

YASMIM HELLEEN CUNHA

***O Eu Jornalista
contra a pandemia***

**REDE
PIAUÍ
SEM
COVID**



EdUESPI

YASMIM HELLEEN CUNHA

*O Eu Jornalista
contra a pandemia*

**REDE
PIAUI
SEM
COVID**



EdUESPI
2021



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ – UESPI

Evandro Alberto de Sousa
Reitor

Rosineide Candeia de Araújo
Vice-Reitora

Nayana Pinheiro Machado de Freitas Coelho
Pró-Reitora de Ensino de Graduação

Gustavo Oliveira de Meira Gusmão
Pró-Reitor Adj. de Ensino de Graduação

Ailma do Nascimento Silva
Pró-Reitora de Pesquisa e Pós-Graduação

Pedro Antônio Soares Júnior
Pró-Reitor de Administração

Geraldo Eduardo da Luz Júnior
Pró-Reitor Adj. de Administração

Raimundo Isídio de Sousa
Pró-Reitor de Planejamento e Finanças

Joseane de Carvalho Leão
Pró-Reitora Adj. de Planejamento e Finanças

Eliene Maria Viana de Figueirêdo Pierote
Pró-Reitora de Extensão, Assuntos Estudantis e Comunitários

Marcelo de Sousa Neto
Editor da Universidade Estadual do Piauí



GOVERNO DO ESTADO DO PIAUÍ
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ - UESPI



José Wellington Barroso de Araújo Dias **Governador do Estado**
Maria Regina Sousa **Vice-governadora do Estado**
Evandro Alberto de Sousa **Reitor**
Rosineide Candeia de Araújo **Vice-Reitora**

Conselho Editorial EdUESPI

Marcelo de Sousa Neto **Presidente**
Algemira de Macedo Mendes **Universidade Estadual do Piauí**
Antonia Valtéria Melo Alvarenga **Academia de Ciências do Piauí**
Antonio Luiz Martins Maia Filho **Universidade Estadual do Piauí**
Fábio José Vieira **Universidade Estadual do Piauí**
Hermógenes Almeida de Santana Junior **Universidade Estadual do Piauí**
Joséliade Carvalho Leão **Universidade Estadual do Piauí**
Laécio Santos Cavalcante **Universidade Estadual do Piauí**
Orlando Maurício de Carvalho Berti **Universidade Estadual do Piauí**
Paula Guerra Tavares **Universidade do Porto - Portugal**
Pedro Vilarinho Castelo Branco **Universidade Federal do Piauí**
Raimunda Maria da Cunha Ribeiro **Universidade Estadual do Piauí**
Teresinha de Jesus Mesquita Queiroz **Academia Piauiense de Letras**

Marcelo de Sousa Neto **Editor**
Orlando Maurício de Carvalho Berti **Revisão**
Orlando Maurício de Carvalho Berti **Capa/Diagramação**
Editora e Gráfica - UESPI **E-book**

C972e Cunha, Yasmim Helleen.
O eu jornalista contra a pandemia: rede Piauí sem Covid
[recurso eletrônico] / Yasmim Helleen Cunha. – Teresina: EdUESPI,
2021.

E-book.

ISBN: 978-65-88108-45-1

1. Jornalismo. 2. Pandemia Covid-19. 3. Instagram. 4. Rede
Piauí sem Covid. I. Título.

CDD: 302.23

Ficha Catalográfica elaborada pelo Serviço de Catalogação da Universidade Estadual do Piauí - UESPI
Nayla Kedma de Carvalho Santos (Bibliotecária) CRB 3ª Região/1188

Editora da Universidade Estadual do Piauí - EdUESPI
UESPI (*Campus Poeta Torquato Neto*)
Rua João Cabral, 2231 • Bairro Pirajá • Teresina-PI
Todos os Direitos Reservados

***“Quando você duvidar
que é capaz de renascer
através da dor, repare
nas estrelas e em como
elas transformam os fins
em matéria-prima para
existir”.***

Igor Pires

DEDICATÓRIA

Dedico este livro a todos os profissionais que atuaram na linha de frente no combate da pandemia da COVID-19, em especial aos meus colegas jornalistas, que exerceram de forma comprometida e corajosa o seu papel de mediadores da informação e de agentes essenciais da sociedade, que driblaram o cansaço para levar informações não somente sobre o coronavírus, mas para combater o vírus da desinformação, as *fake news* e o negacionismo, exercendo diariamente a inteligência e o caráter.

Dedico também a todos e todas que foram essenciais durante a pandemia, aos profissionais da saúde que exerceram o cuidado com todas as vidas que o cercaram nesse período de crise, e claro, a todas as vidas que se foram em decorrência da pandemia, espero que não tenham sido em vão, vidas essas que já fazem parte do período de maior crise, aprendizado e reflexões da história, que tudo sirva de aprendizado e o futuro nos reserve dias melhores.

AGRADECIMENTOS

Sempre vou lembrar do último ano que passou, 2020, paralelamente aos últimos cinco anos que se passaram na minha querida e amada UESPI, onde pude conhecer, aprender, crescer e exercer o jornalismo.

Mas 2020, ficará marcado por diversas razões, principalmente porque foi, talvez o ano de maior aprendizado e crescimento pessoal, profissional e acadêmico que eu vivenciei ao longo desses meus vinte e poucos anos de idade, o obrigada especial e mais clichê de todos, claro, é para Deus, sou grata pelo privilégio de ter tido saúde e por não ter me faltado absolutamente nada, um privilégio, em meio a tantos caos.

Seguindo a lista de agradecimentos, obrigada a minha família, que é a base e o alicerce de tudo, e aos amigos (as) mais próximos. Não vou citar nenhum, mas quando lerem, vocês saberão que são para vocês, sozinho a gente não faz nada nessa vida.

E, claro, um obrigada especial, mas, que jamais caberá em palavras, ao meu querido orientador e professor Orlando Berti, por ter me acompanhado de perto durante todos esses cinco anos que se passaram, por ter acreditado em mim e me desafiado a ir fora da curva inúmeras vezes, pela atenção e infinita paciência em sempre me ensinar da melhor forma possível, pela compreensão e pelo cuidado que teve comigo enquanto sua aluna, orientanda de iniciação científica, orientanda de projetos de extensão e claro, deste trabalho, obrigada, de verdade professor, espero algum dia retribuir de forma prática todos os ensinamentos que o senhor me passou, enquanto pessoa, acadêmica e profissional, a prática do bem, da ajuda, da solidariedade para com o próximo são para mim, suas marcas registradas e ensinamentos mais pertinentes.

Obrigada a minha mãe Hilda Cunha, pelo dom da vida e por ter me ensinado a lidar com o mundo exatamente como ele é, com força e coragem, talvez isso explique o meu espírito de liberdade e jeito desapegado de viver.

Obrigada também a minha enfermeira e por sorte, minha querida tia Amparo Cunha, que cuidou de mim em todos

os sentidos possíveis, durante toda a feitura deste trabalho, e atuou lindamente e bravamente na linha de frente da pandemia. Espero ter pelo menos um pouco de toda a sua fé e força e amor com próximo.

E, por último mas não menos importante, obrigada a todos os meus professores e colegas de profissão que passaram por mim ao longo dessa caminhada, aprendi um pouco com cada um de vocês, e sem dúvidas, os meus professores da UESPI foram sempre os meus maiores incentivadores para trilhar esse caminho longo e repleto de possibilidades que é o Jornalismo.

E agora, que parece ser o fim, mas na verdade, é o começo de uma longa e brilhante jornada (eu espero) rumo ao futuro e as milhões de possibilidades que o Jornalismo a Comunicação oferecem, eu espero de fato, fazer parte das mudanças que eu quero ver e vivenciar no mundo, deixar minha marca e contribuição para a sociedade e para as gerações que virão.

Avante! Ação!

Precisamos de mais pesquisas empíricas na área de Jornalismo

Orlando Maurício de Carvalho Berti¹

Era março do ano de 2017. Recebíamos naquele mês nossa primeira turma do curso de Bacharelado em Jornalismo na Universidade Estadual do Piauí, campus Poeta Torquato Neto, em Teresina, capital piauiense.

Eram 45 vagas oferecidas. As mesmas não foram preenchidas totalmente na primeira chamada por conta de algumas desistências.

Eu era coordenador do curso e fizemos mais cinco chamadas para preencher todas as vagas. Precisávamos oportunizar a chance de muita gente chegar ao ensino superior, principalmente o público. Eu mesmo era oriundo de uma segunda chamada e sei o quanto uma oportunidade de fazer um curso em uma instituição pública é revolucionária e foi transformadora em minha vida. Se hoje estou aqui escrevendo essas linhas foram por conta de todas as oportunidades que tive e agarrei na vida.

O curso de bacharelado em Jornalismo tinha nascido como uma evolução do curso de bacharelado em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo e Relações Públicas, que fazia parte dos quadros da Uespi desde março de 2001.

Naquela primeira turma estava uma série de jovens cheios de sonhos. A maioria mostrou fortes evoluções desde os primeiros momentos.

¹ Professor, pesquisador e extensionista do curso de Bacharelado em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí, campus Poeta Torquato Neto, em Teresina (PI). Foi orientador de monografia e de iniciação científica da autora deste livro.

Uma dessas pessoas foi a Yasmim Cunha. De voz tranquila, jeito meigo, cativante, mostrando-se uma relações públicas nata, logo ela fez parte de vários projetos de pesquisa e foi uma de nossas alunas a experimentar a pesquisa, o ensino e extensão. Yasmim Cunha fazia parte do grupo de alunas e alunos que tinham chegado à universidade na segunda chamada.

Destino?

O que sei é que ela, dia após dia, semana após semana, semestre após semestre e ano após ano, mostrou-se uma das melhores alunas que já vi e tive a oportunidade de aprender nos meus quase vinte anos de Uespi.

Yasmim Cunha foi a primeira aluna do nosso bacharelado em Jornalismo da Uespi de Teresina a conquistar uma bolsa de iniciação científica patrocinada pelo CNPq – Conselho Nacional de Pesquisa. Ela foi a primeira e única bolsista de iniciação científica em projetos da FAPEPI – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí, foi uma das alunas do nosso curso a mais produzir. Experimentou estagiar em assessoria de comunicação, assessoria de marketing, em redações radiojornalísticas, telejornalísticas, webjornalísticas e na mídia impressa.

É uma pessoa praticamente unânime entre o professorado e o alunado.

Seu currículo é grandioso, principalmente porque se preocupa em não quantitativiza-lo, mas em cada conquista ser um exemplo de evolução e compromisso com o próximo.

Sou suspeito para falar dela, pois sou seu fã, principalmente porque sempre a Yasmim Cunha teve um diferencial: humildade, vontade de aprender, mas nunca sem abaixar a cabeça e dizer amém. Sempre soube ser crítica nos momentos certos, habilidosa nos momentos nevrálgicos e

humilde em reconhecer erros. E, sempre buscar aprender e evoluir com cada momento.

Esse é um tiquinho da Yasmim Cunha, autora deste livro, que apresentamos agora. Uma autora que, com certeza, levará o nome da nossa Uespi a vários patamares, como sempre fez enquanto acadêmica.

Esta obra é fruto direto de mais de um ano de pesquisa dela e é reflexo de todos esses quatro anos e meio que ela passou como aluna do Bacharelado em Jornalismo da Uespi.

A Yasmim Cunha sempre foi uma orientanda compromissada, sempre disciplinada com tudo o que pedimos e cumpridora de prazos.

Apresentamos uma obra densa, de grande valia científica, de grande compromisso social e, principalmente, um material que dá orgulho de ler pelo compromisso de fazer acontecer.

Você ouvirá muito em breve falar da Yasmim Cunha. Guarde esse nome. Enquanto isso, saiba que este livro é essencial para compreendermos um momento muito complicado e que essa pesquisa ajuda a entender como a Comunicação ajuda a construir um mundo melhor.

Semente de Esperança

Lana Krisna de Carvalho Morais²

Quando as gerações futuras se perguntarem como foi viver a pandemia da Covid-19 no Brasil, sugiro que leiam este livro.

Analisando este momento doloroso e histórico da humanidade, é possível afirmar que a pandemia tem sido abrir mão diariamente de partes e projetos importantes das nossas vidas para que consigamos chegar vivos e, pelo menos, com um pouco de saúde mental ao final. Tem sido enxergar uma geração tão conectada e ao mesmo tempo desinformada, isolada dentro de bolhas de autorreferência. Tem sido conviver com o negacionismo e o egoísmo de quem preferiu furar o isolamento em prol da diversão. Tem sido também a oportunidade para compreender a complexidade do ser humano em tempos de cólera: de um lado pessoas que renegam vidas em busca de lucros, do outro, pessoas e projetos voltados para solidariedade, redes de apoio, sementes de esperança em tempos tão obscuros.

O livro “O Eu Jornalista contra a pandemia REDE PIAUÍ SEM COVID” de autoria da jovem jornalista Yasmim Hellen Cunha, sob a orientação do professor Dr. Orlando Maurício de Carvalho Berti, é fruto de uma dessas sementes de esperança.

A Rede Piauí Sem Covid informou, problematizou sobre temas importantes, apresentou a garra dos nossos profissionais da saúde diante de um cenário de incertezas,

² Professora, pesquisadora e extensionista do curso de Bacharelado em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí, campus Professor Barros Araújo, em Picos (PI). Acompanhou como membro de bancas de qualificação e finalização as pesquisas que originaram este livro.

trouxe dados atualizados, mas não se esqueceu das vidas, não se esqueceu das flores, não se esqueceu da esperança, essa pequena chama que precisa estar acesa para que possamos enxergar o caminho na expectativa da vitória. Pode parecer clichê falar sobre esperança, mas esta palavra/sentimento passou a ter novos significados para quem viveu o luto, a despedida, o desemprego, a solidão, a crise, para quem sobreviveu.

Parafrazeando Mandela, “Devemos promover a coragem onde há medo, promover o acordo onde existe conflito, e inspirar esperança onde há desespero”, foi este o papel da rede.

E quem são os responsáveis por tudo isso?

Idealizadores!

Inquietos!

Pesquisadores que não se acomodaram!

A Rede Piauí Sem Covid é fruto de um projeto da Universidade Estadual do Piauí, sob a coordenação dos professores doutores Evandro Alberto de Sousa, Orlando Maurício de Carvalho Berti e dos então discentes do curso de Jornalismo, Yasmim Hellen Cunha (Teresina-PI) e João Pedro Pereira Nunes (Picos-PI), projeto capaz de ultrapassar e integrar o território piauiense, pautar a imprensa nacional e servir de referência para outras ações em regiões distintas.

A Rede Piauí Sem Covid tornou-se não só o trabalho de conclusão de curso de Yasmim Cunha, como também materializou-se em um livro que é capaz de situar qualquer leitor sobre a complexidade da pandemia, apresentando também amplas contribuições no campo da comunicação, visto que a pesquisa fez uso de estratégias inéditas, estabelecendo novos padrões para o uso das redes sociais, um experimento ousado e com metodologia inovadora, abrindo novas portas

para pesquisa em comunicação no Piauí, e porque não dizer, no Brasil.

Talento? Prática? Os dois! Yasmim Cunha é capaz de conduzir o leitor por meio de uma jornada agradável e objetiva. É perceptível a qualidade na escolha de cada palavra, as diversas estratégias para humanizar a escrita, a forma como compartilha suas experiências e anseios faz do leitor uma pessoa que se integra à narrativa, que se sente próxima, que compartilha vivências.

Nenhum pesquisador nasce sozinho, aliás, a caminhada acadêmica é mais frutuosa quando compartilhada. Yasmim não é somente Yasmim, é Orlando, Evandro, Sônia, Yasmim é também os seus colegas de universidade, é a sua família, que por sinal esteve atuando na linha de frente ao longo da pandemia. A pesquisadora Yasmim é resultado na universidade pública, que desenvolve pesquisa e transforma a realidade. Nenhum escritor nasce sozinho, Yasmim é resultado das reportagens escritas, das entrevistas, dos congressos, das andanças pelo Sertão, das vidas que cruzaram a sua, do sentimento empregado em cada ação. De um olhar atento e curioso, do saber se colocar no lugar do outro.

Palavras escritas salvaguardam memórias, falam sobre quem as escreveu. Realizam um recorte sobre a factualidade da vida e seus emaranhados de acontecimentos. A partir das estratégias implantadas e metodologia usada para realização do estudo, este livro permite ao leitor rememorar acontecimentos importantes e que, ao mesmo tempo, aparentam distância temporal, dado o dilúvio de dados e notícias ao longo de um ano e meio de pandemia.

Sua contribuição histórica é capaz de contextualizar acontecimentos pandêmicos e políticos, integrando a narrativa por meio da pesquisa-participante e da vivência netnográfica,

experiência que não é facilmente encontrada nas pesquisas científicas, garantindo ainda mais singularidade ao livro “O Eu Jornalista contra a pandemia REDE PIAUÍ SEM COVID”, uma jornada que precisa ser conhecida.

Para além de uma pesquisa científica!

*Ruthy Manuella de Brito Costa*³

O ano de 2020 nos impôs mudanças de pensamento e de comportamento que seguirão por tempo indeterminado. A pandemia da Covid-19 modificou nossas vidas em todos os seus âmbitos. A palavra reinventar se tornou protagonista de muitos discursos sobre o enfrentamento da situação. Os serviços foram classificados em essenciais e não essenciais, não que alguns serviços sejam mais importantes que outros, mas são aqueles que precisam se manter ativos para que a engrenagem da sociedade continue a girar. Isso foi fundamental principalmente na fase inicial da pandemia, onde as incertezas eram ainda maiores. Na lista dos essenciais, temos o jornalismo que assumiu um papel fundamental nessa conjuntura. É através do jornalismo que as pessoas acompanham todas as informações sobre a situação. É através do jornalismo que a desinformação é combatida. Sim, diante do caos da pandemia, a desinformação cresce de forma ainda mais vertiginosa. O jornalismo precisa fortalecer o seu papel de informar e assumir também o papel de combater a desinformação.

É nesse contexto, de tantas incertezas, que surge a Rede Piauí Sem Covid. E aí entra um outro setor afetado sobremaneira pela pandemia: a educação. A Rede Piauí Sem Covid surge através de um projeto de Extensão do curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí (UESPI) e que ultrapassa os muros, mesmo que remotos, da instituição. A

³ Professora, pesquisadora e extensionista do curso de Bacharelado em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí, campus Professor Barros Araújo, em Picos (PI). Acompanhou como membro de bancas de qualificação e finalização as pesquisas que originaram este livro.

universidade parou no primeiro momento, mas logo retoma suas atividades, seguindo com seus propósitos de ensino, pesquisa e extensão. Jornalismo e educação se juntam para uma causa social. Através do Instagram, a Rede assume esse papel de ferramenta jornalística de informação e de combate à desinformação. Como integrante do projeto, a Yasmim leva a experiência da extensão para a pesquisa, uma vez que escolhe fazer o seu Trabalho de Conclusão de Curso sobre a Rede Piauí Sem Covid. Ela fez isso brilhantemente ao se colocar diretamente nas ações da Rede e ao se colocar em primeira pessoa para detalhar, no seu trabalho, essa experiência, essas vivências.

Meu primeiro contato com a pesquisa da Yasmim foi na banca de qualificação do projeto. Na oportunidade eu disse a ela o quanto as minhas expectativas foram alimentadas diante daquele trabalho que ali se delineava. Geralmente eu não gosto de expor as minhas expectativas, mas nesse caso foi inevitável. Eu fiquei admirada com o que já era posto ali e ansiosa com o que ainda estava por vir. Já na banca de TCC eu fiz questão de externar que aquelas expectativas alimentadas tinham sido perfeitamente atendidas, quer dizer, superadas. Esse trabalho, além de uma pesquisa acadêmica e científica é uma contribuição social importantíssima sobre o papel do jornalismo, sobre o papel da universidade pública. Além disso é o registro de um acontecimento histórico e das formas como o jornalismo atuou diante de tudo isso. É uma resposta social acerca da importância da comunicação.

