

NARIANI DE SOUSA LOPES RODRIGUES

**PRÁTICA
NETNOGRÁFICA
JORNALÍSTICA:**

**O CASO
DA REDE
QUERO
AJUDAR
PIAUI**



EdUESPI

**PRÁTICA
NETNOGRÁFICA
JORNALÍSTICA:
O CASO DA REDE QUERO
AJUDAR PIAUÍ**



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ – UESPI

Prof. Dr. Evandro Alberto de Sousa
Reitor

Prof. Dr. Jesus Antônio de Carvalho Abreu
Vice-Reitor

Profa. Dra. Mônica Maria Feitosa Braga Gentil
Pró-Reitora de Ensino de Graduação

Profa. Dra. Josiane Silva Araújo
Pró-Reitora Adjunta de Ensino de Graduação

Prof. Dr. Raurys Alencar de Oliveira
Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação

Profa. Dra. Fábيا de Kássia Mendes Viana Buenos Aires
Pró-Reitora de Administração e Recursos Humanos

Profa. Msc. Rosineide Candeia de Araújo
Pró-Reitora Adjunta de Administração e Recursos Humanos

Prof. Msc. Lucídio Beserra Primo
Pró-Reitor de Planejamento e Finanças

Profa. Msc. Joseane de Carvalho Leão
Pró-Reitora Adjunta de Planejamento e Finanças

Profa. Dra. Ivoneide Pereira de Alencar
Pró-Reitora de Extensão, Assuntos Estudantis e Comunitários

Prof. Dr. Marcelo de Sousa Neto
Diretor da Editora da Universidade Estadual do Piauí – EdUESPI

Universidade Estadual do Piauí

Rua João Cabral • n. 2231 • Bairro Pirajá • Teresina – PI • CEP: 64002-150

Todos os direitos reservados

Nariani de Sousa Lopes Rodrigues

**PRÁTICA
NETNOGRÁFICA
JORNALÍSTICA:
O CASO DA REDE QUERO
AJUDAR PIAUÍ**



EdUESPI



GOVERNO DO ESTADO DO PIAUÍ UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ – UESPI



Rafael Tajra Fonteles
Themístocles de Sampaio Pereira Filho
Evandro Alberto de Sousa
Jesus Antônio de Carvalho Abreu

Governador do Estado
Vice-governador do Estado
Reitor da UESPI
Vice-reitor da UESPI

Conselho Editorial EdUESPI

Marcelo de Sousa Neto
Algemira de Macedo Mendes
Ana de Lourdes Sá de Lira
Antonia Valtéria Melo Alvarenga
Cláudia Cristina da Silva Fontineles
Fábio José Vieira
Gladstone de Alencar Alves
Maria do Socorro Rios Magalhães
Nelson Nery Costa
Orlando Maurício de Carvalho Berti
Paula Guerra Tavares
Sammy Sidney Rocha Matias

Presidente
Universidade Estadual do Piauí
Universidade Estadual do Piauí
Academia de Ciências do Piauí
Universidade Federal do Piauí
Universidade Estadual do Piauí
Universidade Estadual do Piauí
Academia Piauiense de Letras
Conselho Estadual de Cultura
Universidade Estadual do Piauí
Universidade do Porto (Portugal)
Universidade Estadual do Piauí

Orlando Maurício de Carvalho Berti
Nariani de Sousa Lopes Rodrigues
Nariani de Sousa Lopes Rodrigues
Impressão

Editor
Revisão
Capa/Diagramação
E-book

Ficha elaborada pelo Serviço de Catalogação da Biblioteca Central da UESPI

R696p Rodrigues, Nariani de Sousa Lopes.

Prática netnográfica jornalística : o caso da Rede Quero Ajudar Piauí / Nariani de Sousa Lopes Rodrigues. – Teresina-PI: EdUESPI, 2024.

166 p. : il.

ISBN digital: 978-65-81376-48-2

1. Comunicação. 2. Jornalismo piauiense. 3. Mediação jornalística. 4. Instagram. 5. Internet. I. Título.

CDD 070.4

Ficha elaborada pelo Serviço de Catalogação da Biblioteca Central da UESPI
Francisca Carine Farias Costa (Bibliotecária) - CRB 3/1637

Editora da Universidade Estadual do Piauí – EdUESPI
UESPI (Campus Poeta Torquato Neto)

Rua João Cabral • n. 2231 • Bairro Pirajá • Teresina-PI
Todos os Direitos Reservados

“Quero dizer apenas que, tudo o que tentei na vida, tentei com todo o coração fazer bem; que tudo a que me dediquei, me dediquei completamente; que nos grandes e pequenos objetivos, sempre avancei com empenho. Nunca acreditei possível que qualquer habilidade natural ou aprimorada pudesse pretender ser imune à companhia das qualidades de firmeza, simplicidade e trabalho duro, e esperar conquistar seu fim.

Não existe algo com essa realização nesta terra. Algum talento fortuito, alguma oportunidade privilegiada, podem dar forma aos dois lados da escada por onde alguns homens sobem, mas as voltas dessa escada devem ser feitas para suportar desgaste e danos; e não existe substituto para dedicação, ardente e sincero empenho. Concluo agora que nunca pôr as mãos em algo em que não pudesse me lançar por inteiro, e nunca depreciar meu trabalho, fosse qual fosse, foram as minhas regras de ouro”.

(Charles Dickens)

DEDICATÓRIA

Dedico toda a construção deste livro as pessoas que fazem de suas vidas na terra um instrumento para ajudar o próximo, seja ela a cura de uma enfermidade, seja o compromisso com a informação. Dedico aqueles que com poucos insumos conseguem mobilizar e promover a solidariedade, especialmente as pessoas que cruzaram o caminho da Rede Quero Ajudar Piauí na construção das experimentações solidárias que estão documentados neste livro.

Dedico também aos colegas jornalistas que diariamente enfrentam desafios dos mais variados na busca da informação e que, apesar de todas as dificuldades, seguem firmes e comprometidos com o bem social.

Agradecimentos

- ***Ao universo e tudo que constitui as energias positivas do mundo que representa Deus na minha vida, sobretudo durante os dias de grande angústia;***
- ***À toda minha família, humana e animal, pelo apoio, estímulo e a inspiração, em especial a minha mãe e minha irmã por serem meu alicerce, refúgio, fonte de inspiração e dedicação sem o qual este livro não seria escrito;***
- ***Às minhas amigas que cativei no decorrer da minha formação e que foram fundamentais no processo de amadurecimento acadêmico e pessoal, além de tornarem meus dias mais leves e sorridentes;***
- ***Ao Orlando Berti, que foi meu professor, companheiro em diversas pesquisas e meu principal mestre que me guiou com suas observações, sugestões e reparos, sendo sempre atencioso e solícito. Gratidão por acreditar em mim e enxergar o potencial que eu não sabia que tinha. Principalmente, por me mostrar que a pesquisa científica pode ser leve, para além do rigor e da lacração. A pesquisa ao seu lado foi e será sempre instigante e transformadora. Obrigada!***
- ***À Sônia Carvalho que foi minha professora do curso de jornalismo e minha grande inspiração na docência. A ela agradeço por ter me mostrado a pesquisa acadêmica em jornalismo, por ter me ajudado no desenvolvimento de outras pesquisas, sempre com cuidado e dedicação;***
- ***Ao corpo docente do curso de Jornalismo pela dedicação na minha formação e amor a profissão;***
- ***À Universidade Estadual do Piauí (UESPI) por ser uma instituição composta de servidores comprometidos e dedicados com a transformação social;***
- ***Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ) que foi o principal financiador de diversos projetos de pesquisa no decorrer da minha formação e sem o qual nada disso poderia acontecer. Gratidão por incentivar a educação através da pesquisa científica e mudar a vida de toda a sociedade.***

SUMÁRIO

MAIS QUE UMA APRESENTAÇÃO.....	09
CONEXÕES SOLIDÁRIAS: OUSADIA E EMPATIA NA ERA DIGITAL.....	14
INTRODUÇÃO.....	16
1 “EU” JORNALISTA MEDEIO OU “NÓS” MEDIAMOS: MEDIAÇÕES SOLIDÁRIAS POSSÍVEIS NO AMBIENTE DIGITAL.....	24
2 REFLEXÕES SOBRE REDES SOCIOTÉCNICAS..	40
3 CAMINHOS METODOLÓGICOS.....	63
4 CONSTRUINDO A REDE QUERO AJUDAR PIAUÍ.	84
5 ANÁLISE DA @QUEROAJUDARPIAUI: UMA EXPERIÊNCIA DE MEDIAÇÕES SOLIDÁRIAS NO PIAUÍ.....	103
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	139
REFERÊNCIAS.....	145
APÊNDICES.....	156

Mais que uma apresentação

Orlando Maurício de Carvalho Berti¹

Um livro não é só um livro enquanto instrumento para leitura e de leitura; ele se transforma em um elo de conhecimentos, provocações, perspectivas positivas e evolutivas, geralmente instigando o que nós, que fazemos parte das universidades, também prezamos: que haja uma modificação positiva a quem lê. Um livro também é um conjunto de histórias, de dias, às vezes de meses, de trabalhos, de pesquisas, de experimentações de idas e vindas. Um livro, além do que é lido, também é uma aposta positiva sobre o poder de instigar que outras pessoas possam escrever mais livros.

Apresentamos a vocês, a obra ***Prática Netnográfica Jornalística: o caso da Rede Quero Ajudar Piauí***, da jornalista e mestranda em Comunicação, Nariani de Sousa Lopes Rodrigues, nossa Nariani Rodrigues.

Tive a honra, juntamente com as professoras Lana Krisna Morais e Ruthy Costa, de sermos o primeiro time de leitores da obra de Nariani Rodrigues. Fomos seus qualificadores e avaliadores no Trabalho de Conclusão de Curso e tivemos a oportunidade de acompanhar a evolução da acadêmica, seus passos, conquistas e passos largos de maturidade.

¹ Jornalista, mestre, doutor e pós-doutor em Comunicação. Professor, pesquisador e extensionista do Bacharelado em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí. Líder do LIAJ – Laboratório de Inteligência Artificial em Jornalismo e do Grupo de Pesquisa em Comunicação Alternativa, Comunitária, Popular e Tecnologias Sociais da UESPI. Foi orientador de iniciação científica e de trabalho de conclusão de curso que originaram este livro.

Como costumo dizer, e faço questão de repetir aqui, o que você lerá nas páginas seguintes é um dos melhores trabalhos acadêmicos já feitos na área de mediações informacionais dos mais de 30 anos de ensino universitário de Jornalismo no Piauí.

Com todo respeito às centenas de outros trabalhos, inclusive os feitos e orientados por mim, este é um dos melhores e de maior completude.

Cito isso porque você não encontrará somente um livro revolucionário e instigante sobre a prática netnográfica, tão necessária e desafiadora contemporaneamente, mas também pelo zelo e dedicação da autora em todos os meandros de compartilhar suas ideias, resultados e experimentações.

Comecei a conviver com Nariani Rodrigues enquanto acadêmica de Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí – campus Poeta Torquato Neto, em Teresina, capital do estado. Era o meio do curso. Talvez ela nem se lembre de que desde o primeiro dia de aula tive contato com sua turma e que, bem ao estilo Orlando Berti de ser, fiz questão de ser polêmico. Eu não lembrava muito dela e talvez aquelas minhas palavras sequer tenham sido notadas por ela.

Lembro bem do encontro com a turma de Nariani Rodrigues (a terceira da história do Bacharelado em Jornalismo) porque minhas palavras, duras e polêmicas, geraram burburinho (ou seria mimimi?) incrível, principalmente entre parte dos colegas docentes. Muitos não gostaram do “acordar para Jesus” que dei na turma. Não sei quem estava certo. Na verdade, queria realmente dar um choque de realidade naquela turma. Só sei que, a partir da metade do curso, nos encontramos, finalmente, enquanto alunado e professor e tivemos a honra de muitos aprendizados, inclusive com a honra de ser escolhido como patrono da turma.

Nosso primeiro contato foi, justamente, no período da pandemia. Depois, com o retorno presencial, tivemos a oportunidade de mais disciplinas.

Preciso confessar uma coisa, que pouquíssimas pessoas sabem. Mas este é o momento certo de falar para o Mundo. Estava muito triste naquele período, desencantado um pouco com a tarefa de tentar ser professor e pesquisador. Confesso, estava quase sendo vencido pelo Sistema. Esse mesmo Sistema que quer que a gente seja irresponsável, conformista, que encaremos o funcionalismo público de qualquer jeito, que passemos o alunado aleatoriamente, que não estejamos nem aí para nada. Aquele contato, presencial, com a turma da Nariani Rodrigues seria minha última chance de tentar ser o Orlando Berti de sempre, que acredita, que cobra, que age, que é chato pra caramba, mas que tenta honrar cada centavo de seu salário, não por ser o salvador da pátria, mas por saber que cada ato, cada palavra, cada momento da universidade é uma gota de esperança vinda de toda a sociedade que, com seus impostos (meus, seus, nossos!) garantem o sustento da UESPI.

Foi a Nariani Rodrigues e a Lara Silva, duas excelentíssimas alunas, que mostraram que havia luz no final do túnel e que toda aquela minha desesperança era apenas um arroubo quase infantil e não tinha razão de ser. Valia mais que a pena acreditar no alunado, ser dedicado, cobrar, preparar boas aulas, estudar muito, mas muito mesmo, de incentivar pesquisas, atividades de extensão e de poder oferecer oportunidades.

Sempre muito educada, gentil, dedicada, logo a desafiei a fazer Iniciação Científica. Fato topado, entre tantos outros, de cara. Ou seja, se for para trilhar um desafio acadêmico, podem contar com ela.

Com seu jeito gentil, de fala mansa, de um respeito quase ímpar, entre muitas outras características, Nariani Rodrigues nos encanta por sua dedicação e força de vontade, não só em aprender, mas de mostrar.

Poderia escrever dezenas de páginas resumindo este ***Prática Netnográfica Jornalística: o caso da Rede Quero Ajudar Piauí*** mas não quero dar muitos *spoilers*, mas sim contar os bastidores do mesmo.

Em tempos de pandemia da Covid-19, enquanto o mundo isolava-se e lutava contra o vírus mais mortal e mais midiático da História, que nos moeu e nos mostrou o quanto somos quase nada, a autora deste livro não parou e se sentiu desafiada, de cara, a vivenciar a Rede Quero Ajudar Piauí. As experiências contadas no livro, via trabalhos netnográficos sobre esta rede, é uma clara mostra do que foi feito, em termos de universidade e sua ligação social de ações.

Ao imaginarmos a Rede Quero Ajudar Piauí, não sabíamos que fim ela tomaria. Aliás, ela nunca foi finalizada. Talvez, propositalmente, não seja, pois sempre há alguém a ser consolado, a ser instigado, a ser ajudado ou que a comunicação, principalmente enquanto instrumento social, possa cumprir seu papel, interligar pessoas, emancipando-as, esclarecendo, agindo em prol da verdade e tentando-se colocar no lugar do outro.

Foi tudo isso que vi, nos muitos meses em que Nariani Rodrigues entrou, com unhas, dentes, teclados e um coração gigantesco, muito maior do que ela, para falar da rede.

Foram dezenas de idas e vindas, foram dezenas de refeições, foram centenas de pequenas modificações, foram centenas de conversas, foram alguns congressos acadêmicos, em que Nariani Rodrigues rodou parte do país socializando experimentações da Rede Quero Ajudar Piauí,

colocando os aspectos teóricos, sociais e comunicacionais para serem reconhecidos no País todo.

O fato deste trabalho ter tirado a nota máxima, ser recomendado para publicação, ter sido escolhido o melhor trabalho de Jornalismo no ano de 2023 feito pelo alunado da UESPI, bem como a aprovação em dois mestrados da autora, um, inclusive, em primeiro lugar, justamente com o intuito de continuar falando da Rede Quero Ajudar Piauí e o poderio dos experimentos netnográficos, são mais provas do quanto vale a pena estudar e agir.

Voa Nariani, continue agindo, permaneça sendo ética, compromissada, de uma gentileza ímpar, sabendo exatamente porque temos dois ouvidos, dois olhos e apenas uma boca.

Por mais Narianis, que representam o maior patrimônio de nossa Universidade Estadual do Piauí, que são as pessoas. Que mais Narianis, muitas vezes perdidas no ensino médio, nos rincões rurais e nas periferias urbanas, possam ser iluminadas e se sintam instigadas a estudar, agir e ter a certeza que a educação é edificante e que constrói um mundo melhor e mais justo.

Boa leitura!

Conexões solidárias: ousadia e empatia na Era Digital

Ruthy Costa²

É com grande satisfação que me deparo com esta obra, fruto de uma dedicação incansável e de um olhar sensível para as questões que permeiam nossa sociedade. "Rede Quero Ajudar Piauí: Experimentações em Solidariedade e Empatia" é mais que um livro, é um testemunho vivo da capacidade transformadora que a união entre conhecimento e ação pode gerar.

Ao mergulhar nas páginas deste trabalho, somos convidados a refletir sobre o poder das redes sociotécnicas como espaços de debate e engajamento em causas solidárias. Nariani Lopes e seu orientador, o professor Orlando Berti, não se limitaram a observar e/ou lamentar os desafios enfrentados por nossa comunidade, mas decidiram agir, criando o perfil @queroajudarpiaui e lançando-se em uma jornada de experiências e aprendizados. Essa iniciativa, em meio às incertezas do período pandêmico, mostra como a universidade é também um campo de experimentações solidárias e que tais experimentações podem e devem ter aparato científico e tecnológico.

O recorte temporal meticuloso, que abrange desde os primeiros meses da pandemia de COVID-19 até o momento em que a Organização Mundial de Saúde anunciou o fim da emergência global, permite uma análise profunda das

² Jornalista, mestra em Comunicação e Doutoranda em Comunicação. Professora efetiva e pesquisadora do curso de Jornalismo da UESPI – campus Professor Barros Araújo (em Picos – PI).

mudanças e nuances desse período histórico. É admirável ver como os autores exploraram as múltiplas facetas do Instagram como ferramenta de mobilização e como analisaram os impactos quantitativos e qualitativos das publicações, desvelando um rico panorama sobre a solidariedade e empatia em tempos desafiadores.

Além dos méritos acadêmicos, esta obra ressoa fortemente em um nível humano. Ela nos lembra que, mesmo diante das adversidades, é possível encontrar formas de conexão e apoio mútuo. Nariani e Orlando demonstram não apenas competência técnica, mas também um profundo compromisso com o bem-estar de sua comunidade, e é isso que torna seu trabalho verdadeiramente inspirador.

Portanto, é com entusiasmo que recomendo a leitura deste livro a todos aqueles que buscam compreender o papel das redes sociais no fortalecimento do tecido social e na promoção de valores fundamentais como solidariedade e empatia. Que esta obra seja não apenas um registro histórico, mas também um convite à ação, um estímulo para que cada um de nós se engaje ativamente na construção de um mundo mais justo e solidário.

Parabéns, Nariani Lopes e professor Orlando Berti, por sua ousadia, iniciativa e dedicação. Que este seja apenas o primeiro capítulo de uma longa jornada de impacto e transformação. Que seja exemplo para que outras ações positivas se ramifiquem e fortaleçam o impacto social. A universidade precisa pulsar, cada vez mais, essa perspectiva humana.

Introdução

O presente livro envereda na análise das experimentações da Rede Quero Ajudar Piauí (@queroajudarpiaui) a fim de refletir sobre as construções de redes sociotécnicas como lugares possíveis para o debate de questões solidárias e empáticas. O recorte temporal do estudo do perfil está dividido em dois momentos que compreendem os meses de maio de 2021 até março de 2022, e o segundo é delimitado entre os meses de maio de 2022 até abril de 2023, o que corresponde ao estudo do perfil com mais de dois anos de atuação da Rede.

O perfil foi criado pelo professor Orlando Berti e desenvolvido pela autora desta produção, Nariani Lopes. Ambos os atores científicos buscaram refletir sobre as mediações em tempos pandêmicos, afinal, desde a descoberta da pandemia em meados de 2020 no Brasil, e até a finalização deste material, a pandemia de COVID-19 tomou diversas nuances, em especial o pronunciamento divulgado no dia 05 de maio de 2023 pela Organização Mundial de Saúde (OMS), que decretou o fim da emergência de saúde pública internacional sobre a COVID-19 no mundo.

A JOHNS HOPKINS UNIVERSITY (2023) estima que mais de 677.000.000 de casos e aproximadamente 6.882.000 mortes foram decorrentes da pandemia nos fazendo indagar de que maneira poderíamos contribuir para refletir e tirar lições de tudo isso? Vale dizer que tudo aconteceu no cenário nacional e em um curto espaço de tempo. Foi um momento de ruptura, especificamente rupturas de socialidades. Portanto, isto fornece margem para diversas discussões em diferentes campos, igualmente o comunicacional, pois dela surgem os

desafios e questionamentos com as mudanças impostas dos “novos normais”.

Diante de um arcabouço temporal de experimentações da Quero Ajudar Piauí, delimitou-se os dois momentos de análise a partir da complexidade de contextos sociais decorrentes da pandemia. O primeiro emerge após o aumento acentuado dos casos e óbitos decorrentes da COVID-19 e as diversas normativas para a contenção do vírus. Já o segundo recorte foi escolhido por abordar um cenário de impulsionamento dos picos de casos da COVID-19. O momento de alta e baixa das infecções revela uma necessidade de maior conscientização dos impactos sociais do vírus. Assim, em ambos o debate sobre a solidariedade esteve presente como forma de mobilizar os atores no âmbito digital.

Convém justificar os motivos que fazem uma pesquisa sobre redes pertinentes para o campo jornalístico. Afinal, o campo midiático tradicional fornece subsídios suficientes para avançar em reflexões jornalísticas, mas se encontra obsoleta diante da possibilidade de ampliação das práticas jornalísticas e reverberação de diversas vozes em redes digitais de comunicação e informação. Notavelmente é possível entender as mudanças advindas do período pandêmico e este é talvez um dos motivos que justifiquem a adesão da produção científica.

Mas é principalmente por estar atrelada ao campo das Ciências Sociais Aplicadas que o Jornalismo é peça fundamental nesta engrenagem de socialidades que estão em constantes mudanças e aqui entende-se que as práticas do Jornalismo caminham mais em direção a uma produção alternativa no ambiente digital e menos para produções midiáticas tradicionais. Prova disto é a adesão de veículos

tradicionais em plataformas no espaço digital. Ou seja, esta é uma oportunidade de proporcionar discussões contemporâneas ligadas às possibilidades de produzir jornalismo imersos em redes sociotécnicas. Sem, no entanto, desmerecer pesquisas ligadas as produções midiáticas tradicionais do jornalismo. Assim, acredita-se que essa produção possa contribuir com os novos formatos de Jornalismo.

A importância das pesquisas produzidas em ambientes acadêmicos, que estejam no entremeio de trabalhar com as mudanças, ao passo que reflete os desafios e implicações em um dado tempo e contexto que tende-se a decantar e sofrer rupturas constantes.

Assim, esta pesquisa surge de produções de iniciação científicas fomentadas na Universidade Estadual do Piauí (UESPI), que foram financiadas pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e tecnológico (CNPq). O projeto de pesquisa “*Rede Quero Ajudar Piauí – uma experiência de pesquisa-ação na utilização do Instagram*” foi desenvolvido entre os anos de 2021 até 2022. Já o projeto “*Netnografando a Rede Quero Ajudar Piauí*” é uma continuação dos estudos experimentais iniciado ainda em 2022 até o ano de 2023. Além disso, esse livro é fruto da monografia de conclusão de curso defendida em 2023.

É partindo destas experimentações pré-existentes que surge o desejo de aprofundar a temática, agora com um questionamento que talvez abrange todas as indagações que surgem nestes breves anos de estudos, em tal problema de pesquisa: **como acontecem os processos de mediação comunicacional e informacional via Instagram no debate das questões solidárias em contexto de pandemia da COVID-19?** Notadamente as novas tecnologias ocupam papel

importante na cotidianidade humana e percebendo o potencial de tal meio, foi delineado a construção de um perfil na rede social Instagram, já que é um aplicativo voltado para a atuação essencialmente em dispositivos móveis e com respaldo de mais de 1.000.000.000 de usuários espalhados pelo mundo, segundo a página de diretrizes do Instagram (2023a). Além de ser uma rede social válida para as análises, pois preza pelo relacionamento entre os atores, bem como o senso de comunidade estabelecidos na criação da rede social.

Tal justificativa para a utilização da rede social esbarra em um paradoxo do acesso à internet. É notório que a implicação seja levantada, dado a diversidade que se encontra o território brasileiro, especialmente o recorte da pesquisa que busca abranger o estado do Piauí em seus 224 municípios com diferentes pesos sociais, culturais e econômicos. Assim, ao passo que o acesso à internet permite que uma infinidade de atores possa conectar-se de diferentes pontos do mundo, em alguns locais a internet ainda não chegou ou não conseguiu incluir parcela da população. Portanto, o desafio está em como atuar por meio de ações solidárias, tendo em mente tal paradoxo do acesso à internet.

Deste entendimento, infere dizer que as rupturas com o surgimento das tecnologias e o acesso à internet não impossibilitam a inexistência de pessoas com acesso à internet.

Os tempos coexistem e trabalhar com as experimentações, tendo noção destas complexidades, é um desafio das novas sociabilidades. Considerando para a produção da pesquisa que o modelo de sociabilidade parte desta tentativa de compreender a evolução da cotidianidade social com o uso das tecnologias através de uma percepção solidária entre os atores, tendo também a possibilidade de

experimentar as diversas faces multimidiáticas dentro do perfil na rede social.

Neste sentido, o objetivo geral visa **experienciar a socialização de vivências solidárias em duas fases do perfil Rede Quero Ajudar Piauí via Instagram no contexto de pandemia de COVID-19, para tanto, os objetivos específicos propõem:**

- a) Mobilizar o debate social e reflexões sobre a solidariedade e empatia através das mediações propostas no perfil @queroajudarpiaui;**
- b) Experimentar as diversas faces multimidiáticas do Instagram em vivenciar a ajuda e a empatia por meio da Rede Quero Ajudar Piauí;**
- c) Analisar os impactos quantitativos, estratégias, diretrizes e planejamentos das publicações que formam um núcleo de sentido sobre a solidariedade com a experimentações do perfil.**

Para fins metodológicos, foram utilizados os procedimentos netnográficos que conseguem abranger as complexidades do ambiente digital, que através das técnicas possibilitam fornecer sistematizações das ações propostas com a Rede.

A pesquisa ganha caráter fundamental para o campo do Jornalismo por ser uma linha de estudo ainda em desenvolvimento. Parte da motivação das experiências profissionais do “eu” enquanto pesquisadora que desde a entrada no curso de Bacharelado em Jornalismo esteve atuando na internet, através das rede sociais. Mas principalmente a pesquisa pode vir a contribuir com os novos formatos de mediação comunicacional entre os atores, afinal, os “novos tempos” também surgem novas demandas comunicacionais de se produzir diversos formatos de

jornalismo. Destacando ainda a infinidade de formas que surgem e possibilidades de outros estudos que advêm das reflexões aqui trabalhadas.

Tais apontamentos são frutos da percepção de que a atuação jornalística hoje está atrelada às imersões advindas das plataformas digitais. Ou seja, tanto os novos profissionais que surgem no mercado de trabalho como a presente autora da pesquisa, quanto os jornalistas que estão na área por muitos anos, sentem a necessidade de atuar nas redes digitais e em alguns casos é cobrado a imersão no digital. Isso porque está intimamente atrelado a cobranças de um profissional “faz tudo”, aquele que inicialmente é selecionado pelo requisito de entende as diversas mídias e conseguir agir em tais meios, mas principalmente aqueles que hoje são cobrados a conseguirem mediar em tais meios digitais.

Redes sociotécnicas fazem parte de novas percepções do poder mediar informações e comunicações possíveis sem fronteiras definidas com atores de diversos locais do mundo e em constantes trocas no processo de retroalimentação.

No campo jornalístico, isto significa considerar uma vasta possibilidade de repensar a atuação do jornalista, bem como as práticas da profissão que não são mais limitadas entre emissor e receptor, isso não apenas pautado nas constantes transformações, mas porque o jornalismo, além de ser uma área estratégica para pensar as mediações, é cada vez mais ubíqua e necessária na contemporaneidade. Ou seja, urge ações e reflexões necessárias para a formação de um jornalista no século XXI.

Este livro possui cinco capítulos, além da Introdução e Considerações Finais.

O primeiro dos capítulos, “*Eu’ jornalista medeio ou ‘nós’ mediamos: mediações solidárias possíveis no ambiente*”

digital”, busca o esclarecimento de como as mudanças das mediações comunicacionais e informacionais estão entrelaçadas nas práticas jornalísticas, bem como os desafios estão sendo postos no Jornalismo diante de uma atuação dentro de ambientes digitais. Esta parte é iminente de fundamentação teórica.

O Capítulo 2, “*Reflexões sobre redes sociotécnicas*”, também de caráter teórico, traz o conceito de redes sociotécnicas, bem como amplia, discute e debate sobre a Teoria do Ator-Rede, que são fundamentais para entender a dinâmica das redes sociais, bem como a atuação dos atores que participam da rede. É um capítulo importante no processo de mediação científica do entendimento de ligação de redes para com o trabalho jornalístico ou de mediações.

O Capítulo 3, “*Caminhos Metodológicos*”, transita pela explicação dos caminhos sobre o tipo de pesquisa, seus procedimentos metodológicos e suas fases, tão necessárias para ligar o contexto teórico (balizado nos dois primeiros capítulos) com o contexto do objeto (balizado no terceiro capítulo) com o contexto analítico (balizado no quinto capítulo). A intenção desta quarta parte do trabalho foi trazer todo o percurso metodológico que teve base nos estudos de Robert Kozinets (2014) sobre a netnografia em suas etapas de: 1) Entrée Cultural, 2) Coleta e Análise de dados, 3) Ética de pesquisa e 4) Representação e avaliação. A explicação deste caminho é feita principalmente pela necessidade do debate de percursos sobre objetos que envolvam produtos inovadores.

No Capítulo 4, “*Construindo a Rede Quero Ajudar Piauí*” tem como objetivo fazer uma descrição do objeto desta pesquisa no que se refere ao contexto de pandemia da COVID-19 ao qual está inserido, bem como as complexidades

do acesso à internet e dispositivos móveis no território piauiense. Nesta parte do livro atenta-se para explicar o contexto de criação da rede, sua evolução e sua inserção enquanto instrumento de mediação informacional.

Intitulado de “*Análise da @queroajudarpiaui: uma experiência de mediações solidárias no Piauí*”, o Capítulo 5 pretendeu-se analisar as publicações e outros elementos do perfil @queroajudarpiaui a partir de uma perspectiva da pesquisadora que produziu as experimentações, evidenciando as lições apreendidas ao longo de dois momentos e sistematizações das produções empreendidas no perfil. Este capítulo em especial foi escrito em primeira pessoa, pois acredita-se que as inferências e contribuições podem ser enriquecedoras e principalmente para chegar em respostas contundentes sobre o problema pesquisa proposto. Essa licença de escrita científica foi uma ousadia previamente instigada pelos grandes mestres: profa. Lana Krisna, prof. Orlando Berti e profa. Ruthy Costa. Sabemos da importância do distanciamento dos objetos, mas, no caso da Netnografia e da construção da Rede, justificado entre o período pandêmico, tão necessário de envolvimento, o questionamento principal ao desafio é: por que não ousar?

