



# ENTRE PROCESSOS DE MEDIATIZAÇÃO E TERRITÓRIOS MEDIÁTICOS: RETERRITORIZAÇÃO DO TRABALHO EM TEMPOS DE PANDEMIA

BETWEEN MEDIATIZATION PROCESSES AND MEDIA TERRITORIES:  
RETERRITORIALIZATION OF WORK IN TIMES OF PANDEMIC

ENTRE PROCESOS DE MEDIATIZACIÓN Y TERRITORIOS MEDIÁTICOS:  
RETERRITORIZACIÓN DEL TRABAJO EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Vilso Junior Santi

- Docente-investigador no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Roraima (PPGCOM-UFRR). Doutor em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Coordenador do AMAZOOM – Observatório Cultural da Amazônia e do Caribe.
- E-mail: [vjrsanti@gmail.com](mailto:vjrsanti@gmail.com)

Bryan Chrystian Araújo

- Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Roraima (PPGCOM-UFRR). Pesquisador do AMAZOOM – Observatório Cultural da Amazônia e do Caribe.
- E-mail: [bryancca@hotmail.com](mailto:bryancca@hotmail.com)



## RESUMO

Este artigo pretende pensar o Território Midiático como agente reterritorializante das relações de trabalho durante a pandemia da Covid-19. Para tanto, abordamos primeiro a relação entre território, comunicação e mediatização (Raffestin, 1993; Sodré, 2002). Depois, realizamos uma pesquisa estatística usando o Google Trends para análise de volume de buscas na internet por termos relacionados às dinâmicas virtuais de trabalho em 2020 no Brasil. Pretendemos, assim, aferir o interesse de usuários brasileiros por ferramentas midiáticas no período de isolamento social e compreender os movimentos de territorialização de territórios midiáticos.

**PALAVRAS-CHAVE:** TERRITÓRIOS MIDIÁTICOS; MEDIATIZAÇÃO; PANDEMIA; CORONAVÍRUS.

## ABSTRACT

This article intends to reflect on the media territory as a reterritorializing agent of work relations during the Covid-19 pandemic. To this end, we first address the relationship between territory, communication and mediatization (Raffestin, 1993; Sodré, 2002). Then, we perform a statistical study using Google Trends to analyze the volume of searches on the Internet for terms related to virtual work dynamics in 2020 in Brazil. We intend, thus, to assess the interest of Brazilian users for media tools in the period of social isolation and understand the movements of territorialization of media territories.

**KEYWORDS:** MEDIA TERRITORIES; MEDIATIZATION; PANDEMIC; CORONAVIRUS.

## RESUMEN

Este artículo pretende pensar el territorio mediático como agente reterritorializador de las relaciones laborales durante la pandemia de Covid-19. Para ello, abordamos la relación entre territorio, comunicación y mediatización (Raffestin, 1993; Sodré, 2002). A seguir, realizamos una investigación utilizando Google Trends para analizar el volumen de búsquedas de términos relacionados con la dinámica virtual del trabajo en 2020 en Brasil. Pretendemos, así, medir el interés de los usuarios por las herramientas mediáticas en el periodo de aislamiento social y comprender los movimientos de territorialización de los territorios mediáticos.

**PALABRAS CLAVE:** TERRITORIOS MEDIÁTICOS; MEDIATIZACIÓN; PANDEMIA; CORONAVIRUS.



## Introdução

Em dezembro de 2019, o primeiro caso de Sars-Cov-2 (Coronavírus da Síndrome Respiratória Aguda Grave 2), responsável pela doença Covid-19, foi identificado na cidade de Wuhan, na província de Hubei, República Popular da China. Pouco tempo depois, no início de fevereiro, surtos da doença foram registrados na Itália, o que tornar-se-ia o primeiro epicentro da doença fora da China. No dia 26 de fevereiro, o Brasil confirma o primeiro caso, em São Paulo. Em 11 de março, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declara o novo coronavírus uma pandemia. Na data, haviam sido registrados 118 mil casos, em 114 países, com 4.291 mortes (OMS, 2020).

Com o rápido aumento no número de casos, vários países fecham suas fronteiras e impõem restrições aos viajantes internacionais. Medidas internas para reduzir o contágio também são adotadas, como a quarentena ou o *lockdown* – que significa confinamento em inglês –, que se dá quando o Governo impede o livre trânsito das pessoas pelos locais públicos ou privados. Nesse cenário, o distanciamento social torna-se norma em praticamente todo o mundo.

Como consequência, a vida social, relacionamentos e hábitos diários, principalmente nos setores do trabalho, sofreram drásticas mudanças, passando a funcionar, prioritariamente, por via remota (digital). Nesse quadro, os sujeitos e instituições sociais em geral passaram a ressignificar o uso das ferramentas tecnológicas midiáticas no cotidiano. Tal movimento mudou não só a forma de estar presente, mas também o meio como vivenciamos o distanciamento social. Muda também nossa forma de experienciar o território: ela se descola, se confunde. O que antes era físico, presencial, torna-se virtual, digital. A forma como nos apropriamos dos espaços e expressamos nossas territorialidades transforma-se.

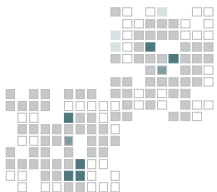
Valendo-se da midiatização (Sodré, 2002; Santi, 2016) como conceito-chave, esta pesquisa pensa o Território Midiático como agente desterritorializante e reterritorializante das relações cotidianas de trabalho durante o distanciamento social provocado pela pandemia da Covid-19 entre 1º de janeiro e 31 de junho no Brasil de 2020.