A Rede Piauí Sem Covid passou a ser fonte para as pessoas e também para veículos de comunicação que tinham as publicações como pautas. Sobre o livro, essa foi uma das recomendações unânimes da banca de avaliação do trabalho. Não podia ser diferente. Essa pesquisa precisa se espalhar. É a

universidade pública mostrando sua importância. É a universidade pública entregando à sociedade os seus feitos. Reitero o desafio de um outro livro sobre as histórias contadas através da rede. Já estou pronta para a leitura. A quem inicia a leitura deste material, prepare-se para uma narrativa envolvendo e admirável.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	20
1 – O JORNALISMO NA MEDIAÇÃO INFORMACIONAL NO CONTEXTO DA PANDEMIA DA COVID-19.....	29
1.1 – A COVID-19 e o Jornalismo.....	32
1.2 – Mas o que é Jornalismo? Pontos e contrapontos.....	35
1.3 – Quais as faces e interfaces, mudanças e adaptações contemporâneas do jornalismo?.....	44
2 – O INSTAGRAM E O JORNALISMO.....	55
2.1 – O Instagram. De fotos a um mundo de ferramentas e possibilidades jornalísticas contemporâneas.....	58
2.1.1 – Instagram, recursos e funções. Muito mais que compartilhamento: pluralização de informações.....	63
3 – A REDE PIAUÍ SEM COVID. UMA AÇÃO ACADÊMICA, O INSTAGRAM E O FAZER E O COMBATER A COVID-19 NOS TERRITÓRIOS PIAUIENSES.....	69
4 – AS ELEIÇÕES, A SEGUNDA ONDA, O CAOS E A PANDEMIA NO TERRITÓRIO PIAUIENSE. COMO E QUANDO O	

INSTAGRAM DA REDE PIAUÍ SEM COVID TENTA COMBATER A DESINFORMAÇÃO E VALORIZAR OS PROFISSIONAIS DE SAÚDE.....	78
4.1 – Exemplificando a segunda onda da COVID-19. Do Amazonas para o Piauí. Quando a Rede sai do ambiente dos profissionais de saúde para tratar do caos trazido pela variante P1.....	81
4.2 – Mudanças, avanços e primeiras lições concretas.....	87
5 – O EU JORNALISTA CONTRA A PANDEMIA. BEM POR DENTRO DA MOBILIZAÇÃO COMUNICACIONAL DOS ESCLARECIMENTOS SOBRE A SEGUNDA ONDA DA COVID-19 NO PIAUÍ NA ATUAÇÃO DA REDE @PIAUISEMCOVID.....	98
5.1 – Eu, afetada pela pandemia, e instagramizando a Rede Piauí Sem Covid.....	111
5.2 – Do Projeto de Pesquisa ao livro. A pandemia continuava e chegava à segunda onda.....	113
5.3 – Da segunda onda à esperança das vacinas. A Rede Piauí Sem Covid continua.....	115
CONSIDERAÇÕES.....	117
REFERÊNCIAS.....	122
APÊNDICES.....	129

INTRODUÇÃO

De repente, a COVID-19 fez o mundo se readaptar. O que achávamos que duraria meses, ainda não findou. Quem imaginaria que em questão de semanas o Piauí entraria em um caos sanitário?

A pandemia chegou com tudo e causou bem mais do que colapsos no sistema de saúde. Já passa de um ano e meio e tudo ainda continua sem respostas concretas sobre a crise saúde, uma das maiores já registradas na Humanidade. Só se sabe que no amanhã tudo pode mudar.

Este livro analisa a situação da pandemia no estado e trouxe perspectivas e reflexões em torno da COVID-19 e muito do que veio junto com ela. Trata-se de uma inspiração do trabalho monográfico, na área de Ciências Sociais Aplicadas, no sub-campo do Jornalismo, apresentado junto ao Bacharelado em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí – campus Poeta Torquato Neto, em Teresina, capital piauiense.

Em meados de maio de 2020 a situação do caos já tinha se tornado algo que fazia parte da nossa realidade cotidiana, assim como pensar em soluções para lidar a situação também.

Com a COVID-19 o mundo quase parou, foi se modificando e mudando a forma de viver de toda a população, afetando a praticamente quase tudo e todos, em questão de semanas. A situação do caos já tinha se tornado parte da nossa realidade cotidiana, assim como pensar em situações para lidar com ela.

O período desde o início da pandemia até este agosto de 2021, pós-segunda onda, nos trouxe a oportunidade de não só refletir, mas pensar e agir, ainda que para isso fosse necessário fazer outra pergunta: como atuar estando em isolamento?

Como atingir pessoas e públicos sem sair de casa e ainda assim ganhar atenção, visibilidade e confiança?

Durante os quase cinco anos que compreendem a nossa graduação em Jornalismo, tivemos contato com diversas faces, interfaces e perspectivas comunicacionais. Pude ver, estudar, debater e me aprofundar em diversas teorias, mas nunca imaginar, que talvez nenhuma delas explique o que tem sido a Comunicação e o Jornalismo no último ano, 2020, o ano pandêmico e neste ano de 2021, que ninguém ainda sabe se será o segundo ano pandêmico ou o ano em que tudo começará a mudar positivamente. Entre desejos e ações, optamos pela apresentação deste estudo e, claro, acima de tudo, contribuir de alguma forma, com todo esse período caótico pelo qual o mundo passa.

Foi assim que nasceu a temática deste trabalho.

Espera-se, no mínimo, que haja uma reflexão, compartilhar de conhecimentos sobre as áreas envolvidas neste trabalho e o reconhecimento de que a pandemia afetou a todos e tudo, mas também nos ensinou muito.

Com objetivo de mostrar quem atuou e quem segue atuando até a finalização deste trabalho, em agosto de 2021, esse livro parte da perspectiva de que até o presente momento, o Jornalismo nunca havia se deparado com situações assim, e se sim, não está documentado ou registrado desta forma. Antes da pandemia da COVID-19, eu não imaginava que seria possível existir faces e interfaces de uma mesma comunicação em tantas perspectivas diferentes, e diante de uma situação de caos mundial, mas com o mesmo propósito: ajudar.

Procurar respostas e ações de como atuar e ajudar no combate a COVID-19 se tornou o eixo condutor desta pesquisa e um ponto de reflexão de nossos pensamentos e ações comunicacionais, jornalísticas e enquanto agentes da

sociedade. Tal acontecimento “nem os mais criativos roteiristas de Hollywood, da Netflix, Amazon Prime Video ou de qualquer outra plataforma moderna de produção ficcional audiovisual de caráter mundial teriam tamanha horrenda ideia” (BERTI, 2020b, p. 30).

A base teórica da maioria das ideias apresentadas neste livro parte dos conceitos expostos por Orlando Berti (2020a e 2020b) e diversos outros autores como: André Rohde (2020), Alfredo Vizeu (2009), Alzira Abreu (2003; 2017), Barbie Zelizer (2017), Rita Araújo (2020), Inês Aroso (2013), Juarez Bahia (1990), José Luiz Braga (2012), Manuel Castells (2015; 2019), Beatriz Di Giorgi e Luís Frenando Ramos (2020), Jorge Duarte (2011), Luiz Marcelo Ferraz (2020), Vilém Flusser (2002), Rafael Paes Henriques (2018), Igor Pires (2021), Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004), Carlos Magno Mendonça (2020), David Merrit (2019), Rodrigo Fracalossi Moraes (2020), Juliana de Oliveira Motta (2013), Erik Neveu (2010), Pedro Ivo de Oliveira (2020), Raquel Recuero (2009), Giselle Reginato (2016) e Fernando Firmino Silva (2008).

Todos esses autores foram a base bibliográfica usada para analisar além do Jornalismo e da Comunicação, mas também as ações comunicacionais que ocorreram nesse período que rotineiramente passamos a chamar de o “novo normal”, que destaca sobre a cotidianidade de nossas relações pessoais e sociais, mediante o enfrentamento e posturas de cuidado consigo e com o próximo, em relação às questões pandêmicas” (BERTI, 2020b, p. 32), ou seja, vamos tratar de um conteúdo profundo, de longa duração e que, infelizmente, ainda é a pauta mais importante da contemporaneidade, durando, pelo menos, mais de um ano e meio.

Este estudo surge das ações de um projeto de pesquisa em que eu, Yasmim Cunha, fui bolsista da FAPEPI – Fundação

de Amparo à Pesquisa do Piauí – e orientada pelos professores Evandro Alberto de Sousa e Orlando Maurício de Carvalho Berti, por sinal, meu orientador de graduação e, por duas outras oportunidades, de projetos de Iniciação Científica. Ambos os PIBICs foram financiados pelo CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

A linguagem desse livro, em acordo com o orientador é dividida em dois momentos, inclusive balizados nos cinco capítulos que fazem parte do trabalho. Os três primeiros, de caráter de identificação do objeto da pesquisa e também de fundamentação teórica, estão em terceira pessoa. Os capítulos quatro e cinco estão em primeira pessoa. A mudança foi necessária para poder mostrar mais as marcas metodológicas do Eu Jornalista na Pandemia, ponto base de partida da ação e reflexão sobre como nós, graduandas e graduandos em Jornalismo podemos dar nossas contribuições para os fenômenos contemporâneos.

Este livro é uma forma de primeira pessoa, como estudante de Jornalismo que sou, como cidadã atuante que tento ser, como filha, sobrinha, irmã, amiga e futura profissional de imprensa e de pesquisa, tento dar respostas a algo que me incomoda: o que fazer em um período tão conturbado?

A necessidade de trazer um estudo prático foi logo discutido com meu orientador. E prontamente aceito. Era necessário fazer um estudo de netnografia, entrando de vez na Rede Piauí Sem Covid. Essa Rede foi criada em abril de 2020 como parte das ações empíricas de Projeto financiado pela FAPEPI. Em novembro o projeto teve seu fim, a COVID, pensávamos, ia no mesmo rumo. Com o aumento de casos, caos na saúde e necessidade maior de intervenção em todos os sentidos, tivemos a certeza de que a continuação dos trabalhos

da Rede, dessa vez mostrando o “eu, jornalista” lá dentro, seria o principal ponto para nosso Trabalho de Conclusão de Curso.

Pretendemos: mostrar as faces e interfaces do jornalismo diante da pandemia da COVID-19, além de frisar as perspectivas comunicacionais, os “novos normais” na qual a comunicação e o jornalismo se adaptaram para manter o mundo atualizado e informado sobre a pandemia.

Será analisado também os trabalhos e ações jornalísticas e comunicacionais de combate à pandemia de COVID-19 no Piauí, destacados pela Rede de Solidariedade @PiauiSemCovid no Instagram na segunda onda da pandemia no Estado.

A problematização gira em torno do seguinte questionamento “como o jornalismo pode atuar em informações por meio de redes virtuais e quais as consequências desse processo na segunda onda da pandemia no Estado?”.

Os objetivos específicos são: vivenciar o combate à pandemia de COVID-19, principalmente a partir da segunda onda no Piauí, de maneira jornalística, através da Rede @PiauiSemCovid; destacar pontos e contrapontos deste trabalho por meio da vivência pessoal; analisar as consequências desse trabalho estando na realização dele; mostrar as consequências jornalísticas e sociais do processo de informação jornalística por meio da ferramenta que é a Rede @PiauiSemCovid.

A metodologia ocorre através da pesquisa-participante, por meio da vivência e netnografia, com intervenção direta do sujeito-objeto de estudo, com pesquisa de campo e utilização de métricas da Rede @PiauiSemCovid no Instagram a partir da segunda onda da pandemia no Estado, que ocorreu logo após o período eleitoral do ano de 2020, tendo-se como ponto de

recorte de finalização do corpus da pesquisa: seis meses de estudos e vivências, de janeiro a junho de 2021, que abrem espaços para diversas reflexões diante da função social do jornalismo no contexto pandêmico.

O jornalismo participativo permite uma visão diferente e bem mais completa dos acontecimentos, aproximando os medias e os seus públicos, como foi feito na Rede, e assim a confiança entre a comunidade aumenta, como afirma Inês Aroso (2013).

Existem vários conceitos próximos ao de jornalismo participativo, porém todos se têm o mesmo traço em comum: exercer uma atividade na qual o cidadão ou grupo de cidadãos desempenhem uma papel ativo no processo de reunião, seleção, análise e compartilhamento de informações, e sendo pode-se ser considerado participativo quando o jornalista participar efetivamente na produção, construção e transmissão dessa informação, que foi como o objeto deste livro foi feito, a Rede foi pensada, criada, executada, analisada e exposta para o público por mim, que sou jornalista, assim como os outros dois integrantes da Rede Piauí Sem Covid, Evandro Alberto e Orlando Berti, que também são jornalistas.

Ainda de acordo com Inês Aroso (2013) o jornalismo participativo permite algumas vantagens, como o acesso de diversas pessoas à produção e a divulgação das mensagens, a menor dependência dos dilemas éticos que são constantemente confrontados com a necessidade de retrair as suas críticas pelo receio de perderem dinheiro de publicidade ou acesso aos níveis mais elevados de decisões políticas, permite a cobertura de notícias que os meios tradicionais não acham relevantes e rentáveis, promove uma discussão mais substancial dos acontecimentos da atualidade de uma forma que outros meios não permitem, e nem podem permitir.

Além do jornalismo participativo também optou-se pela netnografia, que é um método utilizado para estudos relacionados à internet, que consiste em uma ferramenta metodológica que amplia as possibilidades oferecidas pela etnografia tradicional, de acordo com Maurício Corrêa e Helen Rozados (2017), é uma opção que permite o estudo de objetos, fenômenos e culturas que emergem constantemente no ciberespaço partindo do desenvolvimento e da apropriação social das tecnologias da informação e da comunicação. “Adaptando técnicas, procedimentos e padrões metodológicos tradicionalmente empregados na etnografia para o estudo de culturas e comunidades emergentes na Internet” (CORRÊA; ROZADOS, 2017, p. 2).

A netnografia é uma adaptação da pesquisa etnográfica e considera todas as características dos ambientes digitais e da comunicação mediada, com o intuito de obter um entendimento mais amplo, junto do próprio jornalismo participante, e da observação participante e da minuciosa análise de dados através da netnografia que será abordada no parágrafo a seguir.

O foco da netnografia é ter em seu método de pesquisa uma observação participante do campo de trabalho online, mesmo diante das suas diferentes formas de comunicação mediada por dispositivos como computadores, que costumam ser a fonte de dados para a representação e a compreensão etnográfica. Como Maurício Corrêa e Helen Rozados (2017), afirmam, a netnografia não é uma metodologia nova, mas uma ampliação das potencialidades do método etnográfico tradicional para contemplar as especificidades do ambiente digital. Tentou-se agir e atuar mediante esses preceitos.

Diante disso, utilizar desses caminhos metodológicos foi o que mais fez sentido para a feitura deste trabalho, pois

ambos se complementam e dão sentido a resultado da pesquisa.

Este livro é composto por cinco capítulos.

Temos também, além desta parte introdutória, a parte conclusiva e ainda as referências e os apêndices. Cada parte foi pensada para melhor incentivar a leitura e também os esclarecimentos e evoluções das ideias contidas nesses escritos.

O primeiro capítulo, nomeado “O Jornalismo na mediação informacional no contexto da pandemia da COVID-19”, trata sobre as questões das informações jornalísticas em si. É um capítulo de fundamentação teórica alinhado com nossa área de formação acadêmica. Contextualiza-se informações relacionadas a pandemia e também apresenta-se elementos teóricos para um debate sobre o Jornalismo em si, suas atualidades e transformações frente à pandemia.

Já o segundo capítulo, nomeado “O Instagram e o Jornalismo”, envereda sobre a relação das mediações informacionais contemporâneas com as redes digitais, notadamente com o Instagram. Este capítulo também é de caráter teórico e aproxima nossa área de formação com um debate atualizado acerca do poder do Instagram em também mediar informações e poder até jornalisticizar fatos.

No terceiro capítulo, nomeado “A Rede Piauí Sem Covid. Uma ação acadêmica, o Instagram e o fazer e o combater a COVID-19 nos territórios piauienses”, trata sobre a Rede Piauí Sem Covid em si, o que ela é, como foi criada, porque foi criada, por quem foi criada, bem como apresenta-se todos os seus dados e informações da sua criação até os detalhes do que ela é, do que se tornou e do que ela representa. E destaca-se o seu papel enquanto objeto da pesquisa neste trabalho.

No quarto capítulo, nomeado “As eleições, a segunda onda, o caos e a pandemia no território piauiense. Como e quando o Instagram na Rede Piauí Sem Covid tenta combater a desinformação e valorizar os profissionais e saúde”, destaca acerca das histórias contadas na Rede e seus detalhes. Leva-se em conta os trabalhos e vivências da Piauí Sem Covid principalmente durante o período da segunda onda da COVID-19 no estado. Este capítulo apresenta parte dos resultados empíricos, notadamente de caráter qualitativo para a reflexão e análise do objeto da pesquisa, bem como primeiras reflexões sobre como conseguiu-se responder a problemática da pesquisa e também alcançou-se os objetivos.

No quinto, e último capítulo, nomeado “O Eu Jornalista contra a pandemia”, trata sobre a minha participação, em primeira pessoa, na Rede e como avançamos nos trabalhos e ações da Piauí Sem Covid. Analisamos o objeto da pesquisa, esclarecermos a problemática de vez, abordamos como atingimos os objetivos do livro e apresentamos as questões da representatividade da jornalisticidade em termos netnográficos nessa experiência acadêmico-social. Abordo como participei da Rede, como contribuí, o que vivi e o que aprendi, mostrando todas as reflexões que se tornaram partes importantes nesse levantamento de ação e vivência.

Era preciso fazer algo. Se tudo isso já tiver modificado um único pensamento, já terá valido a pena. Enverede pelas próximas páginas e, por favor, diga se valeu a pena ou não!

Boas leituras!

1 – O JORNALISMO NA MEDIÇÃO INFORMACIONAL NO CONTEXTO DA PANDEMIA DA COVID-19

O último ano que se passou, 2020, o da pandemia da COVID-19, que foi até agora o período de maior turbulência e transformação da contemporaneidade. Sem dúvidas, um ano de desafios e caos, um marco histórico que culminou na maior crise sanitária que o mundo já presenciou. Ela afetou a tudo e todos, não só as nossas rotinas, mas a vida da sociedade em todos os setores.

No Jornalismo, principalmente, essas mudanças foram bem sentidas, já que é ele o divulgador dos acontecimentos da cotidianidade. “A divulgação de informações sobre doenças costuma ter forte apelo, devido ao risco que representam para a vida das pessoas. Isso se exacerba nas epidemias” (FERRAZ, 2020, p. 274).

O mesmo autor ainda complementa, realizando um aprofundamento de debates, que:

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

Desde que foi anunciada a COVID-19, no primeiro trimestre de 2020, o Jornalismo, assim como a forma de se mediar as notícias e fatos cotidianos, sofreram mudanças, tanto de forma direta, como indireta.

No Brasil, a pandemia afetou não só o fator saúde, mas o fator político, assim como todos os outros fatores que englobam a sociedade e o nosso cotidiano. Por isso é impossível não citar neste capítulo, um pouco do fator político, já que por diversas vezes ao longo da pandemia da COVID-19 ele ofuscou a principal pauta do momento e do mundo: saúde pública.

André Rohde (2020, p. 16) explica que o Jornalismo, e consequentemente os jornalistas, precisaram ter ainda mais cautela e seriedade na hora de lidar com esses tipos de conteúdo, dados, e assuntos relacionados à pandemia, sendo assim, uma espécie de readaptação. “Quando interpretados de forma leviana os números podem corroborar teses que não são verdadeiras” (ROHDE, 2020, p. 16).

Essa é uma das primeiras provas o quanto o Jornalismo (com maiúsculo mesmo) é cada vez mais necessário na contemporaneidade.

Além de todos os acontecimentos e conflitos que reforçaram o tema, estes fizeram com que o espaço da pauta global, a pandemia, ganhasse cada vez mais notoriedade, na imprensa, segundo Luiz Marcelo Robalinho Ferraz (2020, p. 276):

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

Não há como falar do Jornalismo neste início de terceira década do século XXI, no contexto da pandemia, sem percorrer um pouco de 2020 e sua régua imensa de grandes pautas polêmicas na imprensa brasileira.

Ao longo do ano de 2020 foi possível presenciar episódios polêmicos do Governo Federal, tais como saídas e trocas repentinas de ministros da Saúde e da Justiça, além de inúmeros entraves com a Organização Mundial da Saúde (OMS), assim como divergências com a ciência, com a imprensa, omissão de dados ou pouca transparência na divulgação de informações, que em um momento de caos, seriam essenciais para manter o eixo entre o Governo, a mídia e a sociedade, e assim andarem de forma conjugada e em busca de soluções.

O foco se mantém na constante divergência entre resolver tais conflitos, lidar com a polarização e a infinita batalha política que move o país.

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

Nesse contexto, vamos para o que de fato temos lugar e vez de fala: o papel e a mediação do Jornalismo diante da pandemia da COVID-19. Já adiantando que, pelo fato da pandemia ser um evento recente e que ainda estar em pleno acontecimento neste meio do mês de agosto de 2021, este trabalho será embasado por materiais acadêmicos e com o

suporte de livros e artigos publicados recentemente sobre a temática, já que ainda não há muitos trabalhos feitos sobre o tema, além da vivência da própria pesquisadora.

1.1 – A COVID-19 e o Jornalismo

A COVID-19, foi detectada pela primeira vez, na cidade de Wuhan, na China. A doença é causada pelo coronavírus da Síndrome Respiratória Aguda Grave 2 (Sars-CoV-2).

No início de março de 2020, a OMS – Organização Mundial da Saúde – declarou a doença como pandêmica. Uma semana depois os casos explodiram e no mundo já ultrapassava 214 mil pessoas infectadas pelo vírus da COVID-19.