Que essa ousadia seja emblemática, no mínimo, para instigar discussões e debates! Avante, leitores!

CAPÍTULO 1 – “EU” JORNALISTA

MEDEIO OU “NÓS” MEDIAMOS: MEDIAÇÕES SOLIDÁRIAS POSSÍVEIS NO AMBIENTE DIGITAL

Falar de mediações possíveis em um perfil voltado para a abordagem temática da solidariedade e empatia pressupõe entender como as mediações comunicacionais e informacionais ocorrem no seio de constantes transformações, como é o caso da rede social. Dado que o processo de mediação em ambientes virtuais está longe de ser algo engessado, ao contrário, faz-se necessário refletir sobre os constantes *feedbacks* que são gerados com as experimentações aqui colocadas sob o véu da pandemia de COVID-19. No percurso do presente capítulo, assim como os demais, é narrado um processo de síntese e constante combinação de autores que dialogam com um mesmo propósito.

No caso da pesquisa, o propósito é compreender como as mediações comunicacionais e informacionais acontecem, uma vez que estas mediações estão imersas em redes sociotécnicas; pois não estamos falando apenas em humanos, os não-humanos também estão intrínsecos no processo de mediação, o que vem a ser um desafio aos estudos comunicacionais e notadamente jornalísticos. Algumas teorias do jornalismo, direta ou indiretamente, desenvolvem produções sobre a mediação jornalística. Para adentrar na temática é necessário pontuar contribuições notáveis sobre o tema no campo dos estudos latino-americano de Jesús

Martín-Barbero (1997) que debate a temática ao ir além das inferências de emissão e recepção no processo comunicativo. O intercâmbio entre a indústria da mídia, sociedade e cultural forma uma teia complexa de mediações onde uma não está desvinculada da outra. Guilherme Orozco (1997) traduz o que Martín-Barbero define por mediações, sendo.

[...] el lugar desde donde se otorga el sentido a la comunicación. El mundo del trabajo, el de la política, la producción cultural, son entonces fuentes de mediación de los procesos comunicativos. Pero, además de éstas, hay otras muchas mediaciones. La etnia, el género, las identidades de la audiencia, las instituciones sociales a las que pertenece y los movimientos y organizaciones ciudadanas en las que participa, son también mediaciones que van conformando el resultado de sus interacciones con los medios. Los mismos medios y sus características intrínsecas, determinaciones políticas y económicas, sus lógicas de producción y transmisión, sus lealtades y estilos, son una mediación (OROZCO, 1997, p. 28).

É vislumbrando a possibilidade de múltiplas conexões mediacionais que Jesús Martín-Barbero (*op. cit.*) ao longo da sua produção procura aprimorar o conceito no entendimento de mediações como espaços onde provêm as construções do que o autor chama de “materialidade social” e também um meio de “expressividade cultural”.

O estudo barberiano permite “entender a comunicação, a cultura e a política a partir de mediações como institucionalidade, socialidade, ritualidade e tecnicidade” (GIRARDI JÚNIOR, 2018, p. 168). Liráucio Girardi Júnior (2018) interpreta a contribuição fundamental de Jesús Martín-Barbero para pensar as mediações nos estudos culturais e aqui necessário para entender as sociabilidades através

destes fluxos de comunicação. As “mediações culturais da comunicação” (GIRARDI JÚNIOR, 2018, p. 157) passam a ser articuladoras na compreensão das lógicas de produção e seus formatos que possibilitam um encontro com diversas matrizes culturais, assim como vislumbrar as práticas de consumo dos usuários. Concordando com Kethleen Rebêlo e Maximiliano Vicente (2022) sobre o teórico:

[...] o ser humano não é configurado um receptor passivo, alheio a sua própria realidade e, por conseguinte, a mídia não delimita relação unilateral entre um emissor dominante e receptor dominado. O modelo comunicacional afirma que entre os dois polos há diversas trocas de intenções. Ou seja, as interpretações feitas das mensagens recebidas têm influências dos repertórios dos conteúdos culturais e da vivência individual do receptor (REBÊLO; VICENTE, 2022, p. 77).

O ato de mediar possibilita ampliar o olhar do pesquisador para as variáveis que existem ao informar ou comunicar algo. Não é somente perceber quem são ou o quê são os dois pontos que ligam, e nem tão somente os meios que fazem parte do processo. Mediar é principalmente estabelecer relações entre as partes em um lugar estratégico entre os pólos que abrem a visão sobre comunicação e a sociedade, bem como os comunicadores que historicamente são atrelados aos profissionais de jornalismo.

Lucas Santos e Manuela Vieira (2022) avaliam que no período da pandemia de COVID-19 as redes sociais cumpriram um papel importante na tentativa de suprir a necessidade humana de socializar. Foi por meio de uma página no *Facebook* que as festividades culturais na cidade de Belém, localizada no estado do Pará, aconteciam. Com

isso os autores (*op. cit.*) destacam que o conteúdo segmentado foi capaz de manter parte do público que já participou presencialmente das festividades belenenses e ainda possibilitou a entrada de novos interessados nas manifestações culturais e artísticas do local.

Lucas Santos e Manuela Vieira (2022) utilizam o teórico Michael Maffesoli para compreender que as maneiras de interagir no digital convergem em sua maioria com pessoas com o sentimento em comum, ao qual o teórico fala de um “espírito coletivo” nas novas socialidades vistas no real e potencializadas no digital. O teórico é entusiasta da sociologia compreensiva que vê nas cotidianidades o desenvolvimento do senso de comunidade.

De acordo com tal forma de socialidade, o estar-junto com o outro em comunhão em determinado ambiente (espaço vivido) é o que permite a cada um atualizar suas potencialidades como pessoa, plural e em devir, nunca concluída. Emerge, pois, uma espécie de subjetividade de massa ou *self* mais vasto do qual todos participam; de modo que a experiência individual (*Erlebnis*) é ao fim e ao cabo sempre tributária de uma experiência coletiva (*Erfahrung*) (MOREIRA, 2022, p. 05).

Michael Maffesoli é um dos teóricos que ajudam a pensar as experimentações sociais contemporâneas, como a proposta de construir um perfil que enfatiza debates sobre atitudes que valorizam o coletivo. Maffesoli (2010) dialoga com Émile Durkheim ao inferir que é inegável a existência do individualismo na sociedade, mas este é intimamente tencionado com o coletivo. Ou seja, ambos não anulam-se, mas reconfiguram-se em novas agregações sociais que é o que caracteriza a pós-modernidade.

Assim, ao lado da existência de uma sensação coletiva, vamos assistir ao desenvolvimento de uma lógica da rede. Quer dizer: os processos de atração e repulsão se farão por escolha. Assistimos à elaboração do que proponho chamar socialidade eletiva (MAFFESOLI, 2010, p. 148).

O termo está relacionado as novas agregações sociais que são formadas por grupos, que de maneira quase espontânea são formados através da necessidade de identificação. Os agrupamentos podem ser integrados por suas dimensões afetivas, podem ocorrer um aprofundamento das relações, ao contrário do que é argumentado sobre o individualismo com o crescimento das megalópoles na pós-modernidade. Grupos imersos nas lógicas de redes também ocorrem mais tensões e não são totalmente unificados. Michael Maffesoli (2010) só reforça o que os estudos experimentais podem verificar na construção do perfil que não é somente uma experiência individual de uma pesquisadora. É mais do que isto, são experiências coletivas que foram construídas no recorte temporal proposto limitado ao ambiente digital, com possibilidade de adentrar ao espaço real.

Apoiado nestas reflexões, que evoluíram para o alinhamento entre mediações, sociedade e tecnologia, outros estudos conseguem aprofundar as nuances das mediações com o surgimento das novas tecnologias.

É o que mostra Raquel Recuero (2009) ao falar sobre comunicações mediadas por computadores. A definição casa com o surgimento de pesquisas que envolvem o digital, a internet e a chegada das redes sociais, que são cada vez mais contemporâneas, abrangentes e fazem parte da cotidianidade do mundo comunicacional. Novamente existe uma necessidade de entender as questões sociais imersas

agora em ambientes digitais. Segundo Raquel Recuero (2009) essas mediações não conectam apenas computadores, mas pessoas, atores que têm agora a possibilidade de potencializar ações mobilizadoras comuns, ao menos outrora, no espaço físico.

As relações podem ser mediadas pelo computador, da mesma forma que a interação. Neste caso, a relação poderá ser diferente da relação que aconteceria em um quadro de interação face a face devido às limitações contextuais da mediação. Logo, a mediação pelo computador traz aspectos importantes para a relação social, como o distanciamento entre as pessoas envolvidas na construção dessa relação pode alterar a forma através da qual ela é estabelecida (RECUERO, 2009, p. 37).

A autora (*op. cit.*) abre uma discussão sobre mediações através do meio no qual ela identifica as dinâmicas que operam nas redes sociais, além de fornecer base para entender as relações sociais que ocorrem no ambiente digital, pois diante da possibilidade de certo distanciamento ou anonimato, as redes sociais também possuem características mobilizadoras, inclusas e com grande possibilidade de sobreposição para outros espaços. Além disso, Raquel Recuero (2009) identifica a importância de conectores para a estrutura das redes, pois eles fazem o papel de espalhar as informações em um determinado grupo. Seriam uma espécie de irradiadores nos processos comunicacionais.

Mediações também podem ser vistas em Alex Primo (2003) que propõe uma crítica as diferentes formas de interação mediadas por computador. Ou seja, as interações sociais que ocorrem através da mediação no digital. O autor (*op. cit.*) trabalha com duas formas de interação em

específico: a interação reativa e a interação mútua. A primeira forma de interação está relacionada ao “estímulo e resposta” que limita toda e qualquer forma de relacionamento entre os atores. Já a segunda forma de interação estabelece vínculos cooperativos nas relações entre os integrantes, são menos rígidos em uma construção interativa.

Diferentemente das interações reativas, o embate de idéias tem lugar nas interações mútuas mediadas por computador. Enquanto as primeiras se caracterizam pela repetição das mesmas reações programadas, o segundo tipo interativo se distingue pela possibilidade do embate de forças (PRIMO, 2003, p. 126).

Diante das duas propostas de interação abordadas pelo autor (*op. cit.*), prevaleceu em vários momentos do trabalho a busca por interações que abriam espaços para a contestação de ideias, abertura para o diálogo, ou seja, uma interação mútua mediada por computador foi um objetivo almejado nas experimentações. Mas Alex Primo (2003) atesta que interações mútuas não necessariamente podem representar aspectos democráticos e nem tampouco positivos. Ele enfatiza que o virtual também é um espaço que media interações que podem ser preconceituosas, ofensivas e outros.

Ao fim, Alex Primo (2003) ampara suas inferências no educador brasileiro e filósofo, Paulo Freire, ao analisar que o diálogo não é uma relação “eu-tu”, mas um encontro de seres humanos mediatizados pelo mundo onde a construção do conhecimento só é feita através deste diálogo.

Bruno Latour (2012) também contribui com os estudos sobre mediação ao destacar as diferenças que existem entre mediadores e intermediários, uma diferença necessária para

pensar e principalmente balizar a atuação do perfil na rede social.

Os *mediadores*, por seu turno, não podem ser contados como apenas um, eles podem valer por um, por nenhuma, por várias ou uma infinidade. O que entra neles nunca define exatamente o que sai; sua especificidade precisa ser levada em conta todas as vezes. Os mediadores transformam, traduzem, distorcem e modificam o significado ou os elementos que supostamente veiculam. Não importa quão complicado seja um intermediário, ele deve, para todas os propósitos práticos, ser considerado como uma unidade – ou nada, pois é fácil esquecê-lo (LATOUR, 2012, p. 65).

O autor (*op. cit.*) atesta que apesar de simples a colocação, um mediador pode ser algo complexo, pois o ato de mediar implica certo domínio dos meios, dos instrumentos, da conjuntura e principalmente da ação que estes mediadores se propõem a fazer, caso contrário atores serão apenas reprodutores, ou apenas um intermediário. Murilo Garbin (2022) interpreta como um alerta que Bruno Latour faz ao concluir que “[...] a verdadeira diferença entre as duas escolas de pensamento se torna visível quando os ‘meios’ ou ‘ferramentas’ usados na ‘construção’ são encarados como mediadores e não como meros intermediários” (LATOUR, 2012, p. 66).

Depreende-se dos autores anteriormente citados a importância de formar mais mediadores que contestam, interpretam e agem baseados em suas inferências do contexto social para que existam menos intermediários que fazem o papel de apenas transmitir informações. Levando em conta o que Marcos Velasques (2019) infere ao dizer que existem fluxos em redes sociotécnicas, que ora podem ser

mediadores, ora intermediários. Cabe aqui o desafio de construir uma postura mais mediadora na adoção de um perfil criado e desenvolvido por estudiosos do campo jornalístico.

Logo é possível analisar, através das percepções de Bruno Latour (2012), que as produções jornalísticas ditas tradicionais ocupam o papel mais voltado para um posicionamento intermediário de apenas transmitir informações baseadas em seus próprios critérios de noticiabilidade. Ao passo que quando o jornalismo adentra nestas novas questões tecnológicas da atuação nas redes a mediação vira “mediações variadas”.

Entendendo as nuances que ocupam os atores na dinâmica de intermediários e mediadores, Ernesto Santos (2022) atesta a diminuição de intermediários, dado que existe uma facilidade advinda das novas tecnologias de poder mediar informações ao escrever um blog, criar um perfil nas redes sociais para emitir opinião ou debater um tema, por exemplo. Para o autor (*op. cit.*), atualmente existem muito mais mediadores de coordenação, que acabam substituindo estes intermediários, e em menor quantidade uma mediação epistêmica que dá cabo de analisar a informação e poder traduzi-la. Dados estas mudanças, ele consegue entender os motivos que fazem a ampliação de informações falsas em grupos de *Whatsapp* e o negacionismo científico no contexto de pandemia.

Deste universo maior de mediações, a atuação da profissão de jornalista se vale do princípio fundante de transmitir informações e venha a representar talvez a sobrevivência do jornalismo, segundo Francilaine Moraes e Zélia Adghirni (2011).

Dado a importância de mediar no jornalismo, é necessário pensar no exercício da profissão inseridos nas

novas tecnologias, em constantes fluxos e mudanças comunicacionais que formam atores produtores e consumidores, além disso o traquejo na forma de produzir conteúdo adequado a demanda que surge de um jornalismo mais cidadão, pois a profissão está longe se ser uma tangente nestas mudanças sociais.

O debate sobre redes sociotécnicas permite concluir que a tecnologia, para o bem ou para o mal, ocupa papel importante na vida e nas sociabilidades cotidianas. Notadamente uma profissão que trabalha com a circulação de informações diárias, uma profissão essencialmente social também é uma ator participando nesta constante reconfiguração do cenário social advindo das novas tecnologias.

É por estar intimamente atrelado às novas socialidades que o jornalismo necessita debater sobre as mediações produzidas no ambiente digital. Dado que o jornalismo participa do processo de mudanças tecnológicas desde a formação da web ao adequar o que pede a realidade midiática em determinado contexto, e a partir deste aspecto que surge o desafio de alinhar forma com conteúdo jornalístico no processo de mediação. Um exemplo de adequação são os veículos jornalísticos como Estadão (Estado de São Paulo) e Folha de São Paulo que possuem perfis no Instagram. Desse modo, para adentrar nas questões de mediações jornalísticas, Geane Alzamora, Tacyana Arce e Tiago Salgado (2014) dizem que teorias do jornalismo que datam da metade do século XX avançam no sentido de entender que o conteúdo jornalístico é dado através de construções coletivas e não mais de maneira objetiva, mas reforçam uma mediação jornalística engessada em uma centralidade e quase como um simbolismo institucional.

Assim, embora gradativamente a compreensão acerca da *mediação jornalística* se torne mais sofisticada, permanece a ideia fundante de um “eu mediador do jornalismo” que é determinante para a configuração do social. Porém, cada vez mais a mediação jornalística tem sido tensionada por outras formas de mediação, o que parece demandar revisão mais aprofundada da questão (ALZAMORA; ARCE; SALGADO, 2014, p. 500).

Os autores (*op. cit.*) concluem que a ideia de mediação jornalística não deve ser o “eu medeio” em uma percepção de mediações tradicionais, mas sim o “nós mediamos”, pois a Teoria Ator-Rede permite concluir que isso é feito por pares em constantes fluxos de comunicação e de diferentes mediações, ao qual os autores amparam-se no conceito de tradução do Bruno Latour (2000) que explica o termo como uma forma de transformar, de reinterpretar e consequentemente apropriar-se. Em outras palavras, “[...] tradução é, portanto, a condicionante e o resultado da mediação, só há mediação, se ela é percebida na tradução” (VELASQUES, 2019, p. 79). Assim, constata-se que a aplicação dos estudos da TAR para a mediação jornalística traz reflexões pertinentes para a profissão:

[...] a principal contribuição da TAR para a reflexão sobre a mediação jornalística, então, é evitar que ela seja tomada como uma caixa-preta – termo utilizado por esta abordagem para designar a estabilização que oculta o processo de formação do social. Uma organização, um artefato, uma lei ou um conceito – como a mediação jornalística – podem ser acionados para, de forma acabada, escondendo o movimento de agregação, explicarem o social. Estabilizada, a mediação jornalística perde sua potência transformadora e tradutora. O jornalismo passa a ser o intermediário das ações do mundo, e não mediador,

actante que participa coletivamente das produções de sentidos do mundo (ALZAMORA; ARCE; SALGADO, 2014, p. 503).

Yasmim Cunha e Orlando Berti (2022) compartilham do mesmo entendimento ao debaterem o papel da mediação jornalística em contexto da pandemia da COVID-19 através das experimentações do perfil @piauisemcovid, que até o final do primeiro semestre de 2023 continuava existindo, tendo, à época, mais de três anos de atuação. É por meio das inferências debatidas pelos autores (*op. cit.*) que é possível perceber a pluralidade de vozes que atuam em redes e seu processo de retroalimentação vai no sentido de balizar as diversas vozes através de uma mediação mais empática e solidária, entendendo que os atores lidam de maneiras diferentes, afinal, a diversidade e a pluralidade são características da formação de uma comunidade, seja ela real ou virtual. Infere dizer que as discussões aqui propostas não diminuem a atuação do jornalista que medeia. Ao contrário, entende-se que o jornalista faz isso em conjunto com inúmeras outras vozes mediadoras, por este motivo que os estudos são válidos ao inferir como o jornalismo pode atuar em redes sociotécnicas.

Outra pesquisa produzida por Ligia Trigo (2018) também analisa o processo de mediação jornalística sobre a temática da saúde, na qual apresenta um aumento de profissionais da saúde que assumiram o papel de mediadores em plataformas digitais, como é o YouTube. Ao passo que os veículos informativos que trabalham a temática da saúde, assim como jornalistas especializados em saúde não exploram o potencial destas plataformas digitais.

A autora (*op. cit.*) conclui que esses profissionais, que agora não precisam mais da mediação de empresas

jornalísticas tradicionais, distribuem conteúdos e levam informação em uma relação cada vez mais mediatizada para o público. Ligia Trigo (2018) cita José Dantas que recorre ao modelo comunicacional barberiano ao identificar a midiatização como uma interação entre emissor e receptor e o abismo que forma entre os dois pontos é preenchido quase de maneira simbólica pela mensagem. Mediatização seria então uma espécie de curadoria, segundo as palavras de Elizabeth Corrêa e João Raposo (2017) que também é uma etapa primordial no processo de mediação.

[...] podemos então afirmar que o comunicador – como ator central dos processos de sociabilidade – assume a função de mediação ao utilizar a curadoria como uma práxis comunicativa; e age como elemento de midiatização ao institucionalizar a prática da curadoria como um canal de informação e interação entre e para diferentes públicos (CORRÊA; RAPOSO, 2017, p. 4).

Assim, tem-se a dimensão que o jornalismo ainda possui muitos desafios a serem superados a fim de se adequar a expansão das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Patrícia Saldanha (2022) identifica duas correntes que trabalham a midiatização, onde a primeira é voltada para a tecnicidade e as lógicas do capital, já a segunda é voltada para os vínculos sociais nas relações humanas e não humanas, de modo que ela vai considerar que.

O ponto do pensamento latino sobre a midiatização é exatamente considerar os meios e suas produções de sentido, mas de maneira crítica, principalmente quando temos uma visão de campo que leva em conta em, equilibradamente, as dimensões mercadológicas, as sociais e as acadêmicas (SALDANHA, 2022, p. 95).

A autora (*op. cit.*) traz uma argumentação ao avaliar que a midiática debatida no norte global, que aborda as questões mercadológicas, reforça uma linha de pensamento hegemônico ao não levar em consideração as desigualdades econômicas e o controle das informações midiáticas, algo necessário para trazer os aspectos das comunicações regionais ao debate. Ela também cita que de 13 roteadores-raiz de acesso à internet no mundo, 10 estão localizados no EUA, notadamente é pelo norte global que trafegam, e conseqüentemente controlam, um maior tráfego de dados midiáticos, e isso também permite entender as diferentes visões sobre os estudos de midiática.

Em resumo, o cenário das novas tecnologias trouxe mudanças significativas na comunicação, notavelmente na mediação, que não é mais um aspecto exclusivo de profissionais do jornalismo. Os ambientes digitais possibilitaram o desenvolvimento de mediações humanas e não-humanas, a exemplo das próprias redes sociais em seus processos de seleção de conteúdo baseados nos padrões de consumo destes atores.

Deste modo, cabe notar a importância dos algoritmos no processo de mediação.

Júlio Leite (2022) explica o que é um algoritmo e a sua função primordial nos tempos atuais.

Um algoritmo é um arranjo complexo que se organizam em uma sequência de ações para solucionar um problema. Esse algoritmo é escrito em códigos, isto é, em uma linguagem de programação com o objetivo de encontrar, ordenar, processar dados e, com isso, dar aos computadores, inclusive, a habilidade de “aprender” com esse processo, o que chamamos de *machine learning* (LEITE, 2022, p. 41).

Leite (2022) também explica que de nada adianta um algoritmo e os avanços no aprendizado de máquinas, sem que se tenha uma boa base de dados. Ambos estão intrínsecos e é neste momento que inevitavelmente entra-se no paradoxo de que os algoritmos são facilitadores da vida do profissional e conseqüentemente as sociabilidades, ao passo que eles podem tomar proporções maiores sendo os próprios mediadores neste miríade de informações e formas de abordagem.

Daniel Magalhães (2021) fornece luz sobre tal paradoxo ao perceber a mudança da credibilidade jornalística que está sendo alterada com as informações mediadas pelos algoritmos capazes de transmitir desde informações entre humanos e não-humanos até modificar as sociabilidades.

Para entender a crise de credibilidade do qual o jornalismo está enfrentando e a sua relação com a mediação algorítmica, o autor explica que as rotinas produtivas estão em processo crescente de implantação dos algoritmos, como é o caso do jornalismo de dados que faz uso da *Big Data* para a produção de notícias, os algoritmos estão também presentes no jornalismo automatizado onde o conteúdo é produzido automaticamente sem necessariamente ter a interferência de um profissional, além do que a autora fala sobre o uso das métricas de abordagem para um determinado conteúdo ou público.

É, portanto, da capacidade mediadora que vem o potencial do campo jornalístico, mas só através de uma mediação bem-feita – ou que ao menos se corresponda com os valores vigentes em determinado meio cultural – é que se constrói credibilidade e o enunciador adquire autoridade (MAGALHÃES, 2021, p. 124).

Daniel Magalhães (2021) explica que o desafio pode estar relacionado a um tema ainda pouco explorado pelos profissionais da área, pois o trânsito de informações que vem alterando as práticas jornalísticas permite que o profissional primeiro entenda para depois transmiti-las em processos rápidos com a lida de diversas fontes, estas mudanças impactam principalmente o fator geracional dos profissionais da área que faz com que muitos tenham dificuldades na adaptação.

O que só reforça a necessidade de um profissional da área que possa se apropriar dessas novas formas de mediação. Kérley Winques (2022) vai mais fundo ao analisar as mediações algorítmicas, enquanto ocupantes de um papel fundamental na vida cotidiana, promovendo sentidos e significados que podem ser maiores do que os próprios meios aos quais estão inseridos, pois em sua análise os algoritmos possuem uma visão interessada sobre os processos econômicos dos fatos, o que por si só pode balizar a política e a democracia vigente.

É através da síntese destas inferências de mediações em suas dimensões informacionais e comunicacionais que chegam até o debate da mediação jornalística no digital dedicado neste primeiro capítulo do livro.

Necessita-se assim entender mediações jornalísticas inseridos em redes sociotécnicas e para isto o próximo capítulo é dedicado a refletir sobre o conceito e inferências de redes sociotécnicas, bem como os atores que compõem estes espaços no digital.

CAPÍTULO 2 – REFLEXÕES SOBRE REDES SOCIOTÉCNICAS

O entendimento sobre uma rede perpassa inúmeras provocações que não apenas estão fundadas no ambiente digital; pois o conceito de rede pode ser visto desde meados do século passado, como será abordado adiante, o que passa por inúmeras transformações.

Posto isto, o presente capítulo apresenta um breve passeio histórico sobre o conceito de redes e sua aplicação no ambiente digital até chegar às redes sociotécnicas e suas caracterizações, para então fornecer base para o que vem a ser a Rede Quero Ajudar Piauí.

De acordo com o dicionário digital Michaelis (2023), o significado de rede para parte das regiões Norte e Nordeste do Brasil está relacionado a um utensílio histórico comum na casa dos brasileiros.

25. REG (N.E) Armação feita de paus ou varas flexíveis, ou mesmo de tecido bastante resistente à sombra de uma árvore frondosa, sob a qual, durante o auge de uma seca, se colocam os animais em estado de esgotamento físico por falta de alimento (MICHAELIS, 2023, p. 1).

Rede nesse sentido pode ser vista como amparo ao próximo, seja ele humano ou não, acolhida e retrato de uma cultura que tem origem nos costumes e tradições indígenas que hoje é uma representação da identidade e regionalismo naquelas duas partes do país. Essa é só uma das definições sobre redes e seus significados.

Uma rede social, segundo o Dicionário Aurélio (2023) também identifica questões coletivas onde é entendida como um:

[...] grupo de pessoas ou entidades que se associam com o intuito de compartilhar ideias, dados e informações sobre assunto(s) de interesse comum, de promover o debate sobre tais questões, etc.

02. *Inform.* Grupo de usuários da internet, ger.com interesses comuns, que se comunicam, através de um *site*, visando estabelecer relacionamento pessoal ou profissional.

03. *Inform.* O espaço (sites, websites, etc.) de cada uma dessas redes na Internet.

04. *Pol. Social* Programa de política social que visa ao desenvolvimento da consciência coletiva dos problemas sociais, ao combate à pobreza e à exclusão social.

05. *Pol. Social* Aliança de organizações, entidades e instituições, governamentais ou não, que buscam em menor ou maior escala, a promoção ou aplicação dessa política social (DICIONÁRIO AURÉLIO, 2023, p. 1).

Os significados estão atrelados a grupos que desenvolvem ou geram a mediação de sentidos e são passíveis de mudança de concepção devido a um dado momento histórico. Cabe citar no presente trabalho que um dos estudos fundamentais para o conceito de rede, especificamente quando é debatido as redes de mobilização social advém dos pensamentos de Manuel Castells (1999). Ele é um dos clássicos autores para adentrar no estudo das novas tecnologias.

O autor (*op. cit.*) define rede atrelado ao momento histórico que a informação é base da organização social, suas funções e os processos dominantes no que chama de “Era da Informação”.

Assim,

Redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura. Embora a forma de organização social em redes tenha existido em outros tempos e espaços, o novo paradigma da tecnologia da informação fornece a base material para sua expansão penetrante em toda a estrutura social. Além disso, eu afirmaria que essa lógica de redes gera uma determinação social em nível mais alto que a dos interesses sociais específicos expressos por meio das redes: o poder dos fluxos é mais importante do que os fluxos do poder. A presença na rede ou a ausência dela e a dinâmica de cada rede em relação às outras são fontes cruciais de dominação e transformação de nossa sociedade: uma sociedade que, portanto, podemos apropriadamente chamar de sociedade em rede, caracterizada pela primazia da morfologia social sobre ação social (CASTELLS, 1999, p. 565).

Em outras palavras, o autor (*op. cit.*) expõe que a rede tem seu conceito modificado devido aos novos padrões tecnológicos de informação. Deste modo, é necessário pontuar as participações, diretas ou indiretas, bem como a exclusão do universo digital na dinâmica da construção dessas redes. Afinal, o Manuel Castells (1999) cita que uma organização social feita por meio de redes é complexa e historicamente data da primeira metade do século XX. A diferença está no uso da tecnologia que permitem construir nós. Ele explica que “nós” constituem as redes e suas interconexões que compõem essas estruturas abertas e ilimitada devido a quantidade e as diversas possibilidades de conexões, mas isso só é possível devido a comunicação entre os nós dentro da rede pelo modo como é compartilhando os mesmos propósitos, valores, objetivos e etc. A importância dos nós, para o autor, está na “capacidade de absorver

informações mais relevantes e processá-las de maneira mais eficiente” (CASTELLS, 2021, p. 66).

Dito de outro modo, é preciso saber como comunicar dentro de uma rede através do formato, do modo como é transmitido a informação e do conteúdo gerado na construção de sentido. Anabela Hirata e Zulmar Fachin (2021) traduzem o que o Manuel Castells (1999; 2021) fala sobre os “nós” que conectam um ponto aos diversos outros pontos ao formar uma teia de conexões. Sendo assim, Fachin e Hirata (2021) destacam que:

é importante compreender que os conectores desses ‘nós’ são aqueles que detém o poder e que, portanto, a sociedade em rede é guiada por uma sociedade capitalista, já que dá forma às produções e relações sociais em todo o globo (FACHIN; HIRATA, 2021, p. 78).

Manuel Castells (2021) fornece base significativa para entender não somente as conexões estabelecidas entre as redes, mas seu olhar vai também para as estruturas que operam com o capitalismo informacional, nas relações de poder e a globalização. Castells (2021) também cita três características das redes que são beneficiadas com o ambiente tecnológico, são elas: flexibilidade, escalabilidade e capacidade de sobrevivência, respectivamente.

Flexibilidade é a habilidade da rede de se reconfigurar de acordo com as mudanças ambientais e de manter suas metas ao mesmo tempo que muda seus componentes, às vezes contornando pontos que bloqueiam os canais de comunicação para encontrar novas conexões. *Escalabilidade* é a capacidade de

expandir ou escolher em tamanhos sem grandes interrupções. A capacidade de sobrevivência (*survivability*) é a capacidade de que as redes têm de suportar ataques aos seus nós e a seus códigos em virtude de não terem um único centro e poderem operar em diversas configurações (CASTELLS, 2021, p. 69).

Surge o entendimento de que o movimento dentro de uma rede é peça fundamental para a atuação dos usuários, pois entender essas características possibilita balizar a participação na rede. Cabe citar que Juan Cebrián (1999) acrescenta ao debate da temática quando vê a rede enquanto potencializadora da aprendizagem humana, pois, segundo ele, o conhecimento se torna algo coletivo por conta da convergência humana com as novas tecnologias e a informação digital que está intrínseca nas atividades cotidianas da sociedade.

Seu pensamento é prestigiado pelo conhecido Clube de Roma, uma organização formada em 1968 que debate sobre diversas problemáticas atuais através da visão de políticos, intelectuais, pesquisadores e empresários que os compõem.