Para tanto, o estudo pauta-se na realização de uma pesquisa quantitativa exploratória usando a ferramenta *Google Trends*, disponível gratuitamente, para análise estatística de volume de buscas de termos ou frases relacionados às dinâmicas virtuais de trabalho. É possível, assim, conferir, através dos dados da plataforma, o aumento no interesse de usuários brasileiros por ferramentas midiáticas durante a pandemia do novo coronavírus e, com isso, compreender as dinâmicas de desterritorialização de territórios concretos e de sua reterritorialização em territórios midiáticos.

## 1. Território e territorialidade

Procuramos, nesta seção, traçar um percurso teórico conceitual a fim de compreender noções como território e territorialidade. O entendimento desses conceitos é indispensável para a realização desta pesquisa. Nesse sentido, devido à diversidade de estudos existentes sobre a temática, este artigo concentra-se na perspectiva relacional por entender que esta vincula-se melhor ao conceito de Midiatização, explicado nas próximas seções.

Claude Raffestin (1993) foi um dos pioneiros e principais teóricos a se debruçar sobre o debate territorial no campo da Geografia Humana. Embora o autor possua um trabalho de base mais econômica e política, o território na perspectiva de Raffestin pode ser estudado a partir da perspectiva relacional que considera, principalmente, as relações de poder intrínsecas à sociedade que nele se estabelece. Para o autor



(1993), o território é uma produção a partir do espaço. E o espaço existe na condição de “matéria-prima” natural, como algo já dado. Território seria então o resultado da ação de poder (econômica, política ou cultural) expressa em um determinado espaço.

A definição de poder apontada por Raffestin (1993), conforme Haesbaert (2004), empresta sua materialidade teórica, pelo menos em parte, da conceituação de poder simbólico de Bourdieu (1989) ao estabelecer uma relação, direta e indireta, entre um poder no sentido material e outro no sentido simbólico (social, cultural).

Nesse quadro, Raffestin (1993) ressalta que uma concepção de território que ignore a dimensão simbólica (ideal) está destinada a compreender apenas uma parte dos difíceis meandros entre espaço e poder. Todavia, ele faz uma ressalva e destaca que, ainda que seja completamente incorreto desassociar as duas esferas (material e simbólica), cada grupo ou indivíduo vai territorializar-se através de processos próprios que podem considerar mais o caráter concreto (econômico-político) ou mais o simbólico/imaterial (cultural-social) na relação que desenvolvem com o espaço, sempre dependendo das dinâmicas de poder que está em jogo (Haesbaert, 2004).

De forma similar às proposições de Raffestin (1993), Robert Sack (1986) também aborda o território com base nas relações de poder, privilegiando, em suas análises, o conceito de territorialidade. Conforme ele (1986), a territorialidade diz respeito ao controle sobre determinado espaço que deve ser concedido e comunicado. O autor complementa e aponta que a territorialidade funciona como uma estratégia para controlar recursos e/ou influenciar pessoas.

Ao debater o conceito de territorialidade, Raffestin (1993) pontua que ela deve ser compreendida como inerente a todos os âmbitos da vida cotidiana, sendo, portanto,

uma prática multidimensional. Nesse sentido, a territorialidade pode ser compreendida como um agrupamento de relações concebidas num sistema tridimensional de sociedade-espaço-tempo quando espacializadas no território. Para o autor, esse processo de territorialidade depende do auxílio de mediadores e de instrumentos que possam exteriorizar as relações de poder expressas nas relações cotidianas entre os sujeitos e instituições (materiais e imateriais).

Portanto, o conceito de território (concreto e simbólico) e territorialidade (individuais e coletivas) aqui acionados trabalham um entendimento de território vinculado à definição de espaço apropriado e delimitado a partir de uma relação social de poder (Raffestin, 1993; Sack, 1986). Em síntese, isso significa dizer que além de ser estruturado de forma concreta – relacionável a posse de terra, por exemplo – o território também é estruturado por uma lógica simbólica – relacionada à ideia de pertencimento e apropriação (Sack, 1986).

O território é, assim, espaço ocupado por uma relação de poder. E a territorialidade diz respeito às relações que mantemos com o território, ao que dele fazemos e à identidade que impingimos a ele.

## 2. Território e comunicação

Posto alguns conceitos que nos aproximam das referências teóricas constituintes da questão de território e territorialidade, cabe ponderar sobre as possíveis relações entre essas definições e a ideia de comunicação.

Para Raffestin (1993, p. 203), por exemplo, “[...] um dos trunfos do poder na contemporaneidade é informacional, e a informática é um dos meios”. Para Zanetti (2017), essa é uma perspectiva que revela o deslocamento do poder em direção aos meios de comunicação. Por esse ângulo, todas as redes e relações que interessam à comunicação são instrumentos de poder que podem determinar as



estratégias de organização do território.

Ainda de acordo com o Raffestin (1993), o território pode ser considerado um espaço informado pelos sistemas de signos de uma sociedade. Como consequência, Raffestin (1993) explica que o acesso ou não à informação determina o processo de territorialização, pois, em nossos dias, é a comunicação que comanda a apropriação dos territórios.

Para os autores De Assis e Carniello (2011), a comunicação molda nossa percepção e determina o uso que fazemos do espaço, como criamos e interagimos com ele. Segundo eles, nas sociedades contemporâneas, a relação dos sujeitos com o território passa a se dar, também, de forma indireta – já que esse contato com o território ocorre através das representações midiáticas. De Assis e Carniello (2011) explicam então que a mídia opera na construção de territorialidades reais ou simbólicas dentro de outros espaços constituidores.