No Brasil, o alarde sobre o problema começou em fevereiro de 2020, com a chegada de um grupo de brasileiros vindos de Wuhan. Em seguida, quase duas semanas depois, no dia 26 de fevereiro daquele ano, houve a confirmação do primeiro caso. No mês seguinte os casos já passavam de 2.000 e o número de mortes já ultrapassava sete dezenas.

O que parecia ser uma síndrome respiratória distante se tornou uma realidade sentida mais perto por cidadãos de várias do planeta, com sobrecarga nos sistemas de saúde e adoção de práticas sanitárias práticas sanitárias (isolamento, distanciamento social, quarentena ou bloqueio total). Nesse cenário, os relatos jornalísticos forma decisivos para dar ‘vida’ à Covid-19, devido a uma publicação diária sem precedentes por parte dos meios de comunicação (FERRAZ, 2020, p. 274).

A Organização Mundial da Saúde (2021) afirmou que 80% dos casos são assintomáticos ou com poucos sintomas e os outros 20% são casos em que os pacientes necessitam de atendimento hospitalar por conta da dificuldade em respirar.

A curva exponencial da pandemia ocorreu de forma crescente no país e não demorou muito para que chegássemos à triste marca de 100.000 mortes pela COVID-19. Orlando Berti (2020b, p. 25) destaca que “mais cedo ou mais tarde, a COVID-19 chegou na vida e modificou a rotina de praticamente todos os quase sete bilhões e oitocentos milhões de habitantes na Terra”.

Até a segunda semana de agosto de 2021, no Brasil, segundo o Ministério da Saúde (2021), o país contabilizava mais de 20.215.000 casos (quase 10% da população nacional) e provocou a morte de quase 570.000 pessoas.

Portanto, podemos afirmar que a crise sanitária ocasionada pelo novo coronavírus Sars-CoV-2 afetou todos os níveis da sociedade, transformando a vida cotidiana, impactando as áreas da saúde até a educação, da economia à política, e claro, o Jornalismo.

Assim, diante desse longo período que a humanidade vem atravessando, é inegável não identificar o papel do Jornalismo diante das circunstâncias e de reconhecer esse papel e a forma como ele contribui com a sociedade contemporânea. É necessário também debater sobre o devido reconhecimento do público, já que os diversos acontecimentos advindos da pandemia da COVID-19 promoveram uma mobilização ainda maior do Jornalismo.

Em tempos pandêmicos a mediação informacional é essencial para os esclarecimentos sobre as notícias que ocorrem no mundo, desenvolvendo como nunca seu papel social, sendo a transparência e a clareza que o público precisa.

Mais que uma epidemia, que já carrega em si uma forte carga simbólica, falar de pandemia nos remete à desordem causada pelo caráter acidental da doença em larga escala na população mundial, provocando mortes e

afetando a rotina de cidades, estados e países (FERRAZ, 2020, p. 275).

Na hora de noticiar, acompanhar, divulgar, e informar os acontecimentos advindos da pandemia da COVID-19, a base principal do Jornalismo é a credibilidade, a confiança do público, e assim a responsabilidade para com a sociedade se torna ainda maior. Cada informação repassada pode causar impacto, salvar vidas e auxiliar na tomada de decisões.

A credibilidade não é algo que se conquiste através de cursos superiores, ou de prática continuada; conquista-se com a confiança que as pessoas depositam em determinado ato, frase ou palavra. Isto é, a credibilidade é o resultado da percepção que uma pessoa tem de outra, em relação ao grau de confiança que deposita nela (SENA, 2013, p. 10).

A doença da COVID-19, e conseqüentemente a pandemia e todas as suas conseqüências, abalou a sociedade e as formas de interações. Não basta apenas saber sobre o novo vírus, mas também saber como lidar com o descontrole, com a impermanência, com as incertezas diárias, já que até o momento a única certeza é a esperança.

Por mais que a nova realidade já faça parte do dia a dia de todos, os acontecimentos não cessaram, todos os dias há algo novo, um assunto diferente sobre a pandemia e como ela afetou, impactou, alterou o mundo e tudo e todos ao redor dele.

A Covid-19 explicitou nossa fragilidade enquanto seres vivos, escancarou a presença da morte em um contexto cultural em que as pessoas são, geralmente, despreparadas para lidar com a impermanência (DI GIORGI; RAMOS, 2020, p. 23).

Sendo assim a pandemia também nos impôs uma série de condições radicais. Nos fez reforçar a seriedade com o nosso bem estar e com o do próximo, além de nos instigar a prestar atenção e refletir sobre tudo a nossa volta. Também gerou sensações de medo, ansiedade, pânico e a negação, que afeta principalmente o Jornalismo. Com o caminhar dos acontecimentos sobre a doença, o momento da fase inicial de novidade, e com a incessante multiplicação dos casos, e de variantes, e tratamentos, assim como o descontrole da doença.

No caso da curva tão falada da pandemia e do número de mortos, é interessante porque ela vai subindo numericamente, mas em termos da produção de afetos, ela vai se planificando, parece que vai ficando menos importante o número de pessoas mortas a cada dia (MENDONÇA; PESSOA, 2020, p. 105-106).

Mas, o que o Jornalismo tem a contribuir e como contribui com essas discussões? Em que ele foi, e continua sendo, emblemático no processo de mediação informacional nesse tempo pandêmico?

1.2 – Mas o que é Jornalismo? Pontos e contrapontos

Para Barbie Zelizer (2017) o Jornalismo é uma espécie de fenômeno que é visto de diversas maneiras, de forma frequente. É “um fenômeno complexo e de grande escala, cujo principal efeito é o exercício do poder, moldar a opinião pública e controlar a distribuição de recursos informativos ou simbólicos na sociedade (ZELIZER, 2017, p. 26, *tradução nossa*).

Assim, lembrando o que é o Jornalismo e para o quê ele serve, voltando ao ponto de partida, o Jornalismo e a

pandemia, é possível notar que o novo coronavírus impactou todos as áreas da sociedade e a mediação informacional não ficou de fora, mas adquiriu ainda mais relevância e reforçou o seu compromisso social, principalmente na hora de tratar conteúdos sobre o novo coronavírus, envolvendo a saúde pública, a principal pauta da sociedade atual, como foi citado anteriormente. Ainda que elencar o que era o Jornalismo ontem, o que ele é hoje e o que ele será amanhã seja tão importante quanto discorrer sobre o papel dele diante da pandemia. Afinal ele se reinventou, mas as bases sendo tradicionalmente as mesmas, como escreveu Nelson Traquina (2005, p. 19) em pensamento do início deste século, mas ainda bem atual.

O jornalismo é a vida, tal como é contada nas notícias de nascimentos e de mortes, tal como o nascimento do primeiro filho de uma cantora famosa ou a morte de um sociólogo conhecido mundialmente. É a vida em todas as suas dimensões, como uma enciclopédia.

Trazendo o Jornalismo para o contexto contemporâneo, ele deixou de ser apenas o intermédio da sociedade e adquiriu também a função de repassar instruções sobre como agir, quais cuidados tomar, como evitar a contaminação, sobre o desenvolvimento da doença e repassar em tempo hábil toda e qualquer nova informação e orientação sobre a doença.

Muito se questiona sobre como fica o papel do Jornalismo em um contexto social como o de agora, já que a informação também, nesse momento de pandemia, assume o papel de preservar vidas. O Jornalismo precisou mais do que nunca exercer a ética e a responsabilidade, e se reinventar dentro do novo cenário, que muda constantemente.

Na minha perspectiva, o jornalismo deve servir:

- a) informar de modo qualificado;
- b) investigar;
- c) verificar a veracidade das informações;
- d) interpretar e analisar a realidade;
- e) fazer a mediação entre os fatos e o leitor;
- f) selecionar o que é relevante;
- g) registrar a história e construir memória;
- h) ajudar a entender o mundo contemporâneo;
- i) integrar e mobilizar as pessoas;
- j) defender o cidadão;
- k) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia;
- l) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade (REGINATO, 2016, p. 233).

O Jornalismo atual, precisou adotar e seguir medidas rígidas de segurança, e ao mesmo tempo, continuar exercendo com o mesmo padrão de qualidade e confiança ao informar o público sobre todos os assuntos em meio à crise. Atualmente se encontra em constante transformação, já que muitos fatores moldaram a forma de como o público consome e divulga as informações, considerando que ele é tido como serviço essencial, sendo um importante agente durante a crise na saúde pública mundial, e, claro, um recurso fundamental para salvar e preservar vidas, já que a imprensa está desde o início colaborando com o combate à COVID-19.

A sociedade da informação potenciou o aparecimento de múltiplos meios de comunicação, que se acumulam, funcionando paralelamente, com características e públicos diferentes. Ou seja, o panorama mediático é agora mais complexo do que nunca. Se nos anos 1980 seria fácil criar, implementar e acompanhar a notoriedade de uma campanha de Saúde Pública nos media tradicionais, hoje percebemos que a existência de diversas plataformas online (blogs, redes sociais); a

alteração de hábitos de consumo mediáticos (que substituem a televisão pelo tele móvel, por exemplo); a existência de um maior controle dos cidadãos sobre o tipo de conteúdo que querem receber (ou evitar, como acontece com a publicidade); e a pulverização dos produtores de conteúdo (que passamos a ser todos nós!) adensaram de sobremaneira a área da Comunicação da Saúde de âmbito social que se torna urgente que haja mais investigadores, articulados em equipas multidisciplinares, para realizar estudos cujos resultados se tornem efetivamente relevantes e úteis (ARAÚJO *et al*, 2020, p. 209-210).

Como explica Alzira Alves de Abreu (2017, p. 10): de fato, as mudanças ocorridas na imprensa brasileira nos últimos anos determinaram não só as mudanças estruturais, mas fez com que o Jornalismo se adaptasse aos novos tempos econômicos, sociais, políticos e culturais.

O jornalismo de utilidade social é um dos caminhos que devem ser explorados na análise da imprensa brasileira. O conceito de utilidade social identifica a ação dos jornalistas como tendente a servir aos interesses concretos dos cidadãos. Mas esse jornalismo estaria em contradição com as exigências do profissionalismo reivindicado pelos próprios pelos próprios jornalistas, para os quais, no exercício da profissão devem prevalecer valores não partidários, não ideológicos e uma atuação distante dos acontecimentos (ABREU, 2017, p. 8).

Nelson Traquina (2008) afirma que o Jornalismo tem o papel primordial de fornecer a verdade absoluta, como um dever, uma obrigação a ser cumprida para com a democracia, já que a imprensa é tida como o quarto poder, ou até mesmo o contrapoder. De fato as mudanças da contemporaneidade corroboraram para as transformações do jornalismo atual, já

que agora é exigido uma rapidez ainda maior na produção e divulgação da notícia, mesmo que isso ocasione pôr em cheque a credibilidade, que é um dos princípios essenciais do jornalismo, assim como a confiança na produção jornalística, as principais mudanças se encontram na adaptação do jornalismo ao mundo online e ao real time se somando a intensidade e velocidade imposta pela esfera digital, que ganhou uma força ainda maior com a pandemia.

A pluralidade é um valor central e definidor do jornalismo, e a informação deve formar cidadãos mais esclarecidos sobre a diversidade do mundo. Essa função também ocupa um lugar de destaque no discurso de leitores (fica em terceiro lugar), indicando a percepção de que o jornalismo contribui para dar conhecimento às pessoas e possibilita o acesso a diferentes pontos de vista (REGINATO, 2016, p. 205).

Já Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004, p. 70) afirmam que a função primordial do Jornalismo é fornecer informação a sociedade para que assim elas sejam livres e capazes de se autogovernar, terem o poder e o direito de escolha, o que podemos observar de forma clara atualmente, como a sociedade tem interpretado as informações e as ações exercidas a partir delas.

É muito produtivo, e mais realista, entender a verdade jornalística como um processo – ou uma caminhada contínua na direção do entendimento – que começa com as primeiras matérias e vai se construindo ao longo do tempo (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 70).

David Merritt (2019, p. 129) explica que o Jornalismo deve exercer um papel que vai além de denunciar o que está errado, mas também mostrar formas de solucionar tais

problemas, além de promover a participação da sociedade. “O jornalismo fornece informações compartilhadas e formas de discutir o que fazer com essas informações e, portanto, apoia a ideia de liberdade” (MERRITT, 2019, p. 129).

O Jornalismo desse início de terceira década do século XXI não tem mais o foco apenas em noticiar o problema, mas em ajudar a propor soluções, assim como tornar cada vez mais acessível a liberdade de interpretação, a participação da sociedade.

Para ter acesso a essa liberdade, são necessárias informações verídicas e de fácil compreensão. Alzira Alves de Abreu (2003, p. 26) reforça que a informação é um ponto fundamental para que a sociedade exerça de forma plena seus direitos, e é principalmente através do Jornalismo que a sociedade tem acesso as essas informações.

Com a premissa da objetividade, da imparcialidade, que essas informações que se tornam notícias devem conter, e claro, da imprescindível necessidade de sempre mostrar os lados que existem, que podemos perceber que o jornalismo vai muito além das notícias, por mais que seja necessário o jornalismo útil, coeso e racional, que some e agregue, é difícil fugir das dicotomias monopolizadas, das tendências ideológicas, dos poderes políticos e econômicos, dos governos em si, de todas as nuances, a corrupção e claro o fenômeno das *fake news*. Nessa perspectiva, o Jornalismo sempre assume o papel da objetividade. “Quem consome as informações também o faz porque acredita que o produto jornalístico é o resultado de um trabalho comprometido, que condiz, pelo menos em algum grau, com a verdade dos fatos” (HENRIQUES, 2018, p. 257).

Com o tempo, o jornalismo vem percorrendo caminhos que levam a diversas transformações, tanto estruturais quanto

funcionais, já que nesse cenário pós-moderno, há diversas perspectivas, no meio de tantas certezas como de fato saber o que é o jornalismo e qual a sua função diante de tantas mudanças?

Rodrigo Fracalossi Moraes (2020) explica que apesar de tantas mudanças, não podemos deixar escapar as brechas e as contradições que surgem diante das diversas transformações estruturais no jornalismo que se intitula, por muitas vezes, hegemônico.

A mídia se adaptou a nova era do digital, das tecnologias da informação e da comunicação e das velocidades frenéticas das relações de consumo dos produtos e até da maior efemeridade do que é mediado. De fato, o *like* ou o *retweet* parecem ser as mudanças mais significativas vistas de forma clara.

Voltando para 2020 a pandemia fez com o Jornalismo, e conseqüentemente os jornalistas, se adaptassem a novas rotinas. Essas pequenas ações nas redes sociais, causaram (e ainda causam) grandes impactos na sociedade. As mudanças vão muito além de apenas da adaptação as essas tecnologias digitais, ou formas e formatos de se fazer e divulgar as informações, o que nos leva a contradição já que “a notícia é que busca o jornalista ou o veículo de comunicação de informação” (NEVEU, 2010, p. 62). O que gera diversos paradigmas, mas o foco do Jornalismo, apesar das mudanças estruturais e a reconfiguração da profissão no momento atual, o sentindo ainda é o mesmo: informar.

Uma das mudanças mais significativas do jornalismo atual, como citado superficialmente nos parágrafos anteriores, é do uso das redes sociais como principais aliadas. Ferramentas que auxiliam o jornalista da apuração até a divulgação da notícia, assim como ajudam a elencar o que pode

ser ou não notícia de forma veloz. Durante o cenário caótico que estamos vivenciando, é algo a ser considerado como positivo, já que o Jornalismo ainda assume, sobretudo, o papel de organizar o caos informacional que a velocidade e o fluxo quase que instantâneo de informações que a sociedade vive e consome atualmente.

Esses pontos ocasionam mudanças indiretas e negativas, pois com a rapidez que os fatos acontecem, e as informações se transformam em notícias, pontos bases do jornalismo são postos novamente em cheque. Já que diante de tanto material para se noticiar, há menos tempo para selecionar cuidadosamente o que é uma prioridade na ordem de relevância das informações, ou seja, o é importante informar naquele momento, naquele espaço, contexto e local que está inserido.

De fato, “um os pontos fracos da participação do leitor na construção das notícias é a questão da credibilidade” (SILVA, 2011, p. 34).

Ao mesmo tempo em que o jornalismo precisa também atingir o leitor, ou consumidor da informação (ou, mais modernamente destacando, o usuário) em diversos lugares e âmbitos, além de seduzi-los com narrativas, conteúdos e linguagens inovadoras e ainda sim, preservar a credibilidade e todos os pontos chave do jornalismo, exercendo fielmente a sua função de informar a população.

A credibilidade, a noticiabilidade, a checagem, a apuração, a confiança e o compromisso com a verdade, têm de andarem em junções na corrida contra o tempo para a divulgação e, conseqüentemente, na conquista de audiências e públicos que as conjunturas contemporâneas exigem.

De forma clara, é como se quando a informação for ser divulgada pelo jornalista, ela tem de estar em todos os meios e

ao mesmo tempo, podendo ser um ponto negativo, mas também positivo.

Negativo, pois quando a mesma notícia chega a pessoas com crenças diferentes, causando assim interpretações distintas, haverá uma incompatibilidade dessa notícia e surgirão os questionamentos quanto a sua veracidade, já que as discussões atualmente giram em torno de egos, e do emocional e assim surgem divergências que confundem a população, baseadas em pré-conceitos e cortinas de fumaça.

Primeiro, as pessoas não funcionam racionalmente e sim a partir de emoções. As pesquisas mostram cientificamente que a matriz do comportamento é emocional e, depois, utilizamos nossa capacidade racional para racionalizar o que queremos. As pessoas não leem os jornais ou veem o noticiário para se informar, mas para se confirmar. Leem ou assistem o que sabem que vão concordar. Não vão ler algo de outra orientação cultural, ideológica ou política. A segunda razão para esse comportamento é que vivemos em uma sociedade de informação desinformada. Temos mais informação do que nunca, mas a capacidade de processá-la e entendê-la depende da educação e ela em geral, mas particularmente no Brasil, está em muito mau estado (CASTELLS, 2019, p. 1).

No Jornalismo não basta somente informar, é preciso discutir, compartilhar, procurar, o que gera uma convergência e ao mesmo abre espaço para a cultura da participação.

Fernando Firmino da Silva (2008, p. 6) faz uma observação para esse fenômeno da instantaneidade junto da prensa da produção da informação, que gira em torno da qualidade da notícia, e da veracidade, como elemento principal. O autor cita que há uma adoção de tecnologias móveis na produção jornalística com uma capacidade maior de

processamento das informações, ou seja, instrumentos e plataformas de produção para edição e publicação imediata de qualquer lugar e que geram mudanças significativas no Jornalismo.

Portanto, o Jornalismo tem a missão, hoje, neste tão debatido, destacado, criticado, dicotomizado 2021, de levar informações sobre a atual situação da pandemia, para todos, de forma acessível e objetiva, ainda que boa parte da população se encontre isolada, tensa e desinformada.

Quais as faces, interfaces, mudanças, adaptações, consequências e debates da mediação informacional em toda essa conjuntura?

1.3 – Quais as faces e interfaces, mudanças e adaptações contemporâneas do jornalismo

No jornalismo contemporâneo muitas vezes é questionada a qualidade da notícia em detrimento da pressa em que ela é produzida.

Os novos recursos e a tecnologia, possibilitam que o jornalista acompanhe e vivencie os fatos ao mesmo tempo em que produz o jornalismo.

Assim, por diversas vezes o Jornalismo se vê em um cenário participativo, na qual o jornalista assume meramente o papel de avaliar, às vezes editar (se necessário) e divulgar com a rapidez pela informação na qual nos encontramos atualmente. O Jornalismo participativo ganha cada vez mais espaço. Com a pandemia, essa vertente do jornalismo se mostra presente, já que a troca e compartilhamento de informações acaba criando comunidades ou grupos mais irmanados e com interesses mais convergentes, e mobilizando o público em prol das necessidades da sociedade contemporânea: ajudar, fazer a diferença, mobilizar.

Em um cenário na qual todas as profissões tiveram de se readaptar, o Jornalismo também procurou seguir a recomendação, para continuar exercendo seu papel de forma segura e eficaz, ainda que na linha de frente, correndo diversos riscos e com a carga de trabalho triplicada.

O Jornalismo se tornou responsável por transmitir as informações indispensáveis para o público, de uma forma que qualquer pessoa possa entender a real situação que está acontecendo.

Em outras palavras, traduzir as pesquisas científicas e recomendações de especialistas das mais diversas áreas de forma correta, coesa e clara, ou seja, acessível, deixando a população ciente do real cenário da pandemia. A pressa na apuração e divulgação dessas informações foi sem dúvidas um ponto forte de impacto sob a rotina jornalística, já que para lidar com informações tão delicadas é necessário tempo e estudo, mas ao mesmo tempo, a velocidade com que as informações sobre a pandemia chegam, fica difícil.