O livro de Cebrián “A Rede”, que recebe o apoio do Clube de Roma para a publicação, em um dos trechos o autor caracteriza o que vem a ser uma rede.

A rede é uma nova infraestrutura de aprendizagem, pois oferece de tudo, desde enciclopédias até informações sobre como cuidar de um cachorro doente, passando por cursos universitários, programas de formação interativos para soldadores, grupo de acadêmicos de debate ou acesso às bibliotecas do mundo inteiro (CEBRIÁN, 1999, p. 17).

Uma infinidade de possibilidades é apresentada através da utilização da rede e diante disso o autor aplica este entendimento sobre diversos âmbitos como o social, a economia, saúde, educação e etc. Redes surgem em uma combinação humana com a tecnológica que “contribui para a criação de uma ordem superior de pensamento, de conhecimento – e talvez até mesmo de consciência ‘internalizada’ entre as pessoas” (CEBRIÁN, 1999, p. 18).

O autor (*op. cit.*) também alude sobre um ponto importante da rede que pode prejudicar aqueles que não estão adequando o sistema de produção e desenvolvimento por meio das novas tecnologias. A consequência é que a sociedade e instituições desaparecem devido a inadequação das necessidades que são impostas por conta das tecnologias digitais.

Logo, um aspecto volátil é identificado na rede que tende a prejudicar e até mesmo acabar com a atuação daqueles que não fazem a devida transição para o digital como uma espécie de “aprisionamento no digital”. Assim é possível inferir a existência de mudanças que, até mesmo em situações aparentemente simples como o ato de doar é modificado devido a maneira pela qual a sociedade em seus recortes regionais está imersa nas redes tecnológicas digitais.

É também devido a horizontalidade da rede, citada por Juan Cebrián (1999), que um usuário pode ser emissor e receptor, pois a rede abre espaço para estas novas possibilidades, mantendo assim o aspecto otimista do autor sobre a evolução social através da tecnologia. Este entendimento é também citado ao discorrer sobre os desafios da atuação do jornalista, enquanto atores que desenvolvem comportamentos através de uma comunicação digital. Sendo assim, ele atesta que:

[...] Mistura que é consequência não só da predominância da imagem no mundo da informação, mas também da convergência empresarial dos meios de comunicação com a conseqüente tendência a fundir o *Homo sapiens* com o *Homo videns* em sua nova, e ainda pouco analisada, condição de *Homo ludens* (CEBRIÁN, 2009, p. 78).

A junção de *Homo Sapiens* que seria o humano com suas diversas complexidades e o *Homo Videns* que é identificado pelo autor por uma concepção de “civilização do lazer e do entretenimento” (CEBRIÁN, 1999, p. 152) aponta para uma consequência do lúdico no esvaziamento das produções nos perfis inseridos no ciberespaço, o que definem o conceito de *Homo Ludens*.

Cebrián (1999) refere-se ao conceito de Johan Huizinga em seu livro “*Homo Ludens*”, escrito por volta de 1950, que explica o ato de jogar como um fenômeno cultural e para isso utiliza o *Homo Ludens* como o humano que não somente joga, mas que também tem a capacidade de criar as tecnologias (*Homo Faber*).

É baseado nestas reflexões que Cebrián tece efeitos positivos da interconexão do *Homo Ludens* para o benefício e evolução da inteligência humana ao “combinar sua inteligência, seu conhecimento e sua criatividade para avançar na criação de riqueza e desenvolvimento social” (CEBRIÁN, 1999, p. 19). O conceito de *Homo Ludens* é fundamental, portanto, para o que posteriormente seja debatido a Teoria Ator-Rede, pois ambos são entendimentos em uma atuação no digital que tendem a complementar-se ainda que o *Homo Ludens* localiza a atuação humana com as novas tecnologias, diferentemente da Teoria do Ator-Rede que avança em novas perspectivas sobre os aspectos basilares na participação e interferência dos atores na rede. Redes são entendidas e até

aqui inseridas no ambiente tecnológico, como o qual o presente trabalho se debruça, mas é válido citar um breve percurso histórico que adentra em discussões até chegar no conceito de redes sociotécnicas, aqui considerada uma perspectiva adequada para o presente problema de pesquisa.

Manuel Castells (2021) fala que a evolução das tecnologias se deu a partir da revolução microeletrônica nas décadas de 50 e 60 do século XX, principalmente nos Estados Unidos e definido com o que ele chama de a “Era da Informação”. Mas antes mesmo desse entendimento, várias outras percepções e debates sobre redes foram propostas e uma delas é talvez a mais simples que é a constituição de redes na natureza, nas ciências médicas, no sistema econômico, filosofia e demais áreas que tenham como princípio a ligação entre dois extremos. Sílvia Portugal (2007) cita duas correntes históricas fundamentais para o entendimento da construção das linhas teóricas britânica e norte-americana nos estudos da abordagem teórica das redes.

A construção de um sentido analítico para o conceito de rede social desenvolveu-se em torno de duas correntes: uma, que emerge da Antropologia Social britânica do pós II Guerra Mundial, e se preocupa fundamentalmente com uma análise situacional de grupos restritos; outra, sobretudo americana, que se prende com o desenvolvimento da análise quantitativa, no quadro de uma abordagem estrutural (PORTUGAL, 2007, p. 03).

Basicamente uma emerge do entendimento estruturalista que estuda a rede a partir das estruturas sociais que estão inseridas. Marcos Velasques (2019) cita que autores como Ferdinand de Saussure, Roman Jakobson,

Lévy-Strauss e Umberto Eco também influenciam na corrente estruturalista.

O termo “estruturalismo”, cunhado em 1929 por Roman Jakobson, surge para “designar uma abordagem estruturo-funcional de investigação científica dos fenômenos”, cuja tarefa consiste em revelar as leis internas de um sistema determinado, deixando de lado o estímulo exterior, que, de outra maneira, interferiria no fenômeno. O estruturalismo propõe uma ciência que deve ser compreendida “não como um aglomerado mecânico, mas como um todo estrutural”, e que sua tarefa básica deveria revelar “as leis internas - sejam elas estáticas ou dinâmicas – desse sistema (VELASQUES, 2019, p. 54).

Decorrentes destes estudos, há também a corrente pós-estruturalista que aprimora o debate sem tirar as bases fundantes do estruturalismo. Ela é formada principalmente pelos autores como Gilles Deleuze, Jacques Derrida e Michel Foucault, Jean-François Lyotards e Julia Kristeva que avançam ao contestar as estruturas universais iguais em todas as culturas nas construções do sujeito, segundo os apontamentos de Velasques (2019). Manuel Castells é também outro autor desta corrente que desenvolve seus estudos através de uma visão marxista ao analisar uma dinâmica macro do capitalismo informacional em rede.

Já a outra linha de estudos voltada para a atuação dos indivíduos na rede nasceu com o desenvolvimento da antropologia britânica na escola de Manchester, na Inglaterra. Carlos Silva Joaquim Fialho e José Saragoça (2013) contam que o conceito de rede social “surgiu como uma resposta às limitações impostas pelo estrutural-funcionalismo com o objetivo de explicar as situações de troca nas sociedades tradicionais” (FIALHO; SARAGOÇA; SILVA, 2013, p. 07).

Nomes como John Barnes, Elizabeth Bott e James Mitchell foram fundamentais para o desenvolvimento do conceito, onde Cátia Antunes (2012) interpreta a contribuição destes autores para o entendimento dos atores sociais no seio da rede.

Se Barnes havia privilegiado, em primeiro lugar, as relações interpessoais e a sua influência nas continuidades e alterações no interior das redes, e se Bott defendeu acima de tudo a utilização do estudo de redes como instrumento de trabalho para compreender as associações interpessoais nas redes, Mitchell transportou os princípios teóricos dos seus colegas para um nível analítico que prescrevia o tratamento de redes estruturadas em torno de ligações pessoais entre indivíduos (ANTUNES, 2012, p. 13).

Outra contribuição importante para a apreensão do conceito de rede social é do autor John Barners, que é considerado um dos pioneiros no estudo de redes no campo das Ciências Sociais no início dos anos de 1950. Luís Mauro Sá Martino (2015) explica que Barners queria compreender como ocorre o movimento das relações sociais na pequena cidade inglesa de Bremnes, através do contato entre as pessoas, as circunstâncias, os motivos e a ênfase com que ocorriam essas relações. Posteriormente, na década de 1960, o autor amplia suas explicações sobre o conceito de rede. Ana Enne (2004) destaca que o autor desenvolve o seu conceito sobre rede agora como um instrumento metodológico de análise das relações sociais entre os sujeitos. Assim,

[...] ele vai tentar indicar que a ideia de rede utilizada em seu trabalho está, antes de tudo, pensada como socialmente composta por indivíduos que irão se articular a partir de interações, e não por composições

egocêntricas, como irão propor outros. A rede com a qual trabalharia seria, portanto, a *rede social total* (ENNE, 2004, p. 264).

Sobre os debates, Raquel Recuero (2009) alerta que “ambas abordagens são utilizadas para o estudo da rede, ou seja, mesmo a abordagem ego, ou pessoal, pode trazer os padrões da rede social contidos em si” (RECUERO, 2009, p. 70-71). Para ela o desafio está na limitação do que observar na rede, por isso identificar algumas propriedades permite basilar a forma como será analisado a rede. Recuero (2009) identifica em seus estudos as propriedades da centralidade, centralização, grau de conexão, multiplexidade e densidade para o estudo da topografia das redes sociais na internet. Diante disso, a autora também possui contribuições importantes para o entendimento das redes sociais na internet.

O estudo das redes sociais na Internet, assim, foca o problema de como as estruturas sociais surgem, de que tipo são, como são compostas através da comunicação mediada pelo computador e como essas interações mediadas são capazes de gerar fluxos de informações e trocas sociais que impactam essas estruturas. Para estudar essas redes, no entanto, é preciso também estudar seus elementos e seus processos dinâmicos (RECUERO, 2009, p. 24).

Outra contribuição da autora (*op. cit.*) para o entendimento de redes está na identificação de processos sociais como a cooperação, competição e conflito aos quais não devem ser analisados de maneira distinta e nem isolada. Raquel Recuero (2009) defende que estes são fenômenos naturais fazem parte da dinâmica das redes. Cria-se, assim, um ecossistema de diversas interações fundamentais para os

movimentos e mediações possíveis nas redes. Em especial, ressalta-se aqui o processo de cooperação que é a base formadora de estruturas sociais e, principalmente, é elemento necessário para a sobrevivência das redes sociais, pois isto pressupõe interações entre diversos usuários que compartilham conteúdos, dividem opiniões, atualizam informações e outras tantas formas de socializações cooperativas mediadas por redes.

Nessa discussão sobre redes há divergências e, notadamente, diversas contribuições em todos os campos que até o momento são apresentados e inferidas através do diálogo entre as ideias dos autores.

Cabe aqui citar algumas discussões e divergências necessárias para o avanço nas reflexões desta produção científica. Uma das discussões são instigadas por Andreza Martins (2021) onde a mesma dialoga com as duas correntes da Análise das Redes Sociais (ARS) e a Teoria da Sociedade em Rede ao propor uma nova visão conhecida como a Teoria Ator-Rede (TAR). Mas antes ela cita essas divergências que são fundadas principalmente nas críticas do cientista social e professor Ari-Veikko Anttiroiko que utiliza dos argumentos individualistas para contrapor a posição estruturalista de Manuel Castells sobre as redes. Nesse sentido, Andreza Martins (2021, p. 143) consegue concluir que:

[...] as teorias sociais tradicionais não dão conta de analisar e responder a complexidade, interdisciplinaridade e multiespacialidade características dos problemas socioambientais contemporâneos. A insistência acadêmica em reiterar o debate sociológico que opõe abordagens estruturalistas e individualistas no campo de estudos das redes só faz reproduzir dualismos e erguer barreiras teóricas desnecessárias e improdutivas. Ao comparar a abordagem estruturalista

da Teoria da Sociedade em Rede com a perspectiva individualista da Análise de Redes Sociais, buscando aproximá-las sem êxito, Anttiroiko reforça este argumento. A teoria ator-rede avança nesse sentido ao conseguir, concomitantemente, fugir de discussões teóricas ineficazes e infecundas e propor uma solução para esse debate.

A Teoria Ator-Rede (TAR) surge como uma terceira vertente, assim apresenta a autora (*op. cit.*), que não necessariamente adentra no debate entre as duas principais correntes teóricas, mas também não descarta os avanços destes dois estudos. Ela surge como resposta às lacunas das produções científicas tradicionais. Destarte, a Teoria Ator-Rede surge na década de 1970 e tem como um dos principais idealizadores Bruno Latour (2012) que explica o que é entendido por Ator-Rede.

Um ator-rede consiste naquilo que é induzido a agir por uma vasta rede, em forma de estrela, de mediadores que entram e saem. Suas muitas conexões lhe dão a existência: primeiro os vínculos, depois os atores. Sem dúvida, a expressão cheira a “sociologismo”, mas só enquanto insistimos mais no “ser” do que no “ter” (LATOUR, 2012, p. 312).

A peculiaridade com que escreve Latour é traduzida por Martins (2021) ao fazer uma associação lúdica de crianças brincando de pega-pega em um grande gramado. O foco do estudo não é direcionado para as crianças entendido enquanto o indivíduo e nem tão somente o olhar para o gramado como o espaço onde estão inseridos os atores. A Teoria do Ator-Rede debruça-se essencialmente no estudo dos rastros (que são as redes) deixados pelas crianças no gramado.

Já os atores “são percebidos enquanto entidades (humanas e não-humanas) que se configuram a partir do resultado das ações” (MARTINS, 2021, p. 129). Essas entidades são um dos pontos-chave de avanço da teoria, pois é colocado em voga o debate do que é “social” para as ciências sociais? Onde estão os não-humanos nas análises? Também avança nos debates tradicionais ao elucidar que os espaços onde *performam* as conexões são altamente mutáveis e voláteis. Além de avançar no conceito de superação do princípio da neutralidade na produção da ciência, de acordo com a produção de Andreza Martins (2021). Portanto, Marcos Velasques (2019) resume o significado que a teoria do Ator-Rede pode contribuir para a produção acadêmica atual.

A TAR é uma teoria relativamente nova e aberta que incorpora na sua dinâmica o próprio conceito e ênfase de si mesma, ou seja, é uma teoria que está sendo tecida, é móvel, é inovadora e não admite que se compreendam os fenômenos pelas estruturas, o que reforça sua perspectiva pós-estruturalista, mas pelas associações temporárias formadas pelas redes sociotécnicas heterogêneas, compostas por humanos e não-humanos em associação simétrica plana, sem hierarquias e subordinações (VELASQUES, 2019, p. 53).

A produção teórica de Marcos Velasques (2019), que utiliza a TAR para o campo da Comunicação Organizacional, aponta que esta teoria nasceu no campo das Ciências e Tecnologias para compreender inovações sociotécnicas, mas acaba tornando-se um teoria social importante para entender a materialidade contemporânea. Para ele, redes sociotécnicas “constituem o processo comunicacional, interacional e

relacional, o que reforça a ideia da TAR de que as fronteiras devem ser desconsideradas” (VELASQUES, 2019, p. 167). Ou seja, não existem fronteiras que estipulam ou limitam a atuação dentro de uma rede sociotécnica que é resultado das novas tecnologias intrínsecas e onipresente a condição humana, formada por elementos heterogêneos, de conexões provisórias entre humanos e não-humanos. Tiago Salgado (2018) traz uma perspectiva crítica quando considera que humanos e não-humanos trabalham de maneira colaborativa, com suas particularidades mais ou menos evidentes.

Para exemplificar o agenciamento de uma rede sociotécnica heterogênea provisória, o autor (*op. cit.*) utiliza os registros das pinturas rupestres, especificamente as pinturas históricas da humanidade localizadas nos paredões da Serra da Capivara, no Piauí.

A imagem é a manifestação das redes sociotécnicas heterogêneas e temporárias, na qual é possível identificar os actantes: humanos, natureza, coisa (a rocha onde a imagem foi pintada), as técnicas e as tecnologias (os artefatos para a pintura e o estilo gráfico) e, provavelmente, os demais atores humanos e não humanos presentes no momento da produção das imagens, que compuseram a imagem, mesmo não sendo relevados nas pinturas. A ação se deu num determinado espaço de tempo, e isto só foi possível por meio da integração dos atores que compuseram o registro (VELASQUES, 2019, p. 126).

Uma compreensão sobre o exemplo do autor permite concluir que não é possível separar a humanidade da técnica, pois ambos são fundamentais para o desenvolvimento social. Portanto, este vínculo constitui a construção de uma rede sociotécnica. Entrelaçamento também é constatado pela

pesquisa de Cassio Martins, Marcelo Paraíso Alves e Sandro Jorge Tavares Ribeiro (2022) que propõem pensar a TAR em uma perspectiva da apreensão do conhecimento por estudantes de educação física sobre a educação ambiental. A utilização de uma rede sociotécnica possibilitou um aproveitamento como uma extensão das discussões propostas pelos professores.

Assim, os autores constataam a solidificação do conhecimento não apenas por meio de uma aprendizagem em que o professor é uma fonte única de conhecimento, mas através dos “entrelaçamentos de *saberes fazeres* dos atores da rede sociotécnica viabilizando uma experiência em um processo *aprendizagem ensino* democrático” (ALVES; MARTINS; RIBEIRO, 2022, p. 238).

Luiz Oliveira (2022), com base em Latour, destaca que as alianças entre humanos e não-humanos é base explorada por educadores para descreverem práticas em redes educacionais que resultam na performance dos “actantes”. Esta tese tem significado particular para o estudo, pois utiliza a modelagem matemática com a teoria Ator-Rede que permitem desenvolver diplomodelos matemáticos baseados nas relações simétricas e híbridas de humanos e não-humanos pela prática da produção de farinha de mandioca no município de Breves, no Pará. A pesquisa prova que a teoria do Ator-Rede pode ser aplicada em diversos âmbitos que tenham como princípio o estudo das relações humanas e não-humanas que visem refletir sobre os padrões gerados em redes sociotécnicas. Ingrid Carvalho (2007) também contribui para o entendimento do conceito de rede sociotécnica ao elucidar as diversas implicações de composição destas redes, onde as mesmas partem de negociações internas ou externas.

A rede sociotécnica é composta das relações entre humanos e não-humanos que tecem conhecimentos oriundos da “realidade”, trazendo a todo o momento novos componentes para a rede, via negociações estabelecidas. Nesse sentido, é possível estabelecer uma rede de conhecimentos em pleno desenvolvimento, através do contexto social e técnico da realidade dos envolvidos nela, modelados pelas negociações internas e externas ao laboratório de atuação (CARVALHO, 2007, p. 48).

Orlando Berti (2020b) utiliza os estudos de Ingrid Carvalho ao explicar que “é possível, mesmo à distância, promover o conagraçamento de ideias e unir pontos antes atomizados ou semi-atomizados” (BERTI, 2020b, p. 52) e acrescenta uma ideia de oportunidade no desenvolvimento do conhecimento e nas ações coletivas diante do caos em que são estruturadas as redes sociotécnicas, pois seu entendimento está pautado no contexto das complexidades do combate a pandemia da COVID-19 no Piauí. Sob esta ótica, os atores, também conhecidos como actantes, “aquilo que realiza ou sofre o ato” (VELASQUES, 2019, *apud* GREIMAS; COURTÉS, 2016, p. 20) no estudo das redes sociotécnicas tende a promover a conciliação das ontologias, pois seu papel também é o de mediação e o consequentemente fortalecimento entre os atores. Mas não só isso, Marcos Velasques (2019) cita que os actantes possuem comportamentos mediante as associações que podem exercer na rede, ou seja, é possível dentro de uma rede sociotécnica exercer inúmeros agrupamentos onde o actante pode tanto agir quanto intermediar, e vice-versa.

O actante é o mediador, é o articulador, é o responsável pela ação na rede sociotécnica heterogênea, e assume o papel desde que exerça a mediação, caso contrário,

ele é apenas um intermediário, um passivo, sem papel definido na ação, se não modifica nada (VELASQUES, 2019, p. 75).

O entendimento da atuação de actantes vai na esteira do surgimento dos influenciadores digitais que possuem papel importante nas redes sociotécnicas. Sobre o tema, Sandra Ribeiro (2021) debruça-se ao identificar que os influenciadores são resultados do acionamento de uma rede que implica “algoritmos, métricas de engajamento, normas e diretrizes, ferramentas das plataformas, empresas, mercados etc” (RIBEIRO, 2021, p. 275).

Ou seja, existe a dependência entre influenciadores e redes que acabam ditando a atuação dos actantes adequada às demandas do meio digital. A autora (*op. cit.*) argumenta que a atuação de influenciadores não pode ser entendida enquanto falsificações, mas resultado dessa articulação com as associações da redes sociotécnicas. Como consequência da atuação é constatado pela autora uma credibilidade gerada pelos influenciadores digitais entre os demais actantes na rede.

É inegável, neste sentido, identificar as estratégias dos actantes que estão sendo empregadas, o que permite inferir as traduções, as modificações, silêncios e falas.

Assim sendo, Sydia Rosana de Araújo Oliveira (2023) cita que aqueles actantes que conseguem *performar* melhor em seus objetivos na rede sabem utilizar da resistência para solidificar suas conexões e, por fim, conseguir estabilidade que é quando se alcança a percepção e o controle da dinâmica das ações e suas flutuações, encontra-se a caixa-preta que é “quando as conexões são tão fortes que elas desaparecem e não são mais questionadas” (OLIVEIRA, 2023, p. 599).

Mas a produção de Murilo Garbin (2022) mostra as complexidades de se conquistar a “caixa preta”. Seu estudo identifica duas controvérsias nas redes sociotécnicas formadas por uma comunidade de *startups* do ecossistema de inovação do Sudoeste do Paraná (a Sudovalley). A primeira controvérsia explora, ao passo que a rede busca a ampliação de debates e novos actantes, as ações destes actantes podendo atuar no fechamento da caixa-preta, ou seja, os próprios actantes podem limitar os fluxos na rede sociotécnica. A segunda controvérsia está relacionada ao debate sobre as novas tecnologias em contexto da pandemia da COVID-19, esta, por sua vez é vista pelo autor como uma “boa controvérsia” devido ao fato de ampliar a mobilização entre os actantes de uma rede. O autor constata, assim, que ambas controvérsias mobilizaram os actantes em diferentes níveis dentro de uma rede sociotécnica.

Outro estudo recente que avança no entendimento da existência das complexidades por trás dos processos técnicos que constituem a formação de uma rede é o de Eduardo Junqueira e Mateus Aquino (2022). É feita uma análise em fóruns de debate generalistas que estão inseridos na plataforma *Reddit* como uma forma de troca e aprendizados em redes sociotécnicas no ciberespaço. Estes fóruns que debatem diversos assuntos, prezam pelo anonimato, autonomia e ações comunicativas livres, sem censura ou supostos mecanismos de proibição da plataforma.

Assim, o foco é voltado para o debate das diversas questões entre os atores na “busca por diferentes e diversos pontos de vista e ao embate de ideias e perspectivas. Esses foram identificados como os grandes motivadores de suas [atores] ações no fórum” (AQUINO; JUNQUEIRA, 2022, p. 261). Características que constata a impossibilidade de criar

laços próprios de uma comunidade na rede. Ao passo que os fóruns inseridos no ciberespaço possibilitam:

A atualidade das temáticas, o engajamento nas trocas, a pluralidade de pontos de vistas e diversidade de informações compartilhadas, e o caráter informal da linguagem utilizada nas mensagens caracterizam as ações dos usuários no fórum analisado (AQUINO; JUNQUEIRA, 2022, p. 262).

Velasques (2019) lembra que, por estar em rede, o actante age de forma diferente, pois ele é condicionado por suas ações anteriores, que são os rastros dos agenciamentos. Notadamente os agendamentos dentro de rede, de mídias sociais e até mesmo da televisão não costumam ser visíveis aos atores, o que é visto é o produto final gerado por estas definições implícitas na rotina de pessoas que trabalham com comunicação.

É onde entra a mediação no entendimento da Teoria do Ator-Rede que se preocupa na ação realizada resultado deste agenciamentos de dois elementos, colocado por Marcos Velasques (2019) no exemplo de Latour como o humano (portador de arma de fogo) e o objeto técnico (a arma de fogo) que venha a assassinar pessoas. Importa entender a ação gerada entre os dois elementos no processo de mediação técnica.

Aprofundando mais a temática, o agenciamento também pode ser visto através do processo onde os próprios dispositivos móveis são os mediadores digitais, com o qual os confere certo poder de decisão e influência sobre as ações dos atores. Além da perspectiva de inserir um ator dentro de uma espécie de “bolha” personalizada de acordo com as pré-ações dentro da rede.

Os agenciamentos se revelam nos dispositivos cada vez mais presentes no dia a dia. São percebidos como sensores que possuem capacidade não só de alertar, mas também de validar ou invalidar, autorizar ou desautorizar a ação humana, ou melhor, a ação mediada por dispositivos de acordo com inputs dados pela interação com o homem (VELASQUES, 2019, p. 76).

A ação destas mediações depende da funcionalidade de diferentes aplicativos móveis que estes, por sua vez, também dependem “diretamente do acesso a diferentes tipos de informações do usuário ou a recursos do dispositivo móvel” (MATOS NETO, 2021, p. 10). Inúmeras implicações são postas como a privacidade, políticas de proteção de dados que são melhor debatidas nos estudos que perpassam a área da comunicação. Cabe aqui refletir sobre a importância dos dispositivos móveis para a atuação dentro de redes. Heather Schneider, Robbie Schell e Valentino Lee (2005) apontam algumas características necessárias para a construção dos dispositivos móveis.

- a) Portabilidade: A portabilidade é definida como a capacidade de ser facilmente transportável. Hoje em dia, para ser considerado portátil, os dispositivos móveis em geral têm de ser transportados facilmente na mão;
- b) Usabilidade: Um dispositivo móvel deve ser utilizável por tipos de pessoas diferentes em diversos ambientes. A usabilidade de um dispositivo depende de vários fatores, incluindo o usuários, o ambiente e as características do dispositivo;
- c) Funcionalidade: A funcionalidade é implementada na forma de uma aplicação móvel, e dispositivos móveis em geral têm múltiplas aplicações móveis que rodam neles;
- d) Conectividade: Ainda que muitos dispositivos móveis em geral operam em um dos três modos (sempre,

parcial e nunca). Um dispositivo móvel pode estar sempre conectado a um sistema back-end (LEE; SCHNEIDER; SCHELL, 2005, p. 2-5).

Entender não somente os princípios básicos da construção de dispositivos móveis que permitem refletir sobre o impacto causado nas cotidianidades, mas também debater os novos processos que surgem com a tecnologia em rede é um desafio das pesquisas que envolvem a produção jornalística no digital, pois as produções do jornalismo estão intimamente ligadas a forma de adaptação que um determinado grupo jornalístico apresenta ao público consumidor e que, inseridos no modo de produção capitalista, muitas vezes essa adaptação é cobrada pelo público e necessária para a sobrevivência de um determinado veículo jornalístico.

Debatendo estas questões, Alexandra Fante (2018), amparada nos estudos de João Canavilhas, entende o jornalismo móvel como uma evolução no debate das questões do webjornalismo, tendo o jornalismo voltado para os dispositivos móveis com o diferencial “da mobilidade e a dinamicidade do suporte de acesso” (FANTE, 2018, p. 144); pois, recorrendo a Marshall McLuhan (2007), os dispositivos acabam virando as extensões do corpo humano como uma espécie de auxílio tecnológico (uma técnica) criado pelo humano para o uso cotidiano nas suas diversas utilidades.

Como consequência deste processo para o jornalismo “as formas de produção, distribuição e consumo da notícia são, mais uma vez, modificadas” (FANTE, 2018, p. 144). A autora cita que o jornalismo *applicado* recorre ao entendimento sobre o consumo do público que utiliza as visualizações rápidas (*Pushed News*), mas ao mesmo tempo quer ter a possibilidade de aprofundar-se na temática

apresentada, para isso o uso dos *hiperlinks* são fundamentais, além da multimídia ao utilizar comumente textos, vídeos, fotos, imagens em movimento e outros no processo de personalização do produto jornalístico.

Entende-se a necessidade de adaptação dos meios jornalísticos as novas formas de medição com o uso da tecnologia, bem como é necessário também por luz sobre o debate que o desenvolvimento tecnológico deu-se de forma rápida e intensa “que teve seu ápice com a criação da internet nos anos de 1990” (RODRIGUES, 2023, p. 01), o que permite entender o processo lento de adesão e apropriação tecnológica no jornalismo, especificamente para as empresas jornalísticas.

Percebe-se que existem muitos desafios da sociedade com a tecnologia e isso afeta “na forma como nos relacionamos com as pessoas e até mesmo com a nossa própria intimidade” (RODRIGUES, 2023, p. 02). Atuar dentro de redes sociotécnicas possibilita uma infinidade de percepções que podem ser aplicadas para discutir a solidariedade em favor daqueles que mais precisam. Todo o aparato teórico foi motivador da construção de uma rede que tem como desafio atuar no emaranhado de composições, características e desafios que constroem uma rede sociotécnica, sendo necessário no próximo capítulo apresentar os caminhos metodológicos que fizeram esta pesquisa possível.

CAPÍTULO 3 – CAMINHOS METODOLÓGICOS

A natureza da presente pesquisa tem maior incidência no aspecto qualitativo em suas análises, pois é considerada a relação subjetiva entre o mundo e o objeto investigado, em suas diversas interpretações da realidade social. Segundo Marcos Costa e Maria Costa (2001), isso não exclui totalmente os aspectos quantitativos pertinentes a compreensão e obtenção dos objetivos propostos nas experimentações do perfil @queroajudarpiaui. Sendo assim, Eduarda Schneider, Maria Corazza e Rosangela Fujii (2017) ressaltam como estes dois tipos de abordagens podem ser complementares na pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas, que abarca o campo comunicacional e jornalístico, quando “a pesquisa qualitativa pode ser apoiada pela pesquisa quantitativa e vice-versa, possibilitando uma análise estrutural do fenômeno com métodos quantitativos e uma análise processual mediante métodos qualitativos” (CORAZZA; FUJII; SCHNEIDER, 2017, p. 570).

Deste modo, o aspecto qualitativo está relacionado na pesquisa com as inferências propostas através da investigação das observações feitas nas experimentações, captando as observações, os sentidos, as ações e lacunas observadas e experimentadas. Já o quantitativo volta-se a coleta, sistematização e análise dos dados fornecidos pelas experimentações, como é o caso das métricas fornecidas pelo Instagram de curtidas, comentários, compartilhamentos, salvos e impressões, além da porcentagem de incidência dos eixos temáticos nas duas fases do perfil. Além disso, o estudo

possui uma abordagem descritiva ao detalhar os caminhos que foram percorridos, bem como a descrição do objeto para se chegar às análises propostas pelo estudo.

Vale dizer que a pesquisa propõe a realização das investigações entre os meses de maio até março, entre os anos de 2021 e 2022, e maio até abril de 2022 até 2023, especificamente no dia 12 de maio de 2021 até o dia 24 de março de 2022 e do dia 25 de maio de 2022 até o dia 12 de abril de 2023.

Ao total, após o enveredar por essa temporalidade, foram 202 publicações sistematizadas nas experiências, com uma média de mais de 100.000 contas alcançadas. Ao final das experimentações o saldo do perfil @queroajudarpiaui contou com mais de 400 seguidores, 2.000 curtidas, 120 comentários, 600 compartilhamentos e 90 conversas diretas rede social Instagram. As métricas foram obtidas, armazenadas e analisadas de maneira orgânica através do painel de *insights* da conta.