Raffestin (1993) também oferece contribuições nesse sentido ao afirmar que as representações espaciais são instrumentos/estratégias de poder que atuam na conformação de territórios nas sociedades. Como relação de poder, as representações midiáticas territoriais são altamente seletivas e excludentes. Estão, portanto, sujeitas a conflitos dos mais variados tipos. O autor explica, então, que somente alguns territórios podem ser de fato representativos das identidades que eles ajudam a construir ou reforçar (Raffestin, 1993).

Por sua vez, Zanetti (2017) afirma que para compreender a perspectiva das territorialidades na comunicação, convém observar que esse se constitui como um campo, assim como trabalha Bourdieu (1996), marcado por duas dimensões que estão, de certa forma, relacionadas.

A primeira dimensão, conforme a autora (2017), estaria relacionada ao modo como a comunicação midiática se vincula a um conjunto

de agentes sociais (sujeitos, instituições e grupos), cujo capital social e cultural encontra-se sempre em disputa interna e atrelada a um mercado específico, que lhe imprime poder econômico. Já a segunda dimensão diz respeito ao entendimento da comunicação midiática como um bem simbólico que estrutura um poder cultural, pois atua com a força expressiva da imagem ao construir modos de representação.

Nessa acepção, podemos compreender a relação das territorialidades para com a comunicação a partir de dois pontos: 1. A comunicação enquanto campo (espaço), dado que possibilita o surgimento de relações de poder (dominação e apropriação), assim como o desenvolvimento de relações sociais; 2. A comunicação enquanto ferramenta de poder, uma vez que possibilita a instituição de representações que auxiliam na construção simbólica de territorialidades, assim como na percepção que os indivíduos têm do território (concreto ou simbólico) que habitam.

### 3. Desterritorialização e reterritorialização

Conforme Haesbaert (2004), o conceito de desterritorialização tem sido utilizado na contemporaneidade para referir-se às sociedades pós-modernas e ao deslocamento territorial dos sujeitos. Todavia, ao contrário do que se pensa, o debate não diz respeito precisamente ao “fim dos territórios”, mas sim ao processo constante de “entrada e saída dos territórios” – dinâmica identificada, principalmente, diante dos efeitos da globalização e da mediação na sociedade (Haesbaert, 2004).

Os franceses Guilles Deleuze e Félix Guattari (1997) são os dois autores que oferecem contribuições teóricas para pensar a desterritorialização. De acordo com eles, ela deve ser compreendida enquanto um processo – na medida que envolve a desconstrução e criação concomitantes de territórios.

Desse modo, falar em desterritorialização

implica sempre pensar em uma reterritorialização. A reterritorialização não significa, no entanto, um retorno a territorialidade antiga, mais tardia ou primitiva. A desterritorialização, conforme os autores, vai sempre originar uma territorialidade nova, uma territorialidade outra (Deleuze e Guattari, 1997)<sup>1</sup>.

É importante ressaltar que o processo de desterritorialização pode referir-se à esfera econômica (uso dos territórios), política (Estado-nações) ou cultural (simbólica, identitária) dos territórios materiais ou imateriais. Nesse sentido, uma desterritorialização poderia envolver tanto o processo de (re)organização de uma cultura em torno de novos referentes sócio-espaciais quanto a efetiva migração de um povo de uma área física para outra. Ou, como no caso desta pesquisa, a desterritorialização de espaços físicos de trabalho, lazer e educação e a reterritorialização em territórios midiáticos através dos dispositivos digitais.

Com base nisso, Haesbaert (2004), explica que a des-re-teritorlização pode ser entendida como as múltiplas formas de apropriação/desapropriação concreta e/ou simbólica dos territórios, que interagem com os elementos econômicos, culturais, sociais e ecológicos de nossas cotidianidades.

#### 4. Mdiatização e territórios midiáticos

Empregamos como aporte teórico-metodológico, nesta seção, a observação dos elementos que constituem parte da discussão sobre os processos de Mdiatização. Pretendemos, deste modo, refletir sobre as dinâmicas sociais e midiáticas contemporâneas, nas quais as relações sociais e práticas comunicacionais e cotidianas

caminham em direção às territorialidades midiáticas. As noções sobre mdiatização são apresentadas aqui a partir de Sodr  (2002) e Santi (2016).

Conforme Muniz Sodr  (2002), a mdiatiza o representa uma nova forma de sociabilidade, uma nova forma de vida, onde as rela es sociais passam a se virtualizar e caminhar em dire o ao que o autor vem denominar (depois) de “bios mdi tico”. O conceito apresentado por Sodr  (2002) compreende a m dia contempor nea como um territ rio em constante processo de reterritorializa o. Mais precisamente, como Territ rio Mdi tico.

Sodr  (2002) afirma ainda que a rede mundial de computadores foi uma das principais respons veis pela excessiva inscri o de atores sociais no campo mdi tico. Conforme ele (2002, p. 50-51), “[..] com a internet, mais do que encena o h  verdadeira virtualiza o do mundo, com possibilidades de caos e acaso”.

Ainda conforme o autor, a mdiatiza o corresponde a uma disposi o de “telerrealiza o” das pr ticas relacionais dos atores sociais, em conson ncia com as pautas patrocinadas pelas tecnologias digitais. Essa “telerrealiza o”, de que fala Sodr  (2002), diz respeito   virtualiza o do conjunto de rela es sociais (pol ticas, econ micas e culturais) cotidianas que, quando espacializadas de forma coletiva, constituem outras territorialidades mdi ticas.