O jornalista de comunicação age como vulgarizador, conselheiro, até como um amigo, mantendo uma relação de familiaridade com seu público, divertindo-o. Ele se despoja então de toda postura de autoridade, de autor de uma relação cívica. A segmentação da imprensa faz, além disso, com que ele se dirija a um público-alvo definido mais frequentemente por um estilo de vida ou de consumo do que por uma opinião pública (NEVEU, 2006, p. 164).

O que pode ser considerado um ponto negativo, já que o bom Jornalismo, precisa, principalmente, nesse contexto pandêmico na qual estamos inseridos, reforçar a busca pela verdade, de forma independente e objetiva, respeitando os princípios éticos, mas sempre promovendo espaço para o

debate. A democracia nos exige isso, é um direito ter um espaço público para discutir as questões que norteiam a humanidade, ou melhor dizendo, as necessidades.

A comunicação em saúde deve ser transparente, democrática e de acordo com os interesses da maioria, há que partir rumo à pluralidade de vozes e opiniões, não assumindo nada como certo e refletindo a visão de todos os quadrantes da sociedade. Em situações dominadas pela polêmica/conflito, há também que respeitar o princípio do contraditório, uma regra básica e indispensável da atividade jornalística, mas também da Ciência, campo que deve recusar qualquer tipo de dogma ou certeza, partindo sempre da premissa de que o erro é eternamente possível de acontecer (BUENO, 2006, p. 133).

O Jornalismo enquanto mediador da sociedade assume uma responsabilidade enorme em tratar questões envolvendo ciência e saúde, e as faces comunicacionais durante a pandemia comprovam isso, quando o assunto é ciência, saúde e a contribuição para o bem geral da sociedade, quanto mais informações, maior essa contribuição será, mas com a constante mudança de cenário, sem tempo para planejar, estudar, pesquisar, como fica o papel do bom jornalismo?

Juarez Bahia (1990, p. 19) afirma que “todos os meios pelos quais a notícia chega ao público são jornalismo”. Ou seja, o Jornalismo assume a condição de intermediário da sociedade, e passa a ter também deveres. Para o autor, a imparcialidade, exatidão, compromisso com a verdade, autenticidade e credibilidade, são elementos indispensáveis para configurar a natureza do Jornalismo e justificar a sua existência e necessidade, que, como já citado nos parágrafos anteriores, são critérios essenciais e que reforçam que o

Jornalismo ganhou ainda mais relevância diante da situação pandêmica atual.

Com o fluxo enorme e número exagerado de notícias as quais a sociedade é exposta, notadamente durante esta situação pandêmica, quase uma verdadeira overdose noticiosa, o foco pode parecer estar apenas em noticiar a doença e não abordar todas as perspectivas da quais ela está inserida. Já que a pandemia afetou todos os setores, abalou todas as classes profissionais e mostrou que a informação enquanto notícia, salva, mas também prejudica, a exemplo disso temos as *fake News* (notícias falsas ou de grande caráter duvidoso), que além de atrapalhar a divulgação das informações verídicas, causa um clima de desinformação somado a incredibilidade das notícias.

As chamadas fake news fazem parte de um fenômeno que tem a ver com as redes sociais. A pessoa que já tem opinião formada acredita naquilo que chega pelo grupo de WhatsApp. É bolha em que disseminam e alimentam a circulação das falsas notícias é caso de polícia. Tem quem espalha e tem os que criam as mentiras para serem espalhadas (ROHDE, 2020, p. 273).

Notadamente a informação virou uma ferramenta de combate a pandemia, o Jornalismo durante esse período atuou mais do que nunca no seu papel de promover a interação e a mediação da esfera pública e da participação da sociedade em discussões sobre saúde e ciência, que devem ser temas acessíveis a todos.

A importância da comunicação na hora de refletir em espaços sobre saúde e ciência mostrou-se essencial no período pandêmico que estamos vivendo, a interação e união entre ciência, política, governo e imprensa se tornou algo que vai além da junção de poderes, mas uma necessidade, cada espaço,

desde que a pandemia se expandiu e virou o foco das atenções, tornou-se complementar.

Acerca do primeiro ponto, o fenômeno foi denominado pelo diretor-geral da Organização Mundial da Saúde (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus, de “infodemia”, um processo no qual não apenas o vírus, mas também boatos se espalham rapidamente, criando uma cacofonia de informações conflitantes. É preciso assim “imunizar” a população para que ela possa ser mais capaz de distinguir notícias falsas de verdadeiras (MORAES, 2020, p. 12).

A COVID-19 é um assunto atual e que tem um impacto direto na vida de toda a população mundial, e por distintas e diferentes que sejam as realidades, o assunto está presente na realidade de todos, com a pandemia o jornalismo teve que se reinventar, e isso não se limita apenas as rotinas das grandes redações ou as formas de jornalismo tradicionais.

Analisar, pesquisar e refletir sobre os desafios do Jornalismo e da Comunicação diante da maior crise de saúde pública do século XXI, é também uma forma de deixar documentado e registrado na história do Piauí, do Brasil e do Mundo a contribuição do Jornalismo para as gerações futuras, fora que é um tema, como já reforçado e refletido anteriormente, de extrema relevância para a sociedade contemporânea.

E o que é o Jornalismo se não um agente da sociedade?

Que tem como papel, ou função, informar, questionar e aproximar realidades, principalmente diante da situação na qual todos os seres humanos estão vivenciando, o isolamento social, e em um momento que toda e qualquer informação é de extrema importância, pois além de todos os papéis já citado, o Jornalismo assumiu mais um: preservar vidas. Como Juliana

de Oliveira Motta (2016, p. 64) afirma, a cobertura de grandes acontecimentos, como a do novo coronavírus, muda totalmente a logística das redações, e como Orlando Maurício de Carvalho Berti (2020b, p. 33-34) questiona: o que a comunicação pode fazer? O que ela tem feito? Como o jornalismo tem atuado? Quais as novas perspectivas da comunicação no durante e no pós-pandemia?

O fato é, as novas faces comunicacionais influenciam diretamente as rotinas das pessoas, instigam e suscitam o interesse público, fazendo com que a temática seja o foco principal das pautas jornalísticas e dos feitos comunicacionais.

O que os jornalistas fazem diariamente é organizar o mundo, procurando torná-lo mais compreensível. Por isso, há uma preocupação pedagógica no jornalismo que se legitima como o lugar de poder mostrar, de poder dizer e de poder analisar (VIZEU, 2009, p. 80).

Nesse aspecto o Jornalismo possui uma tarefa primorosa de atingir a população em massa ou de uma maneira mais eficaz.

A pandemia impactou a vida dos brasileiros, marcou a história do Jornalismo e mudou os rumos do fazer Comunicação, ela envolve, saúde, política, e impacta diretamente a imprensa, é difícil falar de um dos três temas citados, sem mencionar os outros paralelamente ou até mesmo, juntos, é um processo desafiador, que instiga e que também causa reflexão, além do cuidado para com a sociedade.

Nesses aspectos, Orlando Berti (2020a e 2020b) acredita que esse processo está inserido no novo normal da Comunicação e das novas sociabilidades da contemporaneidade, e isso se dá pelo fato dela ser mais social, mais comunitária, e claro somando ao fato de estarmos mais

conectados do que nunca, expondo nossos anseios, discursos e vivências nas redes sociais.

O Jornalismo tem cada vez mais procurado tornar o mundo compreensível, mas ao mesmo tempo, como é possível reproduzir o que acontece mundialmente quando tudo parece pesar? O que a comunicação pode e deve mostrar? O que deve ter prioridade na hora de analisar? O que legitima essas escolhas?

Quando nos deparamos com um vírus que muda e impacta tudo e todos ao nosso redor, como a Comunicação pode informar, instruir como agir, como prevenir e alertar sobre a situação do desenvolvimento do vírus, de forma que não altere a sua face principal? Como identificar o que é informação de opinião?

Francisco de Assis e José Marques de Melo (2016, p. 47) afirmam que a própria audiência, ou seja, o público, cobra dos veículos de comunicação a multiplicidade de formas e formatos, e que toda a produção da mídia possui uma variedade de intenções, objetivos e formas, mas com o mesmo propósito, o de se comunicar de forma clara e acessível com o público.

As informações acerca da pandemia da COVID-19 podem ser consideradas um conteúdo diferente até nas questões jornalísticas e comunicacionais, pois além de serem diferenciadas há uma variável de tempo e impacto, já que as notícias divulgadas sobre o vírus ontem, já podem não servir hoje, por exemplo, pois a única certeza de que a pandemia e coronavírus nos trouxe, é que não há certeza.

Apesar de o Jornalismo sempre lidar com o inesperado, ou seja, acontecimentos que não foram ou não estão planejados e que alteram bruscamente a rotina de produção e divulgação das mediações informacionais, a pandemia deixou

de lado a sensação satisfatória do furo jornalístico. Quando se é descoberto algo novo sobre a pandemia, a sensação de medo e incerteza se torna maior que a satisfação que o furo de notícia proporciona, já que a descoberta pode impactar até a próprio jornalismo, e diante disso ainda há as mudanças estruturais dessa área que costumam esbarrar em questões de conjunturas, quebrando todas as expectativas, já que as vezes não há tempo para problematizar a repercussão das notícias de forma suficiente.

O Jornalismo durante a pandemia tem feito um verdadeiro malabarismo ao elencar e levar para o público os acontecimentos ao mesmo tempo em que eles acontecem, o fluxo de acontecimentos na situação pandêmica na qual estamos vivendo é surreal, enfatizando novamente essa questão, levando em conta que nem sempre a simultaneidade pode ser segura ou coerente, mesmo que a comunicação em tempos de grandes acontecimentos, para não falar tragédias, só faça sentido se for em tempo real, da forma mais direta e humana possível.

A imprensa passou a ter que atuar com muito mais empatia e sensibilidade para com o público e isso pode e deveria ser considerada uma nova perspectiva do fazer comunicação diante do então, novo normal, “o novo, a evolução, a transformação e o encarar o diferente fazem parte da própria condição humana. Foi, e é assim, que nós evoluímos. Talvez a pandemia tenha potencializado esses diferenciais e novas situações” (BERTI, 2020b, p. 37).

Com tantas informações e dados importantes que podem afetar, impactar e principalmente preservar vidas, o jornalismo precisa redobrar o cuidado na hora de interpretar e lidar com esses conteúdos, precisava haver uma conjugação tênue entre o aprofundamento desses conteúdos, a

contextualização, a coerência e a clareza, quando eles forem transformados em notícias a serem repassadas ao público.

Então podemos afirmar que diante de tantas mudanças, o Jornalismo na contemporaneidade, na concepção atual, está de fato reconfigurado?

As notícias durante um evento global como a pandemia, carregam um peso social enorme, pois elas atingem todos, não importa se é sobre alguém conhecido ou não, todos estão interligados: quem se infectou com novo vírus, quem transmitiu, quem morreu, a família de quem se infectou, de quem morreu, os que estão ao redor, os que não estão. Todos.

Uma epidemia é por si só um fator de estresse devido à possibilidade de que a própria pessoa ou alguém próximo seja infectado. Estes fatores são observados tanto em pessoas infectadas como nas não infectadas, ocorrendo tanto durante como após o fim de uma epidemia (MORAES, 2020, p. 9).

Talvez por isso a Comunicação e o Jornalismo tenham adquirido ainda mais relevância durante a pandemia, pois para a maior parte da população, a imprensa foi e é a maior fonte de divulgação de informações e dados sobre o novo coronavírus, reforçando também o papel do jornalismo nos momentos de crise.

Assim como o que caracteriza as tantas narrativas jornalísticas, a forma e o jeito em como as histórias, em um momento como esse, são contadas, pois além das classificações básicas já citadas ao longo deste capítulo, as estruturas ditas formais, ou seja, objetivas, subjetivas, neutras, parciais e imparciais. As histórias também trazem à tona, sentimentos, emoções, sensações, vontades e desejos, necessidades de ações, atitudes, e principalmente, reflexões.

Muitas são as questões que estão girando em torno do Jornalismo, diante de tanto caos, há inseguranças, medos, descréditos, desconfianças, dúvidas, o público muitas vezes se encontra em posição de incerteza, já que apesar do protagonismo que o Jornalismo ganhou, muitos foram os pontos negativos que surgiram junto dessa luta contra o vírus, e contra a desinformação.

Nem sempre fica claro quando o Jornalismo está transpondo uma opinião ou quando ela está apenas mediando, já que há sim, infelizmente, a desinformação em meio a tantas informações, pois de um lado está o excesso de notícias, e excepcionalmente no Brasil, do outro lado há a falta de transparência das autoridades que fornecem as informações, e isso, em um momento na qual a voz da imprensa deveria ser potencializada, o antídoto para o vírus da desinformação e para as *fake news*, que tanto tem atrapalhado o exercício do Jornalismo compromissado com a verdade.

Ao mesmo tempo em que são muitas as interfaces do Jornalismo diante da pandemia, é necessário relembrar e pensar que há uma contribuição direta para com o futuro, pois a pandemia está evidenciando, contextualizando e aprofundando a realidade e as perspectivas da mediação informacional de notícias em âmbito mundiais.

Diante de todos os motivos, fatores e explicações acima, é possível entender o porquê a edição 2020 do Índice Mundial da Liberdade de Imprensa (RSF, 2020) afirmar que a década seguinte, será crucial para o Jornalismo. Esses dados mostram que a pandemia foi um importante fator de influência, pois ela expõe detalhadamente a realidade e as rotinas jornalísticas atuais em todas as partes do mundo.

O Jornalismo se mostrou ainda mais relevante, mas foi preciso se reinventar, sem perder a ética e a responsabilidade e

encarar de frente os desafios e os medos, já que os profissionais de comunicação estão na linha de frente diariamente, em hospitais e coletivas de imprensas, onde médios, especialistas, cientistas e colaboradores de diversas áreas se unem para ajudar a lidar e combater o vírus.

É preciso pensar em comunicação de forma que ela se reflita em ações, que possam, além de tudo, compreender esse marco e momento histórico da contemporaneidade, além de analisar e entender as possibilidades e perspectivas do jornalismo enquanto papel social que ele desempenha, e agente no combate da pandemia assim como porta-voz da sociedade através do compromisso com a verdade, e assim diante de um misto de negacionismo, medo, ignorância e muitas incertezas, o jornalismo se mostrou fundamental no combate à maior crise sanitária e social da história moderna.

Agora, quase um ano e meio depois de anunciada a pandemia de COVID-19, exatamente em agosto de 2021, está mais que claro que o Jornalismo se assumiu como um dos meios de combate à pandemia, e se tornou um recurso indispensável nesse contexto, já que nós cidadãos dependemos das notícias e das informações para cuidarmos de nossa saúde, de si, e dos outros.

Mas, entremeio ao Jornalismo, há muitas outras formas e linguagens de se mediar informações. Um dos caminhos encontrados e em rumo de prova dessa afirmação é o Instagram.

Vejamos como essa rede social de imagens pode jornalisticizar fatos e ser uma ferramenta importantíssima de mediação informacional em tempos tão nevrálgicos.

2 – O INSTAGRAM E O JORNALISMO

A comunicação é um processo de troca de mensagens e sentidos. Ela acompanha a evolução de nossas relações sociais e mediações.

Parte-se e entende-se dos conceitos comunicacionais via seus próprios processos, como bem define David Berlo (2003), a partir da importância de todos os agentes envolvidos nas questões da comunicação, entremeio às múltiplas formas de denominá-la e entendê-la.

Se partirmos para questões contemporâneas comunicacionais, muito veremos que seus processos também passam pelas redes sociais, também conhecidas ou nominadas redes digitais, redes sociais virtuais ou até mídias sociais.

As redes sociais fazem parte da própria evolução da humanidade e sua presença maior na contemporaneidade está interligada pelo próprio poder dos processos atingirem muitos públicos em pouco espaço de tempo.

Temos agora novas configurações na hora de interagir, e na construção de novos laços de identidade. Mas o sentido de ter e dar voz nestes espaços, ditos sociais, continuam com a mesma intenção, apenas se ampliaram.

As mídias sociais parecem dar voz aos que não têm voz nas mídias tradicionais. [...] oferecem o espaço propício à manifestação coletiva das grandes massas e, sobretudo, às minorias marginalizadas. [...] As mídias sociais dão azo a espontaneidades e especificidades, de que as mídias tradicionais, enquanto servidoras de agendas e interesses bem específicos, são incapazes. Todos têm

direito ao uso da palavra e, à medida que esse uso se generaliza, os usos individuais deixam de ser murmúrios que mal se ouvem e, juntando-se, ganham uma dimensão de clamor que os ouvidos mais obtusos não poderão deixar de ouvir (FIDALGO, 2016, p. 30).

Conforme o advento da Internet, tornou-se mais fácil a publicação e o acesso às informações, visto que no meio eletrônico as informações são disponibilizadas mais rápido que em meios tradicionais.

Então por que não partir das redes sociais, a rede de apoio em tempos em que a internet é a nossa maior companhia?

O jornalismo que já vem migrando para o digital há muito tempo, mais uma vez tem de se adequar a essa era digital. A comunicação dita digital permite um alcance maior das audiências, ou seja, públicos com interesses em comum, além do imediatismo que as redes sociais trazem e permitem. Assim o Instagram, a ferramenta a ser discutida nesse capítulo em questão, torna-se uma narrativa para o Jornalismo, ou melhor dizendo, traz novos formatos, novas narrativas na mediação informacional contemporânea, já que a comunicação, principalmente potencializada pelos tempos de pandemia, ocorre em maior fluxo por meio digitais, online, de uma maneira muito mais segmentada do que massificada.

Essas novas narrativas permitem que as informações sejam trocadas de forma muito mais rápida, mudando e moldando também as formas de se comunicar, e agir a distância é a mais notória dessas mudanças.

Luís Mauro Sá Martino (2013) explica que não podemos reduzir as mídias a objetos e gerenciadores de ação e, por si, agentes que causam transformações de realidades, ou seja as novas mídias “não ganham existência se não quando de

sua integração às ações humanas, não tendo, ao menos por enquanto, nenhuma possibilidade real de autonomia” (MARTINO, 2013, p. 14).

No mundo jornalístico e tecnológico cada vez mais é necessário a divulgação e compartilhamento de informações, ao mesmo tempo em que essas informações estão sendo produzidas cada vez mais rápidas e em demandas maiores.

Com a pandemia da COVID-19 (como já foi discutido no capítulo anterior) esse fluxo se tornou ainda maior. Na rede, além de compartilharmos essas informações, ainda coletamos novas, através de depoimentos de profissionais da saúde, de familiares desses profissionais, e até de pessoas que se sentiram sozinhas em meio ao caos, e virão na rede, uma forma de apoio e reflexão para além da vida real.

O ambiente online gera diálogos, laços, interações e relacionamentos, e o Jornalismo pode e deve aproveitar esse espaço.

O jornalismo deve trabalhar na verdadeira qualificação da audiência. Qualificar a audiência é buscar desenvolver uma relação mais inteligente dos indivíduos com a mídia. Esses são os papéis sociais do jornalismo na era digital: informar com precisão e qualidade sobre o que é realmente importante na vida em sociedade; ajudar a população a detectar desinformação e agir a respeito; contribuir na construção de uma realidade comum baseada em fatos e evidências científicas e dar espaço para a verdadeira pluralidade de ideias e visões que respeitam e partilham essa realidade; educar os públicos para que tenham dietas informacionais mais saudáveis, e uma relação também mais saudável com as redes sociais e outros recursos digitais; mediar e provocar conversas importantes para a sociedade; defender a democracia e o amplo acesso à informação; ser parceiro dos cidadãos na vigilância de empresas públicas e privadas; contribuir

para a diminuição de desigualdades educacionais e financeiras (VASCONCELLOS, 2020, p. 315).

Muniz Sodré (2006, p. 29) afirma que as mídias se tornam um suporte de consciência prática na medida em que os fluxos informativos produzem interfaces, reorganizam ou inventam novas rotinas inscritas no espaço-tempo existencial. Passados mais de uma década e meia nota-se a atualidade desses pensamentos.

Também, para Muniz Sodré (2006), há uma complexidade, advinda da tecnologia. Já para José Luiz Braga (2012, p. 36) as invenções sociais são um dos elementos mais importantes do processo que envolve as mídias, os meios, e as tecnologias.

Nesse contexto é encontrada a interface que identifica os discursos, e as representações, afinal, as redes sociais são representações que através de indivíduos com suas ideologias e necessidades produzem a representatividade que serve de parâmetro para várias áreas da sociedade.

Como explica Raquel Recuero (2009, p. 26), “espaços de interação, lugares de fala, construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade” e isso ela afirma que surge a partir da necessidade de ser visto, reconhecido e assim se expressar, construindo aos poucos os “*eus*” nesses ambientes midiáticos.

2.1 – O Instagram. De fotos a um mundo de ferramentas e possibilidades jornalísticas contemporâneas

O Instagram é uma rede social de imagens. Ela foi criada em 2010 nos Estados Unidos. É um aplicativo para dispositivos móveis de comunicação (e mais recentemente também para desktops) que captura e compartilha imagens e

permite que os usuários, capturem, editem e compartilhem, através da sua rede, as mais diferentes imagens estáticas e dinâmicas.