A pesquisa, conforme Lucia Santaella (2001), utiliza o método indutivo a partir do material que foi coletado das publicações por meio da ferramenta digital de registros visuais conhecida como *print screen*. Nela houve um cruzamento com o material teórico para que se obtenha as inferências propostas da problemática. Ou seja, partir de elementos particulares para chegar as propostas amplas e gerais.

Tendo este entendimento, o caminho metodológico da pesquisa usou a netnografia para abranger uma produção no ecossistema virtual e que valoriza a participação do pesquisador imerso no estudo. O que foi fundamental, dado que a pesquisadora esteve atuando em toda a construção do perfil. Neste sentido, para entender a netnografia é preciso saber que ela é uma metodologia que possui raízes

etnográficas. A Etnografia foi amplamente utilizada na Antropologia e igualmente em outras áreas dos estudos sociais. O fato é que, segundo Davi Carboni, Jackson Vargas e José Ferraro (2022), a etnografia é uma estudo de *práxis* que se aprofunda em vivências de grupos por meio do processo observacional participante.

Neste mesmo pensamento, os autores destacam que as pesquisas no âmbito educacional começam a utilizar menos a etnografia e mais a netnografia, pois vê a inclusão do digital no processo educacional e nas aprendizagens sociais. Assim, surge o questionamento do que vem a diferenciar a etnografia da netnografia para além do espaço real e digital.

Enquanto a etnografia se propõe a pesquisar as culturas em seus locais, ou seja, no habitat de um determinado povo ou grupo social, a netnografia busca estudar essas comunidades culturais sem uma localização física fixa, por estarem alocadas no ciberespaço, mas que influenciam tanto ou mais que as tradicionais culturas, em relação ao modo de ser, agir, pensar e ser, dos grupos e pessoas frequentadoras desses novos ambientes constituídos no espaço cibernético (FERRO, 2015, p. 3).

Dado o contexto de imersão das novas tecnologias impulsionadas pelo período de pandemia da COVID-19, ficou ainda mais evidente a necessidade da inclusão de estudos sociais no digital. Ou como diz o próprio Robert Kozinets (2014), a era das redes está gerando importantes mudanças sociais e conseqüentemente efeitos vindos de uma proliferação de comunicações mediadas por computadores.

Ana Paula Ferro (2015) atesta também uma vantagem que o pesquisador nos estudos netnográficos possui devido a relativa comodidade por estar trabalhando em redes, como é o

caso das redes sociais, blogs ou plataformas. O que destoa de um estudo etnográfico que pode colocar o pesquisador em situações de risco a sua saúde, segurança e etc. Por este motivo é que o procedimento metodológico da netnografia foi escolhido em tempos pandêmicos, pois o contato social estava totalmente ou parcialmente impedido, o que potencializou, nesse sentido, o surgimento de comunidades virtuais fortalecidas em suas interações.

Uma desvantagem colocada por Ana Paula Ferro (2015) sobre a netnografia é que o pesquisador fica limitado pelas manifestações linguísticas e visuais que podem ser fornecidas. Diferentemente da etnografia que permite uma imersão de sentidos como as percepções de olfato, tato, paladar e etc. Apesar da comparação válida das metodologias, o ciberespaço fornece hoje diversas manifestações que não se limitam apenas a linguística ou visual. As métricas, que são dados sistematizados pelas redes sociais em uma determinada manifestação, foram fundamentais nas experimentações da pesquisa. Mas também pode-se citar as evoluções fornecidas pelo 5G, *block chain*, realidade aumentada, por exemplo. Estes mecanismos de redes sociotécnicas facilmente podem ser um ponto de vantagem para os estudos netnográficos.

Da mesma forma que a etnografia explora a pesquisa participante, com a netnografia não seria diferente, já que ambas prezam pela imersão nos estudos sociais por meio das experimentações que fazem com que o pesquisador submerja no mundo do qual participa, no caso da pesquisa, nas experimentações que a pesquisadora está construindo com o perfil @queroajudarpiaui.

Adriana Amaral (2008), baseando seus estudos em Kozinets, vai chamar de autonetnografia a aproximação entre

pesquisador e objeto “proporcionando imersão, internalização, consciência de alteridade e engajamentos nas comunidades” (AMARAL, 2008, p. 19). Uma vez que existe a possibilidade do netnógrafo estar limitado em apenas observar o objeto. Amaral (2008) também destaca que alguns autores vão chamar de etnografia digital.

Beatriz Polivanov (2014) traz este mesmo estudo de Adriana Amaral ao conversar com autores onde alguns fazem a escolha do termo etnografia na internet, semelhante a netnografia, mas que ambas são distintas da chamada “pura” etnografia. Um livro importante que Polivanov (2014) destaca sobre os métodos de pesquisa na internet foi produzido por Adriana Amaral, Suely Fragoso e Raquel Recuero (2011). As autoras defendem a nomenclatura de etnografia para tratar dos estudos no âmbito digital, pois as pesquisas ainda estão tratando de uma ciência que descreve grupos humanos. Dentro disto, o livro apresenta uma tabela com os principais apontamentos que diferenciam a netnografia, etnografia digital, webnografia e ciberantropologia. Apesar do estudo notável e da defesa do termo etnografia, Amaral, Fragoso e Recuero (2011) reconhecem a necessidade de maiores problematizações sobre a temática.

Nossas considerações finais indicam que ainda há muito a ser problematizado em torno das abordagens etnográficas dos estudos sobre internet. Por constituir um campo relativamente novo em termos comerciais e de popularização, mas cada vez mais povoado tanto por usuários e internautas quanto por aplicativos, ferramentas e novos formatos e produtos comunicacionais, que ao surgirem carregam tracejados simbólicos, códigos e outros padrões de comportamento culturais, inscritos a partir da sociedade que os desenvolveu (AMARAL; FRAGOSO; RECUERO, 2011, p. 203).

As abordagens etnográficas no digital apresentam-se enquanto molas propulsoras de apontamentos pertinentes no campo da comunicação. Um avanço não somente para o debate da metodologia, mas a própria produção jornalística. É o que tratam Francisco Mendonça Júnior e João Carvalho (2022). Os autores destacam a falta de análises que aprofundam como os jornalistas utilizam da etnografia em suas produções.

Ou seja, as abordagens etnográficas precisam ser desenvolvidas nos estudos da comunicação em geral. Isso, conseqüentemente, representa uma necessidade de maiores vínculos de estudo entre a comunicação e a etnografia, como apresentado acima por outros autores, e uma necessidade da formação de jornalistas mais sensíveis através de uma observação participante. Vale dizer que Beatriz Polivanov (2014) traz o questionamento de qual seria a diferença das pesquisas que envolvem a etnografia no digital. A autora esclarece que trata-se de apenas terminologias que podem ser mais ou menos utilizadas.

O que vai diferenciar em grande medida as pesquisas focadas em ambientes digitais que se utilizam da etnografia – para além de questões mais específicas como objetos de estudo, questões de investigação, perfis de informantes etc. que vão variar sobremaneira – são as terminologias propostas para dar conta dessa “adaptação” do método etnográfico para o mundo virtual e suas implicações (POLIVANOV, 2014, p. 66).

Isso pode ser visto na pesquisa de Janderson Jacques e Wilian Araújo (2022) que utilizam a etnografia digital ao compreender a constituição de diferentes identidades negras no Twitter ou a pesquisa de Diéssica Gaige e Débora Leitão (2022) que utilizam a etnografia que envolve observação

participante através da rede social Instagram e de entrevistas. Ou seja, um envolvimento *on* e *off* ao analisar os atores sociais das Artes Maciais Mistas (MMA) do Sul do Brasil com o uso das plataformas digitais. Outro exemplo é a produção de Amália Gregório, Adriana Edral e Marcelli Juchem (2023), que opta pela netnografia para analisar o perfil oficial no Instagram da Rede Globo de televisão onde a mesma exibia pela primeira vez um beijo homoafetivo entre duas mulheres.

Neste ínterim, uma conclusão pode ser apontada por Beatriz Polivanov (2014) que destaca o caráter flexível da etnografia com a possibilidade combinação com outras metodologias.

Diante de todos estes apontamentos presente nas discussões metodológicas, busca-se analisar as experimentações da Rede Quero Ajudar Piauí pelo procedimento metodológico netnográfico. Justifica-se, segundo o apontamento de Polivanov (2014), que a proposta metodológica não se propõe em ser apenas uma atualização da etnografia clássica, mas sim uma reivindicação metodológica de atitudes que conseguem abranger e mobilizar familiaridades e estranhamentos.

Portanto, detém-se que este formato de pesquisa netnográfica melhor ampara as necessidades e anseios da pesquisa, pois parte da inserção e mobilização desde a formação da ideia de uma rede de solidariedade que consiga abranger todas as complexidades do território piauiense passa pela construção dos elementos que compõem o perfil e princípios basilares para as experimentações, conseqüentemente uma imersão da pesquisadora nos estudos. Deste modo, “o pesquisador quando vestido de netnógrafo se transforma num experimentador do campo, engajado na utilização do objeto pesquisado enquanto

pesquisa” (AMARAL; NATAL; VIANA *apud* KOZINETS, 2007, p. 35).

Acredita-se que assim é possível produzir descrições fiéis ao objeto no ambiente digital com seus paradoxos, dificuldades e notadamente as aberturas para o imprevisível nas duas etapas definidas do estudo. Partiu-se do entendimento de que “[...] os netnógrafos dão grande significado ao fato de que as pessoas voltam-se às redes de computador para participar de fontes de cultura e obter um senso de comunidade” (KOZINETS, 2014, p. 14). Ao trazer a percepção para o estudo, utilizou-se dos mecanismos de ferramentas no Instagram para promover a participação e interações entre os atores. Assim foi possível moldar a construção da Rede visando uma identidade comunitária entre os envolvidos no perfil.

Um ponto positivo no uso da metodologia foi que as experimentações seguiram a sua própria lógica de coerência regional sem inferências ou percepções exteriores. Ou seja, é uma piauiense vivenciando os desdobramentos do contexto de pandemia da COVID-19 no Piauí, sendo uma jovem da geração Z, estudante de Jornalismo que trabalha no ambiente digital e que conhece como é vivenciada a temática social no contexto e recorte territorial que atua. Adriana Amaral, Gregória Natal e Lucina Viana (2023) também retratam a ampliação do acesso à informação no digital, o que facilita na condução de uma pesquisa.

Cabe aqui não só falar dos benefícios, mas os desafios de estar inserida na pesquisa imersiva de viés netnográfico. Pelos autores anteriormente citados, o acesso à informação também pode ser considerado um desafio que percorreu toda a construção da Rede que vão desde a checagem dos pedidos até o acesso de algumas métricas que o aplicativo

não fornecia novamente. Adriana Amaral (2008) cita que as informações podem chegar de maneira complexa na qual ela observa contradições de cunho cultural e geográfico. As experimentações que encontram certo avanço devido a infinidades de ferramentas tecnológicas online que podem ser usadas para comunicar. Ao passo que pode ser um retrocesso pelo fato de a comunicação não ser a mesma com o uso das diferentes ferramentas. Outra dificuldade que a autora (*op. cit.*) enfatiza é a questão temporal. No estudo não existe um tempo suficiente para analisar todo o material que é recomendado, coletado ou experimentado, já que a presente pesquisa é uma extensão de outros dois projetos de pesquisa.

Tais desafios se aplicam em níveis diferentes na construção deste levantamento, já que Adriana Amaral (2008) detém suas análises em processos comunicacionais e de sociabilidade dos integrantes da subcultura “electro-industrial”.

O primeiro desafio que pode ser relacionado ao estudo da Rede são as contradições culturais e geográficas, para a presente pesquisa que esbarrou no encontros dos pedidos de ajuda.

Dos 224 municípios do Piauí, apenas 31 publicações contemplavam os pedidos de ajuda do total de municípios, dos quais a cidade e capital do estado, Teresina, ocupou mais publicações com os pedidos do tipo. Além da capital piauiense, os municípios de Demerval Lobão, Piripiri, Agricolândia, Barras, Picos, União, José de Freitas, Uruçuí, Floriano, Altos, Pedro II, Nazária, Campo Maior, Canto do Buriti, Amarante, Castelo do Piauí, Monsenhor Gil, Luzilândia, São Pedro do Piauí, São Raimundo Nonato, Avelino Lopes, Luís Correia, Guadalupe, Batalha, Piracuruca, Matias Olímpio, Cabeceiras, Parnaíba, Corrente e Cristalândia do Piauí foram incluídos nos estudos, havendo demandas com pesos

diferentes desses lugares, que fazem parte das mais diversas singularidades regionais do estado.

Fato também pode ser notado que os pedidos vindos de Teresina puderam ser a maioria checados; parte pode ser atribuído pelo desenvolvimento econômico, político e social do local e também pela pesquisadora residir e atuar na capital. O mesmo argumento vale para os outros municípios que participaram da Rede. São em sua maioria cidades próximas de Teresina ou com potencialidade econômica notável.

O que só reforça a complexidade cultural e geográfica no qual o território piauiense se encontra. Sobre os aspectos do uso de diferentes ferramentas, não houve dificuldade, já que é trabalhado apenas o Instagram, diferente de Amaral (2008) que estudou diversos sites em redes sociais e as ferramentas utilizadas de conversa pelos comentários que eram moderadamente estendidas para a mensagens via *direct*, por exemplo. Já o fator tempo é importante para as experimentações, dado que o perfil já possui mais de um ano de atuação e mais de 100 publicações.

O desafio está em delimitar uma gama de experimentações que possuem igual valor em cada fase da construção da Rede Quero Ajudar Piauí. A solução foi buscar sistematizar um recorte que fizesse sentido com a temática proposta e que respondesse ao problema norteador de pesquisa proposto.

Para esta delimitação foi fundamental o uso da ferramenta de gerenciamento de tarefas no aplicativo Trello. Nela foi possível analisar as publicações e interações que poderiam abranger uma gama de inferências e reflexões necessárias para a análise do perfil, bem como as postagens que alcançaram mais usuários do que a média registada pela Rede.

Ao tratar do método netnográfico, utilizou-se as sistematizações de Kozinets (2014) para descrever os aspectos de procedimentos no uso da metodologia, tais como:

- 1) *Entrée* Cultural;
- 2) Coleta e análise de dados;
- 3) Ética de pesquisa;
- 4) Representação e avaliação.

Cada etapa será debatida com a inclusão das definições atualizadas das novas fases dos procedimentos netnográficos propostos pelo pesquisador.

Vale dizer que Robert V. Kozinets foi um dos precursores dos estudos netnográficos, segundo a produção de Bianca Domingos (2021). Sua atuação como professor de marketing da Universidade Iorque, de Toronto (Canadá) estabelece relação com a produção para as pesquisas e estudos na área do marketing. Beatriz Polivanov (2014) vai dizer que Kozinets produz sobre a netnografia um viés altamente mercadológico dos estudos. Fato é que a pesquisa desde suas pretensões, até as análises e inferências, atribui muitos ensinamentos do marketing nas experimentações que podem ser utilizadas tanto para o mercado, quanto para a academia.

O primeiro procedimento, *Entrée* Cultural, é o momento em que a pesquisa já deve explicitar as pretensões ou pré-construções que vão ser colocadas nas experimentações, mas que não deve ser algo rígido. Apenas é importante para orientar o pesquisador nos próximos procedimentos.

Antes de dar início ao trabalho, ingressar naquela cultura online e iniciar sua participação, existem algumas coisas importantes que você precisa entender. Você precisa decidir exatamente o que é que você vai estudar. Como você vai se apresentar. Como você vai

manejar esse projeto de maneira ética. E que grau de ruptura você vai criar nas comunidades ou culturas que estiver estudando (KOZINETS, 2014, p. 75).

Tendo estas dimensões em mente, Adriana Amaral (2008) também traduz este primeiro procedimento da pesquisa ao destacar que é importante que o pesquisador tenha manejo das ferramentas de busca para o melhor acesso das informações e sistematizações, além de possibilitar identificar os atores envolvidos. Ainda neste primeiro momento da pesquisa é válido destacar que tudo o que foi pensado e produzido nos primeiros momentos das experimentações do recorte proposto não foram utilizados enquanto propostas que precisavam ser confirmadas ou refutadas. O próprio Robert Kozinets (2014) alerta sobre o posicionamento ao destacar que o netnógrafo precisa assumir uma postura de ampla visão e conhecimento do que foi produzido, pois seu intuito é avançar e aprofundar com os estudos.

Para o segundo momento da pesquisa, foi adotado a coleta de dados das quais o autor (*op. cit.*) divide em três: dados arquivais, dados extraídos e dados de notas de campo, respectivamente. É válido dizer que Kozinets (2014) trabalha a coleta de dados e a análise de dados concomitantemente.

Para a coleta de dados arquivais e de dados extraídos, a pesquisa utilizou o aplicativo Trello que tem fácil acesso no computador e celular. O software foi criado em 2011 e tem funcionalidade para trabalhos colaborativos, pois facilita o gerenciamento e organização das atividades ou dos membros do grupo, além de ser adaptável aos vários métodos de planejamento.

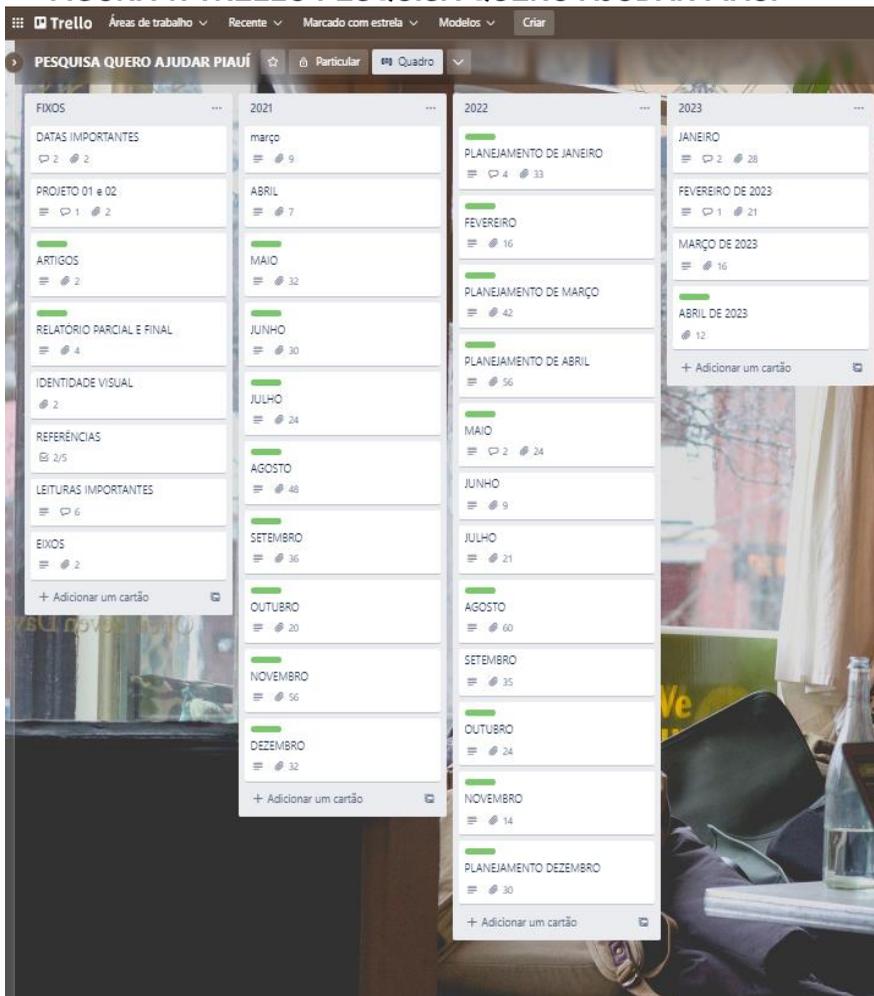
Mas também, o Trello foi uma ferramenta válida para a organização individual e por isso foi escolhido para o planejamento do perfil. Dado a possibilidade de armazenar

Prática netnográfica jornalística: o caso da rede Quero Ajudar Piauí

uma quantidade extensa do material audiovisual produzido, o Trello fez parte de toda a construção da Rede Quero Ajudar Piauí.

Nele foi criado um quadro chamado de “Pesquisa Rede Quero Ajudar Piauí” que é composto por colunas e cartões.

FIGURA 1: TRELLO PESQUISA QUERO AJUDAR PIAUÍ



FONTE: PRODUZIDO PELA AUTORA (2023).

O aplicativo foi utilizado para armazenar e analisar *prints* das publicações com maior engajamento, vídeos, textos gerados na rede social, gráficos e até mesmo os estilos de fontes e cores predominantes.

Além de conversas diretas, onde algumas conversas são entendidas aqui enquanto entrevistas abertas com o aspecto mais informal e interações espontâneas das quais a grande maioria foram registradas dentro do quadro de acesso apenas da pesquisadora.

A utilização do Trello foi fundamental para separar informações pertinentes. No quadro foi criada a primeira coluna descrita como “Fixos” onde foi anexado cartões com datas importantes, projetos, artigos, relatório parcial e final, identidade visual, referências usadas, leituras importantes e descrição de eixos decorrentes da construção do perfil. A segunda coluna chamada de “2021” é referente ao ano de 2021 e cada cartão desta coluna foi representado pelas interações referentes aos meses do ano, respectivamente. A terceira coluna de 2022 e a quarta coluna de 2023 foram construídas na mesma dinâmica da segunda coluna. Nos cartões existe a possibilidade de colocar um título que foram escritos referentes aos meses de experimentações. Ou seja, foi construído um cartão para o mês de janeiro, um cartão para o mês de fevereiro e assim sucessivamente dentro da coluna referente ao ano que estava sendo experimentado. Além disso, houve uma preocupação de anexar todos os *prints* das conversas e de interações, onde o Trello facilitou o armazenamento devido a sua possibilidade de uso no celular. A partir de cada interação era rapidamente feito o *print* e colado no cartão do mês que estava sendo experimentado.

Outra funcionalidade utilizada foram as etiquetas com algumas cores onde é possível inserir o título identificando o

nome de cada etiqueta em um cartão. Na pesquisa foi apenas usado a etiqueta verde que representava um mês válido para ser analisado. O esquema gerou facilidade e organização para o estudo.

Nele também foi possível descrever alguns momentos de frustração, anseios e perspectivas das experimentações no mês, um mecanismo adotado que foi inspirado na orientação que Robert Kozinets (2014) destaca como as “notas de campo”.

Toda a esquematização foi pensada como uma espécie de diário de bordo digital e foi essencial para não perder nenhum material, dado a possibilidade de algum erro na rede social. Além de manter-se organizado e com maior praticidade no momento da seleção dos meses relevantes para a pesquisa. Os cartões com maiores informações, acima de 10 anexos, foram levados em consideração para a delimitação do recorte temporal. Vale pontuar que a análise das publicações foram feitas manualmente, ou seja, sem o uso de programas que fornecem as métricas do perfil ou que utilizam a inteligência artificial para sistematizar o compilado de interações e formas de conteúdo experimentadas na Rede. Optou-se por mensurar e avaliar os processos estratégicos da Rede de maneira manual por acreditar que algumas sutilezas nas interações e nos conteúdos poderiam ser melhor avaliadas desta maneira. Em resumo, algumas inteligências, que analisam as métricas de redes sociais, não conseguem com exatidão identificar alguns sarcasmos e ironias, como aconteceu em alguns comentários da Rede que será visto adiante, são formas de interações humanas nos relacionamentos cotidianos estendidos para as redes sociais.

A parte de notas de campo, Kozinets (2014) destaca a importância deste processo, visto que os dados reflexivos não

são encontrados nos compartilhamentos entre os autores e geralmente são gerados através das notas de campo, o que foi possível devido a praticidade da construção do Trello nos experimentos da pesquisa.

Na descrição de cada cartão foi escrito os pensamentos da pesquisadora e o espaço também tinha a funcionalidade de um bloco de notas onde poderiam ser incluída ou retirada informações, mas tudo o que foi escrito dificilmente foi removido pela pesquisadora.

Em terceiro lugar temos os dados de notas de campo, as anotações de campo em que o pesquisador registra suas próprias observações da comunidade, seus membros, interações e significados e a própria participação e senso de afiliação do pesquisador (KOZINETS, 2014, p. 95).

O autor (*op. cit.*) trata que a netnografia não se debruça em apenas em trazer textos imersos em tecnologias online, mas volta a pesquisa para as interações geradas por meio das mediações tecnológicas. Trazer estes significados e percepções podem levar a reflexões das possibilidades de mediações solidárias no ambiente digital. Observações netnográficas de interações são muito mais enriquecedoras do ponto de vista documental através das notas do campo observacional que a netnografia permite em seus estudos, segundo os apontamentos de Robert Kozinets (2014).

Isso porque somente pelas notas de campo é possível registrar sutilezas do momento que extrapolam a captura de textos e dados e isso pode ser descrito tanto pela perspectiva interna do pesquisador, quanto externamente pelas interações entre pesquisador e atores. Desse modo, alguns registros de mudanças pessoais foram incluídos como o fato da maior

conexão e interação com organizações sociais do Piauí e os próprios usuários. Também foi notado uma mudança de pensamento ao tentar relacionar temas do cotidiano com a solidariedade e as questões coletivas.

Assim, foi correlacionado toda a produção com o contexto que nele emergem as experimentações. Ou seja, trabalhar com estas questões geram uma sensibilidade e um outro olhar mais atento, perceptível e sensível das sociabilidades próprias do contexto. O que, conseqüentemente, gerou publicações fruto das inquietações cotidianas sobre a empatia, atitudes solidárias, reflexões e defesa de direitos sociais.

Robert Kozinets (2014) argumenta que estas descrições feitas pelo netnógrafo são fundamentais para a combinação do que é visto e do que é experimentado pelo pesquisador. O autor recomenda que juntamente com a coleta de dados deve ser feita a respectiva análise, mas cabe aqui identificá-las separadamente para melhor descrever o que será analisado.

Desse modo, a análise de dados está relacionada a utilização da indução. Nela foi possível fazer anotações das coletas de tudo o que foi produzido e suas respectivas métricas e posteriormente codificá-las, pois através da codificação será encontrado padrões ao selecionar o material em categorias que vão de publicação com maiores interações, aquelas que performaram interações moderadas até produções que não conseguiram interações com os atores. Surge também o questionamento de qual tipo de interações está abordando no processo de análise, pois houveram interações positivas e que iam de encontro com a proposta, ao passo algumas interações eram de aspecto negativo. É neste momento da análise que entram as abstrações e

comparações do que foi produzido. O notório nesta etapa da pesquisa foi que as interações via mensagem direta foram todas compatíveis e colaborativas com o propósito da Rede. A verificação e refinamento proporcionou uma maior reflexão de como estava sendo analisado as produções geradas pela Quero Ajudar Piauí como uma forma de desenvolver maiores consistências do que estava sendo produzido, através de uma leitura atenta de conteúdo inseridos no objeto, no ponto de vista que se pretendia defender e por fim propor generalizações que busquem explicar ou refutar estas consistências e assim gerar teorizações que entrelacem as generalizações do objeto com o arcabouço teórico construído.

Vale salientar que no processo de análise foi necessário adquirir uma leitura cultural do que representam as produções da Rede, pois segundo Kozinets (2014) a cultura e a tecnologia são elementos co-determinantes e co-construtivistas em um processo de modelagem através do uso. Modela-se não somente a tecnologia, mas as identidades, os modos, os lugares e conseqüentemente as diversas possibilidades de transformação de locais e contexto particulares. Vislumbrou-se, assim, a capacidade de mobilizar atitudes solidárias com o uso da tecnologia digital. Aqui também são feitas análises não somente do ponto de vista de um “jogador” entendido enquanto o netnógrafo, ainda que se reconheça o posicionamento privilegiado do mesmo, mas também uma sistematização da interações geradas por estes jogadores no campo da comunidade online que é o Instagram.

Após a análise de dados, adentra-se no momento da ética de pesquisa. Entende-se aqui a importância do consentimento do usuário ao armazenar esta interações, o que a faz a netnografia ser uma metodologia responsável com o que é produzido e os atores em complexas redes

sociotécnicas online. Robert Kozinets (2014) recomenda que o pesquisador deixe visível que se trata de uma pesquisa que vai trabalhar com as construções.

Assim, a Rede usou o mecanismo de destaque no perfil para deixar explícito este entendimento ao publicar um vídeo onde a pesquisadora se apresenta brevemente e agradece as contribuições de todos os atores que estão envolvidos direta ou indiretamente na construção da Rede e ainda dentro deste destaque existem artes que detalham um pouco dos objetivos da Rede.

Além disso, a maioria dos contatos via mensagem direta ou daqueles usuários com conexões mais fortes entendiam que a Rede era utilizada por uma pesquisadora e então estudante do Bacharelado em Jornalismo da UESPI, pois na maioria das mensagens introduziam o diálogo com esta apresentação.

A última etapa da pesquisa defronta-se com as questões de representação de uma pesquisa netnográfica, bem como a avaliação que pode ser feita para a validar os estudos propostos.

Para isso, Robert Kozinets (2014) cataloga dez normas de avaliação sobre a qualidade de produções que usam a netnografia. São elas: coerência, rigor, conhecimento, ancoramento, inovação, ressonância, verossimilhança, reflexividade, práxis e mistura.

Robert Kozinets (2014) justifica o uso destas dez normas por identificar que netnógrafos, etnógrafos e demais pesquisadores qualitativos não possuem normas de avaliação tão claras e mensuráveis. Além de ser enfático ao destacar o caráter maleável destes critérios na aderência de diferentes pesquisas, o que possibilita o netnógrafo trabalhar com os critérios adequados aos problemas de pesquisa.

Cada netnógrafo irá crescer como estudioso à medida que lidar com essas questões, investigar seus próprios alicerces filosóficos, adquirir uma compreensão diacrônica dos vários campos em que obtém, e tentar forjar, à maneira de um *bricoleur*, uma solução improvisada maltrapilha, um ofício pesado e precipitado que irá leva-lo do ponto de lançamento até o ponto de descoberta e de volta (KOZINETS, 2014, p. 152).

Neste ponto, depara-se com a grandeza de alinhar ações com produções acadêmicas, combinação necessária e inovadora para o campo comunicacional. Cabe não definir todos os critérios propostos pelo autor, mas o que se percebe dos critérios que orientam o método netnográfico proposto e mais adequado a pesquisa é a definição de verossimilhança onde o netnógrafo está imerso no contato cultural da comunidade enquanto pertencente a mesma. Afinal, a pesquisadora está inserida no contexto cultural, social, político e econômico do ambiente no recorte de pesquisa. Sem, no entanto, deixar de citar o conhecimento que faz uma revisão bibliográfica sobre a temática em seus problemas e debates centrais que possam avançar no campo de estudo. O rigor é referente a aderência da pesquisa ao método netnográfico e ancoramento é o completo cruzamento dos dados com o que foi debatido com a teoria. Já a ressonância parte da composição de que a abordagem netnográfica precisa sensibilizar, elucidar algo e tornar o conhecimento ressonante. A inovação que interpreta pesquisas que saiam do eixo ao propor maneiras criativa para a compreensão do sistemas e estruturas.

Em menor proporção na aplicação da pesquisa entra o critério de coerência por acreditar que vão existir contradições pelo fato de trabalhar com as tecnologias altamente maleáveis e que, apesar deles, vão apresentar certos padrões

unificados. Ou seja, não existe uma anulação total de contradições quando se encontra padrões nas experimentações propostas em redes sociais.

