

A mediação de informações contra a pandemia da COVID-19 via netnografia. A gente dentro da *Rede Piauí Sem Covid* no Instagram

**The mediation of information against the COVID-19 pandemic via
netnography. People inside the *Piauí Sem Covid Network* on Instagram**

**La mediación de la información frente a la pandemia del COVID-19 a
través de la netnografía. Personas dentro de la *Red Piauí Sem Covid* en
Instagram**

Orlando Maurício de Carvalho Berti

Universidade Estadual do Piauí – PI – Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5668-7145>

Endereço currículo Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0970839060355535>

E-mail: berti@uespi.br

Yasmim Hellen Cunha

Universidade Federal do Rio Grande do Norte – RN – Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5121-7312>

Endereço currículo Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6978211641299706>

E-mail: berti@uespi.br

Resumo: Reflete-se questões netnográficas encontradas na mediação informacionais contra a pandemia de COVID-19 utilizando-se as ações dentro da *Rede Piauí Sem Covid* no Instagram (@*piauisemcovid*). É resultado de uma pesquisa de campo virtual, experimental e informacional realizada entre março de 2020 e agosto de 2021 (que continua em curso dado as questões da pandemia). Em recorte de 17 meses, objetiva-se entender, vivenciar, socializar e compartilhar informações relacionadas ao fenômeno, enveredando pelas rotinas produtivas e experimentações de pensar, construir, agir, refletir e trazer respostas sobre a pandemia. Nota-se que o jornalista contemporâneo precisa experimentar mais linguagens, vivenciar novos momentos e estar em consonância com as questões não só das mediações informacionais, mas das próprias rotinas sociais a seu redor.

Palavras-chave: Jornalismo. Netnografia. Pandemia. COVID-19. *Rede Piauí Sem Covid*.

Abstract: Netnographic issues found in informational mediation against the COVID-19 pandemic are reflected using actions within the Piauí Sem Covid Network on Instagram (@piauisemcovid). It is the result of a virtual, experimental and informational field research carried out between March 2020 and August 2021 (which is still ongoing given the issues of the pandemic). In a 17-month period, the objective is to understand, experience, socialize and share information related to the phenomenon, embarking on productive routines and experimentation to think, build, act, reflect and bring answers about the pandemic. It is noted that the contemporary journalist needs to experience more languages, experience new moments and be in line with the issues not only of informational mediations, but of the social routines around them.

Keywords: Journalism. Netnography. Pandemic. COVID-19. *Piauí Network Without Covid*.

Resumen: Los problemas netnográficos encontrados en la mediación informativa contra la pandemia de COVID-19 se reflejan a través de acciones dentro de la Red Piauí Sem Covid en Instagram (@piauisemcovid). Es el resultado de una investigación de campo virtual, experimental e informativa realizada entre marzo de 2020 y agosto de 2021 (que aún continúa dada la problemática de la pandemia). En un período de 17 meses, el objetivo es comprender, vivenciar, socializar y compartir información relacionada con el fenómeno, adentrándose en rutinas productivas y de experimentación para pensar, construir, actuar, reflexionar y traer respuestas sobre la pandemia. Se advierte que el periodista contemporáneo necesita experimentar más lenguajes, vivir nuevos momentos y estar en sintonía con las cuestiones no solo de las mediaciones informativas, sino de las rutinas sociales que las rodean.

Palabras-clave: Periodismo. Netnografía. Pandemia. COVID-19. Red Piauí Sin Covid.

A COVID-19, o caos e as sociabilidades consequentes

Analisa-se a situação da pandemia no Piauí. Por meio de pesquisa netnográfica traz perspectivas e reflexões em torno das atividades de combate à COVID-19 via mediação informacional por meio das ações da *Rede Piauí Sem Covid* (@piauisemcovid) no Instagram.

Com a COVID o mundo quase parou, foi se modificando e mudando a forma de viver de toda a população, afetando a praticamente quase tudo e todos, em questão de semanas. Naquele período a pandemia era cotidiana para a gente, assim como pensar em situações para lidar com ela. Da população de quase 7.940.000.000 pessoas na Terra, até o início do

segundo trimestre de 2022 (marco temporal de finalização deste texto), segundo o Worldometer (2022), a pandemia já tinha contaminado praticamente meio bilhão de pessoas, provocando quase 6.200.000 mortes. No Brasil, segundo o Ministério da Saúde (2022), nesse período, o país contabilizava mais de 30.000.000 casos (praticamente 14% de toda população) e provocado a morte de mais de 660.000 pessoas.