O seu sucesso, ou “boom” ocorreu graças a opções de adicionar filtros às fotos. Esses recursos tiveram a oportunidade de reproduzir efeitos, tornar os materiais veiculados esteticamente mais consumidos e reproduzindo novas segmentações. Sua popularização se deu porque esse tipo de edição só era possível através de programas de computadores, como o Photoshop (pagos e não tão acessíveis e práticos), que adiciona efeitos as fotos, mas que levava horas até a edição se concretizar. Já com o Instagram basta um clique, a foto é tirada e pode ser editada com cor, textura brilho, desfoque, borda, recorte, rapidamente.

Imagens são superfícies que pretendem representar algo. Na maioria dos casos, algo que se encontra lá fora no espaço e no tempo. As imagens são, portanto, resultado do esforço de se abstrair duas das quatro dimensões do plano. Devem sua origem à capacidade de abstração específica que podemos chamar imaginação (FLUSSER, 2002, p. 7).

A ponto principal que diferencia o Instagram dos demais aplicativos de captura e compartilhamento de fotos é o fato dele vincular as imagens capturadas em uma rede social própria e única, gerando interação para além das fotografias. Há diversas funções no aplicativo: seguir, ser seguido, curtir, comentar, compartilhar, enviar, transmitir *live* (ao vivo), fazer vídeos, adicionar músicas, *gifs*, *emojis*, fazer *repost* (recompartilhamento de mensagens de fotos e/ou vídeos), adicionar links e outras funções. Pois além da captura de imagens é possível inserir vídeos de até 15 segundos, com filtros ao gosto do usuário, pois há um diversidade de opções,

também é possível marcar pessoas nas publicações, utilizar das *tags* ou *hashtags* (espécie de palavras-chave que instigam o direcionamento a conteúdos específicos e ampliam as codificações via algoritmos para uma melhor formação quantitativa de públicos por meio de inteligência artificial). As tags foram popularizadas mundialmente pelo Twitter.

O Instagram está na moda expondo consigo o ponto de vista da intimidade, das relações de consumo, das experiências do sujeito. Tal exposição pressupõe uma espera ou convicção na promessa de ser visto, não ser esquecido. Algo muito parecido quando pensamos em uma dimensão biográfica para as narrativas contemporâneas (SILVA, 2012, p. 6).

Segundo o site do Instagram, ao menos até o segundo semestre de 2021, ele era um dos aplicativos mais populares do mundo, sendo eleito a quinta rede social mais popular do planeta, contabilizando cerca de 1.000.000.000 de usuários e ficando atrás apenas do Facebook e, mais recentemente do seu concorrente Tik Tok.

O Instagram caracteriza-se como uma ferramenta virtual emergente, pois sua base é a interação entre seus usuários que são através de discussões, comentários e troca de ideias em torno das imagens, e o simples hábito de “curtir” e comentar as publicações de forma recorrente gera um relacionamento, uma espécie de aproximação e confiança entre os usuário. “É uma rede emergente porque ela é constantemente construída e reconstruída através das trocas sociais” (RECUERO, 2009, p. 95).

O Instagram assim também desempenha o papel de interação social, e além de tudo pode ser até, considerada uma fonte infinita de notícias, já que a tecnologia evoluiu e por meios de imagens é possível seduzir o público e chamar a

atenção dos profissionais, e assim instiga-os a utiliza-lo como ferramenta, como afirma Mariana Vassalo Piza (2012, p. 22): “as relações sociais mediadas pelos dispositivos técnicos geram novos espaços que permitem indivíduos com interesses em comum, proporcionando o estabelecimento de novos dados”.

Partindo desse ponto, correlacionando com o momento atual (ainda de pandemia), o Instagram também assume o papel de replicar notícias e combater a desinformação sobre a COVID-19. Como toda plataforma tecnológica, o conteúdo do Instagram precisa inovar e se reinventar para ser considerado relevante, e assim atingir o maior número de pessoas possíveis.

Ao contar histórias que rendam interações, e que consigam atrair a atenção do público, e ainda faça com que ele se identifique, é uma estratégia que o Instagram utiliza de forma rápida e que pode ser vista como uma extensão do jornalismo, já que no Jornalismo se conta histórias, divulga e ajuda a formar opiniões e assim também o Instagram, contribui na construção de diálogos com a sociedade contemporânea e tudo isso de forma online, totalmente no ambiente digital e virtual.

A interação entre os indivíduos sempre existiu. O que mudou ao longo da história e, principalmente, após o advento das TICs foram as formas de interagir com o outro. [...] na interação mediada as pessoas não compartilham mais o mesmo local; com isso não há mais a presença física e sim o uso de um meio técnico, que possibilita a transmissão de informação e conteúdo simbólico para indivíduos situados remotamente no espaço, no tempo, ou em ambos (DREYER, 2017, p. 135).

O Instagram pode ser interpretado como um aliado do Jornalismo e isso muito se atribui ao papel da mediação informacional, como já citado em parágrafos anteriores, papel

esse que vem crescendo na medida em que, os dispositivos móveis vem se tornando cada vez mais tecnológicos e acessíveis. Esses aparelhos podem ser utilizados tanto para a produção da notícia, quanto para a propagação, e claro, o acesso, a leitura. Todas essas ações por conta do imediatismo, o que pode propiciar ambientes de divulgação de informações não verídicas ou não verificadas, já que qualquer indivíduo pode acessar, publicar e compartilhar conteúdos nessa rede.

A ligação com a mobilidade pode alterar a relação indivíduo *versus* a notícia, na medida em que, por intermédio dos dispositivos móveis, o Jornalismo passa a estar disponível a qualquer hora, em qualquer lugar. E isso faz com que se tenha que repensar a forma de redação de conteúdos jornalísticos em outros ambientes.

Diversos aspectos podem ser levados em consideração nessa possibilidade de produção de conteúdo, assim como essa mobilidade pode resultar em particularidades.

O Instagram, como ferramenta jornalística, se consolidou por conta da sua versatilidade, e a instantaneidade, assim à medida que essa versatilidade cresce vão surgindo novas formas de utilizar e criar e aperfeiçoar essa ferramenta. Ao mesmo tempo em que ela cresce, ela se transforma, o que pode levar a mudanças no seu funcionamento, e isso faz com o conteúdo produzido se adeque a plataforma. A relação entre a tecnologia, a informação e a comunicação crescem de forma constante e significativa e assim aumenta as possibilidades e formas de interagir e se relacionar, é uma maneira do jornalismo se fazer presente em um ambiente onde o seu público está inserido, principalmente porque é uma tendência entre os públicos de menor idade (adolescentes) haver um consumo informacional muito maior das próprias redes sociais que dos veículos tradicionais.

2.1.1 – Instagram, recursos e funções. Muito mais que compartilhamento: pluralização de informações

O Instagram tem diversos recursos que permitem jornalisticizar muito suas interações. A plataforma oferece cada vez mais opções, dentre as principais: *stories*, *reels*, *IGTV*, função de compras (negócios) e outras.

Cada um desses recursos oferece um alcance e as vezes até um público diferente, além das funções principais, como explorar fotos e vídeos através do *feed*. Ele é fluxo de conteúdos apresentados, que é o espaço principal da conta do usuário, onde ficam armazenadas as publicações e também é onde ocorre o compartilhamento, interação através de *likes* ou salvamentos, ou envio de posts (que são o mesmo que publicações). Geram assim uma conexão com outros usuários. Há também as *tags*, também conhecidas por *hashtags*, que redirecionam os usuários para outros perfis ou contas, além da função de trocar mensagens instantâneas, pelo Instagram Direct, onde é permitido o envio de mensagens para uma ou várias pessoas, além de grupos, chamadas de vídeos e mensagens de voz de até um minuto.

O *stories* é um recurso que permite que o usuário grave vídeos de até 15 segundos ou publique fotos em tempo real ou não fazendo com que esse conteúdo fique no ar por 24 horas, além das lives via *stories*, que são um formato de transmissão ao vivo pelo próprio Instagram.

Já o *IGTV* (de Instagram TV) permite que o usuário publique vídeos com duração de até 15 minutos, com uma prévia no *feed*.

E ainda tem a novidade, ou melhor, o recurso do momento, o *reels*, um novo formato de vídeos que permite que o usuário publique imagens audiovisuais de até 15 segundos nos

stories com várias cenas e músicas da própria biblioteca do Instagram, ou não, e ainda permite também que vídeos de até 30 segundos no *feed*, com as mesmas especificidades, músicas e cenas da biblioteca.

Há também a função *checkout* que é recurso mais voltado para o Instagram de negócios, e que ainda não está disponível para os usuários do Brasil.

O Instagram oferece todos esses recursos e funções, sendo assim ambos são complementares uns aos outros e torna a ferramenta esse mundo de possibilidades.

As principais características de alguns desses recursos são: no Instagram Direct além da possibilidade do envio de mensagens, tais mensagens podem ser em formato de fotos e vídeos, assim como o conteúdo da mensagem pode ser publicações já compartilhadas no *feed*, ou perfis, *hashtags*, localizações e, claro, textos.

No IGTV, o usuário tem a possibilidade de compartilhar vídeos de maior duração, como citado no parágrafo acima. Porém os arquivos dos vídeos a serem compartilhados, necessitam estar em formato *mp4*, além do fato que os tamanhos e as resoluções dos vídeos poderem variar, havendo a possibilidade de serem nos formatos verticais ou horizontais. Por exemplo, podendo durar até uma hora, e claro, sempre seguindo as diretrizes e regras que o próprio Instagram impõe.

Com o *reels* não é muito diferente. Nele os usuários podem gravar vídeos com duração entre 15 segundos para os *stories* e 30 segundos para o *feed*, com música (som) ou não, e com todas as funções que os *stories* fornecem: localização, *gifts*, *emojis*, letras com fontes personalizadas, hora e data, biblioteca de músicas, enquetes, caixa de perguntas e ferramentas de negócios. Os vídeos feitos no *reels* ficam salvos no perfil do usuário, podendo ser vistos tanto no *feed*, quanto

na aba da claquete, que é específica para o recurso em questão. Inclusive é um dos mais utilizados pelos usuários devido ao seu alcance imediato e de grande proporção. Como geralmente são vídeos curtos, mas com a possibilidade de colocação de muitas informações, se torna um conteúdo rápido de criar e de ver e interagir também, fora que a plataforma de Instagram mostra na aba do explorar os vídeos com maior interação e relevância, fazendo com que o alcance seja ainda maior.

Portanto é possível afirmar que o Instagram oferece uma diversidade de recursos que quando explorados da forma correta, inovando e ousando na criatividade, a plataforma pode ser tornar uma aliada imprescindível para a o avanço da comunicação, já que ela não só cria relações, mas proporciona a melhoria dessas relações, além de potencializar a comunicação entre os usuários.

A plataforma é também uma forte influenciadora nos hábitos e comportamentos do público, ou melhor dizendo, dos usuários, pois é através de seus conteúdos que ela mostra os assuntos de maior interesse por parte do público, trabalhando a audiência, como no jornalismo. Porém no Instagram as relações digitais ocorrem de diversas formas e sem um padrão específico, onde o imprevisto é utilizado por muitas vezes e mesmo assim gera resultados.

Há também o fenômeno das atualizações em tempo real. Ao mesmo passo em que a notícia é publicada ela pode ser atualizada praticamente de maneira instantânea também e isso tem um lado positivo e um lado negativo, pois ao mesmo tempo que a velocidade favorece o emissor e receptor, desfavorece a veracidade, pois há muitas contas não oficiais. Na rapidez da propagação da notícia, nem sempre há tempo para checar tudo o que aparece na *timeline* (linha do tempo do aparecimento das mensagens). Com o Instagram não é

diferente, há o paradoxo entre o volume informacional que já está saturado fazendo com que a interpretação dos fatos e os questionamentos que possam surgir sejam impossibilitados, diante desse volume.

Manuel Castells (2015, p. 101) explica que essa nova forma de comunicação interativa, que se dá pela capacidade de enviar mensagens para muitas pessoas em tempo real ou no tempo escolhido, e isso gera uma autocomunicação de massa. Pontos a ser levados em conta por todos interessados sobre mediações informacionais.

Foi possível ver também que o Instagram pode ser considerado um suporte para a o jornalismo, pois enquanto rede social ele estabelece uma aproximação e familiaridade entre quem produz a notícia e quem recebe, e assim provoca uma ampla interatividade com os receptores, a relação aqui e agora acaba por ser recíproca e isso gera, ao menos, aos algoritmos muitas percepções e relevância.

Jorge Duarte (2011) afirma que a interação nas redes, cria e fortalece os instrumentos de comunicação, tornando viável fluxos de interação com o público, ou seja, nas redes sociais, e principalmente no Instagram, isso significa uma propagação em larga escala de informações.

Além de que a plataforma permite a criação livre de conteúdo, desde que respeite as limitações de formato, sem deixar de explorar suas potencialidades e seguir suas diversas políticas de privacidade.

O Instagram enquanto rede social, como já citado anteriormente, aproxima quem publica a notícia de quem lê, e isso causa uma familiaridade entres ambos, uma aproximação que resulta em uma espécie de amizade virtual, que tem como saldo uma interatividade maior do que a existente nos demais meios de comunicação, podendo haver um contato constante.

E assim como o Instagram busca cada vez mais melhorar a experiência do usuário e com o usuário, o Jornalismo pode se aproveitar disso, melhorando a relação do jornalista com público, que no caso, também são usuários e assíduos.

Assim como todo meio de comunicação, o Instagram é um formador e mediador de opinião, com a facilidade do acesso a plataforma muitos usuários a utilizam para ver notícias, se entreter e o fato de já estarem cansados de reportagens e matérias assustadoras exibidas nos outros meios e mesmo que as pessoas utilizem a ferramenta apenas para o entretenimento, elas estão se comunicando, dando opiniões e uma hora ou outra, vão passar pelas informações, ainda que não interaja diretamente com ela.

Atualmente à proporção que qualquer notícia ou opinião ganha ao ser compartilhada no Instagram é enorme e vai além de informar, pois alcança públicos de diferentes meios e lugares e isso apesar de democrático, nem sempre é positivo, tendo em vista que atualmente as redes sociais são um ponto de divulgação de *fake news*, e com a pandemia, não seria diferente. Essa ferramenta pode ser ao mesmo tempo uma propaganda e um protesto contra a propaganda, pode ser uma ferramenta de negócio e a criação de um negócio. Observa-se também que é um processo gradual e ao mesmo tempo um fenômeno, onipresente no meio social, jornalístico, ou seja, midiático, considerando que a atividade jornalística diz respeito principalmente à produção de narrativas, sendo assim, utilizar de ferramentas como o Instagram para noticiar informações é algo viável, pois consiste em construir essas narrativas de forma diversificada, considerando que o público se encontra cada vez mais atuante e presente nesses espaços, na internet, e ao mesmo tempo ajuda a legitimar novos formatos de mercado.

O jornalismo aliado a essas ferramentas é uma maneira de diversificar, tal como experimentar, novos rumos, ou seja, uma nova maneira da notícia e as informações cheguem até seus públicos, consolidando o espaço do jornalismo no ambiente online cada vez mais. É necessário considerar a possibilidade do jornalismo expandir-se ainda mais sob essas ferramentas, e assim construir novas narrativas e perspectivas e ações.

Diante da crise sanitária, econômica e política na qual o país se encontra, o Instagram assume papel de comunicação pública, ou seja, uma nova narrativa, dentre as tantas que o jornalismo propõe, reduzindo assim a desinformação, promovendo o diálogo e a participação dos cidadãos já em tempos tão críticos, os espaços e canais públicos são necessários, para evidenciar o direito de se comunicar, propor, criticar, confrontar e refletir.

Como uma ação acadêmica, que é o caso da *Rede Piauí Sem Covid*, utilizou o Instagram para jornalisticizar fatos e reflexões sobre a COVID-19? Começaremos a responder no próximo capítulo.

3 – A REDE PIAUÍ SEM COVID. UMA AÇÃO ACADÊMICA, O INSTAGRAM E O FAZER E O COMBATER A COVID-19 NOS TERRITÓRIOS PIAUIENSES

Diante de tantas inquietudes acerca de todas as questões jornalísticas, das próprias ferramentas comunicacionais do Instagram, além da vontade de ajudar no combate à pandemia da COVID-19 de alguma forma em território piauiense, surgiu a *Rede Piauí Sem Covid*.

A *Rede* começou a ser criada em março de 2020 como uma maneira de reflexão comunicacional, social e reflexiva voltada para os profissionais de saúde do estado. Eram essas pessoas que estavam na linha de frente e eram os principais promotores de esperança de que a pandemia iria passar.

A *Piauí Sem Covid* foi criada pelos professores do curso de Bacharelado em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí: Evandro Alberto de Sousa e Orlando Maurício de Carvalho Berti (que também é orientador deste trabalho). Ambos têm uma atuação de quase duas décadas na educação superior e têm feito estudos empíricos sobre questões comunicacionais e jornalísticas envolvendo questões sensíveis e sociais no Piauí.

Combater a pandemia e oferecer reflexões comunicacionais, tão logo ela fez suas primeiras mortes no estado, foi um dos pontos da sedimentação da *Rede*. “Como

não se incomodar com tudo isso e não ter uma atitude, entre as várias nos diversos campos de atuação e do conhecimento?” (BERTI, 2020a, p. 167).



Intenções colocadas, precisava-se agir e a ação, entremeio às recomendações de isolamento social e restrições sobre o estar *in loco* encaminhavam para a utilização comunicacional via instrumentos virtuais.

Dois caminhos foram escolhidos. O primeiro era o *Whatsapp*. Essa ferramenta seria chave para a mediação entre os pesquisadores e o que queria se refletir. Esse programa de compartilhamento de mensagens, seria essencial como elemento de mediação e estímulo para que os profissionais de saúde de todo o Piauí pudessem enviar mensagens. As mesmas seriam compartilhadas no Instagram. Adquiriu-se um número telefônico próprio para utilização nos trabalhos. Depois o momento foi da criação de um perfil no Instagram. Essa rede social foi escolhida pela sua facilidade de manutenção e, principalmente, pelo alto engajamento que estava tendo antes do período pandêmico e nos primeiros meses de 2020.

Os trabalhos da Rede foram complementados principalmente pela ação da acadêmica de Jornalismo Yasmim Cunha, que também é autora deste livro.

Para isso o papel comunicacional foi indispensável, afinal, dentre as muitas funções que o jornalismo exerce, fazer questionamentos, levar informações e dar respostas também são formas instigar a sociedade.

A *Rede* foi essa resposta comunicacional social, que por conta do edital emergencial 001/2020 da FAPEPI – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí, se adequou e direcionou o seu protagonismo para os profissionais de saúde. O edital em questão procurava projetos inovadores de pesquisadores do Piauí para darem respostas e reflexões sobre as questões da pandemia no estado. À época o instrumento de pesquisa previa levantamentos científicos empíricos de ações em um prazo de sete meses.

A *Rede Piauí Sem Covid* foi um dos sete projetos contemplados nesse edital entre quase uma centena de inscritos. Foi o único aprovado entre os da área de Ciências Sociais Aplicadas e o único de docentes da UESPI. Suas ações previam atuações entre maio e novembro de 2020.

Com o financiamento do projeto foi possível implementá-lo em todas as suas interfaces, inclusive havendo a subvenção de uma bolsa de pesquisa para a acadêmica Yasmim Helleen Cunha.

A Rede virtual que foi implementada no Instagram teve seu início oficial no dia 07 de maio de 2020, quando o perfil no aplicativo Instagram, *@piauisemcovid*, teve sua primeira postagem. Procurou-se sempre manter a constância das postagens, com a média de três por dia, em todos os dias da semana e em horários alternados. As postagens, mediante as demandas, eram divididas (de forma aleatória) entre figuras e vídeos (a maioria com menos de 60 segundos) e reverberações pelos *stories*. Em vários momentos ocorreram mais de cinco postagens a cada dia e em todos os meses que o projeto esteve

ativo sob financiamento da FAPEPI – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí, houveram postagens e reflexões.

Vários tipos de conteúdo foram implementados nessa primeira fase da *Rede*, sendo eles em diversos formatos, como *reposts* depoimentos, reflexões, mensagens de alerta, mensagens de apoio, informações, avisos, opiniões.

Uma rede de conexão, solidariedade e atenção que se estende para além do virtual. Que vai para além das telas de computadores, celulares e tablets.

No início, de acordo com as próprias métricas que o Instagram fornece: os insights, não houve a reverberação imaginada. Era notório que os membros da rede (professores: Evandro Alberto de Sousa e Orlando Maurício de Carvalho Berti e a acadêmica Yasmim Helleen Cunha) precisavam avançar nas feitura dos materiais e organizar mais as postagens.

