades de inovação que vinham sendo construídas em vários segmentos. O que se viu foi uma aceleração de ações e/ou atualizações que já vinham sendo discutidas e, provavelmente, demorariam mais algum tempo para serem aplicadas, mas que se tornaram possíveis muito rapidamente dada a urgência do momento.

Aqui, interpretamos esse movimento como dialógico com o que já era apontado por Martino (2016): a mediação entendida como um movimento de articulação das mídias nos processos sociais, alterando práticas e significados “mediados” (que ocorrem na mídia). Nesse sentido, à luz de um evento multifacetado como a pandemia, período no qual diversos processos sociais assumiram novas configurações, novas formas e complexificações, pôde-se presenciar empiricamente – e comprovar academicamente – um movimento de reconfigurações, emergências e produção de sentidos acerca da mediação.

Podemos destacar que as pesquisas de cunho comunicacional-midiático, que trataram da mediação em contexto de pandemia nos anos 2020, 2021 e 2022, dão enfoque ao necessário olhar interdisciplinar para o tempo em que vivemos. Evidenciam que pensar a mediação na atualidade e, em especial, nas singularidades de uma pandemia significa trazer um olhar interdisciplinar que transborda a natureza essencialmente midiática, perpassando também realidades sociais, culturais e interacionais de naturezas cotidianas: questões relacionadas à mediação da religião, do entretenimento, da educação, da política, da economia, do consumo, do trabalho, da saúde *etc.*, conforme pode ser observado na Figura 5.



Figura 5 – Associações conceituais e temáticas emergentes acerca da midiática e da pandemia de covid-19  
Fonte: Elaborada pelos autores.

A partir de tais temáticas, percebem-se investigações preocupadas com a transformação social e as questões que se situam na conexão entre o contexto específico e a circulação, a produção e a construção de sentidos que o circundam. Sendo assim, há que se ter cada vez mais o entendimento de que produtos midiáticos são também produtos socioculturais e, como tais, são diretamente impactados pelos modos de vida e pelas experiências cotidianas – tais quais os da pandemia de covid-19.

Ou seja, em um período tão emblemático, as mediações pela mídia supriram necessidades latentes de segmentos diversos e contribuíram (e ainda contribuem) para adaptações necessárias à atuação de outros tantos. As emergências relacionadas à temática da midiática estiveram diretamente relacionadas aos chamados do contexto: novas formas de se comunicar, de rezar, de comercializar, de trabalhar, de estudar, de se divertir foram trazidas à tona e muitas delas foram corroboradas pela existência de recursos de natureza midiática, como também em ambiência digital. Assim, as relações comunicacionais e a interação mediada reconfiguraram os modos de se (vi)ver, no dia a dia e nas pesquisas, em muitos novos contextos.

A midiática, enquanto diálogo com as interações sociais e sendo uma influência nas relações em diversos ambientes, pode ser considerada emergente no período de análise. Nos momentos durante e no pós-pandemia, foram identificados movimentos de midiática impulsionados por diversos meios técnicos que, mesmo já existentes anteriormente, ascenderam diante de um cenário de emergências e tiveram suas significações aceleradas e/ou reconfiguradas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio de reflexões teóricas e suas articulações com as pesquisas acadêmico-científicas publicadas recentemente, buscamos situar as investigações acerca da interseção entre os processos de midiática e a pandemia de covid-19. Aliando, de modo autoral, teoria e perspectiva empírica, procurando dar valorização aos contextos e às vivências, apresentamos um breve apanhado histórico sobre o conceito de midiática e os dados que dão um panorama sobre a covid-19 no Brasil, considerando também uma pesquisa de estado da arte.

Buscamos dar atenção aos processos de midiática contidos no cenário de uma crise sanitária de diversas significações e que emergem das relações entre as práticas sociais e os processos midiáticos.

Como resultado, tendo a mediação uma forma de olhar para as mediações perpassadas pelos processos midiáticos e inter-relacionadas com as práticas sociais, identificamos que a pandemia de covid-19 pode ser considerada um marco e uma influência para o futuro da comunicação. Os ambientes midiáticos que já estavam em ascensão se tornaram, no contexto de isolamento e distanciamento social, ainda mais presentes e necessários no cotidiano das pessoas. No universo acadêmico-científico não foi diferente: pôde-se notar uma grande quantidade de pesquisas extremamente relevantes e já produzidas relacionadas à temática.