Ou seja, a “telerrealiza o” corresponde ao processo de desterritorializa o de pr ticas antes exercidas no mundo concreto, de forma presencial; e uma reterritorializa o em um mundo virtual – em um territ rio mdi tico ou mdiatizado.

Em outras palavras, a mdiatiza o trata de um processo de inscri o das tecnologias digitais mdi ticas de comunica o, suas l gicas e processualidades, no interior do tecido social e na vida dos diversos atores individuais e

<sup>1</sup> Deleuze e Parnet (1998) explicam esse processo ao falar sobre a passagem da desterritorializa o da pata dianteira do humanoide enquanto ferramenta locomotora para sua reterritorializa o enquanto m o preens vel, capaz de agarrar outros tantos elementos emprestados da natureza, chamados pelo homem de utens lios.



coletivos, permeando suas formas de organização territorial e funcionamento.

Como já demonstrado nas seções anteriores, os conceitos de território e territorialidade estão muito mais vinculados às relações de poder presentes em todos os âmbitos sociais do que propriamente à delimitação de um espaço geográfico. Nesse âmbito, a mídia passa a ser compreendida como um espaço onde as territorialidades se desenvolvem, na medida que, conforme Zanetti (2017), instituem conflitos e relações de poder (dominação e apropriação) entre agentes sociais, pressupondo, dessa maneira, a existência de territórios que vão além do espaço físico (concreto).

Cabe ressaltar ainda que, como apontado antes, o território não é o espaço, mas uma produção a partir dele. Para Raffestin (1993), a produção do território se inscreve no campo de poder, e, portanto, produzir uma representação do espaço implica apropriação do território – revela a imagem desejada de um território como um local de relações.

Nesse sentido, ao se apropriar de um espaço (de forma concreta ou mesmo abstrata), por meio de sua representação, os sujeitos territorializam esse espaço (Raffestin, 1993). Entendemos, portanto, que os dispositivos midiáticos estabelecem territorialidades, através das representações que empregam ou pela conformação de sentidos territoriais que promovem.

Ao falar sobre Mídiação, Santi (2016) elenca ainda três ordens/tipos distintos (mídiação de primeira, segunda e terceira ordem) e suas fases de inscrição na sociedade. Neste artigo, porém, nos limitamos ao acionamento da Terceira Ordem de Mídiação de Santi (2016), por entender que é somente nessa fase que a comunicação midiática começa a se estruturar enquanto campo (espaço), onde o desenvolvimento de territórios (outros) se torna possível.

Para Santi (2016), a terceira ordem

de mídiação, inscrita na chamada “Sociedade Hipermediatizada”, é marcada pelo estabelecimento de uma nova atmosfera social, um novo ecossistema, fora do qual não é possível viver. Para ele, nessa fase, a mídia não é mais responsável por definir o real, ela se converte na própria realidade.

Nessa ordem de mídiação, o espaço midiático é compreendido como o ambiente onde os grupos sociais se desenvolvem em uma constante relação de mudanças e permanências. A comunicação midiática, nessa ordem, passa a ser entendida, na percepção de Saquet (2009), enquanto o território dos territórios – apropriado e ordenado por relações econômicas, políticas e culturais. Nesse sentido, na medida que virtualiza as relações sociais e as dinâmicas cotidianas, a mídiação promove a constituição do que chamamos Territórios Midiáticos.

Santi (2016) afirma que tomar a mídiação como processo, e conforme suas distintas ordens de problematização, ajuda a emprestar contornos mais claros ao modelo de estudo das características da territorialidade e das práticas midiáticas, na qual, a mídia por meio de seus dispositivos, estabelece novos modos de experienciar o mundo. Logo, novas formas de conformação dos territórios, com o estabelecimento de (outras) territorialidades.

O autor explica ainda que a mídiação é um processo complexo “[...] constituído e constitutivo de um conjunto de interações que agem sobre o cotidiano, alterando-o e criando valores”. Conforme Santi (2006, p. 121), “[...] tal processo é indicativo de transformações gerais que ocorrem nas sociedades e que constituem um domínio autônomo e próprio”.

Isso posto, pensando nos desdobramentos de nossa problemática de estudo, consideremos, então, que o mundo do trabalho também é afetado por esse processo de mídiação – nada mais “natural” se levarmos em conta

a problematização realizada anteriormente referente à virtualização da cotidianidade. Tal conjuntura nos leva a refletir acerca das diferentes formas de trabalho que, midiaticizadas, funcionam a partir de uma realidade que não é somente física, apesar de partir dela, mas também virtual ou em vias de virtualização. É comum, sob esses termos, pensar que o mundo do trabalho possa existir, então, ao mesmo tempo em um território que é tanto concreto quanto digital.

Para Grohmann (2019), falar sobre trabalho midiaticizado ou em vias de midiaticização implica refletir sobre o fenômeno chamado de “plataformização do trabalho”. A expressão, de acordo com Grohmann (2019), é utilizada para descrever o atual cenário do trabalho digital recobrando a multiplicidade de formas de trabalho e suas lógicas de extração de valor, mediadas por plataformas virtuais.

Plataforma, para Grohmann (2019), bem como Nieborg e Poell (2018), equivale aos agentes político-econômicos tecnoculturais que, inseridos em um sistema financeiro, atuam, através de lógicas algoritmizadas e dataficadas, na informatização das atividades cotidianas das mais diferentes e variadas formas.