As métricas básicas, como o número de curtidas, número de comentários, a quantidade de vezes que a publicação foi salva e compartilhada e enviada, as vezes que a publicação foi vista, ou seja, o número de visualizações, tiveram maior atenção qualitativa e quantitativa. Era preciso avançar com a qualidade das reflexões e pautas e, principalmente, atingir um público que pudesse reverberar o que era veiculado no Instagram.

Buscou-se ampliar o alcance, que é uma métrica estimada e que segundo o próprio Instagram, ainda está em desenvolvimento, mas que mostra o número de contas únicas que viram as publicações. Também procurou-se vivenciar as impressões que, diferente do alcance, mostra o número de visualizações de forma variada e não única, mostrando por exemplo quando a mesma pessoa viu a publicação mais de uma vez.

Os insights proporcionados por este trabalho da Piauí Sem Covid, entre maio e novembro de 2020, se dividiram em visão geral, busca das contas alcançadas, as interações com o conteúdo e com o público, mediante: gênero, localidade, horários e dias de maior e menor interação, quantidade de conteúdo compartilhado e alguns outros detalhes.

Diante disso, é possível afirmar que nos primeiros meses da Rede a repercussão inicial não foi de grande alcance ou sucesso, o que já era esperado, levando-se em consideração que na internet, para chamar a atenção, é necessário causar ou lacrar, que é um termo popular usado para fazer sucesso na internet, e quando o assunto é novo e ainda se trata de questões tão delicadas, o público demora a encarar como relevante e conseqüentemente a repercutir, além do fato do próprio Instagram ter uma política de algoritmos que nem sempre torna acessível os conteúdos compartilhados, ou seja, não os repercute.

Outro ponto também são as atualizações constantes das plataformas, nesse período de existência da Rede muitas métricas se perderam, ou melhor, elas ficaram indisponíveis depois de um tempo, que segundo o Instagram, isso ocorre quando faltam dados necessários para fornecer um valor exato para a métrica, um exemplo disso são os números de vezes que as publicações são ou foram compartilhadas.

A Rede sempre teve como foco maior falar, pensar e agir sobre o cuidar. Cuidar de quem cuida. Uma forma de ajudar no combate à pandemia através da via comunicacional, e tendo como protagonistas da Rede todos os profissionais que atuaram e que ainda atuam na linha de frente dessa guerra contra um inimigo invisível.

Através da Rede conseguiu-se alcançar boa parte dos piauienses espalhados pelos 224 municípios do estado, de

Norte a Sul, do Litoral ao Sertão, e ainda, surpreendentemente, foi possível atingir a atenção do público fora do estado, mesmo que objetivo maior fosse refletir sobre a situação da pandemia no Piauí. Diversas vezes repercutiu para além do estado, isso por consequência da própria internet, e principalmente por conta do alcance gigantesco do Instagram que quebra as barreiras de públicos e fronteiras.

Para fazer da Rede um instrumento de ação, usou-se as bases comunicacionais e as redes sociais do momento, como já foi citado nos parágrafos anteriormente: o Instagram, que foi a principal plataforma utilizada, sabendo-se que a comunicação é um processo de troca e de constante evolução, e ciente de que se trata de um processo e não uma fato passageiro, existem várias formas de denominá-la e entendê-la, assim, não só usamos os conceitos comunicacionais na prática, mas experimentamos novos jeitos de agir e refletir enquanto pesquisadores de comunicação.

Como sabemos, conforme o advento da internet, tornou-se mais fácil a publicação e o acesso às informações, visto que no meio eletrônico as informações são disponibilizadas mais rápido que em meios tradicionais. Então por que não partir das redes sociais digitais a *Rede* de apoio em tempos em que a internet é a nossa maior companhia? Ela se tornou uma parceira fiel, seja para trabalhar, estudar, falar com os amigos, com a família, fazer compras, pagar contas, e todas as facilidades que fazem parte do mundo moderno e extremamente globalizado. A *Rede* se encaixa nessa perspectiva, nela as informações estão mais acessíveis do nos jornais ou portais de notícias, ela passou a ser fonte para os veículos de comunicação.

Com o fim do edital e do financiamento da *Piauí Sem Covid* os alcances tinham superado as expectativas e o

experimento pautava meios de comunicação locais e regionais, havia uma interação forte com profissionais de saúde, estudantes das áreas de Saúde e também com profissionais liberais e de muitos setores sociais. Cumpria-se um papel de rede.

Mas o que fazer? Esperava-se que naquele período a pandemia já tivesse acabado e a os trabalhos da Rede também findassem. Optou-se por um trabalho voluntário de continuar as missões. Naquela época a Rede já tinha ganho mais um membro, o estudante de Jornalismo João Pedro Pereira Nunes, do campus de Picos, que agregou os trabalhos por meio de pesquisa de iniciação científica da UESPI, financiado pelo CNPq – Conselho Nacional de Pesquisa. Ele ficou responsável de entender as consequências e as demandas webjornalísticas da *Rede* nos sites piauienses.

Entre novembro de 2020 e até este agosto de 2021 todo o trabalho da Piauí Sem Covid tem sido feito de maneira voluntária, entre todos os seus membros fundadores e as atualizações permaneceram na mesma constância.

Durante todo esse tempo a *Rede Piauí Sem Covid* buscou não só ser apoio e informações, mas ser de fato essa parceira fiel, que contribuía no trabalho de quem buscava informações sobre a pandemia, de quem estudava sobre o tema, de quem queria informações de forma mais rápida e acessível, no sentido de compreensão, já que, ler uma matéria leva mais tempo do que ver uma postagem no Instagram, e isso é uma consequência do mundo moderno, a rapidez e facilidade de ter acesso a muitas informações em um só lugar, ou com um só clique.

No mundo jornalístico e tecnológico cada vez mais é necessário a divulgação e compartilhamento de informações, de dados, de transparência com e para o público, ao mesmo

tempo em que essas informações estão sendo produzidas cada vez mais rápidas e em demandas maiores, com a pandemia esse fluxo se tornou ainda maior, na Rede, além de compartilharmos essas informações, ainda coletamos e apuramos novas, através de depoimentos de profissionais da saúde, de familiares desses profissionais, e até de pessoas que se sentiram sozinhas em meio ao caos, e virão na rede, uma forma de apoio e reflexão para além da vida real. Se tornou uma via de mão de dupla, um instrumento de troca, visto que as pessoas, ou seja, o público confia e ajuda a Rede a crescer, não somente interagindo, mas contribuindo e colaborando. O Instagram atualmente é um dos aplicativos mais populares do mundo, e que pode ser até, considerando uma fonte infinita de notícias, então partindo desse ponto, a Rede também se preocupou em replicar notícias e combater a desinformação sobre a COVID-19, pois como já foi citado anteriormente, atualmente o mundo lida com outro vírus, o da desinformação.

Conforme a Rede se estabilizando no plataforma do Instagram, o conteúdo dela passou a ser também, compartilhado, pelo estado todo, e principalmente pelos perfis das secretarias de saúde do Piauí, os principais hospitais, além dos diversos profissionais da saúde que passaram a ser fiéis amigos virtuais da Rede, e claro as pessoas que não atuam na área da saúde, mas que querem ajudar da mesma forma, como se fossem os nossos correspondentes municipais, pessoas de municípios vizinhos que curtem, apoiam e se preocupam em ajudar e repercutir todo o trabalho feito na Rede.

Até o fim da primeira quinzena de agosto, marco temporal de término total deste livro, a Rede contava com 1.040 publicações, e destas 806 envolvem o recorte deste material, que compreende desde o dia 15 de agosto de 2020, quando foram autorizadas as campanhas eleitorais e

consequentemente o marco da segunda onda da pandemia no estado, até o dia 30 de junho de 2021, que é a data escolhida para finalizar o recorte temporal do material, quando a situação já se mostrava estabilizada, com os números de casos em queda, os leitos de UTI cada vez menos ocupados e a vacinação avançando.

Nesse período a *Rede* chegou a alcançar 50.000 contas por mês, segundo as métricas fornecidas pelo próprio Instagram (como pode ser visto nos *Apêndices*), se baseando na geral de todos os *insights* disponíveis.

Esse recorte foi escolhido porque foi a época de maior repercussão da *Rede*, ou seja, quando a situação da pandemia da COVID-19 se agravou, e de fato o caos se instalou, a *Rede Piauí Sem Covid* ganhou visibilidade e conquistou um público fiel e crescente, que até o término total de escrita do trabalho ultrapassava 4.050 seguidores, sem contar a quantidade diária de mais de 10.000 interações entre visualizações, curtidas, comentários, salvamentos e repostagens de materiais.

Quais as consequências diretas das ações da *Rede Piauí Sem Covid*? O que foi feito? Como foi feito? Para fins metodológicos, como destacou-se na parte introdutória, opta-se por um recorte de destaques e vivências, notadamente sobre o que é cientificamente chamado de Segunda Onda da COVID-19 no Brasil e, consequentemente, no Piauí.

4 – AS ELEIÇÕES, A SEGUNDA ONDA, O CAOS E A PANDEMIA NO TERRITÓRIO PIAUIENSE. COMO E QUANDO O INSTAGRAM DA REDE PIAUÍ SEM COVID TENTA COMBATER A DESINFORMAÇÃO E VALORIZAR OS PROFISSIONAIS DE SAÚDE

Durante o andar da pesquisa e o desenrolar da *Rede Piauí Sem Covid*, a pandemia se alastrou no Brasil e, consequentemente no Piauí.

É impossível não nos incomodarmos com isso. A partir de agora, pedimos a licença científica, como já foi alertado na parte introdutória, para começar a adentrar na jornalista em término de formação, mas também, por uso da Netnografia, nas impressões e achados sobre vivenciar não só a pandemia, mas poder agir comunicacionalmente para combatê-la e esclarecer fatos e atos.

Vivenciamos a primeira onda e o fim dela.

Logo em seguida veio a segunda onda. Ela iniciou de forma rápida a avassaladora por conta das eleições municipais,

que começaram a virar uma pauta cotidiana em julho de 2020, logo após o TSE – Tribunal Superior Eleitoral – divulgar as datas do calendário eleitoral que oficialmente começava em 11 de agosto de 2020, indo até 18 de dezembro de 2020, com votações que ocorreram no dia 15 de novembro de 2020, no primeiro turno, e em seguida, no dia 29 de novembro, o segundo turno, de acordo com Tribunal Superior Eleitoral (TSE, 2021).

Os meses que se compreenderam entre agosto até a metade de novembro de 2020 foram, até então, os mais críticos, por conta das eleições municipais nos 5.568 municípios brasileiros, que foram também os meses de pré-campanhas e campanhas eleitorais oficiais.

As aglomerações ocorriam por praticamente todo o Piauí com a justificativa que as campanhas precisavam ocorrer e que seguiriam os protocolos, como o distanciamento, as reuniões em locais abertos e seus membros todos com máscaras e muito álcool em gel. Foi para inglês ver.

As informações da Secretaria de Saúde do Estado do Piauí, comprovam que em agosto os números de casos começaram a subir. “Números de casos de Covid-19 ainda estão em crescimento no Piauí, como mostram os dados do Painel Epidemiológico COVID-19 do Piauí (SESAPI, 2021). No dia 15 de agosto de 2020 o estado registrava cerca de 440 novos casos por dia e mantinha uma média móvel de casos em 870,86 contaminados a cada 24 horas. Já, três dias depois, logo que as campanhas eleitorais foram autorizadas, o Piauí registrou 1.364 novos casos por dia e mantendo uma média móvel de 882,43 casos. Um mês depois, em 15 de setembro de 2020, o estado registrou 746 novos casos em média a cada 24 horas e registrou uma média móvel de 636,71 novos casos diários. Em outubro, um mês antes do primeiro turno das

eleições, registrou-se 827 novos casos por dia. Em novembro, já no segundo turno das eleições, no dia 29 de novembro de 2020, registrou um dos dias com menor número de casos novos e da média móvel, com 293 casos novos e uma média móvel de 583,57. Mas cerca de três dias depois e logo em seguida ao final das eleições os casos já dispararam, registrado logo no início de dezembro, no dia 03, 729 novos casos e uma média móvel de 667,14 casos, mostrando que o período eleitoral foi crucial para o surgimento da segunda onda da COVID-19 no estado do Piauí.

Atualmente, em agosto de 2021, marco temporal de finalização deste trabalho, seguimos atravessando de forma dolorosa e com quase 600.000 vidas perdidas no Brasil e quase 7.000 no Piauí. Finalizando o mês de junho com 608 novos casos por dia e uma média móvel de 524,43 novos casos e iniciando julho registrando 885 novos casos por dia e uma média móvel de 522,57 casos mesmo com a vacinação já em andamento por todo o Estado.

A segunda onda, que está mais para tsunami, e tentando a sensação de que estamos voltando para o início, quando tudo era novidade.

Foram dias seguidos de manchetes assustadoras, *lockdown*, mortes e mais mortes, e assim como quem estava na linha de frente ou sofrendo na pele os estragos da pandemia.

Nós, que estamos por trás da *Rede* também fomos afetados.

Ter que reproduzir o quão sérias são as consequências da pandemia e, principalmente, para quem a ignora, na *Rede* nunca foi uma tarefa fácil, e a cada dia se tornou mais difícil. Buscou-se sempre fazer um balanço, mesclar de forma que não cause pânico, mas que faça o público refletir, e principalmente se conscientizar.

A diferença é que não é mais novidade, já temos a vacina, já calendários de vacina, já sabemos a regras básicas e necessárias, já sabemos o quão grave a situação pode ficar e temos apenas uma certeza: na pandemia a situação sempre tem como piorar.

Até o dia 30 de junho de 2021 o Piauí já tinha recebido 1.792.430 doses de vacinas e distribuído 1.666.292, registrando, pelo menos 29,22% da população vacinada com a primeira dose da vacina e 10,29% com a segunda, segundo os dados da SESAPI – Secretaria de Estado da Saúde do Piauí (2021).

4.1 – Exemplificando a segunda onda da COVID-19. Do Amazonas para o Piauí. Quando a Rede sai do ambiente dos profissionais de saúde para tratar do caos trazido pela variante P1

Apesar da Rede ter foco no estado do Piauí, um dos seus pontos-chave que fez ela atingir a repercussão que ainda não tinha sido alcançada, foi o colapso do sistema de saúde de Manaus, capital do Amazonas. Esse fato impactou o Piauí diretamente. Primeiro pela solidariedade em receber amazonenses em algumas de suas unidades de saúde. Segundo pela chegada no estado da Variante P.1 ou denominada variante *Gamma*, que também é uma das variantes do SARS-CoV-2, segundo a Fiocruz Amazônia, de acordo com Pedro Oliveira (2021), ela foi identificada inicialmente no Amazonas e ligaram o estado de alerta em todo o país por serem potencialmente mais transmissíveis.

Em setembro de 2020, quando no Piauí o foco eram as campanhas eleitorais, Manaus e as principais cidades amazonenses optaram por reabrir as escolas e voltarem com o ensino presencial.



A partir disso os casos dispararam, mas somente em dezembro o governo do Amazonas adotou medidas rígidas. Era praticamente tarde, pois além do colapso no sistema, foi necessário transportar pacientes para outros estados, e um desses foi o Piauí. No dia 29 de janeiro de 2021 a variante P.1 já estava presente em 91% dos casos registrados em Manaus, segundo uma nota técnica publicada pela Fiocruz Amazônica em parceria com a Fundação de Vigilância em Saúde do estado do Amazonas (FVS-AM). “Um percentual de 91% que representa um aumento de na circulação da variante, que foi identificada pela primeira vez em 04 de dezembro e estava em 51% das amostras analisadas” (LISBOA, 2021, p. 1).

Em Manaus ocorreram vários fatos tenebrosos. Um deles foi a falta de oxigênio nos hospitais, pacientes morrendo nos corredores das unidades de saúde, cemitérios lotados e sem espaço para mais sepultamentos, médicos de outros estados se deslocando para ajudar pois a maioria dos profissionais que atuavam na cidade estavam infectados, fora os que morreram, o verdadeiro retrato do caos.

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

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

Foi nessa época que a *Rede* começou a ter um alcance significativo, ganhando muitos seguidores que sentiram amparados com a solidariedade para com os amazonenses, pois durante o período de colapso a *Piauí Sem Covid* compartilhou não só as notícias sobre a situação do Amazonas, mas também todos os pedidos de ajuda e de oração diante da situação, na época a causa de luta e esforços maiores eram a divulgação dos pedidos de balão de oxigênio, das campanhas que foram feitas, das correntes virtuais, e nós focamos em cumprir o papel de uma Rede de apoio, divulgação e esperança.

Eram lições para o próprio Piauí.

Isso tudo porque desde a repercussão nos jornais a respeito da situação do Amazonas, a *Rede Piauí Sem Covid* passou a fazer publicações sobre o tema, começando pelo vídeo mostrando a situação de um hospital em Manaus. No dia 14 de

janeiro de 2021, quatro dias antes da chegada das vacinas, além de compartilhar a tag **#sosmanaus**, que muitas personalidades consideradas influentes repercutiram em suas redes, dias e dias, na intenção de chamar a atenção para a gravidade da situação. Já no Piauí, na mesma semana uma morte chamou muita atenção na cidade, como publicado na *Rede Piauí Sem Covid* no dia 15 de janeiro de 2021, um dia antes da chegada das vacinas, a jovem estudante de odontologia Ylmara Stefane que residia em Teresina e faleceu em decorrência da COVID-19.



O Piauí chegou a receber pacientes transferidos do Amazonas para serem tratados na capital teresinense, tanto pela falta de leitos no estado, tanto porque Teresina era uma das poucas cidades que ainda tinha vagas e leitos de hospitais disponíveis para tratar a COVID-19. Nessa época Piauí registrou 31 novos casos no dia 01 de janeiro de 2021, com uma média móvel de 423,57 novos casos e finalizou o mês, no dia 31 de janeiro de 2021, registrando 267 novos casos por dia e uma média móvel de 509,57 casos.

Os primeiros meses do ano também foram tensos. Logo em janeiro o estado enfrentou as consequências das

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

Logo no início de janeiro a situação do Piauí já se mostrava grave, tanto pelas taxas de ocupação de leitos quanto porque agora havia uma variante nova vagando pelo país e um dos feriados mais comemorado pelos brasileiros se aproximando, o carnaval.



A Rede aproveitou para usar do sarcasmo e tentar chamar a atenção do público para mostrar que não é era hora de comemorar o Carnaval, como mostram as publicações dos dias 06 de fevereiro de 2021 e 12 de fevereiro de 2021, e também entre uma publicação em alusão ao perigo da folia de Momo, sempre era mostrado como estava a situação dos casos

e das mortes, de acordo com a publicação do dia 23 de fevereiro que chamava atenção pela manchete: “Piauí registra 633 novos casos e 11 mortes pela COVID-19 nas últimas 24 horas”. E muito bem representada pela charge do artista Izânio Façanha, na postagem compartilhada no dia 24 de fevereiro, na qual mostrava um desenho da figura da morte. Em março um acontecimento chocou a capital piauiense e o restante do Brasil, a cena de um paciente morto no chão de uma UPA (Unidade de Pronto Atendimento) no bairro Promorar, na zona sul de Teresina.

Tenho dito: Sou outra Polyena desde o início desta maldita pandemia!
Vivemos em uma constante metamorfose...sofremos,lutamos,perdemos,ganhamos para evoluirmos e neste momento não foi diferente. Em oito anos de profissão nunca senti tanta dor como senti neste plantão
😞. Passamos por um momento traumático,noss... Ver mais



O caso também repercutiu fora do País e a *Rede* foi pioneira em compartilhar a notícia em tempo real e dar espaço para a técnica de Enfermagem que vivenciou o ocorrido se pronunciar, era uma madrugada de sábado quando o depoimento dela chegou até nós, e na mesma noite assim como na manhã seguinte a foto da vítima no chão ao lado da profissional de saúde abatida e desesperada, já estavam em quase todas as manchetes da capital. O fato da *Rede* ter sido

procurada por profissionais de saúde para falar sobre o caso mostrou um dos seus grandes pontos de credibilidade: o de dar voz aos profissionais da linha de frente. Além de ser um exemplo da repercussão nacional da *Rede*.

Assim como o ocorrido em Manaus repercutiu e fez com que a *Rede* alavancasse disparadamente no engajamento e interação, o acontecimento na UPA teve o mesmo efeito só de que forma multiplicada, ali a *Piauí Sem Covid* não ganhou somente visibilidade, mas a credibilidade em ser uma fonte oficial e especial, por tratar de forma humana e empática o acontecido e ceder espaço e dar voz aos profissionais que vivenciaram o ocorrido, desde então nosso público só cresceu e a confiança no conteúdo da *Rede* se fortaleceu.

Nesse período, o trabalho voluntário na *Piauí Sem Covid* da autora deste livro também estava centrado na feitura deste trabalho científico.

4.2 – Mudanças, avanços e primeiras lições concretas

Como toda plataforma tecnológica, o conteúdo do Instagram precisa inovar e se reinventar para ser considerado relevante, e assim atingir o maior número de pessoas possíveis. Graças à função denominada *stories*, isso foi possível. Os *stories* são pequenas histórias, balizadas em fotos ou vídeos bem curtos (de, no máximo, 15 segundos) que contam histórias específicas.