Entender um processo de complexificação social como o da pandemia de covid-19, socialmente e culturalmente marcado por muitas transformações, acelerações e incertezas, não foi tarefa fácil e não consideramos ser um trabalho encerrado neste esforço investigativo. Procuramos, de forma crítica e vigilante, trazer pistas e discussões acerca das emergências e reconfigurações do processo de mediação, em decorrência do contexto supracitado. As reflexões aqui levantadas permitem uma compreensão do processo no qual se inscrevem os fenômenos da mediação em consonância com a pandemia, quando Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) passaram a ser utilizadas com as mais diversas finalidades e de modo a suprir necessidades latentes de (con)vivência, trabalho, educação, lazer etc.

Nesse contexto, cabe reiterar que tanto as pesquisas evidenciadas no estado da arte acerca da temática quanto este ensaio propriamente dito podem contribuir muito para o futuro dos estudos da mediação e das novas reflexões sobre seu funcionamento em sociedade, trazendo pistas sobre reconfigurações e conceitos emergentes que cercam a mediação em consonância com as particularidades da contextualidade atual. E, ainda mais, evidenciando a necessidade de se compreender os processos sociais de vivência e experiência.

Por fim, acreditamos que este artigo também é uma forma de evidenciar e valorizar os esforços de pesquisa em comunicação feitos em um momento tão emblemático e complexo quanto a pandemia de covid-19. Este compilado e apontamento de descobertas conceituais relacionadas aos estudos de mediação em contexto pandêmico nos mostra que a pesquisa em comunicação é, sim, atual, e como tal está sempre atenta aos impactos das questões emergentes da área.

## REFERÊNCIAS

AVILA, Edilaine. “Isso a Globo não mostra”: como a Rede Globo tematiza a pandemia em um quadro de humor. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MEDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 5., nov.-dez. 2022, Santa Maria. **Anais de Resumos Expandidos**, Santa Maria, v. 1, n. 5, p. 1-8, nov. 2022. Disponível em: <https://mediaticom.org/anais/index.php/seminario-mediatizacao-resumos/article/view/1398>. Acesso em: 22 nov. 2023.

BARROS, Laan Mendes. Recepção, mediação e mediação: conexões entre teorias europeias e latino-americanas. *In*: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (orgs.). **Mediação & mediação**. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 79-105. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/k64dr/pdf/mattos-9788523212056-05.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2023.

BELMAR, Patricio Isaias Lobos. O uso das imagens no diálogo do incentivo ao consumo local na pandemia. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MEDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 5., nov.-dez. 2022, Santa Maria. **Anais de Resumos Expandidos**, Santa Maria, v. 1, n. 5, p. 1-12, nov. 2022. Disponível em: <https://mediaticom.org/anais/index.php/seminario-mediatizacao-resumos/article/view/1503>. Acesso em: 22 nov. 2023.

BRAGA, José Luiz. Mediação como processo interacional de referência. **Animus**, Santa Maria, v. 5, n. 10, p. 9-35, jul.-dez. 2006. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/6693/4050>. Acesso em: 31 out. 2024.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Painel Coronavírus – Brasil**. Brasília, DF, 2023. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em: 16 mar. 2023.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. **The mediated construction of reality**. Cambridge: Polity Press, 2016.

CUNHA, Cadidja Medeiros Barros da; COLFERAI, Sandro. Religiosidade em tempos de pandemia: relato de mudanças na prática da fé católica em uma comunidade do interior da Amazônia. *Aturá*, Palmas, v. 4, n. 2, p. 59-79, 2020. DOI: <https://doi.org/10.20873/uft.2526-8031.2020v4n2p59>. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/atura/article/view/9751>. Acesso em: 23 nov. 2023.

DEWES, Helyna; SILVEIRA, Ada C. Machado da. Do fundo da gruta para o *streaming*: o sucesso do grotesco na midiaticização musical. *Revista Internacional de Folkcomunicação*, Ponta Grossa, v. 18, n. 41, p. 152-168, jul.-dez. 2020. DOI: <https://doi.org/10.5212/RIF.v.18.i41.0008>. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/6317/631766106005/631766106005.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2023.

EICHELBERGER, Milene Aparecida. A circulação de sentidos em comentários de matérias do G1 sobre a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da pandemia. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MEDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 5., nov.-dez. 2022, Santa Maria. **Anais de Resumos Expandidos**, Santa Maria, v. 1, n. 5, p. 1-7, nov. 2022. Disponível em: <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-mediatizacao-resumos/article/view/1444>. Acesso em: 22 nov. 2023.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais**: uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

FARIAS, Bruno Souza de. **Menu da quarentena**: midiaticização dos alimentos no Instagram e seus significados na construção de sentido durante o isolamento social da pandemia de covid-19. 2020. 38 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Cultura Material e Consumo: perspectivas semiopsicanalíticas) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020. Disponível em: [https://cmc.eca.usp.br/monografias/Bruno\\_Farias.pdf](https://cmc.eca.usp.br/monografias/Bruno_Farias.pdf). Acesso em: 23 nov. 2023.