Ainda que todo trabalho contemporâneo implique arranjos midiáticos, é importante esclarecer que pensar em trabalho em tempos de plataformização significa compreender que a atividade executada não é aquela que somente passa pelas lógicas dos dispositivos midiáticos, mas sim que é governada por essas lógicas – seguindo padrões de produção estruturados através dos sistemas tecnofinanceiros que não são neutros e seguem normas institucionalizadas por homens do mundo concreto, com interesses políticos e econômicos próprios (Mattelart, 1978).

Além disso, é necessário esclarecer que mesmo

o trabalho plataformizado é executado por sujeitos que não estão localizados no abstrato. Esses estão, portanto, subjugados às normas políticas e econômicas de um mundo que não é somente virtual. Nesse sentido, as condições de produção e de inscrição desses sujeitos nesse mundo plataformizado depende de inúmeras variáveis que devem ser consideradas na análise de casos singulares como este (Grohmann, 2019).

## 5. Estratégia de análise

Criado em 2006, o Google Trends (GT) é uma ferramenta do Google que mostra a evolução no número de buscas por um determinado termo (palavra-chave) em um determinado período e região geográfica em vários idiomas<sup>2</sup>. Os dados apresentados no GT são coletados dos resultados totais de pesquisas realizadas no Google, motor de buscas e site mais acessado do mundo (THE..., 2020). O buscador coleta esses dados, os categoriza, os conecta a um tópico e remove as informações pessoais. Dos resultados, são excluídos ainda os dados pesquisados por poucas pessoas e buscas de um único termo realizados pela mesma pessoa em um curto espaço de tempo.

O GT fornece um gráfico com séries temporais sobre o volume de buscas e a frequência com que um determinado termo é procurado em certa região. O volume total de consultas para certo termo, em dado espaço geográfico, é dividido pelo número total de termos buscados nessa região. O valor obtido é então multiplicado por uma constante predefinida para facilitar a visualização. Os resultados visíveis na plataforma expressam a probabilidade de busca (Pr) de um determinado termo que é expresso no gráfico

---

<sup>2</sup> O GT é gratuito e requer acesso por meio de interface de programação de aplicativo. Disponível em: < <https://trends.google.com.br/trends/?geo=BR>>.





em valores que variam de zero (0) a cem (100) (Eysenbach, 2006).

É comum no meio acadêmico, por exemplo, o uso do GT em estudos que tenham como foco a análise de dados referentes a saúde pública de uma população, principalmente durante crises epidêmicas. Eysenbach (2006)<sup>3</sup> relacionou o volume total de buscas sobre gripe encontrados no *Google Trends* com o número concreto de casos registrados no Canadá. Os dados de buscas observados no GT estavam próximos dos casos reais oficialmente registrados dos casos da doença.

Já Brodeur et al. (2020)<sup>4</sup> utiliza os dados do GT para testar se a pandemia do novo coronavírus e os *lockdowns* implantados na Europa e na América levaram ao aumento de buscas por termos relacionados a depressão. Os resultados do estudo apontam um considerável aumento no volume de buscas relacionados a tristeza, tédio e solidão, no período da pandemia, nos países estudados.

Para a operacionalização desta pesquisa, utilizamos o *Google Trends* (GT) como ferramenta para análise estatística de volume de termos mais populares relacionados às dinâmicas sociais virtualizadas de trabalho buscados durante a pandemia da Covid-19 entre 1º de janeiro e 31 de junho de 2020 no Brasil. Pretendemos, com isso, aferir o interesse de usuários brasileiros por ferramentas midiáticas no período de isolamento social e, assim, compreender as dinâmicas de desterritorialização de territórios concretos e sua reterritorialização em territórios midiáticos.

3 No texto “Infodemiologia: Rastreamento de Pesquisas na Web Relacionadas à Gripe para Vigilância Sindrômica”

4 No artigo “COVID-19, *lockdowns* e bem-estar: Evidências do *Google Trends*”

Nesta investigação, recorreremos à pesquisa netnográfica para a obtenção dos dados, devido, principalmente, à sua capacidade para conduzir pesquisas voltadas ao comportamento dos sujeitos no espaço digital (Kozinets, 2014). O entendimento do ambiente virtual enquanto um espaço é um elemento importante no estudo netnográfico, pois, de acordo com Kozinets (2014), deve-se considerar o ambiente digital também como um território no qual as relações sociais desenvolvem-se e expressam-se.