Durante o período da pesquisa, os *stories* eram a maior fonte de alcance e mudanças consideráveis na *Rede*. Essa função deu maior repercussão às informações já compartilhadas, fazendo com que os algoritmos do Instagram selecionassem e dessem mais visibilidade a determinados conteúdos que nós não tínhamos tido tanto êxito e repercussão

ao compartilhar no *feed*. O que mudou logo em seguida com a chegada da função *reels* a visibilidade alcançada nos primeiros meses do ano foram maiores do que todo o alcance do ano passado, 2020.

Alguns vídeos publicados na *Rede* ultrapassaram 5.000 visualizações. Só um *reels* foi capaz de atingir 50.000 pessoas, devido ao conteúdo ser uma denúncia de uma aglomeração clandestina quando as UTIS do estado se encontravam lotadas, como mostra a publicação do dia 23 de maio de 2021, um vídeo de uma festa em Piri-piri, maior cidade do Sertão Norte do Piauí. A aglomeração acontecia a menos de um quilômetro do hospital da cidade.

Outros vídeos sobre aglomerações também foram postados no período, justamente para trazer reflexões sobre o que estava acontecendo e como as aglomerações colocavam em risco todo o trabalho feito pela linha de frente de profissionais de saúde.

O que é uma proporção gigantesca se comparado a forma proporcional, do número de seguidores *versus* o alcance geral do público, levando em consideração ainda, o fato de que na *Rede* não foi utilizado nenhum meio pago ou patrocinado do Instagram. A *Rede* sempre teve alcance e engajamento orgânico. Tudo foi, e continua sendo, orgânico, real e manual. A principal ferramenta e maior fonte de sucesso é apenas o *feeling* e, claro, o conhecimento em comunicação e mediação informacional.

É importante lembrar que o *reels* é como se fosse uma comparação com o famoso aplicativo vizinho: o Tiktok, que tem uma repercussão mundial gigantesca. O *reels* chegou como sendo sua versão adaptada para o Instagram, já que o formato e o tempo destinado para a produção de vídeos são quase os mesmos, assim como os recursos midiáticos.

Diante dos conteúdos que mais chamaram atenção, estão os posts sobre o Setembro Amarelo, fora do período do mês de setembro. Foi uma das primeiras publicações a ganhar uma repercussão maior. De fato, tanto pelo contexto de ter sido publicada fora da campanha, tanto porque era um conteúdo que não era comum na *Rede*. Acabou sempre se confirmando e reafirmando que para ser notado na plataforma do Instagram é preciso sempre inovar, surpreender, cada vez mais sair da mesmice, dos padrões e dos clichês. Isso também nos mostrou que mais importante que o meio, é a mensagem, não é preciso ter números de seguidores atrativos para ter interação e alcance, se a mensagem for de fácil compreensão e didática, ela gerará resultados, como será comprovado nos capítulos referente as métricas e seus respectivos exemplos.



É como se os algoritmos selecionassem um assunto de uma publicação **X**, que está sendo a mais comentada e noticiada e fizesse dela o assunto mais visto na rede, isso através de uma grande corrente de fluxo de dados,

engajamento e interação com e para o público. Como por exemplo, novamente: a publicação sobre o tema suicídio, que foi veiculada pouco antes de dar início ao mês de setembro, considerado o mês chave da campanha de prevenção ao suicídio. Mas o que isso tem de fato com a *Rede Piauí Sem Covid*?

Bom, além de ter sido um dos pontos e publicação chaves do perfil, foi o tema veiculado fora do contexto da Rede que mais repercutiu e que logo em seguida causou a seguinte reflexão: como anda a saúde mental dos profissionais de saúde durante esses meses de desgaste excessivo? Como questiona a publicação do dia 16 de março de 2021, um vídeo de um relato de uma médica que atua em uma UTI.

Começou-se a pautar o tema, através de *reposts* e a atrair atenção, que rendeu um crescimento no número de seguidores, curtidas e muitos compartilhamentos.

Muita interação.

Outra publicação chave que repercutiu além do esperado, foi sobre o fato de reforçar a necessidade de ficarmos quietos em casa, um simples dizer popular, compartilhado na publicação do dia 04 de março de 2021, rendeu por semanas compartilhamentos e muitas discussões.

Utilizar os termos de *piauiês* e até o humor foram pontos também consideráveis nesses agendamentos das informações.

A partir desses detalhes, se tornou possível analisar melhor e repercutir os assuntos que de fato fossem chamar a atenção na *Rede*, pois, por mais que o público não interaja nos conteúdos publicados, ao entrar no perfil, ele já se depara com imagens, que em sua maioria são de caráter informativo sobre a pandemia, ou seja, mesmo que o usuário não se interesse, pelo menos ele viu, e do resto, o algoritmo irar cuidar.

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

Já com as publicações sobre os 12 territórios de desenvolvimento piauienses: Planície Litorânea; Cocais; Carnaubais; Entre Rios; Vale do Sambito; Vale do Rio Guaribas; Vale do Canindé; Serra da Capivara; Vale dos Rios Piauí Itaueira, Tabuleiros do Alto Parnaíba, Chapada da Mangabeiras e Chapada do Vale do Itaim, não houve tanto êxito como o planejado no início dos trabalhos. Pretendia-se dar equidade de informações sobre cada um dos territórios. Nota-se na pesquisa que a quantidade de postagens foi respeitada, mas que as reverberações mudaram de um território para o outro. Um dos pontos convergentes dessa maior interação é dada notadamente pela própria cultura comunicacional e pela maior, ou menor, presença dos profissionais de saúde e instituições de saúde e poderes públicos nas reverberações das causas nesses territórios. Essa é a variável que mais explica maior ou menor reverberação de mensagens em cada uma dessas 12 partes do Piauí.

Notamos que em todos os territórios foram constatadas questões sobre a *Rede*. Quando o foco de falar sobre essas regiões mudou, logo encontrou uma nova alternativa: ao invés de falar da cidade em si, a *Piauí Sem Covid* passou a publicar diariamente as ações ocorridas nos municípios piauienses, pelo menos uma vez na semana chegam até a *Rede*, materiais (fotos e vídeos) sobre ações que aconteceram de Norte a Sul do estado. Felizmente, em sua maioria eram boas ações, que mereciam serem divulgadas.

O fato é que o público pareceu ver na *Rede* um espaço de discussão, amparo e bem mais que reflexão, mas uma fonte

confiável de notícias sobre a pandemia da COVID-19 no estado.

Por exemplo, geralmente no início do dia e principalmente durante a semana, era compartilhado conteúdos mais leves: pessoas recuperadas da COVID-19, pessoas se vacinando, a produção e a chegada de mais vacinas, atos e ações de pessoas com o próximo, a situação da Busca Ativa, as medidas de restrições, e assim segue, já que durante a semana informar se mostrava mais importante do que denunciar.

Já aos finais de semana, devido a maior interação do público com a *Rede*, era compartilhado um conteúdo menos leve, como mostram as publicações dos dias 26 de março de 2021, 27 de março de 2021 e 29 de abril de 2021, na perspectiva de chamar a atenção e conscientizar ainda mais, mesmo que seja através do apelo, medo e exposição, já que é aos sábados e domingos em que a população mais aglomera e ignora as medidas de restrição.

Infelizmente, os conteúdos de maior repercussão na *Rede* são os de denúncias e aglomerações que ocorreram pelo estado. Farras, festas e as pessoas se expondo e ainda publicando em suas redes sociais digitais, que estavam, ou pareciam estar, em um mundo paralelo onde ignoram totalmente a pandemia e suas graves consequências.

No decorrer do primeiro ano da *Rede* foi se afunilando o conteúdo, assim como o público, os boletins diários sobre a quantidade de casos, já não são uma pauta tão interessante fazia tempo, pois com a chegada das vacinas a atenção se voltou totalmente para as doses, quando, onde, como, qual vacina será aplicada.

Mesmo antes da chegada das vacinas os boletins já meio que pareciam ser irrelevantes para a maioria da população,

como se, infelizmente, tivessem esquecido que não só números, são vidas. Então como chamar a atenção do público sobre uma doença tão grave e misteriosa, sem apelar pela crescente transmissão dela no estado?

Voltando para o questionamento inicial deste capítulo: como a *Rede Piauí Sem Covid* mostra na publicação do dia 14 de dezembro de 2020.

Conclui-se que o medo e falta de empatia chamam atenção. Desde o primeiro vídeo publicado na *Rede* expondo uma aglomeração, no dia 14 de março de 2021, a quantidade recebida de conteúdo desse tipo se tornou constante e serviu como uma porta. A revolta e a indignação de algumas pessoas trouxeram visibilidade e assim fez com que o público se sentisse ainda mais à vontade para contribuir e ajudar no combate à pandemia de alguma forma, com a ajuda da *Rede*. Como mostram as publicações feitas nos meses seguintes, de março a maio.

A partir disso surgiram novas reflexões e novas formas de pensar e agir, e claro de entendimento, ou pelo menos contato com o público, com alguma informação, seja ela real ou não, sobre a doença.

Já no meio da segunda onda da pandemia e chegando a um possível possibilidade de terceira onda, devido as novas variantes como a Delta, precisávamos continuar aprimorando as estratégias.

Eis que surge também mais um papel para a *Rede*: auxiliar na divulgação de informações corretas, verdadeiras e checadas, sobre a COVID-19.

Sim, só compartilhar nunca foi o propósito, e diante de tantas *fake news* sobre o assunto, continuar a repercutir cada vez mais informações a respeito, e ainda exercer o papel principal da pesquisa e do jornalismo, cobrar e dar respostas.

Como por exemplo, o que de fato aconteceu com os hospitais de campanha?

A publicação compartilhada no dia 19 de março de 2021 cobra algumas dessas respostas.

A situação nunca chegou a melhorar de fato, ela apenas saiu do protagonismo por causa das eleições, entre setembro e novembro, período também de recorte deste material. Houve a ilusão de que a situação melhorou, e com as notícias sobre as vacinas os políticos e governantes do estado conseguiram mudar o foco, mas não demorou muito para as consequências aparecerem, na verdade foi um combo, juntou as ações de campanhas políticas, as férias e as festas de fim de ano, não demorou muito a segunda onda da pandemia mostrou o quão grave ela seria e que ainda não tinha se aprendido nada com a primeira. E o pior, atravessando a segunda, parecia que seguia-se nesse vai e vem na qual diariamente vidas são perdidas e o avanço no combate à doença era mínimo, já que apesar do avanço na vacinação.

É sempre bom frisar que vacina não cura, vacina previne, e que só será possível sair desse caos que parece não ter fim, agindo em grupo, pensando em si e no próximo, de forma coletiva, focando cada vez mais na prevenção e não em remediar, até porque, mesmo após mais um ano de pandemia e uma infinidade de estudos científicos sobre o assunto, ainda não há um remédio, nem que previna, muito menos que cure, mesmo que muitos insistam no contrário.

Havia muitas mensagens sobre a COVID-19 em perfis de pleiteantes a prefeituras e a câmaras de vereadores, além de seus líderes políticos estaduais e nacionais, mas eram para ajudar e travestir pré-candidaturas. Quanto mais aproximava-se do período da campanha, havia muito menos mensagens sobre a COVID e muito mais sobre

pré-candidaturas. Termina por ser um processo normal frente à própria comunicação política, mas, em vários casos, pode também parecer oportunista a utilização de uma pandemia para tentar alavancar simpatizantes e votos (BERTI, 2020b, p. 74).

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

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

A *Rede* sempre optava por um conteúdo informativo, mais leve, de modo que os depoimentos eram mais no sentido de avisar, do que assustar, como está disponível em alguns vídeos compartilhados no IGTV do perfil.

Mesmo que as pessoas utilizem a ferramenta apenas para o entretenimento, elas estão se comunicando, dando opiniões e uma hora ou outra, vão passar pelas informações, ainda que não interaja diretamente com ela, o que ocorre diariamente com a *Rede*.

Até o início do segundo semestre de 2021 à proporção que qualquer notícia ou opinião ganha ao ser compartilhada no Instagram é enorme e vai além de informar, pois alcança

públicos de diferentes meios e lugares e isso apesar de democrático, nem sempre é positivo, tendo em vista que atualmente as redes sociais são um ponto de divulgação de *fake news*, e com a pandemia, não seria diferente.

Observa-se também que é um processo gradual e ao mesmo tempo um fenômeno, onipresente no meio social, jornalístico, ou seja, midiático.

A Rede de solidariedade que começou com o foco nos 12 territórios de desenvolvimento piauienses, acabou indo além das fronteiras do estado do Piauí, ainda que virtuais, já que profissionais de todas as regiões e ou estados também passaram a interagir e se sentirem amparados, um exemplo disso são os posts de iniciativas e reflexões de pessoas para além do Estado do Piauí.

Como por exemplo as postagens dos vídeos de profissionais do SAMU na espera dos pacientes que seriam atendidos e acolhidos pelo Piauí, a publicação em formato de vídeo foi compartilhada no dia 16 de janeiro de 2021, por um perfil do Amazonas.

Outro exemplo foi a publicação compartilhada no dia 18 de janeiro de 2021, mostrando o primeiro vôo que carregava os primeiros lotes da vacinada COVID-19 no país. Já um exemplo mais perto, temos o vídeo publicado no dia 20 de março de 2021, gravado por uma equipe de profissionais da saúde da cidade de Timon, alertando sobre os cuidados, que deveriam permanecer mesmo após a vacinação.

Além dos vídeos, tem os exemplos com fotos que repercutiram no país todo, nos principais sites de notícias e perfis na internet, assim como na Rede. Como a foto do **#sosmanaus** que virou um movimento online, e foi repercutida na Rede no dia 14 de janeiro de 2021, seguindo ainda no assunto de Manaus, a publicação das equipes de

saúde recebendo os pacientes no aeroporto de Teresina com gestos que mostravam amor e empatia também repercutiram na Rede e não só nas manchetes nacionais do dia 16 de janeiro, assim como diversas outras postagens que representaram as diversas emoções, momentos e reações que foi a pandemia em cada lugar que a Rede mostrou através de imagens ou vídeos.

Mas como foi estar dentro da *Rede*? Como ela foi jornalisticizada? Como o Instagram foi utilizado como meio de combate à pandemia? E como tentamos fazer mediações informacionais e provar que é possível, sim, jornalisticizar fatos mediante a utilização do Instagram por meio da netnografia?

5 – O EU JORNALISTA CONTRA A PANDEMIA. BEM POR DENTRO DA MOBILIZAÇÃO COMUNICACIONAL DOS ESCLARECIMENTOS SOBRE A SEGUNDA ONDA DA COVID-19 NO PIAUÍ NA ATUAÇÃO DA REDE @PIAUISEMCOVID

Este capítulo faz referência ao título da monografia que originou este livro, e tem como objetivo mostrar como eu, Yasmim Helleen Cunha, vi, vivenciei e atuei nesta pesquisa durante a primeira e a segunda onda da pandemia de COVID-19 no Piauí. Levamos em conta, para fins metodológicos, uma atenção maior ao recorte temporal da segunda onda, compreendida entre agosto de 2020 até agosto de 2021. Esse segundo ponto não é dado só pelo avanço da vacinação, mas também pela necessidade de término do trabalho. O que não quer dizer, infelizmente, término da pandemia como bem queríamos.

Enquanto aluna de uma instituição pública que teve o ano letivo afetado, enquanto jornalista e comunicadora em formação, enquanto pesquisadora da área de Ciências Sociais Aplicadas, enquanto bolsista contemplada pela FAPEPI, e

claro, enquanto cidadã que vivenciou a pandemia, como filha e sobrinha de pessoas que aturam na linha de frente do combate à pandemia durante todo esse período. Motivos não faltaram para netnografar o que apresentamos a seguir.

No início o foco deste trabalho era a visibilidade e os resultados da *Rede Piauí Sem Covid*, mas logo que a situação se agravou e veio a segunda onda, o então projeto ganhou novas vertentes. Uma delas foi em como denunciar e informar sobre como a situação do estado estava.

Eu também virei objetivo de vivência da pesquisa, já que muita das vezes, eu fazia parte do fato na qual a *Rede* informava. Muitas vezes a indignação do público era a minha também. Afinal, além de jornalistas que somos, também somos público, somos parte da sociedade. Não dá para separar em nossas carreiras jornalísticas e cidadãs essas duas interfaces.

Através da *Rede* eu tentei abordar isso, mesmo que forma tênue, para não usar a palavra neutra, já que a *Piauí Sem Covid* nunca foi neutra e nem pretende ser. O nosso lado são das vidas, são das pessoas, da voz que das pessoas. Mas chega um ponto em que os assuntos e acontecimentos não se separam. Fica quase que impossível citar dados de saúde pública sem citar falar e posições políticas, tudo é política, e o Jornalismo tem de assumir de forma firme e transparente esse papel de ser agente e mediador da informação.

Partindo do começo, maio de 2020, logo após veiculação das primeiras postagens do perfil *Piauí Sem Covid* (@*piauisemcovid*) na plataforma do Instagram, não havia um plano de postagens a serem feitas. Havia o tema a ser abordado: a pandemia e tentar trazer agendamentos e repercussões com os profissionais da linha de frente, preferencialmente dando espaço a profissionais e pessoas de todas as 224 cidades do Piauí.

Comecei repercutindo e respondendo os conteúdos que julgávamos mais importantes para o público naquele momento, como as publicações feitas nos perfis oficiais do Governo do Estado e nos municípios, que eram inicialmente sobre a atualização do números de casos confirmados e descartados, o número de óbitos, o número de curados.

Compartilhamos também as medidas iniciais adotadas, onde as pessoas poderiam procurar ajuda para tratar ou se informar sobre a doença e aos poucos fomos selecionando as pautas alvos que seriam repercutidas.

No início era um agendamento mais burocrático. O processo de experimentação estava mais que em evidência nos trabalhos e ações da *Piauí Sem Covid*.

Em seguida optamos por fazer postagens direcionadas a cada área da linha de frente no combate a pandemia, publicando a primeira postagem sobre o tema no dia 8 de julho de 2020, falando da importância da Psicologia e elencando ela como uma das áreas essenciais no combate a COVID-19. Essas estratégias foram importantes para tentarmos segmentar ainda mais os públicos da linha de frente e, ao mesmo tempo, trazer um reconhecimento e um alerta à coletividade sobre os trabalhos de cada um desses profissionais.

Seguindo as publicações com o tema profissões na qual foram abordadas muitas outras, foram abordadas outras 14 publicações sobre profissões necessárias na linha de frente. Profissionais da área médica, da enfermagem, da assistência social, maqueiros, zeladores, coveiros, nutrição, odontologia, fisioterapia, jornalistas, policiais, entre outros, foram abordados nesse período de atuação dos trabalhos da *Rede*.

Em seguida começaram as postagens direcionadas aos territórios piauienses, sendo Parnaíba, no Norte do estado, a primeira cidade a ser abordada na Rede, no dia 18 de julho de

2020. Utilizou-se a estratégia das cidades dos territórios, de Norte a Sul, sempre chamando atenção primeiro para a cidade mais populosa daquela parte do estado.

Em seguida vieram os outros territórios divididos em três a quatro municípios por postagem. A estratégia de fazermos um chamamento para mais de uma cidade foi de não tornar cansativa a linha do tempo do Instagram da Rede, mas, ao mesmo tempo tentar chamar atenção para todos os municípios.

Essa fase dos trabalhos da *Piauí Sem Covid* totalizou 46 publicações sobre os territórios do Piauí, com a última postagem sobre o tema, compartilhada em 15 de setembro de 2020, ou seja, quase três meses dando atenção a cada município que faz parte do estado.

Quando percebemos que a abordagem não teve tanta repercussão como o esperando partimos para outras pautas e temas, como o Setembro Amarelo, exemplo já citado no capítulo anterior, que foi uma das publicações que mais repercutiu na *Rede*, em consequência da publicação feita no dia 23 de agosto de 2020, e que ganhou mais visibilidade quando o tema foi abordado mais ainda no mês seguinte, como a publicação compartilhada no dia 01 de setembro de 2020 e na sequência, as postagens feita durante a semana inicial de setembro, todas voltadas para o tema da saúde mental.

Ao longo do projeto inúmeras foram as situações em que precisamos pesar se a informação valia o desgaste. Explico: às vezes uma publicação incomoda de forma negativa e atrai os grupos de *haters*, pessoas que não se conformam em apenas dar uma opinião oposta, mas começam a chamar outras pessoas para atacar junto, em grupo, o que é normal no mundo das redes sociais digitais, mas até que ponto vale a pena dar atenção e espaço para essas vozes?