Ancorado nestas inferências é que este capítulo dos caminhos metodológicos torna-se ferramenta fundamental para o desenvolvimento do próximo capítulo referente aos caminhos que descrevem o objeto de estudo.

CAPÍTULO 4 – CONSTRUINDO A REDE QUERO AJUDAR PIAUÍ

Para situar a construção da Rede de Solidariedade é necessário apresentar o surgimento da mesma a partir da necessidade de mobilizar a Academia em tempos pandêmicos. Foram inquietações de docentes e discentes da Universidade Estadual do Piauí (UESPI), especificamente no curso de Bacharelado em Jornalismo nos campus Poeta Torquato Neto, em Teresina (capital do estado) e campus Professor Barros Araújo, localizado na cidade de Picos (a 307 quilômetros da capital, na região do Sertão), que instigaram os primeiros passos do trabalho. A iniciativa era de ajudar o próximo ao passo que traz luz aos debates comunicacionais.

É válido pontuar que a Rede de Solidariedade é capitaneada e está sob coordenação do prof. Orlando Berti. Até a finalização deste livro a Rede de Solidariedade completa três anos de existência e dela já surgiram inúmeras pesquisas como o livro “Quem cuida de quem cuida? O Instagram e a Rede de Solidariedade e informação no combate à COVID-19 no Piauí”, de Orlando Berti (2020b) e “O Eu Jornalista contra a pandemia: Rede Piauí sem COVID-19”, de Yasmim Helleen Cunha (2021). Além de outros artigos que agregaram aos estudos da Rede de Solidariedade, de Orlando Berti³, João

³ Quem cuida de quem cuida? As redes sociais em tempos de combate à pandemia da COVID-19 contra as fake News. O caso do Instagram e do Whatsapp da Rede de Solidariedade de Segurança do Trabalho no Piauí (2020c), A rede de solidariedade, ação e esperança entre profissionais da área de saúde na atuação e combate à COVID-19 no Piauí por meio do Instagram (2021), Convergência ente WhatsApp e Instagram para a conscientização sobre a COVID-19: O caso da Rede Piauí Sem Covid.

Pedro Pereira Nunes⁴ e Maria Clara Machado Guimarães de Sousa⁵, sem deixar de mencionar as contribuições na construção da Rede pelo professor e atual reitor da Universidade Estadual do Piauí, Evandro Alberto de Sousa⁶.

A Rede Quero Ajudar Piauí, da qual o presente trabalho debruça-se, surge em março de 2021 como um dos braços da Rede de Solidariedade que tem como objetivo intervir socialmente através de contribuições comunicacionais de mediação informacional ao interligar pessoas e/ou instituições que precisam de ajuda à pessoas e/ou instituições que desejam ajudar o próximo. A própria descrição do perfil mostra a missão que se pretende estabelecer entre os atores. “Rede de solidariedade nesse período pandêmico. Interligamos quem quer ser ajudado com quem quer ajudar. Nos ajude e pratique o bem” (INSTAGRAM, 2023b, p. 1).

Dito em outras palavras, era preciso agir diante de um contexto que pedia respostas práticas, rápidas e diretas, pois a cada 24 horas: 2.286 pessoas morriam por conta da pandemia, segundo o Conselho Nacional de Secretários de Saúde (Conass)⁷. Esse foi um dos momentos mais tensos e que foi propulsor do surgimento da Rede. O que coloca em xeque a responsabilidade na mediação do processo

(2021), O Reels como instrumento de incentivo à vacinação contra a pandemia (2022).

⁴ A cobertura webjornalística da Rede de Combate à Covid-19 (Piauí Sem Covid) nos territórios de desenvolvimento piauienses (2021).

⁵ Os impactos da Rede Piauí sem Covid no Instagram após a segunda onda da pandemia. A repercussão instagrâmica das mediações em tempos de COVID-19 (2022).

⁶ O professor Doutor Evandro Alberto de Sousa é um dos criadores do @piauisemcovid e foi um dos autores do projeto de pesquisa sobre a Rede de Solidariedade, na qual foi concedida bolsa pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Piauí (FAPEPI).

⁷ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/covid-19-no-brasil-10-3-2021/>. Acesso em: 21 abr.2023(a).

informacional e comunicacional, dado que a circunstância pode vir a ser sensível para ambas as partes.

Assim foi criado o perfil @queroajudarpiyai na rede social Instagram.

A dinâmica das postagem variou com as experimentações das duas fases no estudo do perfil que será melhor detalhada adiante, já que são dois anos atuando na Rede Quero Ajudar Piauí. Para melhor analisá-la foi necessário delimitar dois recortes das fases de experimentações. Mas as publicações de maneira geral variam de três em média por semana, valorizando-se os finais de semana em horários de 12h e 18h, pois percebeu-se que os níveis de interação prevaleciam nestes recortes temporais e também parte da generalização advinda das experimentações no perfil com que boa parte dos usuários não está em horário de trabalho e busca essencialmente por entretenimento de fácil acesso.

Dado importante é que as redes sociais contemporaneamente são vistas como fonte de renda para as pessoas, espaço de informação, fonte de educação e também uma forma de entretenimento acessível para uma parte significativa da população. Thaynara Cavalcante (2021) analisa a interferência dos influenciadores digitais no comportamento do consumidor e mostra que 79,73% do público consome conteúdos voltados para o entretenimento. A autora apresenta que 62,2% dos usuários no Instagram se dedicam entre três horas até quatro horas por dia na rede social.

Portanto, o influenciador que atua no meio digital e trabalha com o aumento percentual das métricas busca dominar os processos e as experimentações na dinâmica do que o público deseja e quais as ferramentas que a rede social

disponibiliza. Ainda que ambos, influenciadores e a Rede, utilizem as mesmas dinâmicas das experimentações em redes e por vezes conseguem intervir em níveis diferentes na atuação dos usuários, todas as experimentações da Rede estão sedimentadas em propósitos e objetivos de uma comunicação solidária e sem o viés mercadológico nas atualizações do perfil, o que diferencia a Rede de um influenciador.

Além dos objetivos e propósitos, prevaleceu um entendimento do público-alvo, do conteúdo produzido e das métricas que orientavam o planejamento que foi periodicamente revisado. Solidificou-se então o delineamento de eixos temáticos que orientaram e organizavam a construção da Rede Quero Ajudar Piauí como uma forma de diversificar ao debate sobre a temática da solidariedade ao passo que é possível sistematizar para melhor analisar os resultados desenvolvidos de tais experimentações nas fases de: Eixo de Interligação Social, Eixo de Reflexões e Eixo de Ações Solidárias, respectivamente.

O primeiro eixo de Interligação Social compreendeu inicialmente em um compilado de interações entre a pesquisadora e os usuários que resultaram na divulgação de instituições e profissionais que precisavam de ajuda. O objetivo principal deste eixo foi inicialmente trazer reflexões de pessoas e instituições que estavam sendo afetadas pela pandemia, mas ao longo das experimentações ficou notório a necessidade de obter informações suficientes para que os pedidos de ajuda pudessem ser feitos em um processo com informações pertinentes na mediação daqueles que precisavam até aqueles que poderiam ajudar.

No decorrer do final da primeira fase, com o início do segundo momento das experimentações, adentrou-se na

realidade das Instituições, ONG's e organizações que atuam no Piauí, e até fora do estado, em prol da causa social. Assim como foi possível delimitar uma classe de profissionais que estavam sendo afetados pelo período da pandemia como os profissionais da saúde, enfermeiros, profissionais da informação como jornalistas, além de entregadores por aplicativo de delivery.

O segundo eixo, de Reflexões, tem como objetivo fornecer novas visões sobre as questões solidárias e desafios no pensar em atitudes coletivas, ao passo que publicações deste eixo tinham como propósito motivar, reconhecer e valorizar atitudes solidárias de pessoas e/ou organizações sociais. As publicações organizadas para elucidar pontos de debate solidários foram melhor trabalhadas como uma forma de provocar a mudança de atitude dos usuários. Foram publicações que tiveram como tema as medidas de higiene coletiva, o debate sobre a solidariedade em tempos de pandemia, solidariedade radical, sororidade, amor ao próximo e saúde mental.

Já o terceiro eixo, de Ações Solidárias, foi pensado com o objetivo de essencialmente divulgar ações de solidariedade de pessoas e instituições que já eram atores que mobilizavam-se nos pedidos de ajuda na rede social. A Rede buscou desenvolver o processo de seleção das publicações feita pela pesquisadora com informações básicas, como a forma de doar, contato, localização e o pedido propriamente dito. As solicitações eram em sua maioria sobre rifas beneficentes, campanhas de arrecadação de alimentos, roupas, ração para animais e campanha de arrecadação de fundos para custeio das próprias instituições. Já na segunda fase dos estudos foram potencializadas publicações deste eixo, já que eram publicações com maior conexão entre os

atores e vale dizer que neste momento a rede ganhou visibilidade quando houve o aumento de pedidos de ajuda para encontrar pessoas desaparecidas na cidade de Teresina.

A responsabilidade social foi um ponto tocado neste eixo nas duas fases, pois a checagem de informações esbarrava no contato e na verificação das informações postas nos pedidos de ajuda. Diante deste paradoxo que interferia na credibilidade da Rede para com o público foi optado pela divulgação dos pedidos, ainda que não pudesse checar as informações fornecidas pelos usuários, pois a solidariedade foi o primeiro plano do propósito definido nas experimentações do perfil. Ou seja, o intuito era ajudar o próximo em uma corrente de solidariedade sem olhar a quem.

É baseado nas experimentações que foram aperfeiçoando-se a partir da utilização das ferramentas disponibilizadas na rede social, visto que o Instagram possui diversas atualizações que balizaram a construção do perfil. Vale dizer que o Instagram possui diversas ferramentas de criação de conteúdo tais como a publicação em formato *feed*, *story*, *live* e *reels* que usam os recursos de imagem, vídeo e áudio. No transcorrido entre as duas fases, várias atualizações foram identificadas como o aumento de 60 para 90 segundos de duração no *reels*, as novas configurações dos *feeds*, fixação das publicações no perfil, curtidas nos *storys*, interações com palavra-chave, buscas através do mapa, criação de botões para facilitar o acesso a outros links, legendas automáticas geradas pela própria rede social e a criação de notas na ferramenta de mensagens.

Todas as atualizações revelam uma infinidade de novos formatos de comunicar dentro da rede social e que foram necessárias para o aprimoramentos das publicações e experimentações. Além delas, outros recursos como as

hashtags foram utilizadas na maioria das publicações como uma marcação que tem como objetivo atingir os públicos que têm interesse pelo tema. As *hashtags* mais utilizadas foram #solidariedade, #ajudeoproximo, #teresina, #piaui como forma de localizar a publicação para um determinado público. Recurso também utilizado foi a replicação de conteúdo gerado por outros usuários, também conhecido como *repost*, visto que os pedidos de ajuda partiam de grupos que já utilizavam a rede social. Neste momento, buscou-se o equilíbrio ao utilizar *repost* e publicações criadas pela pesquisadora. Além do recurso de mensagem direta onde foi possível uma interação direta entre o perfil e os usuários, notadamente criou um ambiente possível para o fortalecimento de usuários com o mesmo objetivo mediados pelo perfil.

Outro ponto necessário para a construção do perfil foram as métricas obtidas com as primeiras experimentações. Aqui, cabe analisar o número de curtidas, comentários, compartilhamentos, salvos, alcance e impressões. Cruzando as experimentações com as informações de métricas melhor definidas pelo Facebook, rede social que também apresenta as mesmas métricas do Instagram, sendo ambas de domínio da mesma empresa Meta (antes chamada de Facebook), foi possível identificá-las de forma adequada as necessidades da pesquisa.

O número de curtidas, comentários, compartilhamento e salvos representam os níveis de interações que a rede social fornece sobre a atuação dos usuários na Rede, onde perspectivas visuais atrativas tendem a performar com maior destaque para a análise deste tipo de métrica. A mesma linha de raciocínio é voltada para o entendimento sobre o alcance que permite analisar a expansão da publicação para seguidores e não seguidores da Rede. Já nas impressões, a

diferença está que a ação de um usuário pode ser contabilizada mais de uma vez e isso permite analisar o comportamento dos usuários e determinar a atratividade do conteúdo publicado.

Trabalhar com questões solidárias e empáticas revela a face do pensar e agir de maneira coletiva e solidária e o Instagram é uma rede social válida para estas experimentações, pois a própria rede preza em seus termos de uso pelo bom relacionamento na autodenominada “comunidade”, fornecendo experiências em um ambiente “seguro, incluso e positivo” (INSTAGRAM, 2023a).

Ao passo que Sandra Ribeiro (2021) alude um ponto importante sobre “o ranking algorítmico do Instagram funciona como uma forma de plutocracia na qual uma série de regras veladas e em constante mudança exigem mais tempo, energia e dinheiro que nem todos podem pagar” (RIBEIRO, 2021, p. 275).

Ao apontar para essas particularidades do Instagram, a autora (*op. cit.*) demonstra a interferência das plataformas no modo como as atuações são construídas e que estas são pautadas pelas relações de poder e econômicas dentro da plataforma.

Nesse sentido, o Instagram oferece aos usuários uma interface aberta, gratuita, com possibilidade de pagamento na aquisição de algumas funcionalidades, uma variedade de técnicas para a criação de conteúdo, mas seu foco está no alto valor de informações que um usuário pode fornecer, como atesta Antonio Rosa e Marcos Loureiro (2022).

O celular emerge como um dos equipamentos que podem conectar-se a outros dispositivos eletrônicos através da conexão via internet, em um fenômeno chamado Internet das Coisas (IOT), aqui interpretado à luz de Eduardo Magrani

(2022). Onde é possível um monitoramento quase total do usuário em redes.

O Instagram é um dos elementos neste cluster que utiliza a informação dos usuários para balizar sua funcionalidade que atualmente conta com “mais de um bilhão de usuários” (INSTAGRAM, 2023c, p. 1).

Um contributo importante para o sucesso é que a rede social foi pensada e disponibilizada em formato “*mobile*”. Uma das razões que explicam o fácil acesso a esta rede social.

O Instagram foi um dos primeiros aplicativos a explorar totalmente nosso relacionamento com nossos celulares, obrigando-nos a experimentar a vida por meio de uma câmera pela recompensa de validação digital. A história do Instagram é uma lição impressionante sobre as decisões internas de uma empresa de mídia social – o que os usuários ouvem, quais produtos criar e como medir o sucesso – podem afetar drasticamente a maneira como vivemos, e quem é recompensado em nossa economia (FRIER, 2021, p. 14).

Vale lembrar que o Instagram foi criado por Kevin Systrom e Mike Krieger em outubro de 2010, nos Estados Unidos e sua intenção inicial era ser uma rede social de compartilhamento de fotografias.

Ao longo dos anos seguintes evoluiu para uma rede social de vídeos e conteúdos textuais. Neste final de primeiro semestre de 2023 a rede social é de domínio do empresário Mark Zuckerberg e pertence a empresa Meta, segundo Sarah Frier (2021). Ela destaca que a rede social ganhou destaque rapidamente entre as celebridades e o público em geral que foram divisores de águas na perspectiva da fotografia mais *instagramável*, nas sociabilidades e consequentemente na comunicação.

Depois de ser adquirido pelo Facebook – em um acordo que chocou o setor – o Instagram se tornou o primeiro aplicativo mobile a ser avaliado em 1 bilhão de dólares. O sucesso do Instagram era impossível, assim como o de todas as startups. Quando lançado, em 2010, o aplicativo não começou como um concurso de popularidade, ou como um caminho para as marcas pessoais. Ele se popularizou porque era um lugar para espiar a vida de outras pessoas e como elas a experimentavam através da câmera do celular (FRIER, 2021, p. 18).

Mas essa não é a única justificativa para a adesão da rede social em uma proposta solidária, já que diante da necessidade de abranger toda a complexidade do território piauiense, a rede social se mostrou válida aos estudos para que se pudesse atingir os diversos municípios, além de ter amplitude nas publicações e possuir funcionalidades para o envolvimento com o público-alvo. Orlando Berti (2020a) destaca que a atuação virtual foi necessária em tempos pandêmicos ao argumentar que:

[...] a intenção de abranger o Piauí todo seria impossível de maneira física, pois o estado tem 224 municípios, distribuídos em 251.616,8 quilômetros quadrados, com 3.273.227 habitantes, como destaca o IBGE (2020), trata-se de uma extensão territorial quase do tamanho de toda a Itália (BERTI, 2020a, p. 172).

Dado interessante que evidencia a conjuntura com o qual se trabalha a pesquisa, ao passo coloca em debate o paradoxo da utilização das redes sociais é embasada pelo estudo desenvolvido pelo Centro Regional de Estudos para o desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic)⁸ da qual

⁸ O Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade de Informação monitora a adoção de tecnologias de informação e comunicação

destaca o aumento do acesso à internet. Houve um crescimento de mais de 9% entre 2019 e 2021 de usuários com acesso exclusivo ao celular na região Nordeste. Além de situarem o território nordestino, a análise do perfil do usuário que possui dispositivos móveis no Brasil se concentra na zona rural (83%), um equilíbrio entre o sexo masculino (60%) e o feminino (68%), intitulados de pardos (69%), com escolaridade que vai até o fundamental (84%), na faixa etária de 60 anos ou mais (80%) e que ocupa das classes sociais D e E (89%). Outro fato importante cita que 73% das pessoas que vivem na região rural são usuárias de internet, seja Wi-Fi ou apenas rede móvel. No Nordeste, entre 2019 e 2021, houve um aumento de 7% em usuários com acesso à internet.

Em outras palavras, houve um crescimento significativo do acesso à internet, principalmente a partir da utilização de celulares móveis em todo o Brasil, mais especificamente na região Nordeste que concentra classes D e E que possuem um perfil de baixa escolaridade. Ainda assim, os dados mostram que a televisão ainda é um meio importante e que cresceu nas estatísticas do estudo onde revela um total de 74.700.000 pessoas que acessam a internet pela TV.

Neste íterim, os dados do Cetic (2023a) mostram ainda que 26% da população não tem acesso à internet, aproximadamente 47.000.000 de brasileiros não são usuários de internet⁹. No Piauí, um dos últimos dados do Instituto

(TIC) no território brasileiro, sendo um departamento do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), ligado ao Comitê Gestor da Internet do Brasil (CGI.br). Disponível em: https://www.cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2021_coletiva_imprensa.pdf. Acesso em: 21.abr.2023(b).

⁹ Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf. Acesso em: 21.abr.2023(b).

Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023) mostram que o estado tem menores proporções de lares que utilizam a internet em 2022, apesar do acesso ter crescido no estado, passando de 54,2% para 86,4%, nos últimos 7 anos.

Os dados também são interessantes para analisar ao perceber que o uso da telefonia móvel no Piauí foi de 90,2% para 94,2% em aproximadamente 7 anos, mas apesar de ter aumentado em 4,4%, o Piauí possui a terceira menor proporção de usuário com aparelhos de comunicação, ou seja, é um dos estados com menores possibilidades de comunicação através da telefonia móvel.

Entender tal paradoxo significa vislumbrar os reais aspectos de se poder montar uma Rede de Solidariedade nas redes sociais que contemplem a todos.

A internet está longe de abranger toda a sociedade e suas diversas complexidades, pois isso também esbarra em questões do simples interesse de propor políticas públicas. Ou seja, o acesso à rede mundial de computadores também perpassa por questões mercadológicas que podem não ser rentáveis para um grupo específico ao passo que pode impactar na vida de milhares de pessoas. Portanto, tendo dimensão destes universos do estudo das redes sociotécnicas no recorte do território piauiense é que se considera a importância, em como as inferências que surgem sobre a comunicação nas questões solidárias. Assim, o objetivo da Rede a todo momento foi a busca por atingir todo o território piauiense direta ou indiretamente, ainda que se entenda as diversas complexidades que permeiam o recorte proposto, reconhecendo, nesse sentido, a potencialidade com que a rede social poderia fornecer no momento.

Vale dizer que a pesquisa não entra no mérito de discutir sobre as complexidades do momento pandêmico,

dados que em dois anos de estudo resultaram em diversos desdobramentos no controle da pandemia e não é objetivo discutir sobre todos eles.

No entanto, a pandemia situa o objeto de estudo e é a mola propulsora da pesquisa, o que se torna inevitável não tocar em alguns pontos fundamentais para o entendimento das relações de sociabilidade no Instagram. Portanto, a Rede traz reflexões sobre as questões solidárias e empáticas no contexto de pandemia da COVID-19.

Assim, a conjuntura propicia o debate sobre a solidariedade, pois em um panorama geral, a pandemia consegue mobilizar muitas questões até então não reverberadas pela sociedade e uma delas foi a solidariedade. Fala-se em mais de 670.000.000 casos, com cerca de 6.800.000 mortes decorrentes da pandemia em uma perspectiva mundial, segundo a JOHNS HOPKINS UNIVERSITY (2023). Ainda com base no levantamento feito pela renomada Universidade, no Brasil havia sido registrado quase 37.000.000 de contaminações, com praticamente 700.000 mortes.

Dado o panorama geral do contexto da COVID-19 no Brasil, é necessário falar brevemente o contexto da pandemia situa cada fase do estudo.

Na primeira fase que localiza as experimentações do perfil emergiu depois do aumento significativo dos casos e óbitos decorrentes da COVID-19, quando o Brasil ganha o posto de segundo país do mundo com maior número de mortes¹⁰ e a Rede é decorrente deste movimento onde começa-se a atuar nas experimentações quando trabalha

¹⁰ Disponível em: <https://butantan.gov.br/noticias/retrospectiva-2021-segundo-ano-da-pandemia-e-marcado-pelo-avanco-da-vacinacao-contracovid-19-no-brasil>. Acesso em: 21.abr.2023.

mediante a previsão do surgimento dos picos de casos da doença, já que este aumento da COVID-19 em fevereiro e março de 2021 é decorrente das sociabilidades do final de 2020, onde especialmente os brasileiros costumam causar aglomerações para comemorar as festividades do final de ano.

No recorte regional do território piauiense, o segundo momento crítico da pandemia ocorreu em março de 2021, onde o número de falecidos decorrente da COVID-19 já ultrapassava a marca de 670 vítimas em 24 horas no território brasileiro. O primeiro pico de mortes ocorrido no Piauí foi registrado em julho de 2020, segundo os dados de monitoramento fornecidos pela Secretaria do Estado da Saúde do Piauí (Sesapi)¹¹. Começa-se a entender que novas formas de sociabilidade precisam ser postas em reflexão, afinal, a pandemia ainda perdura até a finalização deste trabalho em 2023, mesmo com o fim da situação de emergência no mundo, foi necessário pensar em “novos normais”, pois o não processo de adaptação pode custar a vida de milhões de pessoas. Evidenciou-se que atitudes coletivas de combate à pandemia foram e ainda continuam sendo essenciais para a qualidade de vida do próximo e a perduração da espécie humana no mundo.

Assim, as primeiras publicações foram experimentadas por Orlando Berti ainda em março de 2021, mas somente em agosto do mesmo ano é que as atividades no perfil tomaram um impulsionamento que foi fruto do projeto de iniciação científica da Universidade Estadual do Piauí (UESPI), com financiamento do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). O fomento à pesquisa

¹¹ Disponível em: <https://lookerstudio.google.com/u/0/reporting/a6dc07e9-4161-4b5a-9f2a-6f9be486e8f9/page/2itOB>. Acesso em: 21.abr.2023.

científica dá-se na esteira de políticas públicas que logo fazem o país ainda no mesmo ano conseguir vacinar mais de 80% da população brasileira com as duas doses contra a COVID-19.

O foco do mundo era a completa vacinação de toda a sociedade, mas surgem diversas outras variantes da COVID-19 como a Alpha, Beta, Gama, Delta e a Ômicron com outras subvariantes até agora identificadas como BQ.1, BA.5, BA.2, Kraken (XBB. 1.5) e a EG.5, classificada como “variante de interesse” pela OMS.

Percebeu-se que só a imunização de toda a população mundial pelas vacinas criadas por cientistas não bastava, esta, inclusive, é uma resposta da ciência para a sociedade. Combater a pandemia implica a conscientização de entes coletivos que atuam em um meio no processo de constante práticas cooperativas que entrelaçam e potencializam os processos sociais. Estes espaços coletivos, notadamente solidários, vão desde uma simples informação como a importância do uso de máscaras descartáveis até o ato de doar materiais de higiene para pessoas em situação de rua.

Um dos fenômenos que emergem deste contexto de pandemia, especificamente no discurso da saúde pública, é o negacionismo que teve impacto na discussão das medidas de proteção contra a COVID-19 e conseqüentemente nas atitudes coletivas da sociedade.

Daniel Duarte e Pedro Benetti (2022) debatem que o negacionismo nasce através das estratégias de elucidar controvérsias dos fatos científicos e não necessariamente através de uma negação da ciência ao qual ela conclui a necessidade de que a ciência seja mais social. Dito isto, eles colocam que os “discursos ‘negacionistas’ produzem conseqüências no mundo que nos exigem um esforço de

compreensão do seu funcionamento, mais do que sua simples refutação” (BENETTI; DUARTE, 2022, p. 103).

Outro estudo como o de Ernesto Santos (2022) também contribui para o entendimento do negacionismo e da desinformação no contexto de pandemia para o debate de construções da realidade coletiva que atravessaram as mediações tradicionais atribuídas ao Rádio e a TV.

A crise de confiança afeta profundamente o ambiente cognitivo porque o conhecimento é produzido cooperativamente – se o conhecimento fosse produzido individualmente, talvez não fosse tão importante confiar nos outros para saber algo. O alinhamento de crenças em virtude das razões de pertencimento contra razões epistêmicas vai diretamente ao coração do problema: ele afeta a confiança que atravessa o pertencimento a grupos. Traduzindo este problema em termos epistêmicos, a crise de confiança afeta a aceitação das mediações necessárias para todo conhecimento. Isto não vale apenas para a ciência, mas também para saber o que acontece no mundo. Assim, a existência mesma da pandemia, que pessoas estejam morrendo de COVID-19 etc., tudo isto é conhecido por algum tipo de mediação (SANTOS, 2022, p. 09).

Ao elucidar este debate, torna-se ainda mais necessário atuar diante das circunstâncias que pedem mudanças de atitudes coletivas. Pensar no cooperativismo no espaço digital é, sobretudo, pensar em conteúdos atrativos e de fácil circulação que debatam diversos pontos de vista, seja questionando, afirmando algo ou desmentindo desinformações, e também pensar na atuação em meios digitais ainda desregulamentados ao qual emergem diferentes visões, sendo em muitos casos as visões negacionistas que possuem fácil repercussão. Trazer este debate contribui para a percepção do contexto com o qual a construção do perfil

está imersa e ainda é mais importante perceber a importância da checagem e dos discursos que estão sendo construídos dentro da rede social para o processo de mediação nesta primeira fase dos estudos da Rede

A segunda fase dos estudos da Rede situa outro momento vivido na pandemia, agora com ciclos de baixas e alta temporadas dos casos de COVID-19, das quais eram necessárias o reforço de medidas de contenção do vírus como a obrigatoriedade do uso de máscaras descartáveis, higiene de mãos e superfícies usuais que têm como objetivo a minimização dos impactos sociais do vírus.

Pode-se citar que esta segunda fase dos estudos que vão de maio de 2022 até abril de 2023, marcados por fatores sociais que impulsionam o pico de casos de COVID-19 no momento; a exemplo foi processo eleitoral na escolha de entes estaduais e nacional em 2022, a Copa do Mundo e as festividades de final de ano. Notadamente são momentos de profunda mudança no cenário político e social e com isto as aglomerações decorrentes em todo o território brasileiros tiveram um respaldo negativo no mês que sucedeu os acontecimentos quando o aumento dos casos se fez presente. Isto vai na esteira de fatores sociais comportamentais que indicaram que mais de 69.000.000 de brasileiros não tomaram a primeira dose de reforço, que é mais uma medida de proteção contra a COVID-19¹².

Em nível mundial o caso de maior respaldo foi a China, local que foi detectado o primeiro caso decorrente do novo coronavírus ainda em dezembro de 2019, que entrou em uma nova fase do controle do vírus, pois a política implantada pelo

¹² Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2022-11/mais-de-69-milhoes-nao-tomaram-1a-dose-de-reforco-contracovid-19>. Acesso em: 21.abr.2023(b).

país foi de “Covid Zero”¹³ com medidas rígidas de contenção da COVID-19 e isso provocou alguns protestos que manifestavam-se contra as medidas, pois o controle da pandemia em todos os espaços implica uma série de mudanças sociais e estas impactam notadamente a economia de um país. A nível regional aconteciam as políticas de contenção com como a volta do uso obrigatório de máscaras em locais fechados. Aliado a novos avanços no tratamento com medicamentos para pessoas com COVID-19.

Até a finalização desta fase em abril de 2023, o cenário tende a ser modificado com a baixa incidência dos casos e infecção, tanto em âmbito regional, quando em nível nacional. Tal mudança é acompanhada do aumento do nível de pessoas vacinadas no país.

É válido dizer que a Organização Mundial da Saúde (OMS), até a finalização do presente estudo, decretou o fim da emergência de saúde pública decorrente da pandemia de COVID-19¹⁴, mesmo com a possibilidade de novas variantes surgirem e ainda boa parte da população não ter completado todo o protocolo de vacinação mundial, a OMS interpreta que atualmente a pandemia é um problema de saúde estabelecido e contínuo, a Organização ainda destacar que as medidas de prevenção devem ser incorporadas ao comportamento da sociedade.

Dados os primeiros apontamentos do presente livro sobre as mediações comunicacionais e de informação em redes sociotécnicas, os desafios da atuação de mediadores

¹³ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/china-entra-em-novo-estagio-para-controle-da-covid-diz-oficial-apos-protestos/>. Acesso em: 21.abr.2023(b).

¹⁴ Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2023-05/covid-19-nao-acabou-e-vacinacao-segue-fundamental-alerta-ministra>. Acesso em: 07.mai.2023(a).

Prática netnográfica jornalística: o caso da rede Quero Ajudar Piauí

em universos multimidiáticos, bem como o desenvolvimento teórico com a utilização do conceito de redes sociotécnicas nas relações com a Teoria Ator-Rede, passando pelos caminhos metodológicos até chegar neste capítulo que descreve o que vem a ser a Rede Quero Ajudar Piauí. Todo este percurso foi necessário para que no próximo capítulo seja apresentado as análises das experimentações do perfil @queroajudarpiaui no Instagram.

CAPÍTULO 5 – ANÁLISE DA @QUEROAJUDARPIAÚ: UMA EXPERIÊNCIA DE MEDIAÇÕES SOLIDÁRIAS NO PIAUÍ

Para adentrar na parte analítica das publicações do perfil @queroajudarpiaui foi optado uma escrita em primeira pessoa por acreditar que o total das experimentações revelam diversas possibilidades e limitações do “eu” netnógrafo atuando nos agendamentos propostos pelo perfil. Ou seja, Adriana Amaral (2008), baseando-se nos estudos de Robert V. Kozinets, também acredita nesta possibilidade de avançar em estudos sobre a netnografia, ao que pode ser também chamada de autonetnografia, a partir da perspectiva da inserção da pesquisadora e sua proximidades com o objeto e contexto analisado.

Essa ferramenta também é focalizada e compreendida como possibilidade de relato escrito em primeira pessoa, na qual elementos autobiográficos do pesquisador ajudam a desvelar diferentes contornos e enfrentamentos do objeto de pesquisa em um fluxo narrativo cuja análise do sujeito e objeto fazem parte (AMARAL, 2008, p. 15).