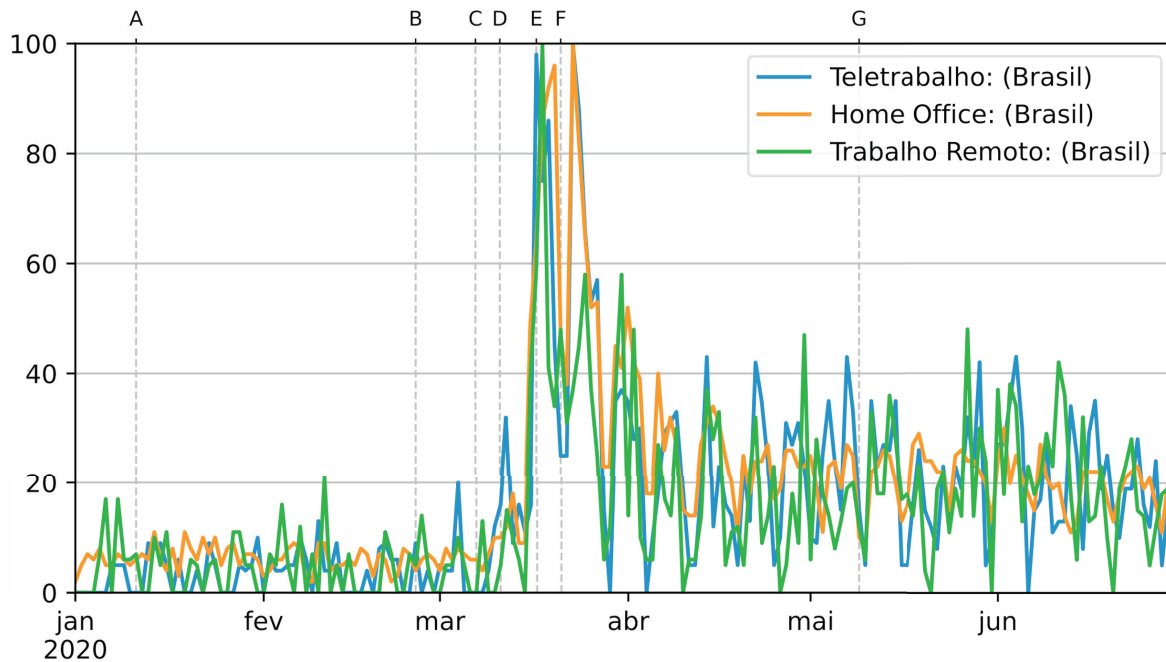
A netnografia, deste modo, nos possibilitou mergulhar nos territórios digitais, com a possibilidade de encurtar as distâncias, tempo e espaço, e investigar as dinâmicas dos grupamentos dispostos na rede relacionadas à temática que manejamos. Para a dinâmica social de trabalho, aqui definida como foco, foram instituídos termos correspondentes aos cenários midiáticos que se enquadram na pandemia.

Nesse quadro, para pensar as relações de trabalho e suas “outras” territorialidades, foram atribuídos os termos “home office”, “teletrabalho” e “trabalho remoto”. Para a escolha desses termos, foram privilegiadas palavras-chave utilizadas em decretos estaduais ou em matérias jornalísticas (Servidores..., 2020) para abordar a dinâmica virtual de trabalho estipulada como estratégia durante a pandemia da Covid-19.

## 6. Resultados

Os resultados são aqui avaliados a partir de um gráfico (Figura 1) que mostra as probabilidades de buscas (Pr) de um determinado termo expresso em valores que variam de zero (0) a cem (100) e os relaciona com as principais marcas (datas) da situação epidemiológica do coronavírus no Brasil – entre 1º de janeiro e 31 de junho de 2020.

Figura 1: Tendência da probabilidade buscas sobre dinâmicas virtuais de trabalho no Brasil durante a pandemia da Covid-19.



Fonte: Autores, com base nos dados fornecidos pelo Google Trends

Legenda:

- A: 11/01 – 1º óbito registrado na China
- B: 26/02 – 1º caso registrado no Brasil (São Paulo)
- C: 07/03 – 1º óbito registrado na América Latina (Argentina)
- D: 11/03 – OMS declara o novo coronavírus uma pandemia
- D: 11/03 – 1º decreto sobre distanciamento social no Brasil (Distrito Federal)
- E: 17/03 – Divulgação do 1º óbito em decorrência da Covid-19 no Brasil
- F: 21/03 – Estado de São Paulo anuncia decreto sobre distanciamento social
- G: 09/05 – Brasil supera 10 mil mortos

Na leitura do gráfico, podemos perceber que o pico de interesse (Pr=100) pelos termos “Home Office”, “Teletrabalho” e “Trabalho Remoto” ocorreu no dia 17 de março – após divulgação pelos meios de comunicação do primeiro óbito em decorrência do novo coronavírus no Brasil.

Tratava-se do falecimento de um homem de 62 anos no estado de São Paulo, cerca de 20 dias depois do registro do início da contaminação no país<sup>5</sup>.

O volume de buscas pelos termos continuou alto durante o mês de março, período no qual a maioria dos Estados passou a adotar medidas de isolamento social e a decretar o fechamento temporário de estabelecimentos comerciais, escolas, empresas públicas e privadas – como foi o caso de São Paulo, Unidade Federativa com maior população do país<sup>6</sup>, que adotou medidas de isolamento social no dia 21 de março.

Em abril, o volume de buscas por termos relacionados às dinâmicas virtuais de trabalho

5 Apesar de ter sido divulgada como a primeira morte, esse, no entanto, não foi o caso: meses depois, no dia 27 de junho, o Ministério da Saúde (MS) afirmaria que o primeiro óbito causado pelo Covid-19 no Brasil foi de uma paciente de 57 anos, no dia 12 de março em São Paulo (PRIMEIRA..., 2020).

6 Conforme estimativa de 2020 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE..., 2020).



sofreu uma redução em comparação com o índice atingindo no mês de março. Todavia, a probabilidade de buscas (Pr) pelos termos permanece acima do registrado antes da divulgação do primeiro óbito no país.

Por outro lado, o menor interesse pelos termos ocorreu entre janeiro e meados de março, período entre a pandemia ser considerada emergência de saúde pública e o primeiro decreto de distanciamento social adotado no país. É somente após esses marcos que se observa crescimento consistente e sustentado de interesse pela virtualização das dinâmicas sociais de trabalho.

Observa-se através do gráfico que o volume de buscas pelos termos selecionados aumentou consideravelmente após a divulgação de notícias sobre a primeira morte registrada no território nacional. Antes disso, mesmo depois da confirmação de óbitos em outros países, como na China ou mesmo na América Latina (Coronavírus..., 2020), não foi detectado aumento do interesse por medidas de isolamento social e formas remotas de trabalho buscadas pela população brasileira.