É feito um estudo netnográfico, com recorte de 24 meses (entre março de 2020 e março de 2022), objetivando entender, vivenciar, socializar e compartilhar informações relacionadas ao fenômeno, enveredando-se pelas rotinas produtivas e pelas experimentações de pensar, construir, agir, refletir e trazer respostas sobre a pandemia por meio da *Rede Piauí Sem Covid*. Mostra-se a realidade por dentro dos processos produtivos e as consequências das vivências e ações, em seus lugares de fala e atuações comunicacionais em tempos tão nevrálgicos e de tantas consequências e incertezas.

A Rede Piauí Sem Covid

Tão logo a pandemia da COVID teve seus primeiros casos no Piauí (março de 2020), professores de Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí – via ações do Grupo de Pesquisa em Comunicação Alternativa, Comunitária, Popular e Tecnologias Sociais, começaram a fazer projetos práticos sobre questões comunicacionais e combate à pandemia. Entre março e abril foi fundada a *Rede Piauí Sem Covid*. Era um ato acadêmico, sem fins lucrativos, visando reflexões e ações para combater a pandemia.

Em abril o projeto concorreu a edital da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí e foi um dos sete contemplados. Nascia a interface midiática do projeto: a *Rede* no Instagram @piauisemcovid. A primeira postagem data de 07 de maio de 2020. O projeto financiado durou até fins de novembro de 2020. Mas a pandemia não tinha acabado. Mesmo sem financiamento continuou e persiste como prova de atuação acadêmica e de reverberação dos trabalhos feitos por uma instituição pública em dar respostas e trazer reflexões sobre a cotidianidade. “A proposição da *Rede* não pretende parar somente no projeto de pesquisa, mas deixar uma herança para combates e prevenções à epidemias e outros problemas sociais” (BERTI, 2020a, p. 170).

Quantitativamente as ações da *Rede Piauí Sem Covid* (2022) já tinham proporcionado até o início do segundo trimestre de 2022: 1.523 postagens, com 4.379 seguidores, sendo que essas reverberações ocasionaram mais de 7.000.000 de interações, entre todas as ferramentas proporcionadas apenas pelo uso do Instagram. A *Rede* também foi reverberada em meios locais e regionais de comunicação e também ainda faz parte de um leque de pesquisas de iniciação científica, inovação tecnológica e dissertação em Estudos de Mídia. Quais as consequências de todo esse trabalho da *Rede*? Como ela ocorreu? O que foi visto? Como foi visto? Como foi vivido? Por que a netnografia se faz necessária em um processo como esse?

Das rotinas jornalísticas ao combate à pandemia da COVID-19 no Piauí

2020 trouxe sérias transformações sociais. No Jornalismo, principalmente, foram bem sentidas na cotidianidade. “A divulgação de informações sobre doenças costuma ter forte apelo, devido ao risco que representam para a vida das pessoas. Isso se exacerba nas epidemias” (FERRAZ, 2020, p. 274).

Nas pandemias, o contexto de imprevisibilidade que as caracteriza também representa, em termos jornalísticos, um atributo importante para a noticiabilidade de um acontecimento epidemiológico dessa natureza. Mais que uma epidemia, que já carrega em si uma forte carga simbólica, falar de pandemia nos remete à desordem causada pelo caráter acidental da doença em larga escala na população mundial, provocando mortes e afetando a rotina de cidades, estados e países (FERRAZ, 2020, p. 275).

Desde que foi anunciada a COVID, o Jornalismo, assim como a forma de se mediar as notícias e fatos cotidianos, sofreram mudanças, de forma direta, como indireta. No Brasil, a pandemia afetou não só o fator saúde, mas o fator político, assim como todos os outros fatores que englobam a sociedade e o nosso cotidiano. André Rohde (2020, p. 16) explica que o Jornalismo, e conseqüentemente os jornalistas, precisaram ter ainda mais cautela e seriedade na hora de lidar com esses tipos de conteúdo, dados, e assuntos relacionados à pandemia, sendo assim, uma espécie de readaptação. “Quando interpretados de forma

leviana os números podem corroborar teses que não são verdadeiras” (ROHDE, 2020, p. 16). Essa é uma das primeiras provas o quanto a área é cada vez mais necessária na contemporaneidade. Além de todos os acontecimentos e conflitos que reforçaram o tema, estes fizeram com que o espaço da pauta global, a pandemia, ganhasse cada vez mais notoriedade, na imprensa.