FAUSTO NETO, Antônio. Cordel: das feiras às redes, entrelaces discursivos sobre pandemia e política. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MEDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 5., nov.-dez. 2022, Santa Maria. **Anais de Resumos Expandidos**, Santa Maria, v. 1, n. 5, p. 1, nov. 2022. Disponível em: <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-mediatizacao-resumos/article/view/1568>. Acesso em: 22 nov. 2023.

FERREIRA, Celene F.; MARADEI, Anelisa. Narrativas organizacionais por *lives* na pandemia: uma análise crítica. In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E DE RELAÇÕES PÚBLICAS, 15., jun. 2021, São Paulo. **Anais de Resumos Expandidos**, São Paulo, v. 15, 2021. Disponível em: <https://portal.abrapcorp2.org.br/wp-content/uploads/2021/07/sff-107.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2023.

FIGENBAUM, Ricardo Zimmermann. Para uma arqueologia do discurso científico midiaticizado. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MEDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 4., nov. 2020-jan. 2021, São Leopoldo. **Anais de Resumos Expandidos**, São Leopoldo, v. 1, n. 4, p. 1-8, 2020. Disponível em: <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-mediatizacao-resumos/article/view/1198/1069>. Acesso em: 22 nov. 2023.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ (FIOCRUZ). Por que a doença causada pelo novo coronavírus recebeu o nome de covid-19? **Portal Fiocruz**, Rio de Janeiro, 17 mar. 2020. Covid-19 – Perguntas e respostas. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/pergunta/por-que-doenca-causada-pelo-novo-coronavirus-recebeu-o-nome-de-covid-19>. Acesso em: 15 mar. 2023.

GASPARETTO, Paulo Roque. Evolução da comunicação no contexto escolar e da igreja em tempo de pandemia. In: RAMOS, Roberto Carlos *et al.* (orgs.). **Educação lassalista**: saberes da prática educativa. Ponta Grossa: Atena, 2022. *E-book*. p. 17-27. Disponível em: <https://www.atenaeditora.com.br/catalogo/ebook/educac-a-o-lassalista-saberes-da-pra-tica-educativa>. Acesso em: 23 nov. 2023.

GAUDÊNCIO, Sale Mário; FIGUEIREDO, Jéssica; LEITE, Rodrigo de Almeida. **Guia de fontes eletrônicas de informação**: um contributo à pesquisa acadêmica. Mossoró: Faculdade de Ciências e Tecnologia Mater Christi, 2009. Disponível em: <https://www.yumpu.com/pt/document/view/14385036/guia-de-fontes-eletronicas-de-informacao-mater-christi>. Acesso em: 23 nov. 2023.

GONÇALVES; Denise Mendes de Souza; BRAIDA, Frederico. O deslocamento espacial da e na escola: reflexões sobre midiaticização e aprendizagem na perspectiva da educomunicação na pandemia. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM CIBERCULTURA, 14., dez. 2021, *on-line*. **Anais [...]**, São Paulo: ABCIBER, 2021. Disponível em: <https://abciber.org.br/simpósios/index.php/abciber/abciber14/paper/viewPaper/1730>. Acesso em: 22 nov. 2023.

GRANEZ, Marcio da Silva. WhatsApp, poesia e pandemia: relato de experiência. **Esferas**, Brasília, DF, n. 21, p. 308-329, 2021. Estudos de roteiro: histórias e poéticas entre a palavra e a imagem. DOI: <https://doi.org/10.31501/esf.v1i21.13098>. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/13098>. Acesso em: 22 nov. 2023.

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

KROTH, Maicon Elias; BORELLI, Viviane; DALMOLIN, Aline. Circulação de discursos sobre a pandemia do coronavírus em grupos de WhatsApp: primeiras inferências. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MUDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 4., nov. 2020-jan. 2021, São Leopoldo. **Anais de Artigos**, São Leopoldo, v. 1, n. 4, p. 1-18, abr. 2021. Disponível em: <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/1320>. Acesso em: 22 nov. 2023.