Assim, parece claro que apenas com a divulgação da primeira morte é que há o crescimento repentino e heterogêneo do interesse pelos temas – principalmente após adoção de medidas de isolamento social e quarentena pela maioria das Unidades Federativas do país. Além disso, é possível observar no gráfico que, mesmo após o pico de interesse pelos temas, a busca pelos termos continua significativamente e acima do volume registrado anteriormente.

O interesse continuado demonstra, dessa maneira, que as medidas de distanciamento social adotadas devido à pandemia da Covid-19 continuaram não somente a existir e a ser um elemento presente na cotidianidade da população brasileira, mas também que essas medidas impactaram a forma como os sujeitos se apropriam dos territórios midiáticos e

virtualizam as relações de trabalho.

Nesse sentido, considera-se então, que a desterritorialização dos territórios físicos e a consequente reterritorialização dos territórios midiáticos (virtuais) nas dinâmicas de trabalho decorre principalmente das suas implicações para além do campo da saúde, incluindo os impactos na renda de trabalhadores informais e precários.

Por esse ângulo, nota-se, através dos dados, que o aumento repentino e continuado no interesse pelos temas é representativo da necessidade vital de subsistência dos sujeitos no mercado – que é sempre socialmente realizada e não apenas um impulso singular, uma vez que, nas sociedades contemporâneas, a manutenção desses sujeitos no mercado é um imperativo maior da existência humana, apresentado como se fosse um valor máximo (Fontes, 2017).

Logo, o interesse repentino por essas formas virtualizadas de trabalho ocorre, assim como definiu Zanetti (2017), a partir de dois pontos: o primeiro no entendimento da mídia enquanto um “espaço” ou bios midiático (Sodré, 2002), que possibilita o surgimento de relações de poder (econômicas, no caso do trabalho), e o segundo no entendimento da comunicação midiática como uma “ferramenta” de poder, na medida que pode ser utilizada na instituição de representações que ajudam na construção de territorialidades (Sack, 1986) e na percepção que os sujeitos possuem do espaço que habitam e no qual trabalham (Raffestin, 1993). Essa compreensão da mídia enquanto território só é possível em uma sociedade midiaticizada, na qual as relações sociais caminham em direção ao bios midiático.

### Considerações finais

Através da análise estatística do volume de buscas sobre termos relacionados às dinâmicas virtuais de trabalho no Google Trends, é possível conjecturar como a desterritorialização dos territórios concretos, resultado das medidas de

distanciamento social adotadas por governantes durante a pandemia da Covid-19 no Brasil entre janeiro e junho de 2020, desdobrou-se na reterritorialização de sujeitos sociais em territórios midiáticos (virtuais), expresso neste estudo pelo aumento de interesse dos usuários por formas midiáticas de trabalho – processo decorrente do alto nível de midiaticização na qual encontram-se as sociedades contemporâneas.

Nesse quadro, é importante entender que, ainda que o aumento de interesse dos usuários por formas midiáticas de trabalho não implique necessariamente a aderência de todos os sujeitos às territorialidades midiáticas, ela representa uma necessidade e urgência desses de compreender como esse espaço funciona e, a partir disso, apropriar-se desse novo território, ao menos como uma alternativa para a continuidade da atividade geradora de renda frente aos desafios impostos pela pandemia da Covid-19.

Por esse ângulo, é necessário pontuar que o crescimento do interesse dos usuários pelos termos referenciados nesta pesquisa e a consequente territorialização desses sujeitos no espaço digital não ocorre de forma espontânea, dada a conjuntura epidêmica avaliada nesta pesquisa. Mas sim como resultado de uma pressão mercadológica neoliberal que obriga o sujeito a virtualizar-se para que esse não fique sem sua fonte de renda – mesmo que esse ainda não esteja preparado ou adaptado a essa dinâmica plataformizada de trabalho, como demonstra o interesse repentino pelos termos chave elencados no período pandêmico.

Como exemplo adicional, tomemos o caso dos professores da Universidade Federal de Roraima (UFRR), estudado pelas educadoras Leila Baptaglin e Sandra Gomes (2020). No texto, as autoras expõem como, devido à pandemia da Covid-19, os docentes da instituição foram submetidos de forma abrupta a um sistema de trabalho virtual.

Baptaglin e Gomes (2020) relatam que a

dinâmica, além de precarizar o ensino, submeteu os docentes a escalas de trabalho exaustivas. Ainda segundo elas, os profissionais tiveram que adaptar-se e aprender as dinâmicas de trabalho virtuais em um tempo recorde, visto que não estavam preparados para isso.

As autoras afirmam que o trabalho educativo desenvolvido pelos docentes teve que ser subordinado às lógicas das plataformas utilizadas, o que, em alguns casos, controlava o tempo de permanência desses sujeitos nas salas de aula virtuais e limitava os métodos de ensino-aprendizagem utilizados.

Portanto, se por um lado o aumento na busca dos termos revela uma emergência dos atores nesses novos territórios ou um interesse desses por essas territorialidades midiáticas, ele ainda mostra que esses sujeitos, antes da pandemia da Covid-19, não possuíam conhecimento sobre essas dinâmicas de trabalho e que, só por necessidade, foram levados a migrar para esses espaços ou conjecturá-los como possibilidade de um novo local de trabalho, como exemplificado no caso dos professores da UFRR.

Nesse sentido, embora a apropriação dessas tecnologias midiáticas durante a pandemia represente a expansão das definições de território – o estendendo para uma concepção que transcende o espaço físico e conecta os sujeitos a outras formas de vivenciar as relações cotidianas – essa desterritorialização dos espaços físicos e reterritorialização dos espaços midiáticos cria um complexo ambiente que relaciona a natureza sociocultural e territorial contemporânea ao espaço tecnomidiático.