a pandemia da COVID-19 é um assunto novo, diferente das outras pandemias, a sua visibilidade teve larga escala potencial, pois a quarentena, uma das medidas adotadas para controlar a situação, ocorreu em dimensões globais, assim como, pelo fato de atingir a população geral, sem exceção alguma (FERRAZ, 2020, p. 276)

Não há como falar do Jornalismo neste início de terceira década do século XXI, no contexto da pandemia, sem percorrer um pouco de 2020 e sua régua de grandes pautas polêmicas na imprensa brasileira. Ao longo do ano de 2020 foi possível presenciar episódios polêmicos do Governo Federal, tais como saídas e trocas repentinas de ministros da Saúde e da Justiça, além de inúmeros entraves com a Organização Mundial da Saúde (OMS, 2021), assim como divergências com a ciência, com a imprensa, omissão de dados ou pouca transparência na divulgação de informações, que em um momento de caos, seriam essenciais para manter o eixo entre o Governo, a mídia e a sociedade, e assim andarem de forma conjugada e em busca de soluções. O foco se mantém na constante divergência entre resolver tais conflitos, lidar com a polarização e a infinita batalha política que move o país.

Uns acreditam em teorias conspiratórias, outros tantos desdenham do perigo. Justamente quando o brasileiro mais precisava de informação de qualidade para se defender da doença e evitar muitas mortes, fomos mais uma vez inundados de mentiras e interpretações equivocadas e tendenciosas. Enquanto o vírus se espalhava por nossas cidades, perdemos tempo discutindo medidas, questionando estratégias, duvidando da ciência (ROHDE, 2020, p. 15).

Nesse contexto, vamos para o que de fato temos lugar e vez de fala: o papel e a mediação do Jornalismo diante da pandemia da COVID-19. Durante o andar da pesquisa e

o desenrolar da *Rede Piauí Sem Covid*, a pandemia se alastrou no Brasil e, conseqüentemente no Piauí. Vivenciamos a primeira onda e o fim dela. Logo em seguida veio a segunda onda.

Os meses entre agosto até metade de novembro de 2020 foram, até então, os mais críticos, por conta das eleições municipais nos 5.568 municípios brasileiros. Aglomerações ocorriam por praticamente todo Piauí com justificativa que campanhas precisavam ocorrer e que seguiriam protocolos, com distanciamento e reuniões em locais abertos. Depois houve uma séria proliferação da variante P1.

Passados os meses, as postagens da rede foram para destacar o reconhecimento ao trabalho dos profissionais de saúde e, principalmente, evocar sobre a importância da vacinação.

Netnografando

Para fins metodológicos, adotamos a netnografia como base de prova e sistematização das ações. Consiste, segundo Maurício Corrêa e Helen Rozados (2017), em ferramenta que amplia possibilidades oferecidas pela etnografia tradicional; é opção que permite estudo de objetos, fenômenos e culturas que emergem constantemente no ciberespaço partindo do desenvolvimento e da apropriação social das tecnologias da informação e da comunicação. “Adaptando técnicas, procedimentos e padrões metodológicos tradicionalmente empregados na etnografia para o estudo de culturas e comunidades emergentes na Internet” (CORRÊA; ROZADOS, 2017, p. 2).

A netnografia é uma adaptação da pesquisa etnográfica e considera todas as características dos ambientes digitais e da comunicação mediada, com o intuito de obter um entendimento mais amplo, junto próprio jornalismo, da observação participante e da minuciosa análise de dados. Seu foco é ter em seu método de pesquisa uma observação participante do campo de trabalho online, mesmo diante das suas diferentes formas de comunicação mediada por dispositivos como computadores, que costumam ser a fonte de dados para a representação e a compreensão etnográfica. Como Maurício Corrêa e Helen Rozados (2017), afirmam, a netnografia não é uma metodologia nova, mas uma ampliação das potencialidades do método etnográfico tradicional para contemplar as especificidades do ambiente digital. A netnografia, segundo Robert

Kozinets (2014) é uma maneira especializada de vivenciar pesquisas etnográficas em meios virtuais. Os mesmos pensamentos e provas do quanto pode-se fazer estudos mais sistematizados e enveredando questões do “estar na internet” são destacados por Adriana Amaral, Geórgia Natal e Luciana Viana (2008).

Reproduziu-se sobre consequências da pandemia e, principalmente, para quem a ignora, na *Rede* nunca foi uma tarefa fácil, e a cada dia se tornou mais difícil. Buscou-se fazer balanço, mesclar de forma que não cause pânico, mas que fizesse o público refletir, e principalmente se conscientizar. A diferença é que não é mais novidade, já temos a vacina e seus respectivos calendários, já sabemos a regras básicas e necessárias, já entendemos o quão grave a situação pode ficar.