É por meio dos relatos das experimentações que pretendo traçar uma linha condutora das análises das duas fases que vai de maio de 2021 até março de 2022 e maio de 2022 até abril de 2023 ao qual estive atuando no perfil. Isso pode revelar subjetividades, escolhas, renúncias e

sensibilidades aos relatos e ao contexto de pandemia da COVID-19. Analiso as postagens feitas na rede social Instagram pelo recorte proposto, sendo aqui selecionadas pelo critério da visibilidade das métricas como o número de curtidas, comentários, compartilhamentos, salvos ou que forneceram maiores interações. Considero também publicações que foram construídas com a intenção de serem potenciais reverberadoras do objetivo do perfil e que notadamente foram pensadas para ter maiores interações onde serão melhor detalhadas no transcorrer do capítulo. A ordem de análise das publicações foi feita aleatoriamente, mas dentro do recorte proposto de cada fase.

O foco principal é conduzir uma narrativa que entrelaça a análise do perfil e as minhas inferências. Pretendo neste capítulo também mostrar as falhas, os acertos, os diálogos e inspirações que fiz em todo o percurso da pesquisa. Assim, neste primeiro ponto, traço de maneira não engessada o que veio a ser os três eixos que delimitam a construção do perfil. De maneira geral, o que fica nítido em todas as publicações são as interações de maioria positiva no perfil em defesa de uma solidariedade e uma vontade de construir correntes de compaixão e ajuda ao próximo. Sá Martino (2015) atesta a possibilidade de ampliação de conexões que tendem a convergir em ideias e propósitos.

Se, na internet, a voz do indivíduo pode cair em um emaranhado de outras vozes, a chance de ser ouvido é maior quando diversas pessoas se reúnem em torno de um interesse em comum. No lugar de ser mais uma voz perdida no espaço virtual, torna-se um polo de convergência de várias vozes. A facilidade de encontrar pessoas com interesses semelhantes na internet faz com que a formação de grupos seja fácil e rápida. A convergência de objetivos ou gostos é um dos fatores

responsáveis pela formação de conexões (MARTINO, 2015, p. 143).

Ainda assim, Sá Martino (2015) e Raquel Recuero (2009) atestam a complexidade de atuação na mediação de informações na internet, pois as conexões via digital não têm fronteiras totalmente nítidas, apesar das métricas fornecidas, no caso do Instagram, atuarem como importantes balizadores nas provas da apreensão do conteúdo produzido.

De maneira geral, foram feitas 118 publicações em um total de 4.482 curtidas, 89 comentários e 551 compartilhamentos. A predominância do Eixo de Ações Solidárias esteve 60,2% presente nas publicações, o Eixo de Reflexões fez parte de 32,5% do total das publicações, já o eixo de Interligação Social esteve em menor predominância, com 8,1% nas postagens.

Neste sentido, uma das primeiras publicações que obteve diversas interações nesta primeira fase e que também faz parte do Eixo de Interligação Social foi o *reels* que retirei de um trecho do documentário produzido pelo canal do Youtube “Estúdio Amarelo”. Compreendi a complexidade nas experimentações que os autores acima retratam neste começo das experimentações. Os motivos estão atrelados em parte pelo fato de os estudos no perfil estarem começando e ainda não existia uma conexão entre a Rede e os perfis no Instagram. Ou seja, percebi que os usuários não sabiam o que esperar da Rede Quero Ajudar Piauí e eu, enquanto pesquisadora e usuária do Instagram, não sabia como os usuários poderiam reagir neste vídeo ou se existira reações e interações diante destas primeiras publicações.

O desafio também esteve atrelado ao conteúdo que ganhou visibilidade no Instagram, pois, se entendido através

do contexto político e social do Brasil, o vídeo notadamente ganharia repercussão pelo cunho político. A peça audiovisual trata sobre uma reflexão apresentada pelo Padre Júlio Lancellotti ao entender a empatia ao olhar para o próximo com compaixão e misericórdia. No vídeo, o padre faz uma análise de pessoas que utilizam a religião para justificar a violência, pois o sacerdote argumenta que tal atitude não é defendida pelo cristianismo, pelo budismo e até mesmo pela religião mulçumana.

Ou seja, sua defesa é de pessoas religiosas que pregam amor ao próximo.

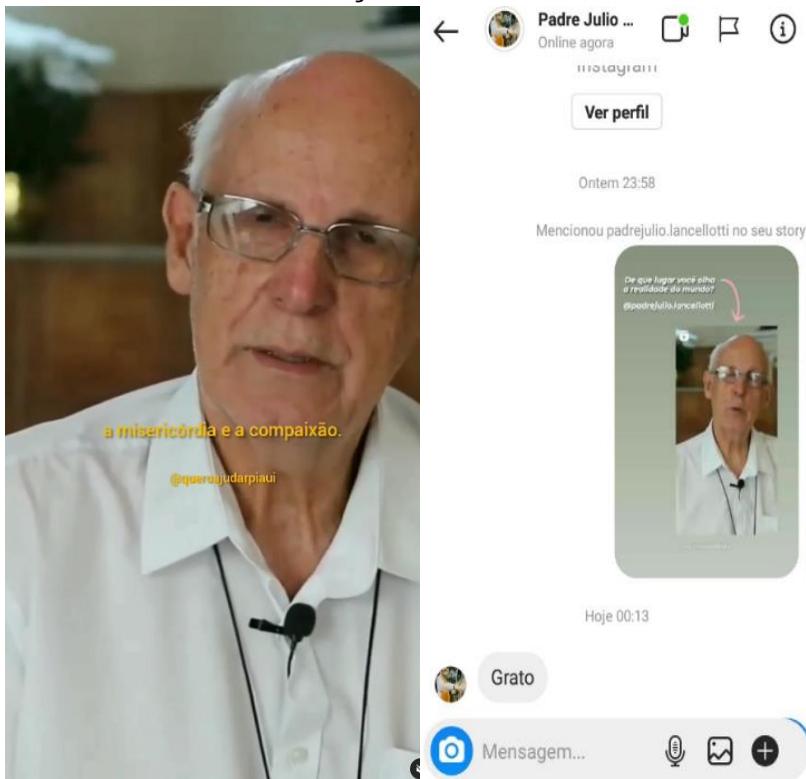
Em um dos trechos o padre fala “Quem se diz cristão e odeia, faz a ‘arminha’ encontrou o caminho errado”. Tal discurso revela a situação histórica com que o Brasil vivia em 2021.

As consequências sentidas pela pandemia, aliada ao contexto de polarização política no país, faz com que a publicação ganhasse mais reações interativas. Douglas Barboza (2022) faz um balanço da atuação do governo do ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) no processo de fascistização do Brasil. O autor cita o documento de Anistia Internacional formado por movimentos em defesa dos direitos humanos que retrata o retrocesso de políticas públicas que aumentaram os casos de violência.

[...] o documento destaca o retrocesso no campo da educação; o uso excessivo da força (que resultou na morte de 6416 pessoas pela polícia, as quais mais da metade eram jovens pretos); o retrocesso nos direitos das pessoas LGBTQIA+ (com o aumento de mortes, agressão, descriminalização e marginalização social); o ataque aos direitos das mulheres e o retrocesso nas condições de vida das pessoas privadas de liberdade (BARBOZA, 2022, p. 26).

Sendo assim, o padre, direta ou indiretamente, provoca o público a repensar doutrinas cristãs pelo viés da não violência.

FIGURAS 2 E 3: INTERAÇÕES PADRE JÚLIO LANCELOTTI



FONTE: PRODUZIDO PELA AUTORA (2023).

Desse modo, escolhi este trecho por acreditar que se tratava de um tema atual e principalmente por saber que o padre Júlio Lancelotti é uma figura conhecida nas redes sociais e na defesa dos direitos humanos no Brasil. Tal publicação me surpreendeu ao ter recebido uma mensagem direta de agradecimento enviada pelo perfil oficial do

sacerdote no Instagram. O que prova a potencialidade e a quase inexistência de fronteiras que delimitam o acesso à internet e suas possibilidades de conexão. Vale dizer que busquei construir o conteúdo da publicação me detendo as dimensões do vídeo para reels que atualmente é 1080x1920 pixels, já que se tratava de um documentário com outra formatação de vídeo. Essa estratégia é utilizada para agradar visualmente o usuário e gerar um aspecto de proximidade entre o personagem do vídeo com o público.

O vídeo legendado também foi outra preocupação quando redimensionava a peça audiovisual que inicialmente foi feita por editor de vídeo profissional junto a imagem, como é o caso do *reels* do padre, e posteriormente optei pela legenda automática disponível em aplicativo de celular. Além disso, procurei colocar o nome do perfil abaixo da legenda como forma de fixar a atuação da Rede.

Destaco também que na legenda propus o questionamento em forma de uma frase interrogativa, além de verbo no imperativo e as *hashtags* que em sua maioria remetia a palavras-chave sobre o conteúdo que pretendia transmitir. De maneira geral a publicação obteve mais de 6.000 visualizações, 181 curtidas, 10 comentários, 12 salvos e mais de 70 compartilhamentos entre os usuários. Tais métricas fizeram com que o alcance fosse notável para os não seguidores da Rede. Percebi que temas polêmicos e passíveis para o debate conseguem um melhor engajamento, no qual a publicação promoveu o surgimento de novos seguidores no perfil. Mas não somente isso, o formato contribui com o engajamento, pois estamos falando de uma publicação para reels, com dimensões adequadas, legenda simples, acessível ao parâmetros do Instagram e com um personagem de discurso objetivo e de fácil entendimento.

Mas o que chamou atenção foram os comentários proferidos por usuários na publicação que não convergiam com a proposta do perfil. De maneira geral, todos os comentários foram curtos e tiveram capacidade de discussões entre os atores. No entanto, alguns comentários foram de cunho ofensivo, como “olha o esquerdo falando aí gente!”, “Padre comunista puxa saco do Lula” e outros. Um comentário em específico foi oculto da barra de comentários pela própria rede social, pois infringia as diretrizes do Instagram. No entanto o comentário não foi excluído, apenas foi oculto na barra de comentários. Eu, enquanto administradora da Rede conseguia ter domínio sobre o comentário negativo, de modo a excluir ou ocultar tal interação. Vale dizer que a rede social possui nas configurações de privacidade a opção de infringir interações indesejadas, o que não foi optado pela Rede.

FIGURAS 4 E 5: COMENTÁRIOS DE USUÁRIOS



FONTE: PRODUZIDO PELA AUTORA (2023).

Diante de tais reações ao vídeo, optei inicialmente por bloquear todos os comentários como forma de proteger o respeito e a integridade que estavam sendo construídas no perfil, mas posteriormente entendi que tais comentários fornecem base suficiente para entender as diferentes visões que os usuários possuem sobre o que está sendo dito na rede social. Afinal, uma rede, ainda que tenha conexões convergentes, é feita por diferentes nós.

Portanto, escolhi em um segundo momento não bloquear os comentários e deixar o espaço aberto para as diversas manifestações e não iniciar um diálogo com tais usuários, por acreditar que as discussões não partiriam de um princípio básico que é o respeito entre as diferentes ideias. Além de defender que estes possíveis diálogos não estariam alinhados com o propósito da Rede, que é espalhar a solidariedade e o amor ao próximo. Raquel Recuero (2009) através de suas inferências sobre a cooperação, identifica que o conflito é uma das molas propulsoras da interação. Assim, para a construção de uma cooperação, pode existir algum nível de conflito.

Optei, desta forma, por potencializar o diálogo e a visibilidade daqueles usuários que convergiam com a proposta do perfil. O começo das atualizações da Rede, aliada a falta de fronteiras possíveis na internet, justificam tais comentários que ao longo da finalização da primeira e segunda fase foram menos incidentes.

A segunda publicação que chamou atenção nas interações veio de uma observação participante ao entender que temáticas como o feminismo poderiam gerar debates, tendo como parâmetro na época a predominância de um público feminino na faixa etária de 25 a 30 anos, aproximadamente 30,4% eram mulheres seguidoras do perfil.

poderia repercutir no perfil, no entanto não obtive um retorno via comentários e mensagens esperados, pois acreditava que seriam interações de cunho negativo sobre a temática proposta. A surpresa foi de uma moderada aceitabilidade do conteúdo apresentado. A proposta de publicação gerou 251 curtidas, 04 comentários, 18 salvos e 29 compartilhamentos. Foram mais de 5.000 contas alcançadas, das quais apenas 45 foram de usuários seguidores do perfil que viram o vídeo pelo menos uma vez. Dado que se tratava de um perfil com pouco menos de 200 seguidores no período da publicação do vídeo, foi compreensível o alcance de não seguidores no perfil.

Com relação aos comentários, o que chamou minha atenção foi uma interação de uma usuária mulher e jovem que proferiu um comentário positivo sobre a personagem do vídeo, da qual diz: “Gosto muito dessa doutora (emojis de carinho e apaixonada)”. Neste sentido, a usuária não fazia parte do público alvo que inicialmente foi pensado e muito menos o comentário de aparente concordância com a temática.

Outros dois comentários eram os mais esperados nesta publicação. Não necessariamente trata-se de comentários negativos, mas os usuários utilizam do deboche e sarcasmo para interagir com a publicação, algo natural nas interações humanas, mas de difícil assimilação para uma inteligência artificial. Um usuário, por exemplo, utiliza apenas o emoji de rosto com boca aberta que expressa surpresa ou espanto. Já o outro usuário escreve “Nossa brigadu hein feminista (emoji de risos)”. Deste modo, optei novamente pela interação com usuários que convergiam positivamente com o perfil e que poderiam contribuir com uma rede de solidariedade no Instagram.

Outra publicação que foi reflexo do diálogo que construí entre os usuários da rede social via a ferramenta de

mensagem direta e também mostra a possibilidade de reverberação para além do território piauiense foi a divulgação do projeto social Ajuda Timon. Para construir a publicação dialoguei com uma das integrantes do projeto social, a mesma que antes já havia entrado em contato com a Rede pedindo a divulgação de uma campanha de arrecadação de alimentos e roupas para moradores em situação de rua; consegui estreitar conexões ao contar que fazia parte do “Ajuda Timon”. O contato com a voluntária do projeto social esteve entre o Instagram, na ferramenta de mensagem direta, e o aplicativo de conversas Whatsapp quando disponibilizei meu número de contato para a voluntária. Tal junção entre as duas redes sociais é analisada por Orlando Berti (2022) como importantes ferramentas de convergência no processo comunicacional, sendo fundamental no momento pandêmico.

Defendemos a continuação das convergências e importância da utilização destas em situações de crise e de grande necessidade de interação. A pandemia provou, e permanece provando, que todas as ferramentas possíveis, notadamente para a convergência de ideias e ideais, devem ser utilizadas e amplamente destacadas, notadamente se forem gratuitas, como é o caso do Instagram e do Whatsapp (BERTI, 2022, p. 35).

Em uma das conversas informais com a voluntária, a mesma contou que esteve desde o primeiro momento na criação do “Ajuda Timon” que era um projeto recente criado no período pandemia e partiu especificamente da iniciativa de um jovem que, após ser infectado pela COVID-19, buscou mobilizar amigos em prol da solidariedade ao doar alimentos, roupas e brinquedos para as famílias carentes da cidade. O jovem que teve a iniciativa era de Timon e os demais amigos

Prática netnográfica jornalística: o caso da rede Quero Ajudar Piauí

e voluntário também conheciam a realidade social, econômica e política do município. Segundo a voluntária, já eram mais de 20 famílias cadastradas que recebem a ajuda do projeto e que qualquer pessoa poderia ajudar com doações através do número para contato disponibilizado no perfil oficial do Instagram do projeto.

FIGURA 8: PUBLICAÇÃO AJUDA TIMON



FONTE: PRODUZIDO PELA AUTORA (2023).

Dado a quantidade de informações, prezei por utilizar a legenda curta e objetiva. Assim, restringi na construção da legenda em apenas informar que a iniciativa era recente, mas que já estava ajudando muitas famílias da cidade de Timon

(que mesmo sendo do Maranhão, é interligada à capital do Piauí por meio do rio Parnaíba e é considerada a zona oeste de Teresina). O projeto era composto por jovens do município maranhense que tem como objetivo ajudar o próximo em uma corrente de solidariedade focados em Timon, bem como complexidades socioculturais e políticas da região. Por fim, apresentei como era possível ajudar o projeto através de diversas doações para as famílias acolhidas e também pelo apoio financeiro através da disponibilização de uma chave PIX do projeto.

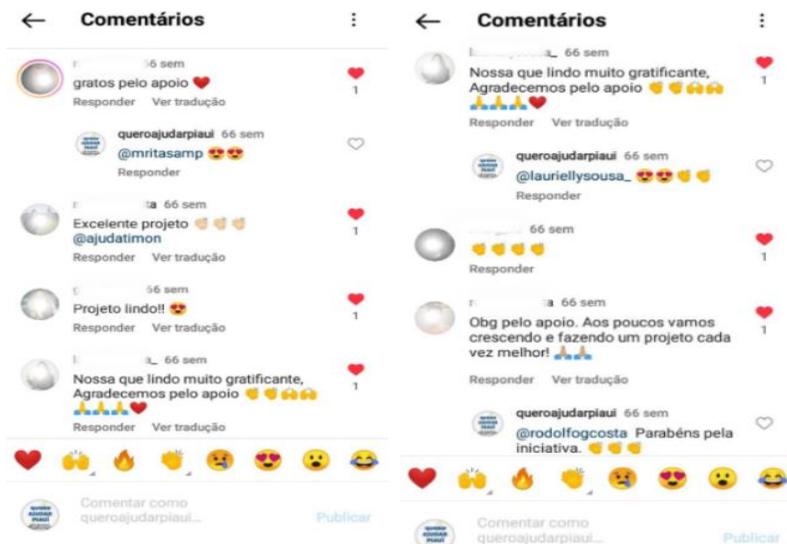
Ao utilizar legendas sucintas nas publicações percebi que estava prezando por postagens menos cansativas, pois a aceleração da quantidade de conteúdo produzido no Instagram e das interações mediadas produzem outros ritmos mais rápidos dentro da rede social, quando comparado, por exemplo, com as sociabilidades no espaço real.

Apesar de perceber a atuação de outros perfis que trabalham com legendas grandes e conteúdos densos e também desempenham boas métricas. Isto deve ser levado em consideração na construção do propósito de um perfil no Instagram.

Foram expressivas métricas com 19 curtidas, 11 comentários, 02 salvos e 05 compartilhamentos nesta publicação, dado que este eixo foi o que menos performa em publicações feitas e em métricas quantificáveis no perfil. Todos os comentários foram positivos sobre o conteúdo, sendo que a maioria dos usuários participavam ou já conheciam o projeto social apresentado. Notadamente este contato trouxe uma quantidade de usuários que em maior eram relacionados ao projeto Ajuda Timon e em menor quantidade aqueles usuários que estiveram diretamente interessados no perfil da Rede. A publicação também abre

oportunidade para descrever o começo do delineamento da proposta do Eixo de Interligação Social. A postagem foi uma das primeiras ao materializar o eixo.

FIGURAS 9 E 10: INTERAÇÕES NA PUBLICAÇÃO DO PROJETO AJUDA TIMON



FONTE: PRODUZIDO PELA AUTORA (2023).

Cabe dizer que o projeto social Ajuda Timon é simbólico por ser um dos primeiros projetos a aceitarem uma divulgação no perfil, pois nem todos obtiveram um retorno ao entrar em contato, a maioria por mensagem direta. Percebi que alguns projetos sociais já não atualizavam com frequência o perfil com atividades, mobilizações e ações, o que abre uma lacuna sobre a volatilidade de perfis sociais que atuam no Piauí.

Já com relação a delimitação territorial do Piauí, esta publicação também permite analisar a possibilidade de

abranger outros espaços, ainda que se tenha a necessidade de focar nas faces e interfaces comunicacionais do território piauiense.

Decidi publicar outros pedidos fora do eixo piauiense pois, ao trabalhar com a temática de ajuda e apoio ao próximo, fechar os olhos para um pedido seria uma atitude egoísta.

Certamente uma publicação não aumentaria o número de famílias que poderiam ser acolhidas pelo projeto, mas contribuiria para dar visibilidade e inclusão de novos voluntários e doadores do projeto.

Entendi que ao divulgar um projeto eu poderia estar não somente aumentando conexões com a Rede, mas também ampliando cada vez mais as correntes solidárias espalhadas pelo mundo. Nesta primeira fase, a Rede abriu espaço para pedidos vindos do Pará e do Maranhão.

Um deles em especial foi a de um enfermeiro que constantemente aparecia no *feed* a Rede. Trata-se do profissional da saúde Fabiano Costa que era residente e atuava no município de Urbano Santos, no Maranhão. Depois da apresentação inicial que utilizei em quase todas as conversas ao introduzir-me como estudante de Jornalismo da UESPI, percebi que o relato do enfermeiro poderia ser divulgado onde o mesmo autorizou a veiculação de suas falas.

O profissional de saúde apresentou uma visão complexa da realidade de um enfermeiro que, à época, estava na linha de frente do combate a pandemia, onde evidencia um apelo para que a sociedade olhe para a atual situação com mais conscientização das atitudes, pois mesmo com as medidas de proteção adotadas na sociedade, o avanço da vacinação e a crescente diminuição da transmissão do vírus, a pandemia ainda não havia findado. E ele, enquanto

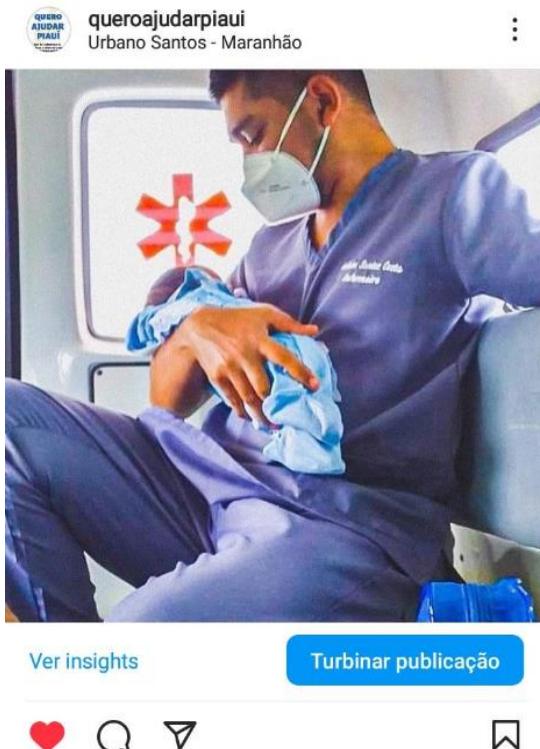
profissional da saúde, passava por inúmeros anseios referentes a pressão psicológica, o constante cuidado e o medo de contaminar familiares idosos e parentes próximos.

A riqueza do seu relato também mostrou o receio do enfermeiro quanto a possibilidade de colapso do sistema de saúde, já que os hospitais não conseguiam comportar a quantidade de pessoas infectadas pela COVID-19. Restava aos profissionais o desafio de atuar e notadamente ajudar o próximo diante de tantas contaminações e mortes. A publicação obteve 39 curtidas, 06 comentários, 03 salvos e 14 compartilhamentos. Destaco que o desafio na publicação foi resumir em poucas e assertivas palavras toda a conversa que tive com o enfermeiro, mais do que isso, entender a lógica de uma publicação que primeiramente atrai o usuário pela imagem e em um segundo momento, o usuário identifica e possivelmente lê o que está na legenda. Em alguns casos, quando a legenda é maior, a própria rede social automaticamente diminui o campo de visualização do texto, que limita o complemento da publicação.

Em alguns casos é quase impossível resumir em poucas palavras um tema tão denso e necessário, como é o caso do relato do enfermeiro. Optei por iniciar com uma frase curta, chamativa e que utilizei *emojis*. Escolhi utilizar as falas diretas do enfermeiro que foram colocados em parênteses, pois seu relato aproximava um contato maior com o usuário, meu papel era apenas conduzir a narrativa escrita de modo a colocar espaços entre os parágrafos, já que é uma técnica que busca tornar o texto menos cansativo aos olhos dos usuários. Na lógica da construção de conteúdos para as redes, entender do contexto de imediatismo e a dinâmica do tempo é essencial para escolher quais narrativas fazem sentido para um determinado tipo de conteúdo. Em síntese, é

como manter uma estética/padrão agradável em textos científicos, com o uso da ABNT, ou selecionar a diagramação ideal para a impressão de um livro, por exemplo.

FIGURA 11: ENFERMEIRO DE URBANO SANTOS



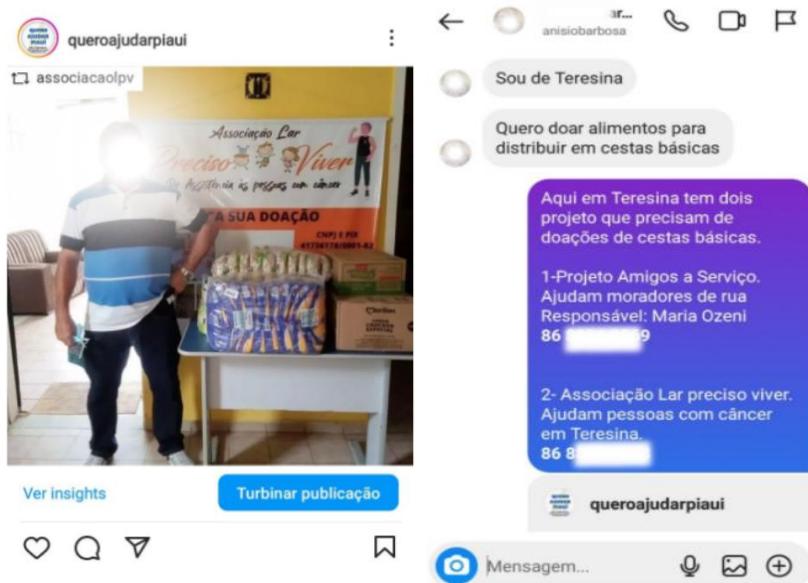
FONTE: PRODUZIDO PELA AUTORA (2023).

Uma lição tirada da publicação foi que a imagem e a legenda trabalham entrelaçadas e que uma depende da outra para atingirem os objetivos propostos. Talvez uma “chame a atenção” (a imagem) e a outra “conquiste” (a legenda). Talvez, também, esteja neste casamento o desafio do profissional que trabalha com as redes sociais.

Para contemplar a construção do Eixo de Ações Solidárias, uma publicação em especial materializou meu desejo de interligar pessoas ou instituições que precisavam de ajuda com pessoas ou instituições que estariam dispostas a ajudar.

O caso retratado nas experimentações foi o da iniciativa de um usuário em específico que procurou a ajuda da Rede Quero Ajudar Piauí a fim de doar alimentos não perecíveis para alguma instituição que necessitava. Prontamente atendi a mensagem enviada pelo Instagram informando as organizações que atuavam em Teresina e que estavam recebendo a doação. Após alguns dias do diálogo, vi uma publicação do projeto social agradecendo a doação do usuário em específico que entrou em contato com a Rede.

FIGURAS 12 E 13: PUBLICAÇÕES DA DOAÇÃO DE ALIMENTOS



FONTE: PRODUZIDO PELA AUTORA (2023).

Fiz o *repost* da publicação e metricamente obteve pouca interação com apenas 09 curtidas, 02 salvos, 01 compartilhamento e nenhum comentário, sendo atingido uma média de mais de 70 usuários.

A publicação expande o debate do entrelaçamento entre virtual e real. Ambos não estão desvinculados e prova disto foi construir a Rede que possibilitou desenvolver sociabilidades mais solidária que perpassam o ambiente virtual e pode atingir positivamente as organizações que de fato atuam promovendo ações solidárias na sociedade.

A postagem também foi o começo do meu entendimento de mediação, pois era algo esperado que uma Rede faça a interligação dos pedidos de ajuda. Meu desejo era poder construir um perfil no Instagram inspirado no Razões Para Acreditar. Um perfil que utiliza o Instagram e o site para promover a divulgação, bem como retorno de pedidos de ajuda vindos de todo território nacional. Assim, nesta primeira fase compreendi que existe uma potencialidade na análise das métricas que o Instagram consegue fornecer para o criador do perfil. Construir a Rede também oportuniza criar laços de conexões mais fortes entre os usuários, que perpassam o ambiente virtual.

Na construção entre a primeira e a segunda fase houve momentos em que a Rede não foi atualizada constantemente, o que impactou nas métricas de interações do perfil.

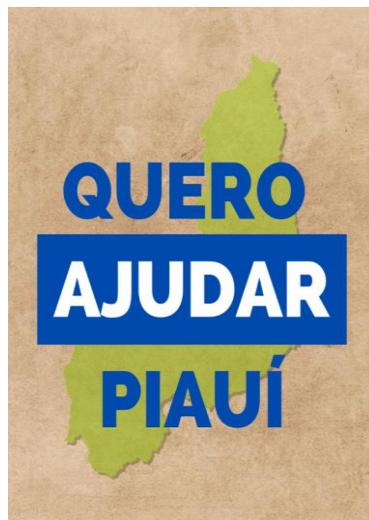
Foi uma perda média de 100 seguidores e o alcance que caiu em torno de 10.000 a possibilidade de interações com os usuários.

Nesta segunda fase houve uma diminuição de publicações, o que também explica a baixa interação. Foram 84 posts, 743 curtidas, 32 comentários e 63

compartilhamentos. Com relação aos eixos, apenas o de Interligação Social não fez parte desta fase, pois estive focada em encontrar ações solidárias e estas eram feitas por projetos ou instituições já conhecidas e divulgadas no perfil. Ao longo do tempo isto se mostrou uma lacuna por não continuar uma espécie de mapeamento dos projetos sociais no Piauí.

A segunda fase foi marcada por algumas interações, mas essencialmente pelas novas experimentações em suas diversas possibilidades de formas e formatos. A identidade visual foi uma demanda testada na segunda fase. Experimentei modificar alguns pontos que poderiam visualmente atrair o olhar do público. Foram mudanças sutis na logo da Rede, mas igualmente essenciais na contribuição do posicionamento que se pretendia adquirir junto aos usuários do Piauí.

FIGURAS 14 E 15: IDENTIDADE VISUAL DA REDE QUERO AJUDAR PIAUÍ



FONTE: PRODUZIDO PELA AUTORA (2023).

O mapa do Piauí, que foi uma característica utilizada desde a construção da Rede, permaneceu na identidade visual, mas apenas com o ajuste da cor verde com sombra no mapa que causa um destaque, com o fundo de cor e textura marrom simulando o papel muito associada a natureza, a agricultura e atividades ao ar livre. Permaneceu o azul das letras por acreditar que já identificava a Rede, bem como o nome “Quero Ajudar Piauí” que permaneceu com o alinhamento centralizado e a fonte chamada de *Raleway Heavy*.