Assim, esse processo revela uma nova circunstância territorial, comunicacional e de trabalho, relacionada à apropriação das tecnologias digitais que demonstram ser aliados fundamentais para a construção das territorialidades midiáticas. É importante lembrar aqui o que escreveu Zanneti (2017) ao afirmar que a mídia se constitui como “bios



midiáticos” (Sodré, 2002) gerador de relações de poder (econômicas, políticas e culturais). Desse modo, na medida em que possibilita o surgimento de relações de apropriação e dominação, a mídia é matéria prima para a constituição de territórios midiáticos (Raffestin, 1993).

Nessa situação, os territórios midiáticos podem refletir os sentidos e referências simbólicas da cotidianidade de diferentes sujeitos, funcionando como espelho criador de múltiplas imagens reveladoras do processo de representação que incide diretamente na forma como tais indivíduos

se apropriam e enxergam o próprio território de suas práticas, inclusive o do trabalho (Di Felice e Silva, 2017).

Por consequência, apesar da possibilidade de os territórios midiáticos refletirem uma ampliação das dinâmicas cotidianas expressas nos espaços físicos, cabe ponderar, talvez em pesquisas futuras, quais dinâmicas de poder esses novos territórios obedecem e se os sujeitos que neles estão inscritos estão cientes dessas novas relações ou se apenas foram submetidos a elas frente a uma necessidade econômica e social.

## Referências

- BAPTAGLIN, L; GOMES, S. *A Universidade Federal de Roraima: Educomunicação e a tecnologia mobile em tempos do Covid-19*. Revista Observatório, v.6, n.3. p. a11pt-a11pt, 2020.
- BOURDIEU, P. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- BRODEUR, Abel et al. *COVID-19, lockdowns and well-being: Evidence from Google Trends*. Journal of public economics, v. 193, p. 104346, 2021.
- CORONAVÍRUS: Argentina confirma a primeira morte na América Latina. *Notícias Uol*, 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/deutschewelle/2020/03/08/coronavirus-argentina-confirma-a-primeira-morte-na-america-latina.htm>. Acesso em: 20 de jan. de 2021.
- DE ASSIS, E; CARNIELLO, F. *Geografias da comunicação: Espaços reflexivos no território latino-americano*. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, n. 12, 2011.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. *Mil Platôs: capitalismo e esquizofrênia*. Vol. 5. Rio de Janeiro: Editora 34, 1997.
- DELEUZE, G.; PARNET, C. *Diálogos*. Tradução de: RIBEIRO, EA São Paulo: Escuta, 1998.
- DI FELICE, M.; PEREIRA, E. *Redes e ecologias comunicativas indígenas: as contribuições dos povos originários à teoria da comunicação*. Paulus, 2017.
- EYSENBACH, Gunther. *Infodemiology: tracking flu-related searches on the web for syndromic surveillance*. In: AMIA annual symposium proceedings. American Medical Informatics Association, 2006. p. 244.
- FONTES, V. *Capitalismo em tempos de uberização: do emprego ao trabalho*. Marx e o Marxismo, v. 5, n. 8, p. 45-67, jan./jun. 2017.
- GROHMANN, Rafael. *Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal*. Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura, v. 22, n. 1, p. 106-122, 2020.
- HAESBAERT, R. *O Mito da Desserritorialização: Do Fim dos Territórios à Multiterritorialidade*. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 2004.
- IBGE divulga estimativa da população dos municípios para 2020. Agência IBGE, 2020. Disponível em: < <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/28668-ibge-divulga-estimativa-da-populacao-dos-municipios-para-2020>>. Acesso em: 20 de jan. de 2021.
- KOZINETS, R. V. *Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online*. Porto Alegre: Penso Editora, 2014.
- MATTELART, A. *The nature of communications practice in a dependent society*. Latin American Perspectives, 5(1), 13-34. 1978.
- ORGANIZAÇÃO Mundial da Saúde classifica novo coronavírus como pandemia. *Nações Unidas Brasil*, 2020. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/85248-organizacao-mundial-da-saude-classifica-novo-coronavirus-como-pandemia>. Acesso em: 20 de jan. de 2021.
- PRIMEIRA morte por coronavírus no Brasil. *G1*, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/06/27/primeira-morte-por-coronavirus-no-brasil-aconteceu-em-12-de-marco-diz-ministerio-da-saude.ghtml>>. Acesso em: 20 de jan. de 2021.
- RAFFESTIN, C. *Por uma Geografia do poder*. São Paulo: Ed. Ática, 1993.
- SACK, R. *Human Territoriality: its theory and history*. Cambridge: Cambridge University Press. 1986.
- SANTI, V. *Mediação e midiaticização: conexões e desconexões na análise comunicacional*. Paco Editorial, 2016.
- SERVIDORES do DF começam teletrabalho; ‘G1’, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2020/03/23/servidores-do-df-comecam-teletrabalho-home-office-e-por-tempo-indeterminado.ghtml>>. Acesso em: 20 de jan. de 2021.
- SODRÉ, M. *O ethos midiaticizado*. In: Antropológica do Espelho. Por uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- THE top 500 sites on the web. *Amazon*, 2020. Disponível em: <https://www.alexa.com/topsites>. Acesso em: 20 de jan. de 2021.
- ZANETTI, D. *Territorialidades no campo do audiovisual*. Zanetti, D. & Reis, R.(orgs.). Comunicação e territorialidades: poder e cultura, redes e mídias, p. 35-47, 2017.