Já em janeiro de 2021, apesar das medidas já adotadas a situação seguia piorando, as taxas de ocupação das UTIs chegaram a quase 100%. Nos meses seguintes, houveram dias que chegaram a serem enterradas mais de 100 pessoas em um único dia.

A situação só melhorou e se estabilizou com o reforço das medidas, como *lockdown* e com a chegada das vacinas no dia 18 de janeiro de 2021, sendo um dos primeiros estados a ser contemplados justamente por causa da situação grave que a capital amazonense enfrentou entre o final de 2020 e início de 2021. Isso foi dado por conta da variante que surgiu logo no início desse ano, mas que com o tempo e as medidas de combate ao vírus, a situação se estabilizou, registrando alguns dias sem o surgimento de novos casos ou de mortes em decorrência de COVID-19.

Foi nessa época que a *Rede* começou a ter alcance significativo. Dobrou os seguidores que sentiram amparados com a solidariedade para com os amazonenses, pois durante o período de colapso a *Rede* compartilhou não só as notícias sobre a situação do Amazonas, mas também pedidos de ajuda e de oração diante da situação. Na época a causa de luta e esforços maiores eram a divulgação dos pedidos de balão de oxigênio, das campanhas que foram feitas, das correntes virtuais. Desde a repercussão nos jornais a respeito da situação do Amazonas, a *Rede Piauí Sem Covid* passou a fazer publicações sobre o tema. Na mesma semana (15 de janeiro) uma morte chamou muita atenção, como

publicado na *Rede*, um dia antes da chegada das vacinas, a jovem estudante de odontologia Ylmara Stefane que residia em Teresina e faleceu em decorrência da doença¹.

Em janeiro o estado enfrentou as consequências das aglomerações ocorridas no final de 2020, pois além das campanhas eleitorais, da metade do mês de novembro até janeiro, houve a sensação ilusória de que a pandemia teria se controlado, pois foi o período de férias, confraternizações, natal, ano novo, fora o período de transição das gestões municipais.

Aproximava-se o carnaval. A *Rede* aproveitou para usar do sarcasmo e tenta chamar a atenção do público para mostrar que não é hora de comemorar o carnaval, como mostram as publicações dos dias 06 de fevereiro de 2021 e 12 de fevereiro de 2021, e também entre uma publicação em alusão ao perigo do carnaval, sempre era mostrado como estava a situação dos casos e das mortes, de acordo com a publicação do dia 23 de fevereiro que chamava atenção pela manchete: “Piauí registra 633 novos casos e 11 mortes pela COVID-19 nas últimas 24 horas”. E muito bem representada pela charge do artista Izânio Façanha, na postagem compartilhada no dia 24 de fevereiro, na qual mostrava um desenho da figura da morte.

Em março um acontecimento chocou a capital e o Brasil, a cena de um paciente morto no chão de uma UPA (Unidade de Pronto Atendimento) no bairro Promorar, na zona sul de Teresina, chocou a cidade, o caso repercutiu até fora do país, e a *Rede* foi pioneira em compartilhar a notícia em tempo real e dar espaço para a técnica de Enfermagem que vivenciou o ocorrido se pronunciar, era uma madrugada de sábado quando o depoimento dela chegou até nós, e na mesma noite assim como na manhã seguinte a foto da vítima no chão ao lado da profissional de saúde abatida e desesperada, já estavam em quase todas as manchetes da capital.

Como toda plataforma tecnológica, o conteúdo do Instagram precisa inovar e se reinventar para ser considerado relevante, e assim atingir o maior número de pessoas possíveis, e graças a função denominada *stories*, isso foi possível.

Durante o período da pesquisa, os *stories* eram a maior fonte de alcance e mudanças consideráveis na *Rede*. Essa função deu maior repercussão as informações já compartilhadas, fazendo com que os algoritmos selecionassem e dessem mais visibilidade a determinados

¹ <https://bit.ly/3VLEijr>.

conteúdos que nós não tínhamos tido tanto êxito e repercussão ao compartilhar no feed, o que mudou logo em seguida com a chegada da função *reels* a visibilidade alcance conseguido nos primeiros meses do ano foram maiores do que todo o alcance do ano de 2020, alguns vídeos publicados na *Rede* ultrapassaram mais de cinco mil visualizações, só um *reels* foi capaz de atingir 50.000 pessoas, devido ao conteúdo ser uma denúncia de uma aglomeração clandestina quando as UTIS do estado se encontravam lotadas, como mostra a publicação do dia 23 de maio de 2021, um vídeo de uma festa em Piripiri, maior cidade do Sertão Norte do Piauí e a menos de um quilômetro do hospital da cidade.