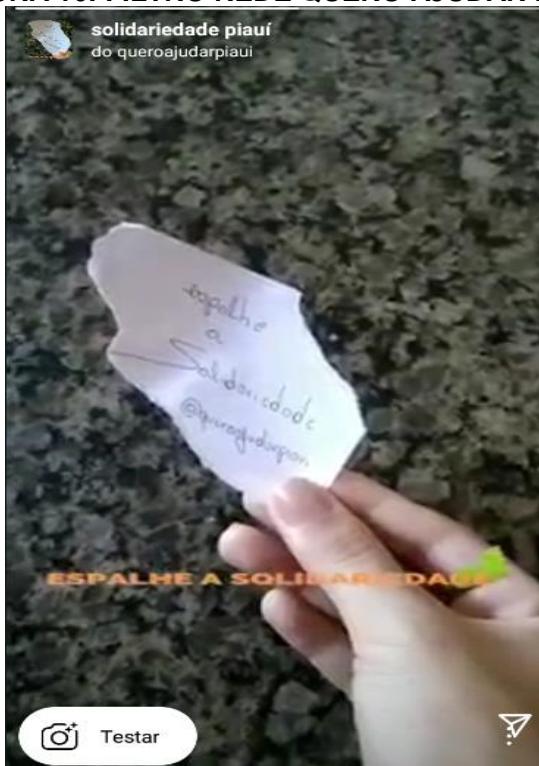
Conclui que a mudança da identidade visual é necessária para todos os projetos, instituições e empresas que atuam no digital, mas isto deve estar alinhado ao caminho que se deseja construir. A mudança também marca um novo momento da Rede dentro do Instagram que já possui uma bagagem interativa com os atores.

Além disso, a atuação no segundo momento tive como intuito gerar vínculos de pertencimento com a Rede. Pensando nestas interações, criei um filtro personalizado da Rede Quero Ajudar Piauí. O filtro é uma tecnologia de realidade aumentada que modifica uma determinada imagem e tem como objetivo interagir entre o ambiente virtual e o físico.

Em artigo para a Revista Elle¹⁵, a jornalista Natália Eiras apresenta o parâmetro dos impactos do surgimento dos filtros do Instagram na sociabilidade feminina através do aspecto da pressão estética gerada por estes filtros de embelezamento que ficou amplamente popularizado na rede social. Apesar do debate, o filtro segue sendo amplamente utilizado pelos usuários no Instagram.

¹⁵ Disponível em: <https://elle.com.br/beleza/filtros-instagram-nos-deixam-iguais-2>. Acesso em: 21.abr.2023.

FIGURA 16: FILTRO REDE QUERO AJUDAR PIAUÍ



FONTE: PRODUZIDO PELA AUTORA (2023).

O filtro está condito a frase “Espalhe a Solidariedade” com a mesma imagem do mapa do Piauí que está na logo da Rede. Apesar da proposta de interagir com os usuários, o filtro do perfil não obteve uma visibilidade significativa, já que este foi uma das últimas ferramentas de interações experimentadas. A plataforma Meta Spark Hub, que é de domínio da empresa Meta, mostrou as métricas do filtro onde houveram apenas 02 impressões e 12 usuários que abriram o efeito na câmera. Constatei com esta experimentação que não é somente apenas publicar o filtro, mas construir estratégias que potencializem a utilização do mesmo. Algo que

notadamente faltou nas minhas experimentações com a ferramenta do filtro.

Já a segunda experimentação utilizei a ferramenta de guia disponibilizada pelo Instagram. A guia é um recurso que pensei para organizar em um único lugar as publicações que indicam projetos sociais do Piauí que a Rede havia divulgado, bem como seus respectivos pedidos de ajuda.

FIGURA 17: GUIA DA REDE QUERO AJUDAR PIAUÍ



FONTE: PRODUZIDO PELA AUTORA (2023).

Tal ferramenta surgiu de uma necessidade ao ver usuários solicitando indicações, como bem retratado na primeira fase da Rede. Percebi que esta ferramenta foi um

avanço importante nas mediações que já aconteciam entre a Rede e os atores sociais envolvidos. Ao utilizar o recurso, fiz uma curadoria ao selecionar apenas quatro indicações de perfis sociais no perfil, além disso, a guia é estruturada para desenvolver uma história, algo parecido como os blogs utilizados nos anos 2000. Segundo as análises de Raquel Recuero (2009), especificamente no ano de 2008, os blogs são utilizados pelo seu poder de mobilização em acontecimentos como a campanha presidencial entre os candidatos Barack Obama e John McCain nos Estados Unidos e no Brasil houve um apoio digital em solidariedade com informações sobre as catástrofes naturais que estavam acontecendo em Santa Catarina.

A linguagem ocupou o papel de um condutor da narrativa da guia criada, assim, a estratégia de *storytelling* foi utilizada ao trazer uma descrição fluida, com pouco texto e escolha de palavras informais utilizadas no cotidiano regional. A proposta é ser mais prático, simples e acessível para o usuário que desejavam alguma indicação. Os projetos selecionados foram o projeto “Amigos a Serviço”, “Sopa Solidária”, “Projeto ReAmar” e “ONG Mundo Colorido”. Acima de cada publicação é colocado a opção de título e uma breve descrição. Ambas foram utilizadas para colocar o nome do projeto social no título e a descrição apresentou brevemente sobre o projeto social e o respectivo pedido de ajuda.

Fato que torna a segunda fase emblemática está relacionado às experiências prévias da primeira fase. Ou seja, de tudo o que já se entendia de uma Rede de Solidariedade, dos conhecimentos adquiridos com pessoas que dedicam a vida pela causa social e das diversas pessoas que já atuam no Instagram. Por este motivo, optei essencialmente por utilizar o *repost* que é uma técnica de republicação de

conteúdos que já existe no Instagram. O formato de publicação foi utilizado sem, no entanto, deixar de construir algumas publicações, como foi feito em maior proporção na primeira fase de experimentações da Rede. Vale documentar que tive um período de bloqueio criativo decorrente do cansaço mental e conseqüentemente físico nas atividades que conciliava também como produtora de conteúdo para as mídias sociais. A produção de conteúdo no Instagram exigiu tempo e criatividade necessária e após um ano o desafio era pensar em conteúdos inovadores voltados para a temática solidária.

A ideia de inovação vai além do aspecto voltado a tecnologia. Inovar foi essencialmente a tentativa de buscar soluções diferenciais para trabalhar com a temática solidária, tendo consciências de todas as implicações postas no debate do acesso à internet, dispositivos móveis e o próprio território piauiense.

Minha proposta no momento era tornar a ideia de inovação um processo palpável para as experimentações sociais, notadamente com as limitações encontradas na rede social Instagram de formato e da arquitetura dos algoritmos que já estavam segmentas para o público de interessados pela temática na segunda fase. Nesse sentido, o processo de planejamento e construção de conteúdo foi criado de forma lúdica, com temas flexíveis e outras abordagens para uma mesma temática, o que foi atenuando o processo de bloqueio criativo e focando na constância do perfil.

Acredito que estes dois fatores referentes ao bloqueio criativo e as publicações em *repost* conduziram as experimentações de modo a manter a constância e mostrar que existiam usuários que já divulgavam seus pedidos de ajuda, suas ações em projetos sociais, organizavam diversas

mobilizações e possuíam perfis com bastante visibilidade no Instagram.

Foi um momento de reflexão onde questionei qual era o real papel da Rede diante de perfis que possuíam visibilidade, dado a possibilidade da internet de uma comunicação horizontalizada onde os usuários podem ser os próprios autores de causas solidárias.

Ao longo do tempo percebi que a Rede poderia se juntar a essa diversas vozes no digital que espalham a esperança no período da pandemia.

Uma publicação que demonstra essa mudança de percepção foi a de um *repost* do perfil pessoal de uma professora universitária que pedia ajuda financeira para os custos do tratamento de sua esposa que foi diagnosticada com uma doença rara.

FIGURA 18: PUBLICAÇÃO AJUDE NOSSA JUJU



FONTE: PRODUZIDO PELA AUTORA (2023).

As métricas mostraram que a publicação não obteve um retorno favorável. Foram apenas 04 curtidas, não tiveram comentários e compartilhamentos em um total de 44 contas alcançadas que em sua maioria eram de seguidores do perfil.

O que chama atenção nesta publicação em específico é que o pedido foi repetidamente publicado em diferentes momentos da Rede. O pedido da professora foi o mais incidente, mas percebi que outros pedidos de ajuda já haviam se repetido no perfil como o da dona Maria Alzenira que pedia ajuda com os custos da cirurgia para colocar uma prótese no osso do quadril, já que o desgaste no osso foi decorrente das quimioterapias feitas no tratamento de um câncer de mama. A mesma esteve constantemente mandando mensagens diretas para a Rede pedindo ajuda e todo o possível era feito para acolher a solicitação no perfil.

A Rede também repetiu o pedido ajuda do jogador Matheus que pedia apoio financeiro para arcar com os custos nas competições de futebol de nanismo.

Entendi, a partir destas inferências decorrentes das experimentações que a necessidade de se fortalecer uma rede de solidariedade é urgente dentro da sociedade que tende a estar produzindo e reproduzindo relações líquidas, como atesta Zygmunt Bauman (2007).

A cultura líquido-moderna não se percebe mais como uma cultura do aprendizado e do acúmulo, como as outras registradas nos relatos de historiadores e etnógrafos. Parece, em vez disso, uma cultura do desengajamento, da descontinuidade e do esquecimento (BAUMAN, 2007, p. 84).

Eu, enquanto netnógrafa, registro que as atitudes solidárias próprias do período pandêmico são decorrentes de

uma cultura líquido-moderna, como define Bauman (2007), e que esta tende a passar pelo processo de esquecimento a medida em que outra problemática entra em debate. Prova disto é a diminuição do agendamento desta temática na sociedade a partir do momento que existe uma diminuição dos casos de COVID-19, a flexibilização das medidas de isolamento e proteção, a volta da atividade econômica do país.

Ou seja, neste segundo período analisado pouco se fala sobre ajudar o próximo. O tema fica restrito, portanto, a pessoas/instituições, momentos ou nichos específicos.

Michael Maffesoli (2010) atesta que estas restrições formam tribos com interesses e propósitos em comum. O autor também destaca que estas socialidades nos torna mais solitários, mas isto não significa viver de maneira isolada. Ele identifica que vivemos como “celibatários” por conta da necessidade de pertencimento a determinados grupos.

[...] assim como existem verdades sucessivas nas relações amorosas, e como a ciência se constrói a partir de aproximações seqüenciais, podemos imaginar uma participação nessas diversas “formas” de socialidade que seja uma participação diferenciada e aberta. Isso tornou-se possível graças à rapidez do circuito oferta-procura, inerente ao procedimento informático (MAFFESOLI, 2010, p. 225).

Seus apontamentos são fundamentais para a pesquisa, já que ele argumenta que todas estas mudanças são consequência das socialidades desenvolvidas através das novas tecnologias. Portanto, as atitudes solidárias aqui retratadas estão intimamente ligadas ao contexto de pertencimento das redes sociais no cotidiano dos atores envolvidos.

Uma publicação que esteve intimamente ligada ao momento vivido foi um *repost* do perfil @dceufpi sobre a campanha solidária em prol da família da Janaína Bezerra. A estudante de Jornalismo Janaína Bezerra foi estuprada e assassinada dentro da Universidade Federal do Piauí (UFPI) por um estudante da mesma instituição.

FIGURA 19: PUBLICAÇÃO DA CAMPANHA SOLIDÁRIA DE JANAÍNA BEZERRA



FONTE: PRODUZIDO PELA AUTORA (2023).

A comoção do caso foi nacional dado a brutalidade do acontecimento e o debate sobre o feminicídio estar em pauta na mídia. Estive durante todo o momento comovida com o

caso devido à proximidade do ocorrido. Eram amigos em comum, desejos parecidos e sonhos compartilhados com a estudante. Experimentei em diversas vezes a publicação do pedido no story com as referidas informações para ajudar os familiares da vítima. A atualização do story sobre o caso foi uma forma de relembrar o pedido na medida que o acontecimento gerava debate e comoção na rede social e na mídia.

Na publicação foram obtidas 80 curtidas, 01 comentário, 12 salvos e 11 compartilhamentos. Foram mais de 7.000 contas alcançadas onde a maioria eram de não seguidores do perfil. De maneira geral, grande parte das interações eram de usuárias mulheres jovens de até meia idade. Uma pequena parte é formado pelo público masculino. O que reforça o poder de conexão entre usuárias com a referida temática solidária.

Ou seja, a postagem ganhou visibilidade devido ao momento de repercussão do tema, pois muitos perfis estavam compartilhando a mesma campanha de iniciativa dos próprios estudantes da instituição para ajudar financeiramente a mãe de Janaína Bezerra.

As estratégias aplicadas também contribuíram para o alcance da temática e com o público que dialogava com a pauta.

Dado o entendimento de que as publicações que convergem com o contexto tendem a fornecer expressivas métricas, escolhi dialogar sempre com o que estava acontecendo no cenário nacional e regional. Para uma publicação em específico, utilizei a ferramenta de *collabs* que é quando uma postagem é produzida em parceria com outro perfil, no caso a Rede fez parceria com o Hemocentro do Piauí.

Neste tipo de publicação conjunta, ambos perfis possuem a oportunidade de alcançar novos usuários. É uma proposta criada pelo Instagram no final de 2021¹⁶ para aumentar a visibilidade do perfil de maneira orgânica, já que muitos perfis utilizam da monetização do conteúdo para alcançar mais usuários nas publicações.

Vale dizer que optei por produzir todas as experimentações sem monetizar nenhum conteúdo publicado. Diante da ideia, conversei com a assessoria de comunicação do Hemopi e obtive retorno positivo sobre a possibilidade de fazer uma publicação em colaboração com a instituição pública do estado.

A publicação foi sobre o carnaval solidário, período em que naturalmente existe uma demanda maior de doação de sangue nos hemocentros de todo o país.

No período do carnaval, o Hemopi já utiliza algumas estratégias de marketing nas campanhas de doação de sangue e a Rede foi recebida como uma potencializadora de informação desta campanha de ação solidária.

Percebi, portanto, que a pauta sobre a solidariedade foi direcionada ao debate e ao engajamento na medida que surgem os agendamentos de datas comemorativas como é o caso do período de carnaval.

A publicação obteve 19 curtidas, 03 compartilhamentos e nenhum comentário. Foram mais de 100.000 contas alcançadas das quais são compostas majoritariamente por não seguidores da Rede.

¹⁶ Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/opiniaio/collabs-do-instagram-veio-para-revolucionar-a-relacao-entre-publico-e-marcas>. Acesso em: 21.abr.2023.

FIGURA 20: PUBLICAÇÃO EM PARCERIA COM O HEMOPI



FONTE: PRODUZIDO PELA AUTORA (2023).

Tudo isso prova o aumento da visibilidade para outros usuários com a utilização da ferramenta de *collabs*, além do perfil do Hemopi ter visibilidade no Piauí, a parceira notadamente contribuiu para o alcance da Rede em outros municípios que até então a Rede sozinha não conseguia. Houve um aumento de seguidores, mas sem mudanças significativas do perfil de usuários da Rede, principalmente porque a doação de sangue e tecidos tem sido, nos últimos anos no Piauí um ponto nevrálgico em termos de mobilizações. Ao produzir a arte e a legenda, prezei pelo aspecto didático sobre a mensagem que desejava passar.

O conteúdo deve o cunho informativo sobre a doação de sangue que acontecia em Teresina em horários especiais onde destaquei os dias e horários que o Hemocentro de Teresina abriria. Além disso, informei que os demais hemocentros do Piauí (em Picos, Parnaíba e Floriano) não estariam abertos para a doação, apenas para a produção e distribuição de hemocomponentes.

Uma publicação que desvia do aspecto mais informativo e volta para a aplicação da estratégia de *storytelling* foi uma postagem em formato reels no perfil da Rede. O *storytelling* é uma construção de narrativas utilizada por criadores de conteúdo para obter visibilidade no perfil.

Nas palavras de Beatriz Matos, João Costa e Mariana Andrade-Matos (2022), o *storytelling* é definido como “as histórias são tão fortes instrumentos de comunicação social, podendo ser vistas como uma forma de que os indivíduos encontram para explicar o mundo para os outros, exercendo papel crítico na sociedade” (ANDRADE-MATOS; COSTA; MATOS, 2022, p. 4). No vídeo busquei imagens de apoio e narrei em primeira pessoa um pouco da história da jovem e seu pedido propriamente dito. Foram mais de 07 curtidas, 04 compartilhamentos entre os usuários e não obtive comentários na publicação. O alcance geral foi de uma média de 200 perfis atingidos pelo pedido.

A jovem da qual estava retratando possui câncer de ovário. Devido a não resposta que seu organismo estava dando as quimioterapias, os tumores cresceram e estavam prejudicando os órgãos do intestino. Seu pedido era para realizar uma cirurgia de retirada dos tumores. Após a corrente de solidariedade que se formou em prol da jovem, a mesma fez um vídeo que foi repostado pela Rede agradecendo as diversas pessoas que ajudaram nos compartilhamentos e ao

fim noticiou a concretização do pedido de ajuda que havia recebido o valor referente a execução da cirurgia.

FIGURA 21: PUBLICAÇÃO COM NARRAÇÃO EM PRIMEIRA PESSOA



FONTE: PRODUZIDO PELA AUTORA (2023).

Assim, a Rede esteve acompanhando e documentando todo o percurso da jovem até a concretização do seu pedido. Outro acompanhamento recorrente já abordado foi do pedido de ajuda da Juju, mas desta vez tive a infelicidade de informar o seu falecimento.

FIGURAS 22 E 23: HISTÓRIAS ACOMPANHADAS PELA REDE QUERO AJUDAR PIAUÍ



FONTE: PRODUZIDO PELA AUTORA (2023).

Ambos têm em comum o acompanhamento dos casos e ambos estão localizados em Teresina. Diante deste apontamento, percebi que trabalhar com o recorte territorial piauiense revela diversas complexidades que, apesar do notável avanço no acesso à internet, inclusão de dispositivos móveis e a relativa autonomia destes pedidos que em alguns casos os pedidos eram feitos por projetos sociais ou perfis pessoais dos respectivos municípios.

Dado o saldo das experimentações, identifiquei que não consegui abranger a divulgação de pelo menos um pedido de ajuda nos respectivos municípios que compõem o Piauí. Percebi uma centralização dos eixos dos pedidos de ajuda em Teresina, capital do Estado do Piauí. A Rede abrangeu apenas os pedidos de 31 municípios que compõem o território piauiense. Tal lacuna só reforça o desejo de

Prática netnográfica jornalística: o caso da rede Quero Ajudar Piauí

prosseguimento nos estudos como uma forma de revelar as diversas faces e interfaces comunicacionais frente aos avanços das tecnologias móveis no Piauí. Um território vasto de pessoas e iniciativas solidárias igualmente dignas de nota.

Considerações finais

O propósito da produção deste livro foi compreender como acontecem os processos de mediações comunicacionais e informacionais através do Instagram no debate sobre as questões solidárias em contexto da pandemia da COVID-19. O objetivo foi lançar luzes sobre as questões mediacionais inseridas em redes sociotécnicas, que nesta pesquisa utilizou o perfil @queroajudarpiaui como objeto de estudo. Tal experimentação revelou faces e interfaces de processos comunicacionais dignos de nota.

O problema de pesquisa foi respondido à medida em que as experimentações, ao se debruçar sobre a análise do objeto, permitem inferir que as mediações comunicacionais e informacionais estão intimamente relacionadas ao contexto de socialidade vivido, especificamente quando se fala das peculiaridades culturais, políticas e econômicas do ambiente.

Mediar significa ter domínio do entrelaçamento de propósitos e contextos, além de fundamentalmente entender que as formas e formatos de mediar tendem a modificam a medida em que os contextos sociais econômicos e políticos também decantam. O fenômeno da pandemia da COVID-19 foi prova disto, já que na primeira fase foi revelado traços de mobilizações solidárias mais engajadas com a ajuda e acolhida ao próximo.

Já a segunda fase houve menos agendamentos sobre a temática. A mediação esteve restrita a pequenos grupos de atores que dedicam boa parte das suas vidas em prol da causa social no Piauí. Mediar também revelou as complexidades de se trabalhar com o território piauiense, pois nem todos os municípios foram incluídos nas atualizações do

perfil devido à dificuldade de entrar em contato com estes atores. Em alguns casos os pedidos eram mediados por outras pessoas que tinham acesso à internet, o que por si só revela as implicações do acesso a informação e a utilização de dispositivos móveis, mas igualmente a atitude de outros atores que são tocados pela vontade e o desejo de ajudar o próximo. Tal complexidade do território piauiense revela um dos hiatos da pesquisa, pois o encontro de pautas solidárias esteve restrito para apenas alguns municípios.

Ao propor uma ideia de mobilização sobre as questões solidárias, entendeu-se que o fator tempo era determinante para construir a própria ideia de mediar e conseqüentemente mobilizar estes atores e suas pautas, pois inicialmente não se entendia para quem mediar. No transcorrer das experimentações foram surgindo os atores que convergiam com o propósito solidário defendido pela Rede, ainda que neste desenvolvimento surgiram usuários que não convergiam com o debate proposto no perfil. O que mostra alguns aspectos imprescindíveis das redes sociais como o poder de difusão, mobilização e horizontalidade. O cenário analisado após os dois períodos de experimentações revela a construção de uma credibilidade que a Rede veio desenvolvendo com este grupo de usuários que tinham pautas em comum.

A mobilização das pautas só foi possível por conta das experimentações que foram alcançadas, tendo como parâmetro norteador os eixos temáticos de Interligação Social, Eixo de Reflexões e Eixo de Ações Solidárias. Estas definições foram fundamentais para construir uma linha editorial do que se pretendia abordar no perfil, mas com possibilidade de ajustes a medida em que surgiam possíveis necessidades. Os três eixos prevaleceram no primeiro

momento da pesquisa, já no segundo momento houve uma menor incidência da construção do Eixo de Interligação Social. O motivo é atribuído ao entendimento de que os grupos que praticam a solidariedade no Piauí já se reconheciam, como também reconheciam suas necessidades. Conclui-se que esta é uma lacuna que a pesquisa abriu ao diminuir este mapeamento de pessoas e instituições que promovem a solidariedade no Piauí.

Ao vivenciar estas experimentações, um conceito fundamental para entender as dinâmicas sociais em redes digitais foi o de rede sociotécnica, pois ele está intimamente ligado a contemporaneidade e as bases tecnológicas fornecidas pelas TICs.

O entendimento de rede sociotécnica possibilitou ampliar o olhar para experimentar as diversas faces multimidiáticas possíveis dentro do Instagram, o que conseqüentemente ampliou as conexões entre os atores que são seres totalmente heterogêneos. Afinal, rede sociotécnicas consideram a atuação de humanos e não humanos na dinâmica das redes.

Entender este conceito foi necessário para analisar as métricas fornecidas pela rede social, bem como as impressões da pesquisadora. Este entrelaçamento revela uma lição fundamental para a medição jornalística.

Conclui-se que o profissional deve romper com a ideia de separação entre humanos e não humanos, as métricas e as impressões pessoais, o online e o off-line, o real e o digital. Todos estão entrelaçados, alguns com suas particularidades mais evidentes e outros menos explícitos. Mas é essencialmente entender que ambos constituem a humanidade e suas socialidades. Este, portanto, reflete o papel desafiador do mediador jornalista deste tempo.

O aspecto netnográfico foi agregador para as experimentações devido aos relatos da pesquisadora que foram documentados e sistematizados na presente pesquisa.

O caminho metodológico foi escolhido à medida que foi identificando que não se conseguiria separar a pesquisadora do objeto estudado, pois em diversos momentos, como na escolha da identidade visual, estratégias, planejamentos de conteúdo e uso das ferramentas do Instagram, o contato esteve estabelecido.

Vale salientar também as dificuldades de constância nas publicações, dificuldade de contato com as diferentes regiões do Piauí e desafios na checagem de informações fizeram parte de relatos das experimentações netnográficas. Além de pontuar algumas falhas no se se refere ao relato de cansaço da pesquisadora na segunda fase das experimentações, já que é possível perceber a constante necessidade de inovação, o que não significa necessariamente criar novas formas de conteúdo, mas sim entender o processo de resignificação dos temas e abordagens solidárias. Deste modo, a produção de conteúdo para as redes sociais exige de profissionais da comunicação uma maior criatividade e constância.

Assim, todas as experimentações estiveram apropriadas ao caminho metodológico que se traçou sob o espectro do pesquisador participante. Isso também justifica a utilização do Trello, já que não era uma das prerrogativas tratadas na netnografia, mas sim uma escolha pessoal de organização, pois já se tinha domínio da ferramenta e ao longo das fases a estratégia se mostrou eficaz.

Pode-se concluir que alguns aspectos da construção de uma pesquisa netnográfica foram modificados para além das conclusões do objeto, dentre eles está o aspecto pessoal

que foi modificado através do agendamento de pautas solidárias onde necessitou uma mudança de estratégia de conteúdo ao relacionar desafios do cotidiano com a temática solidária, delas surgiram publicações como o do enfermeiro do município de Urbano Santos, no Maranhão, e a divulgação do projeto social Ajuda Timon. Deve-se inferir que alguns temas eram também íntimos e exigiram um contato maior entre pesquisadora, objeto e demais atores, como foi o caso da Janaína Bezerra, ajuda a Juju, ajuda da Maria Alzenira e do jogador Matheus.

Já o aspecto profissional foi impactado com a percepção da existência de outras variadas formas de mediar no ambiente digital, especificamente na rede social, além disso a contribuição que o entendimento de rede sociotécnica no exercício do jornalismo deste tempo e espaço.

A utilização de uma análise orgânica das métricas da Rede deu-se pela disponibilidade da pesquisadora, mas principalmente por considerar que as inteligências ainda possuem algumas limitações no papel de facilitadores da atuação no digital. Os mecanismos tecnológicos ainda não dão conta de traduzir toda a subjetividade humana, inseridas em um dado momento histórico ainda recente para os humanos e para as máquinas. Adaptar-se a este meio ainda continua sendo um desafio não só do jornalista, mas de diversos comunicadores solidários que utilizam dos meios, notadamente os digitais, para promover e fomentar ações solidárias no Piauí.

Por fim, o aspecto humano foi modificado por conta do contato com diversos recortes de gênero, étnico-raciais e regionais que expandiram o olhar para as conexões e estranhamentos entre os atores no ambiente digital, pois foram diversas realidades apresentadas, em contextos

diferentes, em fases que demandavam maior cuidado no trato das informações, bem como apuração das mesmas, e outros momentos que demandavam cautela, paciência e compreensão, pois apesar de ter domínio sobre as experimentações da Rede, boa parte das reações dos atores não eram previsíveis, o que exigiu preparo e certo afastamento emocional necessário entre a pesquisadora e a Rede.

Conclui-se que, a lição essencial desta pesquisa foi a capacidade de difusão de uma comunicação solidária, através da horizontalidade com que as redes promovem a autonomia de atores na divulgação dos seus diversos pedidos de ajuda. Foi no âmbito digital que estes atores encontram outras vozes que convergem e se constituem enquanto grupos com mobilizações e práticas solidárias. Estes, portanto, são aspectos da nova socialidade solidária no território piauiense.

Referências

ADGHIRNI, Zélia; MORAES, Francilaine. **Jornalismo e democracia: o papel do mediador**. Brasília: E-Com-pós, v. 14, n. 2, 2011, pp. 1-16.

AGÊNCIA BRASIL. **Covid-19 não acabou e vacinação segue fundamental, alerta ministra**. Disponível em: <https://encurtador.com.br/fqHV0>. Acesso em: 07.mai.2023(a).

AGÊNCIA BRASIL. **Mais de 69 milhões não tomaram 1º dose de reforço contra Covid-19**. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2022-11/mais-de-69-milhoes-nao-tomaram-1a-dose-de-reforco-contr-covid-19>. Acesso em: 21.abr.2023(b).

ALVES, Marcelo Paraíso; MARTINS, Cassio; RIBEIRO, Sandro Jorge Tavares. **Democracia “com” o digital, rede sociotécnica na cibercultura e a formação de professores de educação física/educadores ambientais**. Palmas: Revista Humanidades & Inovações, v. 9, n. 08, 2022, pp. 230-240.

AMARAL, Adriana. **Autonetnografia e inserção online: o papel do pesquisador-insider nas subculturas da Web**. São Paulo: Anais do XVII Encontro Anual da Compós, 2008.

AMARAL, Adriana; FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

AMARAL, Adriana; NATAL, Gregória; VIANA, Lucina. **Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital**. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/228348589_Netnografia_como_aporte_metodologico_da_pesquisa_em_comunicacao_digital. Acesso em: 21.abr.2023.

ANDRADE-MATOS, Mariana Bueno de; COSTA, João Henrique de Paiva; MATOS, Beatriz Gondim. **Dos grãos às telas: o poder do storytelling na comunicação em redes sociais de empresas de chocolate bean to bar no Brasil**. Belo Horizonte: Marketing & Tourism Review, v. 7, n. 01, 2022, pp. 01-39.

ANTUNES, Cátia. **História da análise de redes e a análise de redes em história.** Porto: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, v. 2, n. 01, 2012, pp. 10-22.

AQUINO, Mateus Marques; JUNQUEIRA, Eduardo Santos. **Diálogos em fluxos em fóruns generalistas da internet:** ações de trocas e aprendizagens em redes sociotécnicas. Rio de Janeiro: Revista Periferia, v. 14, n. 03, 2022, pp. 242-264.

ARAÚJO, Wilian Fernandes; JACQUES, Janderson Pereira. **Pessoas negras seguindo pessoas negras:** dinâmica das identidades no Black Twitter brasileiro. Rio de Janeiro: Revista Eco-Pós, v.25, n. 03, 2022, pp. 158-177.

ARCE, Tacyana; ALZAMORA, Geane; SALGADO, Tiago Barcelos Pereira. **Mediar, verbo defectivo:** contribuições da teoria Ator-Rede para a conjugação da mediação jornalística. Salvador: Revista Contemporânea: Comunicação e Cultura, v. 12, n. 3, 2014, pp. 495-511.

BARBOZA, Douglas Ribeiro. **A violência organizada e institucionalizada nas estruturas de poder:** processo de fascistização no Brasil da Era Bolsonaro. Rio de Janeiro: Revista Agora, v. 33, n. 02, 2022, pp. 01-34.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BENETTI, Pedro Rolo; DUARTE, Daniel Edler. **Pela Ciência, contra os cientistas?** Negacionismo e as disputas em torno das políticas de saúde durante a pandemia. Porto Alegre: Revista Sociologias, ano 24, n. 60, 2022, pp. 98-138.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **A rede de solidariedade, ação e esperança entre profissionais da área de saúde na atuação e combate à COVID-19 no Piauí por meio do Instagram.** Rio de Janeiro: Revista Trama, v. 10, n. 01, 2020(c), pp. 65-81.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **Convergência entre Whatsapp e Instagram para a conscientização sobre a COVID-19:** o caso da Rede Piauí Sem Covid. Curitiba: Revista Uninter de Comunicação, v. 09, n. 16, 2021, pp. 28-37.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **O Reels como instrumento de incentivo à vacinação contra a pandemia.** São Luís: Revista Cambiassu, Estudos em Comunicação, v. 17, n. 29, 2022, pp. 102-119.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **Quem cuida de quem cuida?** As redes sociais em tempos de combate à pandemia da COVID-19 contra as fake news. O caso do Instagram e do WhatsApp da Rede de Solidariedade de Segurança do Trabalho no Piauí. Santa Cruz do Sul: Revista Rizoma, v. 8, n. 1, 2020(a), pp. 165-184.

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).