MAIO, Ana Maria Dantas de. Abraços digitais, cartas e crachás humanizados: interfaces entre midiatização e comunicação face a face em tempos de pandemia. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MUDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 4., nov. 2020-jan. 2021, São Leopoldo. **Anais de Artigos**, São Leopoldo, v. 1, n. 4, p. 1-19, abr. 2021. Disponível em: <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/1305>. Acesso em: 22 nov. 2023.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia, religião e sociedade**: das palavras às redes digitais. São Paulo: Paulus, 2016.

MILANI, Tatiane. Papa Francisco reza “sozinho”: transformações dos processos sociais na pandemia. **Convergências**, Engenheiro Coelho, v. 1, p. e1519, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.19141/2764-8435.convergencias.v1.n1.pe1519>. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/363159649\\_Papa\\_Francisco\\_reza\\_sozinho\\_Transformacoes\\_dos\\_processos\\_sociais\\_na\\_pandemia](https://www.researchgate.net/publication/363159649_Papa_Francisco_reza_sozinho_Transformacoes_dos_processos_sociais_na_pandemia). Acesso em: 30 out. 2024.

NASCIMENTO, Paulo Henrique Ferreira; MORAIS, Osvando José de. O consumo de mídia do jovem no contexto da política midiatizada no combate à pandemia: reflexos e reflexões de uma tecnopolítica de crise. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL MEDIA ECOLOGY AND IMAGE STUDIES – REFLEXÕES SOBRE O ECOSSISTEMA MUDIÁTICO PÓS-PANDEMIA, 4., nov. 2021, Aveiro. **Anais [...]**. Aveiro: Ria Editorial, 202. p. 299-325. Disponível em: <https://www.riaeditorial.com/livro/m%C3%ADdia-e-mercado>. Acesso em: 23 nov. 2023.

OLIVA, Caio Vinícius de Souza. **A escola em mediação com o digital em rede**: as mídias e as significações cotidianas em tempos de pandemia. 2022. Dissertação (Mestrado em Mídia e Cotidiano) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2022. Disponível em: <http://app.uff.br/riuff/handle/1/25944>. Acesso em: 30 out. 2024.

OUR WORLD IN DATA. **Research and data to make progress against the world's largest problems**. England and Wales: Global Change Data Lab, 2022. Disponível em: <https://ourworldindata.org>. Acesso em: 26 mai. 2023.

PEREIRA, Wellington de Oliveira; OLIVEIRA, Luiz Ademir de. Midiatização e processos sociais: uma análise das estratégias de comunicação do governo Jair Bolsonaro (PSL) nas redes sociais. *In*: REUNIÃO ANUAL DA SBPC, 73., 18-24 jul. 2021, Juiz de Fora. **Anais [...]**, São Paulo, v. 73, p. 1-3. Disponível em: [https://reunioes.sbpcnet.org.br/73RA/inscritos/resumos/10075\\_1ad61ab143223efbc24c7d2583be69251.pdf](https://reunioes.sbpcnet.org.br/73RA/inscritos/resumos/10075_1ad61ab143223efbc24c7d2583be69251.pdf). Acesso em: 22 nov. 2023.

REGIANI, Herivelton; BORELLI, Viviane. Humor e religião na pandemia: efeitos de sentidos do riso em circulação no WhatsApp. **Revista de Estudos Universitários**, Sorocaba, v. 47, n. 2, p. 273-298, 2021. DOI: <https://doi.org/10.22484/2177-5788.2021v47n2p273-298>. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/reu/article/view/4837>. Acesso em: 22 nov. 2023.

RESENDE, Vitor Lopes. Professores ou influenciadores digitais? Refletindo sobre o uso das mídias digitais como complemento do ensino durante a pandemia de covid-19. **Revista Comunicação, Cultura & Sociedade**, Tangará da Serra, v. 7, n. 1, p. 24-41, 2020. Disponível em: <https://periodicos.unemat.br/index.php/ccs/article/view/5085>. Acesso em: 30 out. 2024.

RODRIGUES, Hanna Cláudia Freitas. Midiantropoceno – o homem como medida de todas as coisas: ensaio pandêmico-visual. **Art & Sensorium**, Curitiba, v. 7, n. 2, p. 331-343, 2020. DOI: <https://doi.org/10.33871/23580437.2020.7.2.331-343>. Disponível em: <https://periodicos.unespar.edu.br/index.php/sensorium/article/view/3809>. Acesso em: 23 nov. 2023.

ROMANOWSKI, Joana Paulin; ENS, Romilda Teodora. As pesquisas denominadas do tipo “Estado da arte” em educação. **Revista Diálogo Educacional**, Curitiba, v. 6, n. 19, p. 37-50, 2006. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/dialogoeducacional/article/view/24176>. Acesso em: 22 nov. 2023.