O que é uma proporção gigantesca se comparado a forma proporcional, do número de seguidores versus o alcance geral do público, levando em consideração ainda, o fato de que na *Rede* não foi utilizado nenhum meio pago ou patrocinado do Instagram, tudo foi e continua sendo orgânico, real, manual, a principal ferramenta e maior fonte de sucesso é apenas o *feeling* e claro, o conhecimento em comunicação. É importante lembrar que o *reels* é como se fosse uma comparação com o famoso aplicativo vizinho: o Tiktok, que tem uma repercussão mundial gigantesca e o *reels* chegou como sendo sua versão adaptada para a o Instagram, já que o formato e o tempo destinado para a produção de vídeos são quase os mesmos, assim como os recursos midiáticos.

Diante dos conteúdos que mais chamaram atenção, estão os posts sobre o Setembro Amarelo fora do período do mês de setembro, foi uma das primeiras publicações a ganhar uma repercussão maior. De fato, tanto pelo contexto de ter sido publicada fora da campanha, tanto porque era um conteúdo que não era comum na *Rede*, e acabou sempre se confirmando e reafirmando que para ser notado na plataforma do Instagram, é preciso sempre inovar, surpreender, cada vez mais a mesmice, o padrão e o clichê perdem a vez, e claro isso também nos mostrou que mais importante que o meio, é a mensagem, não é preciso ter números de seguidores atrativos para ter interação e alcance, se a mensagem for de fácil compreensão e didática, ela gerará resultados. É como se os algoritmos selecionassem um assunto de uma publicação x, que está sendo a mais comentada e noticiada e fizesse dela o assunto mais visto na *Rede*, isso através de uma grande corrente de fluxo de dados, engajamento e interação com e para o público.

Como por exemplo, novamente: a publicação sobre o tema suicídio, que foi publicada pouco antes de dar início ao mês de setembro, considerado o mês chave da campanha de

prevenção ao suicídio. Mas o que isso tem de fato, a ver com a *Rede*? Bom, além de ter sido um dos pontos e publicação chaves do perfil, foi o tema publicado fora do contexto da *Rede*, que mais repercutiu, e que logo em seguida causou a seguinte reflexão: como anda a saúde mental dos profissionais de saúde durante esses meses de desgaste excessivo? Como questiona a publicação do dia 16 de março de 2021, um vídeo de um relato de uma médica que atua em uma UTI. Começou-se a pautar o tema, através de *reposts* e a atrair atenção, que rendeu um crescimento no número de seguidores, curtidas e muitos compartilhamentos. A partir desses detalhes, se tornou possível analisar melhor e repercutir os assuntos que de fato fossem chamar a atenção na *Rede*, pois, por mais que o público não interaja nos conteúdos publicados, ao entrar no perfil, ele já se depara com imagens, que em sua maioria são de caráter informativo sobre a pandemia, ou seja, mesmo que o usuário não se interesse, pelo menos ele viu, e do resto, o algoritmo irar cuidar.

Isso se tornou uma realidade desde que a *Rede* começou a expor as aglomerações nos finais de semana, muitas pessoas que interagem sequer seguiam a *Rede*, mas ainda assim não deixaram de interagir.

O fato é que o público pareceu ver na *Rede* um espaço de discussão, amparo e bem mais que reflexão, mas uma fonte confiável de notícias sobre a pandemia da COVID-19 no estado. Por exemplo, geralmente no início do dia e principalmente durante a semana, era compartilhado conteúdos mais leves: pessoas recuperadas da COVID-19, pessoas se vacinando, a produção e a chegada de mais vacinas, atos e ações de pessoas com o próximo, a situação da Busca Ativa, as medidas de restrições, e assim segue, já que durante a semana informar se mostrava mais importante do que denunciar.