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho; CUNHA, Yasmim Hellen. **A mediação de informação contra a pandemia da COVID-19 via netnografia.** A gente dentro da *Rede Piauí Sem Covid* no Instagram. Uberlândia: Revista Paradoxos, v. 7, n. 2, 2022, pp. 138-153.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho; NUNES, João Pedro Pereira. **A cobertura webjornalística da Rede de Combate à Covid-19 (Piauí Sem Covid) nos territórios de desenvolvimento piauienses.** Recife: Anais do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2021.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho; SOUSA Maria Clara Machado Rodrigues de. **Os impactos da Rede Piauí sem Covid no Instagram após a segunda onda da pandemia. A repercussão instagrámica das mediações em tempos de COVID-19.** João Pessoa: Anais do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2022.

BUTANTAN. **Retrospectiva 2021:** segundo ano da pandemia é marcado pelo avanço da vacinação contra a Covid-19 no Brasil. Disponível em: <https://butantan.gov.br/noticias/retrospectiva-2021-segundo-ano-da-pandemia-e-marcado-pelo-avanco-da-vacinacao-contra-covid-19-no-brasil>. Acesso em: 21.abr.2023.

CNN BRASIL. **Brasil bate recorde com 2.286 mortes por Covid-19 em 24 horas.** Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/covid-19-no-brasil-10-3-2021/>. Acesso em: 21.abr.2023(a).

CNN BRASIL. **China entra em “novo estágio” para controle da Covid, diz oficial após protestos.** Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/china-entra-em-novo-estagio-para-controle-da-covid-diz-oficial-apos-protestos/>. Acesso em: 21.abr.2023(b).

CARBONI, Davi; FERRARO, José Luís Schifino; VARGAS, Jackson Luís Santos de. **Análise do Discurso e (N)etnografia:** revisando a literatura do campo educacional. Blumenau: Revista Atos de Pesquisa em Educação, v. 17, n. 01, 2022, pp. 01-17.

CARVALHO, Ingrid Aline. **A rede sociotécnica na formação de professores de ciências da natureza, matemática e suas tecnologias/física.** Florianópolis: Dissertação apresentada ao programa de pós-graduação em Educação Científica e Tecnologias da Universidade Federal de Santa Catarina, 2007.

CARVALHO, João Noé Alves de; MENDONÇA JÚNIOR, Francisco Carlos Guerra de. **Para além da lentidão:** influências das relações entre tempo e espaço no conceito de jornalismo etnográfico. Rio de Janeiro: Revista Eco-Pós, v. 25, n. 03, 2022, pp. 86-108.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** A era da informação: economia, sociedade e cultura volume I. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação.** São Paulo: Paz e Terra, 2021.

CAVALCANTE, Thaynara de Castro. **O impacto dos Digital Influencers no comportamento do consumidor por meio do Instagram.** Goiânia: Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Bacharelado em Administração da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2021.

CEBRIÁN, Juan Luis. **A rede.** São Paulo: Summus, 1999.

CEBRIÁN, Juan Luis. **O Pianista no Bordel**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

CETIC – Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. **TIC Domicílios 2019**. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf. Acesso em: 21.abr.2023(a).

CETIC – Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. **TIC Domicílios 2021**. Disponível em: https://www.cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2021_coletiva_imprensa.pdf. Acesso em: 21.abr. 2023(b).

CORRÊA, Elizabeth Saad; RAPOSO, João Francisco. **Curadoria de conteúdo na comunicação contemporânea**: muito além do Ctrl+C e Ctrl+V. Belo Horizonte: Anais do XI Congresso Científico de Comunicação, 2017.

COSTA, Marcos Antonio F. da; COSTA, Maria de Fátima. **Metodologia da pesquisa**: conceitos e técnicas. Rio de Janeiro: Interciência, 2001.

CORAZZA, Maria Júlia; FUJII, Rosangela Araujo; SCHNEIDER, Eduarda Maria. **Pesquisa quali-quantitativas**: contribuições para a pesquisa em ensino de ciências. São Paulo: Revista Pesquisa Qualitativa, v. 5, n. 9, 2017, pp. 569-584.

CUNHA, Yasmim Hellen. **O eu jornalista contra a pandemia**: rede Piauí sem Covid. Teresina: EdUESPI, 2021.

DICIONÁRIO AURÉLIO. **Significado da palavra Rede**. Disponível em: <https://apps.apple.com/br/app/aur%C3%A9lio-digital/id1444777162>. Acesso em: 21.abr.2023.

DICIONÁRIO MICHAELIS. **Significado da palavra Rede**. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/rede/>. Acesso em: 21.abr. 2023.

DOMINGOS, Bianca Siqueira Martins. **As potencialidades da netnografia na realização de estudo de caso ampliado transnacional em tempos pandêmicos**. São José dos Campús:

Anais do VI Seminário Programa de Pós-graduação em Planejamento Urbano e Regional da Univap – Universidade do Vale do Paraíba, 2021.

EDRAL, Adriana Bassini; GREGÓRIO, Amália Agatha JUCHEM, Marcelo. **“Nada contra, mas (...)”**: uma análise netnográfica do discurso de ódio sobre o beijo entre duas mulheres da novela Órfãos da Terra. Curitiba: Revista Ação Midiática, v. 25, n. 25, 2023, pp. 1-20.

ENNE, Ana Lucia S. **Conceito de rede e as sociedades contemporâneas**. Goiânia: Revista Comunicação e Informação, v. 7, n. 02, 2004, pp. 264-273.

FACEBOOK. **Alcance**. Disponível em: <https://bit.ly/3IQhmuc>. Acesso em: 21.abr.2023(a).

FACEBOOK. **Impressões**. Disponível em: <https://bit.ly/3craAPk>. Acesso em: 21.abr.2023(b).

FACHIN, Zulmar; HIRATA, Anabela Cristina. **Globalização seletiva e aumento da exclusão social na sociedade em rede**: Reflexões a partir de Manuel Castells. Florianópolis: Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias, v. 7, n. 01, 2021, pp. 76-91.

FANTE, Alexandre. **Jornalismo appificado**: arquitetura da notícia. Porto: Revista Estudos de Jornalismo, v. 1, n. 09, 2018, pp. 112-124.

FERRO, Ana Paula Rodrigues. **A Netnografia como metodologia de pesquisa**: um recurso possível. São Paulo: Revista Educação, Gestão e Sociedade, v. 05, n. 05, 2015, pp. 01-05.

FIALHO, Joaquim; SARAGOÇA, José; SILVA, Carlos Alberto da. **Análise de redes sociais e Sociologia da ação**. 2013. Pressupostos teórico-metodológicos. Disponível em: <http://journals.openedition.org/ras/361>. Acesso em: 21.abr.2023.

FRIER, Sarah. **Sem filtro**: os bastidores do Instagram: como uma startup revolucionou nosso estilo de vida. São Paulo: Planeta, 2021.

GAIGE, Diéssica Shaiene; LEITÃO, Débora Krischke. **MMA e a batalha de lives em tempos de pandemia**. Rio de Janeiro: Revista Eco-Pós, v.25, n. 03, 2022, pp. 40-62.

GARBIN, Murilo Henrique. **Compondo o coletivo das startups de Pato Branco/PR**: Uma cartografia das controvérsias na rede sociotécnica sudovalley. Pato Branco: Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2022.

GIRARDI JÚNIOR, Liráucio. **De mediações em mediações**: a questão da tecnicidade em Martín-Barbero. São Paulo: Revista Matrizes, v. 12, n. 1, 2018. pp. 01-20.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Dados sobre acesso à internet no Piauí 2023**. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/17wzrf5CCqyGS1ZltqUxphr8Dux6v1GV_/view?usp=drive_link. Acesso em: 15.jun.2023.

INSTAGRAM. **Os serviços do Instagram**. Disponível em: <https://bit.ly/3zjyw0n>. Acesso em: 21.abr.2023(a).

INSTAGRAM. **Rede Quero Ajudar Piauí**. Disponível em: <https://www.instagram.com/queroajudarpiaui/>. Acesso em: 21.abr.2023(b).

INSTAGRAM. **Um bilhão de usuários**. Disponível em: <https://bit.ly/3p8nJTS>. Acesso em: 21.abr.2023(c).

JOHNS HOPKINS UNIVERSITY. **Dados mundiais sobre COVID-19 no Mundo e no Brasil**. Disponível em: <https://www.arcgis.com/apps/dashboards/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6>. Acesso em: 22.jun.2023.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social** – uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador/Bauru: EdUFBA/EdUSC, 2012.

LATOUR, Bruno. **Redes que a razão desconhece**: laboratórios, bibliotecas, coleções. *IN*: BARATIN, Mark; JACOB, Christian. O poder das bibliotecas: a memória dos livros no Ocidente. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2000.

LEE, Valentino; SCHNEIDER, Heather; SCHELL, Robbie. **Aplicações móveis:** arquitetura, projeto e desenvolvimento. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2005.

LEITE, Júlio Alves de Castro. **Economia da Atenção:** A sedução algorítmica nas plataformas digitais. São Paulo: Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Cásper Líbero, 2022.

LOUREIRO, Marcos Dantas; ROSA, Antonio Celestino. **O uso de hashtags e a gestão algorítmica de dados no Instagram.** Rio de Janeiro: Liinc em Revista, v. 18, n. 02, 2022, pp. 1-17.

MAFFESOLI, Michael. **O tempo das tribos:** o declínio do individualismo na sociedade de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

MAGALHÃES, Daniel Lima. **Credibilidade jornalística no regime de informação mediado pelo algoritmo.** João Pessoa: Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, 2021.

MAGRANI, Eduardo. **Internet das Coisas.** Rio de Janeiro, FGV Editora, 2022.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teorias das mídias digitais:** linguagens, ambientes e redes. Petrópolis: Vozes, 2015.

MARTINS, Andreza. **Enredando natureza e sociedades:** A Teoria Ator-Rede em perspectiva. *IN:* DIAS, Leila Christina; SILVEIRA; Rogério Leandro Lima da (orgs.). Redes, Sociedades e Territórios. Santa Cruz: EdUNISC, 2021.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo, Cultrix, 2007.

MATOS NETO, Eurico Oliveira Matos. **Aplicativos móveis governamentais e a proteção de dados pessoais:** Entre políticas

de privacidade, trackers e permissões. Disponível em: <https://bityli.com/nOrmz>. Acesso em: 21.abr.2023.

MEIO E MENSAGEM. **Collabs do Instagram veio para revolucionar a relação entre público e marcas**. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/opiniaocollabs-do-instagram-veio-para-revolucionar-a-relacao-entre-publico-e-marcas>. Acesso em 23.abr.2023.

MOREIRA, Adriana Belmonte. **Contribuições da racionalidade sensível de Maffesoli aos fundamentos das práticas territoriais e comunitárias na interface saúde/assistência social**. São Paulo: Revista Saúde e Sociedade, v. 31, n. 2, 2022, pp. 1-14.

OLIVEIRA, Luiz Antonio Ribeiro de. **Modelagem Matemática articulada à Teoria Ator-Rede em uma casa de farinha em Breves-PA**. Belém: Tese apresentada ao Programa de pós-graduação em Educação, Ciências e Matemática, 2022.

OLIVEIRA, Sydia Rosana de Araujo. **Redes sociotécnicas e translação do conhecimento**. Acesso em: <https://bityli.com/MpsNu>. Disponível em: 21.abr.2023.

OROZCO, Guilherme. **Medios, audiências y mediaciones**. Guadalajara: Revista Comunicar, v. 4, n. 8, 1997, pp. 25-30.

PAINEL COVID-19 PIAUÍ. **Dados sobre casos de COVID-19 no Piauí**. Disponível em: <https://lookerstudio.google.com/u/0/reporting/a6dc07e9-4161-4b5a-9f2a-6f9be486e8f9/page/2itOB>. Acesso em: 21.abr.2023.

POLIVANOV, Beatriz Brandão. **Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia?** Implicações dos conceitos. Brasília: Revista Esferas, v. 02, n. 01, 2014, pp. 61-97.

PORTUGAL, Sílvia. **Contributos para a discussão do conceito de rede na teoria sociológica**. Disponível em: <https://ces.uc.pt/publicacoes/oficina/ficheiros/271.pdf>. Acesso em: 21.abr.2023.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. **Interação mediada por computador: a comunicação e a educação a distância segundo**

uma perspectiva sistêmico-relacional. Porto Alegre: Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Informática e Educação, 2003.

REBÊLO, Kethleen Guerreiro; VICENTE, Maximiliano Martins. **Estudos culturais e mediações na comunicação alternativa contemporânea da Amazônia.** *IN:* SANTOS, Fanielle Mariam Araújo; VIANA, Willian Carboni (orgs). Amazônia: tópicos atuais em ambiente, saúde e educação. Manaus: Editora Científica Digital, 2022.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

REVISTA ELLE. **Os filtros do Instagram estão mudando a nossa aparência na vida real?** Disponível em: <https://elle.com.br/beleza/filtros-instagram-nos-deixam-iguais-2>. Acesso em: 21.abr.2023.

RIBEIRO, Sandra Stephanie Holanda Ponte. **Sobre povoar narrativas:** o trabalho dos influenciadores digitais a partir de uma abordagem sociotécnica. Porto Alegre: Revista Civitas, v. 21, n. 2, 2021, pp. 271-281.

RODRIGUES, Antonia Zeneide. **Smartphones como extensão do corpo:** percepções dos universitários sobre a utilização das tecnologias no processo de Ensino-Aprendizagem. Disponível em: <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/74086>. Acesso em: 21.abr. 2023.

SALDANHA, Patrícia Gonçalves. **Mediatização Latina:** uma perspectiva crítica sobre os impactos sociais da comunicação digital no cenário popular, comunitário e cidadão. *IN:* PERUZZO, Círcia; URANGA, Washington; LABRADOR, Sandra Meléndez. Reivindicar el cambio: comunicación popular, comunitária y ciudadanía en América Latina. Buenos Aires: Huvaití Ediciones, 2022.

SALGADO, Tiago Barcelos Pereira. **Fundamentos pragmáticos da Teoria Ator-Rede para análise de ações comunicacionais em redes sociais online.** Belo Horizonte: Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social na Universidade Federal de Minas Gerais, 2018.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SANTOS, Ernesto Perini. **Desinformação, negacionismo e a pandemia**. São Leopoldo: Revista Filosofia Unisinos, v. 23, n. 1, 2022, pp. 1-15.

SANTOS, Lucas Gil Corrêa; VIEIRA, Manuela do Corral. **Arrastão do Pavulagem e a cidade digital**: comunicação, espetáculo cultural e interações em tempos pandêmicos. Porto Alegre: Revista Intexto, v. 9, n. 53, 2022, pp. 1-19.

TRIGO, Ligia. **Youtubers da saúde**: a informação de saúde sem mediação jornalística. São Caetano do Sul: Revista Comunicação & Inovação, v. 19, n. 39, 2018, pp. 82-96.

VELASQUES, Marcos Barbosa. **Redes Heterogêneas e inovações sociotécnicas** – Um estudo sobre a Teoria Ator-Rede na Comunicação Organizacional. São Bernardo do Campo: Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, 2019.

WINQUES, Kérley. **Mediações algorítmicas e espiral do silêncio**. Reconfigurações da teoria a partir de quatro mecanismos de análise. Rio de Janeiro: Revista Alceu, v. 22, n. 46. 2022, pp.127-146.

Apêndices

APÊNDICE I – PLANILHA DE PUBLICAÇÕES DO PERFIL @QUEROAJUDARPIAUI ENTRE OS MESES DE MAIO DE 2021 ATÉ MARÇO DE 2022

ORDEM 17	DATA ¹⁸	ASSUNTO	Nº CR 19	Nº C M ²⁰	Nº EV 21
01	12/05/2021	Prato de comida	07	00	00
02	25/05/2021	Ajude Josenilde	05	00	02
03	09/06/2021	Doação de sangue para Lara	09	00	02
04	13/06/2021	Doação de medicamentos	07	00	02
05	23/06/2021	Doação de Sangue para Rafaela	04	00	00
06	23/07/2021	Ajude a Mari José de Alto Longa-PI	13	00	14
07	02/08/2021	Ajude na rifa do cachorro Michael	04	00	00
08	07/08/2021	Ajude a cachorrinha	06	00	00
09	13/08/2021	Rifa solidária do Fábio	08	00	00
10	05/09/2021	Conheça o Fábio	12	00	06
11	09/09/2021	Rifa para famílias do Sul do Piauí	04	00	00
12	13/09/2021	Ação solidária para o dia das crianças	07	00	03
13	28/09/2021	Faça uma criança feliz	03	00	00
14	07/10/2021	Ajude o soldado André	04	00	02
15	07/10/2021	Ação solidária dia	06	00	00

¹⁷ Ordem das publicações.

¹⁸ Data das publicações.

¹⁹ Número de curtidas da publicação.

²⁰ Número de comentários da publicação.

²¹ Número de envios da publicação.

Prática netnográfica jornalística: o caso da rede Quero Ajudar Piauí

		das crianças			
16	14/10/2021	Campanha doação de sangue pequena Maria	03	00	02
17	20/10/2021	Ajude Maria Alzenira	04	00	00
18	21/10/2021	Ajude a família de Codó – MA	05	03	01
19	27/10/2021	Rifa beneficente Dona Branca	04	00	00
20	04/11/2021	Ajude o Lar da Esperança	05	00	00
21	05/11/2021	Pix em prol do exame cardíaco	05	00	00
22	09/11/2021	Anúncio amor ao próximo	04	00	00
23	04/12/2021	Franciel Batista	08	00	00
24	05/12/2021	Maria Homem=	11	00	00
25	06/12/2021	Doação Fazenda da Paz	07	00	00
26	07/12/2021	Dicas de como praticar a solidariedade=	05	00	02
27	08/12/2021	Projeto Ajuda Timon-Timon-MA	19	11	05
28	10/12/2021	Ajude a Sandra	07	00	00
29	10/12/2021	Dia Internacional dos Direitos Humanos	04	00	00
30	11/12/2021	Padre Júlio Lancelotti	12	00	04
31	12/12/2021	Maria Homem	05	00	00
32	13/12/2021	Natal Solidário	07	04	02
33	14/12/2021	Maria Homem	250	04	27
34	15/12/2021	Padre Júlio Lancelotti	06	00	02
35	15/12/2021	Dia Nacional da Economia Solidária	03	00	00
36	15/12/2021	Bazar solidário	07	00	02
37	22/12/2021	Ajude o Zezinho de Piripiri	12	00	06
38	24/12/2021	Nélio Bilate	05	00	00
39	25/12/2021	Pix Solidário	04	00	00

Prática netnográfica jornalística: o caso da rede Quero Ajudar Piauí

40	25/12/2021	Maio Sergio Cortella	06	00	00
41	26/12/2021	Projeto Mundo Colorido-Barras-PI	05	00	00
42	26/12/2021	Repost @aligiapsicologia	07	00	00
43	27/12/2021	Ajude a Maria Laura	03	00	00
44	27/12/2021	Frase Augusto Cury	04	00	00
45	28/12/2021	Padre Júlio Lancelotti	181	10	78
46	28/12/2021	Repost @redeclube	16	02	00
47	28/12/2021	Repost @sorrisonhos	05	00	02
48	29/12/2021	Ajude a pequena Samya	05	00	00
49	29/12/2021	Ajude o piripiriense Álvaro	07	00	01
50	29/12/2021	Solidariedade no fim de ano	06	00	02
51	31/12/2021	Repost @protetoresdeanima isparnaiba	05	00	00
52	31/12/2021	Padre Fábio de Melo	06	00	00
53	02/01/2022	Repost @crp21pi	07	00	00
54	02/01/2022	Padre Fábio de Melo	06	00	00
55	04/01/2022	Repost @janeirobranco	04	00	00
56	04/01/2022	Projeto Reamar – Teresina-PI	13	02	04
57	05/01/2022	Repost @g1piauioficial	09	00	00
58	06/01/2022	Dia da Gratidão	07	02	00
59	06/01/2022	Ajude o Lar da Esperança	04	00	00
60	06/01/2022	Entregadores de Aplicativo	07	02	00
61	08/01/2022	Ajude o Kenard Kruei	03	00	00
62	08/01/2022	Saúde Mental	131	00	28
63	10/01/2022	Ajude o pequeno gu	04	00	02
64	11/01/2022	Ação arte solidária	05	00	00
65	12/01/2022	Doe sangue para Raynara	08	00	00

Prática netnográfica jornalística: o caso da rede Quero Ajudar Piauí

66	13/01/2022	Ajude famílias afetadas pelos alagamentos em Teresina/PI	08	02	01
67	14/01/2022	Ajude o Carlos Paiva	06	00	00
68	15/01/2022	História do enfermeiro Fabiano	41	06	14
69	16/01/2022	Ajude a estudante Mikaely Silva	06	00	00
70	16/01/2022	Vídeo Izabella Camargo	09	00	00
71	19/01/2022	Ajude o Lar Preciso Viver	04	00	00
72	21/01/2022	Vídeo noção de comunidade	03	00	00
73	22/01/2022	Ajude o pequeno Bruno	06	00	00
74	22/01/2022	Conheça a Associação Preciso Viver	06	00	00
75	23/01/2022	Bingo beneficente	03	00	00
76	23/01/2022	Ajude a estudante de Picos	41	00	00
77	24/01/2022	Vídeo Leandro Karnal e a gentileza	04	00	00
78	26/01/2022	APV precisa de alimentos	05	00	01
79	29/01/2022	Vídeo Leandro Karnal e aspectos da gentileza	06	00	00
80	30/01/2022	Conheça o projeto Sopa Solidária em Teresina	08	02	00
81	02/02/2022	Ajude dona Jucileide	05	00	00
82	03/02/2022	Campanha Solidária para o Francisco	06	00	00
83	04/02/2022	Conheça o Benjamin	04	00	00
84	04/02/2022	Enzo precisa de doação de sangue	05	00	00
85	08/02/2022	Vídeo Lições da pandemia	09	01	00

Prática netnográfica jornalística: o caso da rede Quero Ajudar Piauí

86	09/02/2022	Rifa do PG	07	02	02
87	13/02/2022	Ajude Dona Rosirene	07	00	00
88	17/02/2022	Repost @bonjesusnews	09	00	02
89	18/02/2022	Ajude no tratamento de saúde	04	00	00
90	19/02/2022	Lindomar precisa de doações de sangue	05	00	02
91	20/02/2022	Ajude na cirurgia	04	00	00
92	22/02/2022	Conheça o Sopa Solidária	07	01	00
93	26/02/2022	Ajude o Jose Rufino Aragão	04	00	00
94	27/02/2022	Ajude essa família a construir sua casa	39	00	02
95	04//03/2022	Repost @ajudatimon	09	03	00
96	04/03/2022	Repost @cufapiaui	10	00	00
97	05/03/2022	Solidariedade entre crianças	11	00	02
98	05/03/2022	Ajude os animais	07	00	00
99	09/03/2022	Conheça o @amigosasservico	05	02	02
100	10/03/2022	Dinâmica solidária entre crianças	118	06	28
101	13/03/2022	Por que doar sangue?	09	00	02
102	12/03/2022	Repost @henriquetaniguchi	05	00	00
103	14/03/2022	Repost @phajamaisamor	07	00	02
104	16/03/2022	Ajude os cachorros e gatos da uespi	05	00	06
105	17/03/2022	Repost @associacaolpv	02	00	00
106	19/03/2022	Repost @joanagentilmartins_psiocologa	57	00	06
107	20/03/2022	Campanha Dona Maria Ozenira	08	00	04
108	20/03/2022	Apelo em favor do tratamento para o	08	00	00

Prática netnográfica jornalística: o caso da rede Quero Ajudar Piauí

		pequeno Caio			
109	22/03/2022	Ajude as mulheres em situação de rua	02	00	00
110	23/03/2022	Ajude a igreja Paz e Vida em Teresina	04	00	00
111	24/03/2022	Vídeo exemplo de amor e empatia	225	10	24
112	28/03/2022	Doação de cestas básicas para profissionais do transporte público	06	00	00
113	29/03/2022	Ajude o José Arthur	09	00	03
114	01/04/2022	Solidariedade de animais	149 9	10	281
115	02/04/2022	Doação para Maria Luiza	08	00	01
116	04/04/2022	Pedido de Mace	04	00	02
117	12/04/2022	Doação para Daniela Keles	06	00	01
118	18/04/2022	Doação de sangue pequeno Madyson	04	02	01

APÊNDICE II – PLANILHA DE PUBLICAÇÕES DO PERFIL @QUEROAJUDARPIAUI ENTRE OS MESES DE MAIO DE 2022 ATÉ ABRIL DE 2023

ORDEM 22	DATA ²³	ASSUNTO	Nº CR 24	Nº C M ²⁵	Nº EV 26
01	25/05/2022	Mês da doação	07	00	01
02	16/10/2022	Ajude nossa juju	02	00	02
03	16/10/2022	Vídeo sobre fé	234	01	03
04	20/10/2022	Ajude o pequeno Luis em Teresina	04	00	04
05	21/10/2022	Campanha do Hemopi	06	00	05
06	22/10/2022	Doações de animais	21	00	06
07	22/10/2022	Vaquinha para a Louise	03	00	07
08	22/10/2022	Arrecadação do dia das crianças	04	00	08
09	31/10/2022	Ajuda para o pequeno Theo	06	00	09
10	01/11/2022	Ajude o Guilherme	06	01	10
11	09/11/2022	Ajude a Casa pet The	07	01	11
12	12/11/2022	Salve o Nick	05	02	12
13	16/11/2022	Campanha seja um doador mensal Apipa	03	00	13
14	18/11/2022	Ajude o cachorro Pedrinho	03	00	14
15	19/11/2022	Ajude a encontrar seu João Paulo	05	00	15
16	23/11/2022	Copa da solidariedade	04	00	16
17	24/11/2022	Precisamos de ração para cães e gatos	02	00	17
18	27/11/2022	Campanha de	05	00	18

²² Ordem das publicações.

²³ Data das publicações.

²⁴ Número de curtidas da publicação.

²⁵ Número de comentários da publicação.

²⁶ Número de envios da publicação.

Prática netnográfica jornalística: o caso da rede Quero Ajudar Piauí

		doação para o Celso			
19	27/11/2022	Natal da esperança	06	01	19
20	27/11/2022	Ajude a encontrar Luisa Verônica	05	00	20
21	27/11/2022	Ajude a nossa juju	04	00	21
22	29/11/2022	Hexa solidário	03	00	22
23	30/11/2022	Respeito ao decreto de uso de máscaras	03	00	23
24	30/11/2022	Ajude a encontrar Isaura	05	00	24
25	30/11/2022	Campanha de prevenção contra câncer de pele	03	00	25
26	04/12/2022	Campanha estenda a mão e faça a diferença (Cáritas)	04	00	26
27	05/12/2022	Dia do voluntário	01	00	27
28	07/12/2022	Rifa coletivo Sueli Rodrigues	03	00	28
29	07/12/2022	Campanha de natal	06	01	29
30	12/12/2022	Campanha natal sem fome	05	00	30
31	12/12/2022	Pix solidário	06	00	31
32	13/12/2022	Bazar beneficente	02	00	32
33	13/12/2022	Histórias das irmãs Raquel e Ivone	08	01	33
34	13/12/2022	Missão dos amigos a serviço	06	00	34
35	14/12/2022	Campanha ceia de natal solidária	01	00	35
36	14/12/2022	Corrente universitária de natal	02	00	36
37	16/12/2022	Ajude o pequeno Theo Ferreira	06	00	37
38	16/12/2022	Campanha solidária Andressa	05	00	38
39	19/12/2022	Ação solidária Atlético Magnitude	03	01	39
40	20/12/2022	Doe sangue para o Miguel	02	00	40
41	30/12/2022	Ajude o	02	00	41

Prática netnográfica jornalística: o caso da rede Quero Ajudar Piauí

		Cristalandense			
42	30/12/2022	Ajude os gatinhos da marechal	03	03	42
43	30/12/2022	Campanha ajude nossa juju	04	00	43
44	30/12/2022	Acolhei a todos	26	00	44
45	02/01/2023	Razões para acreditar	02	00	45
46	02/01/2023	Caridade é a salvação	05	00	46
47	14/01/2023	Ajude a Mariana com paralisia	10	00	47
48	29/01/2023	Campanha para a família de Janaína	80	01	48
49	02/02/2023	Ajude terceirizados uespi	02	00	49
50	05/02/2023	Arrecadação de dinheiro	06	01	50
51	06/02/2023	Força, Ivonete	08	02	51
52	17/02/2023	A conta não fecha!	03	00	52
53	18/02/2023	Carnaval solidário	19	00	53
54	18/02/2023	Rifa solidária	02	00	54
55	23/02/2023	Boas escolhas	04	00	55
56	23/02/2023	Associação Casa Esperança e Vida	02	02	56
57	23/02/2023	Rifa do Matheus	05	02	57
58	23/02/2023	Pedido do Wanderson	03	00	58
59	23/02/2023	Procura-se a Nina	04	01	59
60	26/02/2023	Preciso de emprego	07	00	60
61	07/03/2023	Preciso da sua ajuda	04	01	61
62	09/03/2023	Um chão para Bia	03	00	62
63	10/03/2023	Bazar Solidário	01	00	63
64	10/03/2023	Ajuda para a Jessica	08	00	64
65	10/03/2023	Só vim te agradecer	02	00	65
66	12/03/2023	Tem gente com fome	08	00	66
67	14/03/2023	Atletas piauienses pedem ajuda	02	00	67
68	14/03/2023	Preciso de cobertores	02	00	68
69	16/03/2023	O que você achou da	07	02	69

Prática netnográfica jornalística: o caso da rede Quero Ajudar Piauí

		atitude?			
70	17/03/2023	Doe esperança	05	00	70
71	18/03/2023	Estamos com fome protetores	05	01	71
72	18/03/2023	Lanche das crianças	08	02	72
73	21/03/2023	Nós conseguimos!!!	05	00	73
74	21/03/2023	Gratidão	04	00	74
75	26/03/2023	Procura-se gato	05	01	75
76	27/03/2023	Carta Aberta	05	03	76
77	27/03/2023	Rifa solidária da Casa Pethe	06	00	77
78	27/03/2023	Compartilhar	11	00	78
79	29/03/2023	Rifa solidária da Maria lúcia	04	00	79
80	29/03/2023	X Campanha Azul	03	00	80
81	29/03/2023	Protetora Socorro	08	00	81
82	29/03/2023	Ajude a sede do Fala Dirceu	05	00	82
83	05/04/2023	Páscoa solidária	03	00	83
84	06/04/2023	Nota de pesar	13	00	84
85	12/04/2023	Super Rifa Solidária	03	01	85

Formato: 148 mm X 210 mm

Fonte: Arial, 11, 12, 14 e 18, simples, negrito e itálico.

Papel miolo: alcalino 75 g/m² (a título de comparação impressa)

Papel capa: cartão supremo, 250 g/m² (a título de
comparação impressa)

**PRÁTICA
NETNOGRÁFICA
JORNALÍSTICA:**

O CASO DA REDE QUERO AJUDAR PIAUI

Este livro apresenta uma experiência netnográfica de uma jovem pesquisadora em jornalismo da Universidade Estadual do Piauí (UESPI). Foram mais de dois anos de estudos relatados nas páginas desta obra que revelaram as faces e interfaces da mediação jornalística em contexto da pandemia da COVID-19, além de poder vislumbrar a possibilidade de atuação e mobilização social em um ambiente poderoso como é o digital. A escrita deste livro nasce de uma vontade de ajudar o próximo, seja ampliando as redes de solidariedade no território piauiense, seja trazendo reflexões ao campo da comunicação popular, comunitária e alternativa. Portanto, com esta obra, visa-se fundamentalmente disseminar o conhecimento construído “com” os demais atores sociais envolvidos no estudo a fim de romper os muros da academia e chegar a outros espaços.



EdUESPI