RUEDELL, Eduardo *et al.* “Pessoal, só repassando”: a circulação de informações sobre a vacinação da covid-19 em pequenos municípios do Rio Grande do Sul. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MEDIATEZACÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 5., nov.-dez. 2022, Santa Maria. **Anais de Resumos Expandidos**, Santa Maria, v. 1, n. 5, p. 1-4, nov. 2022. Disponível em: <https://mediaticom.org/anais/index.php/seminario-mediatizacao-resumos/article/view/1475>. Acesso em: 22 nov. 2023.

SANTI, Vilso Junior; ARAÚJO, Bryan Chrystian. Entre processos de mediação e territórios midiáticos: reterritorialização do trabalho em tempos de pandemia. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, São Paulo, v. 20, n. 38, p. 232-244, 2022. DOI: <https://doi.org/10.55738/alaic.v20i38.772>. Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/772>. Acesso em: 22 nov. 2023.

SANTOS, Victor Faria dos. O jornalismo cultural em tempos de pandemia e isolamento social: a materialidade audiovisual do canal *Curta!*. **Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura**, Rio Branco, v. 10, n. 1, p. 1-26, jul. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/4918>. Acesso em: 22 nov. 2023.

SILVA, Brígida Gonçalves Magalhães *et al.* A Igreja Católica na pandemia: discursos e práticas da diocese de Divinópolis no Instagram. *In*: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABHR, 17.; SIMPÓSIO NACIONAL DE ESTUDOS DA RELIGIÃO DA UEG, 2., nov. 2021, *on-line*. **Anais** [...], Morrinhos: ABHR, 2021, p. 133-148. Disponível em: <https://revistaplura.emnuvens.com.br/anais/article/view/2080>. Acesso em: 22 nov. 2023.

SILVA, Grazielle Iaronka da. Além dos números: os sentidos da morte na pandemia. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MEDIATEZACÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 5., nov.-dez. 2022, Santa Maria. **Anais de Resumos Expandidos**, Santa Maria, v. 1, n. 5, p. 1-9, nov. 2022. Disponível em: <https://mediaticom.org/anais/index.php/seminario-mediatizacao-resumos/article/view/1420>. Acesso em: 22 nov. 2023.

SILVA JUNIOR, Carlos Benedito Alves da; FERREIRA, Virginia Diniz. A mediação da fé nas dioceses do Brasil, no Regional Nordeste V, em meio ao distanciamento social durante a pandemia d[a] covid-19. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MEDIATEZACÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 4., nov. 2020-jan. 2021, São Leopoldo. **Anais de Resumos Expandidos**, São Leopoldo, v. 1, n. 4, p. 1-7 out. 2020. Disponível em: <https://mediaticom.org/anais/index.php/seminario-mediatizacao-resumos/article/view/1174>. Acesso em: 22 nov. 2023.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e mediação. *In*: MORAES, Dênis de. (org.). **Sociedade mediada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 19-31.

TESSAROTTO, Marco Antônio de Oliveira. Educação na era da hipermediação: pandemia, plataformas e algoritmos tensionando o fazer educativo. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MEDIATEZACÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 5., nov.-dez. 2022, Santa Maria. **Anais de Resumos Expandidos**, Santa Maria, v. 1, n. 5, p. 1-6, nov. 2022. Disponível em: <https://mediaticom.org/anais/index.php/seminario-mediatizacao-resumos/article/view/1427>. Acesso em: 22 nov. 2023.

VEIGA, Mariluce Lopes Pedrosa. **Educomunicação e cidadania**: práticas educativas no contexto da pandemia de covid-19 em uma turma de escola pública do Rio Grande do Sul. 2020, 106 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2020. Disponível em: <http://repositorio.jesuista.org.br/handle/UNISINOS/10997>. Acesso em: 23 nov. 2023.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediación. **Diálogos de la Comunicación**, Lima, n. 48, p. 9-17, out. 1997. Disponível em: <https://shs.hal.science/halshs-01488522>. Acesso em: 31 out. 2024.

ZOGBI, Raíssa Nascimento Silva. **A pandemia de covid-19 e o jornalismo de moda**: análise semiótica das capas da revista Vogue. 2021, 92 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Estética e Gestão de Moda) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021. Disponível em: [https://moda.eca.usp.br/monografias/Raissa%20Zogbi\\_.pdf](https://moda.eca.usp.br/monografias/Raissa%20Zogbi_.pdf). Acesso em: 31 out. 2024.