Já aos finais de semana, devido a maior interação do público com a *Rede*, era compartilhado um conteúdo mais pesado, como mostram as publicações dos dias 26 de março de 2021, 27 de março de 2021 e 29 de abril de 2021, na perspectiva de chamar a atenção e conscientizar ainda mais, mesmo que seja através do apelo, medo e exposição, já que é aos sábados e domingos em que a população mais aglomera e ignora as medidas de restrição, infelizmente os conteúdos de maior repercussão na *Rede*, são os de denúncias e aglomerações que ocorreram pelo estado, as farras, festas e as pessoas se expondo e ainda publicando em suas redes sociais digitais, que estavam, ou pareciam estar, em um mundo paralelo onde ignoram totalmente a pandemia e suas graves consequências.

No decorrer do primeiro ano da *Rede* foi se afunilando o conteúdo, assim como o público, os boletins diários sobre a quantidade de casos, já não são uma pauta tão interessante fazia tempo, pois com a chegada das vacinas a atenção se voltou totalmente para as doses, quando, onde, como, qual vacina será aplicada. Mesmo antes da chegada das vacinas os boletins meio que pareciam ser irrelevantes para a maioria da população, como se infelizmente tivessem esquecido que não só números, são vidas.

Conclui-se que o medo e falta de empatia chamam atenção, desde o primeiro vídeo publicado na *Rede* expondo uma aglomeração, no dia 14 de março de 2021, a quantidade recebida de conteúdo desse tipo se tornou constante e serviu como uma porta, a revolta e a indignação de algumas pessoas trouxeram visibilidade e assim fez com que o público se sentisse ainda mais à vontade para contribuir e ajudar no combate à pandemia de alguma forma, com a ajuda da *Rede*. Como mostram as publicações feitas nos meses seguintes, de março a maio. A partir disso surgiram novas reflexões e novas formas de pensar e agir, e claro de entendimento, ou pelo menos contato com o público, com alguma informação, seja ela real ou não, sobre a doença.

Já no meio da segunda onda da pandemia e chegando a um possível possibilidade de terceira onda, devido as novas variantes como a Delta. Eis que surge também mais um papel para a *Rede*: auxiliar na divulgação de informações corretas, verdadeiras e checadas, sobre a COVID-19. Sim, só compartilhar nunca foi o propósito, e diante de tantas *fake news* sobre o assunto, continuar a repercutir cada vez mais informações a respeito, e ainda exercer o papel principal da pesquisa e do jornalismo, cobrar e dar respostas. Como por exemplo, o que de fato aconteceu com os Hospitais de campanha? A publicação compartilhada no dia 19 de março de 2021 cobra algumas dessas respostas.

A situação nunca chegou a melhorar de fato, ela apenas saiu do protagonismo por causa das eleições, entre setembro e novembro, período também de recorte deste material, houve a ilusão de que a situação melhorou, e com as notícias sobre as vacinas os políticos e governantes do estado conseguiram mudar o foco, mas não demorou muito para as consequências aparecerem, na verdade foi um combo, juntou as ações de campanhas políticas, as férias e as festas de fim de ano, não demorou muito a segunda onda da pandemia mostrou o quão grave ela seria e que ainda, não tinha se aprendido nada com a primeira, e o pior, atravessando a segunda, parecia que seguia-se nesse vai

e vem na qual diariamente vidas são perdidas e o avanço no combate à doença era mínimo, já que apesar do avanço na vacinação, é sempre bom frisar que vacina não cura, vacina previne, e que só será possível sair desse caos que parece não ter fim, agindo em grupo, pensando em si e no próximo, de forma coletiva, focando cada vez mais na prevenção e não em remediar, até porque, mesmo após mais um ano de pandemia e uma infinidade de estudos científicos sobre o assunto, ainda não há um remédio, nem que previna, muito menos que cure, mesmo que muitos insistam no contrário.

Havia muitas mensagens sobre a COVID-19 em perfis de pleiteantes a prefeituras e a câmaras de vereadores, além de seus líderes políticos estaduais e nacionais, mas eram para ajudar e travestir pré-candidaturas. Quanto mais aproximava-se do período da campanha, havia muito menos mensagens sobre a COVID e muito mais sobre pré-candidaturas. Termina por ser um processo normal frente à própria comunicação política, mas, em vários casos, pode também parecer oportunista a utilização de uma pandemia para tentar alavancar simpatizantes e votos (BERTI, 2020b, p. 74).

Foi a partir desse ponto que a *Rede* passou a ser também um meio de divulgação, ou seja, através da narrativa da realidade sobre a pandemia na capital e no estado, com o armazenamento das informações, e do compartilhamento de diversas opiniões.

Apesar das questões políticas terem disputado acirradamente as manchetes com a pandemia, em momento algum a *Rede* discutiu ou compartilhou o tema de forma que tomasse um lado ou partido político, mesmo abordando diversos temas, a política nunca foi uma pauta, a intenção sempre foi a reflexão dos acontecimentos nos meses durante e depois da pandemia, já que quando o perfil surgiu, ela já tinha começado há alguns meses, o objetivo sempre foi atingir positivamente as pessoas, ajudar e se solidarizar com o próximo, usar da comunicação para fazer o bem, informar, conscientizar e agir.

Assim como todo meio de comunicação, o Instagram é um formador e mediador de opinião, com a facilidade do acesso a plataforma muitos usuários a utilizam para ver notícias, se entreter e opinar e um cenário na qual as pessoas na maiorias das vezes já estavam saturadas de reportagens e matérias assustadoras, diante disso vinha a *Rede*, com um conteúdo informativo, mais leve, de modo que os depoimentos eram mais no sentido de avisar, do que assustar, como está disponível em alguns vídeos

compartilhados no IGTV do perfil. Mesmo que as pessoas utilizem a ferramenta apenas para o entretenimento, elas estão se comunicando, dando opiniões e uma hora ou outra, vão passar pelas informações, ainda que não interaja diretamente com ela, o que ocorre diariamente com a *Rede*.

Até o início de 2022 à proporção que qualquer notícia ou opinião ganha ao ser compartilhada no Instagram é enorme e vai além de informar, pois alcança públicos de diferentes meios e lugares e isso apesar de democrático, nem sempre é positivo, tendo em vista que atualmente as redes sociais são um ponto de divulgação de *fake news*, e com a pandemia, não seria diferente.

Observa-se também que é um processo gradual e ao mesmo tempo um fenômeno, onipresente no meio social, jornalístico, ou seja, midiático. Outro exemplo foi a publicação compartilhada no dia 18 de janeiro de 2021, mostrando o primeiro voo que carregava os primeiros lotes da vacina COVID-19 no país. Já um exemplo mais perto, temos o vídeo publicado no dia 20 de março de 2021, gravado por uma equipe de profissionais da saúde da cidade de Timon, alertando sobre os cuidados, que deveriam permanecer mesmo após a vacinação. Mas como foi estar dentro da *Rede*? Como ela foi jornalisticizada? Como o Instagram foi utilizado como meio de combate à pandemia?

Reflexões necessárias

Quando este texto começou a ser pensando, em março de 2020, não tínhamos como mensurar a proporção e a relevância que ele alcançaria até agora, no segundo trimestre de 2022. Pensávamos que a pandemia passaria logo. Infelizmente, não passou. Buscou-se uma forma de deixar registrado para a sociedade algumas das respostas ou pelos novos questionamentos diante de tudo o que ocorreu nos últimos meses.

Não podemos dizer que haverá um novo normal pois não iremos nascer de novo e nem recuperar o ano que passou, muitas vidas se foram, e este trabalho serve para refletir diante delas, e reafirmar que elas não se foram em vão, desde o início o foco da *Rede* sempre foi sobre as vidas, usar a informação para salvar vidas, e agora, meses

depois, o propósito segue mais concreto do que nunca, é sobre as pessoas, como agimos, como cuidamos, como refletimos, como ajudamos, como contribuímos.

A pandemia e este projeto trouxeram inúmeros aprendizados, e talvez o maior deles é que nem sempre a razão prevalecerá diante emoção, as vezes é necessário ceder, ter paz a ter razão, que é quando compreendemos e acolhemos o outro, que podemos praticar a empatia e entender como que de fato a solidariedade funciona, nunca vamos sentir na pele a dor do outro, ainda que a dor seja a mesma, nunca é igual, cada pessoa sente lida a sua maneira, e isso se reflete e se comprava em dois fatos, na *Rede*, com as diversas opiniões e relatos em relação a pandemia e a relação com o orientador deste trabalho. Nem sempre houveram concordâncias e quase nunca aconteceram pensamentos da mesma maneira, mas sempre procurou-se chegar a um consenso. Não sabemos se sairemos melhores da pandemia, mas sairemos diferentes. Com a pandemia e toda a experiência compartilhada neste trabalho, ficou claro que até nos piores momentos, nós podemos buscar algo que some, que acrescente, como uma *Rede* de Solidariedade que apoiou e chegou a tantas pessoas.

Foi abordado as faces e as interfaces do jornalismo e suas diversas perspectivas, a partir da realidade da pandemia da COVID-19, dando ênfase nas novas formas de se fazer jornalismo, vivenciando e entendendo suas demandas, vontade e principalmente suas necessidades, e ainda contribuir com ações e estudos sobre o jornalismo nos dias atuais e diante de uma situação pandêmica, abordando novas ideias e questionando e trazendo novas respostas em relação a como o jornalismo vem se adequando aos novos normais, este trabalho cumpriu o seu papel em atuar em informações por meio de redes virtuais e mostrar as consequências desse processo durante segunda da pandemia da COVID-19 no Piauí. Mais que mostrar esse processo, vivemos todas as fases dele, da realização deste trabalho estando de forma direta nele, além de abordar os pontos e contrapontos por meio da minha vivência pessoal.

Agora podemos afirmar: vivenciamos o combate à pandemia da COVID-19, no Piauí de maneira jornalística utilizando a *Rede @PiauiSemCovid* e deu certo, a pandemia não acabou, mas mostramos na prática que muito se pode fazer com as mediações informacionais e usando ele, é uma ferramenta para dar voz e fazer o bem, e nesse caso, executar a solidariedade diariamente.

E o Jornalismo com seus futuros? E a Comunicação Social em si? E as redes sociais virtuais?

Deixamos esses questionamentos em voga, e mais que abertos, justamente para instigar novos artigos, novas reflexões e, principalmente, novos pensamentos e ações em transformar, pensar, agir, afinal, a universidade continua sendo esse lugar, com ou sem pandemia. Esperemos que, sem pandemia, notadamente a pandemia de negacionismo e falta de vontade de fazer acontecer, seja exterminadas com a vacina do otimismo e a esperança de que sim, é possível termos um mundo melhor e mais justo.

Referências

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Luciana. *Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital*. Porto Alegre: Revista Sessões do Imaginário, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, ano 13, n. 20, 2008, pp. 34-40.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. *Quem cuida de quem cuida? A rede de solidariedade de segurança do trabalho no combate e prevenção à COVID-19 no estado do Piauí. Uma utilização da comunicação audiovisual para o “novo normal”*. IN: ALMAS, Almir; FEITOSA, Deisy Fernanda; KNIJNIK, João; LIMA, Daniel; OLIVEIRA, Lyara; RAMOS, Luís Fernando Angerami (orgs.). *Pandemídia: vírus, contaminações e confinamentos*. São Paulo: ECA-USP, Invisíveis Produções, 2020(a).

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. *Quem cuida de quem cuida? O Instagram e a rede de solidariedade e informação no combate à COVID-19 no Piauí*. Teresina: EdUESPI, 2020(b).

CORRÊA, Maurício de Vargas; ROZADOS, Helen Beatriz Frota. *A netnografia como método de pesquisa em Ciência da Informação*. Florianópolis: Revista Encontros Bibli, v. 22, n. 49, 2017, pp. 1-18.

CUNHA, Yasmim Helleen. *O Eu Jornalista contra a pandemia. Por dentro da mobilização comunicacional dos esclarecimentos sobre a segunda onda da COVID-19 no Piauí na atuação da Rede @piauisemcovid*. Teresina: Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Bacharelado em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí – campus Poeta Torquato Neto, 2021.

FERRAZ, Luiz Marcelo Robalinho. *Saúde e política na crise da COVID-19: apontamentos sobre a pandemia na imprensa brasileira*. Rio de Janeiro: RECIIS – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde, n. 14, v. 2, 2020, pp. 273-278.

KOZINETTS, Robert V. *Netnografia: realizando pesquisa netnográfica online*. Porto Alegre: Penso, 2014.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. *Dados sobre a COVID-19 no Brasil até a segunda semana de agosto de 2021*. Disponível em: <https://bit.ly/3B135Z5>. Acesso em: 08.abr.2022.

OMS – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. *Dados e reflexões sobre a COVID-19*. Disponível em: <https://bit.ly/3ujcY0v>. Acesso em: 12.ago.2021.

REDE PIAUÍ SEM COVID. *A Rede Piauí Sem Covid*. Disponível em: <https://bit.ly/3OVIFaO>. Acesso em: 12.ago.2021.

ROHDE, André. *Jornalismo e pandemia na TV*. IN: EMERIM, Cárlica; PEREIRA, Ariane; COUTINHO, Iluska. *A (re)invenção do Telejornalismo em tempos de pandemia*. Florianópolis: Insular, 2020.

WORLDMETER. *Dados da população mundial e sobre a COVID-19 no Brasil e no Mundo*. Disponível em: <https://bit.ly/3ujL1Wr>. Acesso em: 08.abr.2022.