Esses ataques ocorreram principalmente quando houveram denúncias de aglomerações em cidades do Piauí. Pessoas ligadas à aglomeração, flagradas nesses desrespeitos às normas sociais, promotores desses eventos clandestinos e parentes, em quase todas as vezes que ocorriam as denúncias, tentavam tumultuar a linha do tempo dos comentários da postagem tentando desmentir ou minimizar aqueles fatos. Todos os comentários eram deixados como uma maneira de respeito à liberdade de expressão. Somente quando havia desrespeito ou palavras de baixo calão, os comentários eram apagados. Isso ocorreu menos de dez vezes durante todas as postagens da *Rede* sobre aglomerações.

O papel da *Piauí Sem Covid* sempre foi de apoiar e dar voz aos profissionais da linha de frente na pandemia e todos aqueles que se identificam com o perfil. O foco sempre foi ajudar, informar, comunicar, e trocar experiências, e por isso, algumas vezes optamos por usar, e às vezes até abusar do sarcasmo nas publicações, como o vídeo publicado no formato *reels*, no dia 13 de junho de 2021, divulgando e expondo uma aglomeração próximo ao município de Água Branca, localizado na microrregião do Médio Parnaíba, um encontro de paredões, que quando divulgado incomodou muito o público que viu a postagem. A *Rede* precisou mudar de perfil aberto e público para privado por três dias, devido a comentários maldosos e para não correr o risco de denunciarem a conta. Essa estratégia foi tomada por minha pessoa com receio, inclusive, de haver prejuízos até para este estudo acadêmico.

Outro ponto bastante discutindo no início era a quantidade postagens por dia e por semana e quais os conteúdos publicar. Eu, Yasmim Cunha, sempre defendia a ideia de que uma por dia e três a quatro por semana eram suficientes. Mas o professor fundador e membro do projeto

Orlando Berti (também orientador deste trabalho), achava melhor fazermos testes, publicando três ou mais publicações por dia e 12 a 15 por semana. O fluxo que aumentava aos fins de semanas, pois concluímos depois de quase um ano e meio de criação do perfil, que é nos finais de semanas que há mais engajamento e conseqüentemente, interação.

A hipótese mais premente e que podemos ter praticamente certeza de que as publicações são mais vistas aos finais de semana é que a maioria dos perfis comerciais e institucionais, geralmente administrados por sociais mídias, não são alimentados aos finais de semana, até por conta das próprias rotinas produtivas e relações de trabalho e as empresas de assessoria de comunicação que utilizam mecanismos de programações, têm seus algoritmos diminuídos por conta da utilização desse tipo de ferramenta.

O que podemos refletir sobre esse tipo de ação comunicacional, talvez um dos pontos emblemáticos do trabalho da *Piauí Sem Covid*, é o caráter voluntário e de querer fazer acontecer. Não podemos dizer que outros atos, sem tanto empenho, inclusive em entender os dias que mais repercutem as postagens, poderão ser repetidos em outras experiências, já que exige uma integralidade muito grande de seus atores em não ter horários específicos, mas acompanhar as especificidades, às vezes até em horas não tão convencionais. Nota-se que quando ousamos nesses horários e dias, algumas vezes até em madrugadas, tivemos uma boa reverberação quantitativa e qualitativa de interações e agendamentos de nossas postagens pela mídia tradicional.

Até agosto de 2021, esse seguia sendo o fluxo de postagens, de pautas frias a quentes, de três ou mais publicações por dia e 12 a 15 por semana, deixando sempre as mais polêmicas, ou como costumamos abordar, as sarcásticas,

para os sábados e domingos, os dias e maior repercussão. No começo eu discordava, sempre defendi que no Instagram, qualidade superava a quantidade, ou seja, a qualidade das postagens e a relevância delas, superava a quantidade comentários, curtidas e as outras métricas, mas era necessário entrar em consenso, e seguindo não as diversas atualizações que o Instagram fez ao longo do recorte utilizado nesse material, mas também se adaptando a ele, e as demandas, esse é o padrão que a *Rede* seguiu e continua seguindo.

Posso afirmar que funcionou, apesar da minha implicância e relutância inicial, pude ver que as redes sociais digitais são uma caixa de pandora, uma fonte infinita de surpresas e mudanças, o que era relevante e funcionava ontem pode já ter caído em desuso hoje e ser desnecessário amanhã, e assim como na vida real, é preciso se adaptar a realidade e as mudanças, e a estabilidade do público e dos *insights* da *Rede* até junho de 2021 (marco do recorte de análise), mostraram isso, mesmo que seguir o padrão, mas ainda seguindo o padrão criado por nós, conseguimos manter um público fiel e um engajamento positivo.

A comunicação é uma via dupla, quando se informa e escuta opiniões da minoria, ou pelo menos a minoria que não tem sua voz divulgada, se aprende tanto quanto acontece ao contrário.

Nem sempre concordo com tudo o que é publicado e consequentemente divulgado na *Rede*, mas o foco não é a minha opinião, mas o que precisa ser debatido, informado, divulgado e se isso pode gerar reflexões e ações de impacto ou não, o papel do Jornalismo é perfeitamente usado na *Rede*, não enquanto jornalismo opinativo, mas enquanto jornalismo participativo, mesmo quando uma publicação tinha mais comentários negativos ou desrespeitosos, sempre optamos por

preservar cada opinião deixada na *Piauí Sem Covid*, ainda que não concordássemos, pois a liberdade de expressão é um dos pilares do bom jornalismo.

Eu, Yasmim Cunha, sou um exemplo disso, muitas das publicações que as vezes eu mesma criei ou compartilhei na *Rede*, eu não concordava ou defendia a ideia.

Mas não era sobre mim, era sobre a *Piauí Sem Covid*, saber deixar claro a linha tênue entre o que precisa ser informado e compartilhado mesmo que vá contra o que acredito ou defendo.

Parte do papel da comunicação é a pluralidade de ideias e opiniões que torna o mundo e a sociedade mais democrático. É necessário estar aberto ou pelo menos tentar compreender, que todas as opiniões importam, pode não importar para mim, mas importará para alguém.

Sendo assim, eu fui inserida também como objeto dessa pesquisa, por ter vivenciado e aprendido com cada uma das 806 publicações compartilhadas da *Rede Piauí Sem Covid* até o dia 30 de junho 2021. Todas as métricas dessas estão descritas nos apêndices deste livro.

Assim como as vidas perdidas na pandemia não são só números, as publicações da *Rede* também nunca foram. Por trás de cada postagem há um contexto, uma pessoa ou mais, uma história e uma reflexão. Os números só importam na hora de fazer as métricas para sabermos se o conteúdo está chegando ao público, se está provocando reflexões e essas se transformando em atitudes que impactem positivamente a realidade na qual estamos inseridos e para além do nosso redor, os números são mera consequência.

Participar desse projeto, e conseqüentemente da feitura deste livro, foi e continua sendo, uma resposta para o papel que eu enquanto aluna de uma instituição pública estadual

devo para a sociedade. O conhecimento deve ser compartilhado para além dos muros da universidade. As pesquisas devem ser transformadas em ações reais e que melhorem o mundo a nossa volta, esse é o nosso papel, não só enquanto jornalista ou pesquisadora, mas enquanto cidadã. Temos que começar a refletir e mudar realidades a partir da nossa, como respondendo com ações concretas a perguntas como, o que eu Yasmim Cunha posso fazer para contribuir no combate a pandemia no meu estado? Como farei isso? Quando farei? Como posso usar o pouco que sei para ajudar as pessoas a minha volta em momento tão delicado? Foi na busca de responder a esses questionamentos e muitos outros que me inseri em cada página desse trabalho, e em cada publicação compartilhada na *Rede Piauí Sem Covid*.

Os meses analisados neste trabalho são marcados, cada um, por um acontecimento que gerou repercussão na Rede tanto quanto na minha vida pessoal e acadêmica.

Em janeiro foi um mês de caos a luz, a vacina finalmente chegou ao estado do Piauí, as primeiras doses chegaram em solo piauiense em 18 de janeiro de 2021.

Os primeiros a serem vacinados foram os profissionais da saúde. A médica Amariles Borba, uma das infectologistas mais atuantes no estado, marcou esse momento histórico e protagonizou o evento com sua fala emblemática: “Saíam dos celulares. Abram os livros. Valorizem a ciência”.

Na *Rede @piauisemcovid* o momento está registrado com uma publicação feita no dia 18 de janeiro de 2021 com fotos da médica sendo vacinada, que inclusive teve repercussão nacional devido a camiseta que ela usava em alusão ao movimento de incentivar as pessoas a se vacinarem: “marrapaz meu braço tá é pronto, vem vacina”. Uma frase de efeito com dizeres piauienses que traduz o sentimento e o desejo de se

vacinar. O mês de janeiro findou com mais de 1.525.855 de pessoas vacinadas, um marco importante já que o Brasil sempre foi referência quando o assunto é campanhas de imunização.

Fevereiro veio marcado com as festas clandestinas de carnaval. A *Rede* fez publicações irônicas e metafóricas sobre o perigo que era curtir a folia momesca, com postagens protagonizando a morte como principal consequência de quem se arriscasse a curtir o carnaval. Outro ponto marcante também foram o surgimento das novas variantes, uma informação preocupante já que a situação encontrava-se descontrolada, já que a população ignorou total o vírus e não só aglomerou durante o carnaval como se deslocou para outras regiões.

Em março a situação girava em torno das consequências das aglomerações de fevereiro e pelo fato de que após três meses da chegada da vacina apenas 4% da população encontrava-se vacinada, o que ocasionou novos decretos de restrição e medidas para conter o agravamento da situação do estado, já que as UTIs se encontravam lotadas.

Como já citado de forma breve, no terceiro mês do ano de 2021, o Piauí foi protagonista de manchetes de horror com o caso da técnica de enfermagem Polyena Silveira, que viveu e presenciou a realidade do caos, como mostrado na postagem da *Rede* no dia 18 de março de 2021. A técnica de enfermagem viu um paciente morrer, no chão de uma Unidade Pronto Atendimento do bairro Promorar, zona Sul de Teresina, a cena de um homem morto no chão e a profissional sentada ao seu lado repercutiu pelos principais jornais do país e serviu de alerta para mostrar o quão grave a situação estava.

A *Rede* foi a fonte pioneira a receber os relatos de Polyena Silveira, na madrugada do acontecimento, durante o

final de semana do dia 18 e 19 de março de 2021, não se falava em outra coisa.

Em abril, posso afirmar com dados e métricas expostas nos apêndices, que foi o pior mês da pandemia no estado. Junto de notícias que deixaram a capital Teresina ainda mais devastada, como a morte do ex-prefeito da cidade, Firmino Filho, que se foi de forma totalmente inesperada e causo comoção na cidade inteira, principalmente por conta da pandemia, já que ele em seu último mandato atuou de forma severa no combate às questões da COVID-19, como mostram manchetes de 2020, Teresina foi destaque inúmeras vezes no que se referia a lidar com a pandemia, apesar de adotar medidas polêmicas e sem aprovação da população, o saldo foi positivo, já que a situação chegou a se estabilizar no período que se antecedeu as eleições municipais.

A Rede explorou e abordou muito o acontecimento.

Abril foi uma época de métricas importantes para a *@piauisemcovid*, já que as postagens a respeito do ex-prefeito repercutiram de forma gigantesca e totalmente positiva, apesar do sentimento de falta de esperança, naquele momento, estar em falta. Firmino Filho deixou sua marca na luta pelo combate a pandemia e resumiu toda a sua trajetória no primeiro ano de pandemia em uma frase: “não vai ficar bom para ninguém enquanto não ficar bom para todos” ele ressaltava que somente pensando no coletivo a situação poderia melhorar, e isso foi visto nas inúmeras coletivas feitas na época entre prefeitura do município e governo do estado, ao menos para os espectadores, eles pareciam pensar em consonância e de forma que a prioridade eram as vidas a serem salvas.

Em maio os acontecimentos marcantes se deram pelas aglomerações no interior do estado. As festas clandestinas denunciadas e expostas nas redes geraram repercussão,

principalmente porque abril foi um mês muitas mortes e explosão de casos e as festas em sua maioria eram organizadas supostamente, por profissionais que atuavam na área da saúde no interior, o que é de total incoerência.

O foco da *Rede* nunca foi denunciar ou polemizar aglomerações, mas sim conscientizar e chamar a atenção através de reflexões reais de como as pessoas precisavam pensar no coletivo e deixar as festas e aglomerações para outro cenário, em maio as festas clandestinas ocorreram de Norte a Sul do estado, de Pedro II a Água Branca, como mostram publicações na *Rede* no dia 23 de maio de 2021, o dia em que a pandemia parecia ter dado um tempo, diante de tantos vídeos de festas clandestinas que a *Piauí Sem Covid* recebeu.

Ainda no mês de maio, outro tipo de aglomeração também chamou a atenção, os de protestos ao presidente da república e sua atuação no Governo Federal, o que também preocupou as autoridades já que no cenário que o país se encontrava.

Não existia e nem existe aglomeração do bem, pois enquanto muitos iam as ruas, os hospitais seguiam lotados, as mortes acontecendo e os números de casos aumentando, como a *Rede* reforçou em uma publicação no dia 29 de maio de 2021: “aglomeração é aglomeração! Por favor, não está hora disso!” um apelo feito para que as pessoas entendessem que não era o momento de ir as ruas, não importa o motivo.

Também em maio de 2021, outro acontecimento chamou atenção da população e repercutiu de forma crescente, na *Rede*, um vídeo do atual prefeito de Teresina, José Pessoa Leal, mais conhecido por Dr. Pessoa (MDB), em vídeo onde tira a máscara e tosse em meio a diversas pessoas ao seu redor. O vídeo publicado no dia 29 de maio de 2021 virou meme nacional e de forma totalmente negativa, já que além de estar

contra as medidas de contenção do vírus, a situação se torna pior devido a sua postura enquanto médico.

Maio foi um dos meses mais longos e alarmantes para a *Rede*, postagens como as do dia 29 de maio de 2021 mostraram que para a população havia realidades paralelas, já que como mostram os vídeos publicados, apenas um quilômetro de distância separava a UTI lotada e as festas pelos bares e estabelecimentos da cidade.

E, e finalizando o mês com chave de ouro, achando que não tinha como a situação piorar, foi anunciado que a Copa América de 2021 aconteceria no Brasil, um evento de tamanho gigantesco que poderia piorar e muito a situação da pandemia no país, como mostra a publicação do dia 31 de maio de 2021, e como muitos ironizaram nas redes sociais: “Copa América ou Cova América?”.

Junho também começou com aglomerações, protagonizadas pelo Sul do estado, no dia 1 de junho de 2021, a cidade de Picos mostrou a sua população já não levava tão a sério a situação da pandemia no estado, já que como mostra um dos vídeos publicados, as aglomerações no centro da cidade eram alarmantes. Outro ponto marcante de junho, foram as distribuições das vacinas, seis meses após a chegada das vacinas no estado, a conta não parecia fazer sentido, o ritmo seguia lento e como mostra um cálculo simples e eficaz abordado na *Rede*, onde foram parar as 466.722 doses da vacina que eram destinadas ao público piauiense?

Em junho também, chegou-se ao marco 6.000 mil vidas perdidas para o coronavírus no Piauí, ao passo em que a população se vacinava ainda que de forma lenta, as mortes seguiam acontecendo.

Entre janeiro e junho a *Rede* fechou em 552 postagens dos mais variados temas e formatos.

Quais foram as consequências para o eu, jornalista, entremeio a todos esses processos comunicacionais e tentativas de jornalisticização de fatos e atos sobre as questões da pandemia?

5.1 – Eu, afetada pela pandemia, e *instagramizando a Rede Piauí Sem Covid*

Como já citado anteriormente esse trabalho é fruto e consequência de um edital emergencial no combate a pandemia no estado do Piauí, financiado pela FAPEPI (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí).

Com a pandemia as aulas presenciais foram suspensas. Eu, Yasmim Helleen Cunha, enquanto acadêmica do curso de bacharelado em Jornalismo na Universidade Estadual do Piauí – campus Poeta Torquato Neto (na capital piauiense), fui afetada diretamente, já que não havia uma previsão de retornos das aulas. Foi então que recebi o convite para participar do objeto dessa pesquisa e continuar executando ações no sentido de pesquisas científicas que contribuíssem no combate a pandemia no estado.

Vivenciei todo esse projeto não só de forma acadêmica ou de apenas como uma estudante procurando sanar o tempo livre em consequência da suspensão das aulas, mas de forma empírica. Vivi a pandemia diariamente, dentro de casa e ao meu redor, as pessoas que residem comigo são da linha de frente. Inúmeras foram as situações que puder ver diante dos meus olhos os estragos da pandemia, então quem melhor para atuar em uma *Rede* de solidariedade visando os profissionais da linha de frente no combate a pandemia e também mediando informações?

Um exemplo disso foi o meu total isolamento desde março de 2020 quando a pandemia foi anunciada. Minha mãe

foi transferida da UBS (Unidade Básica de Saúde) na qual ela trabalhava, para um dos vários centros de testagem em massa. A partir daquele momento ela teria contato direto com o coronavírus todos os dias e diversas vezes. Lembro das vezes que ela disse que chegou a testar mais de cem pessoas em um único dia, e que diversos pacientes positivaram.

Desde então, para eu sair de casa não era mais uma opção, não somente pelo risco de se contaminar, mas principalmente por transmitir ou contaminar outras pessoas, já que naquela época tudo era muito novo e os pacientes assintomáticos eram comuns. Ou seja, o risco de transmitir e nem sequer saber que estava contaminada era enorme.

Minhas tias também são da linha de frente do combate à pandemia. Atuam até hoje. Uma age como enfermeira de casos gripais (ALA COVID) na zona Norte de Teresina. A outra é agente de saúde no município de São Félix do Piauí, na região Central do estado. Ambas estão lidando com o vírus desde o início da decretação da pandemia.

O relato diário é: apesar das mudanças e avanços no que se refere ao conhecimento em torno da doença, das vacinas e de todos os novos protocolos que surgem a cada nova descoberta, o medo é o que prevalece, a doença continua sendo algo que surpreende, inúmeras são as histórias e os relatos que eu vivi e ouvi delas ao longo de 2020 e agora em 2021, por mais que pareça, a situação ainda está longe de melhorar. Esse trabalho teve como foco exatamente isso, mostrar essa realidade e vivência, vista e vinda por alguém que assistiu às vezes como espectadora e as vezes como participante de todo o período pandêmico.

A Rede Piauí Sem Covid é a extensão do que vivo ao longo desse um ano e meio de desespero, incerteza, alívio, novidade e tensão, e claro de esperança em dias melhores.

A *instagramlização* da *Rede Piauí Sem Covid* também tornou-se uma terapia, uma ação também de transposições de vivências acadêmicas e jornalísticas para também ser um instrumento de que pudesse ocupar o tempo vago e, principalmente, não só meio às questões de estudante de Jornalismo, mas também de cidadã, de cristã, de poder fazer alguma atitude que pudesse reverberar positivamente.

5.2 – Do Projeto de Pesquisa ao livro. A pandemia continuava e chegava à segunda onda

Entrei para esse projeto através de um convite para integrar a pesquisa sobre a Rede de Solidariedade e Segurança do Trabalho, *Piauí Sem Covid*, visando agregar profissionais de saúde de todo o estado do Piauí, além da população em geral, pesquisadores e pessoas que queiram debater, discutir e atuar no combate a pandemia.

O projeto *Piauí Sem Covid*, surgiu a partir de um edital emergencial de práticas científicas sobre a pandemia no estado que tinha prazo definido, com duração de sete meses, acabou se tornando dez, e apesar do prazo do edital ter encerrado, segui com pesquisa de forma voluntária.

Durante todo esse tempo, exatamente um ano e mês de projeto eu atuei na criação de conteúdo do projeto para o Instagram, no monitoramento e registro de dados das métricas da plataforma, e principalmente, fomos uma rede apoio. Inúmeras vezes a *Rede* foi procurada para dar apoio, esclarecer dúvidas, receber denúncias e receber em primeira mão, boas notícias.

O monitoramento ocorreu de forma manual e orgânica, baseado nos *insights* que o próprio Instagram fornece, dos mais básicos como curtidas, comentários, compartilhamentos e número de pessoas que salvaram as publicações até os mais

detalhados, como as impressões e alcance gerais da conta. Ao longo do primeiro ano do projeto as métricas eram estáveis e baixas, a conta não tinha muito alcance e conseqüentemente o engajamento era de pouca proporção, com o tempo o público foi não só conhecendo a *Rede* mas como se identificando, com isso passamos a ter um público mais fiel e alvo, composto principalmente pelos profissionais da saúde que atuam no interior do estado do Piauí e que não recebem tanto reconhecimento midiático quanto deveriam.

Quando começaram as campanhas eleitorais, os casos voltaram a subir e o caos a se instalar. A partir disso a *Rede* começou a subir constantemente o seu alcance.

Mas também vieram as conseqüências, com as postagens mais pesadas no sentido de chamar a atenção para a gravidade da situação o público da *Rede Piauí Sem Covid* passou a opinar de forma negativa e a sempre querer envolver questões e opiniões políticas, quando por diversas vezes a capital esteve com seus leitos com taxas altas de ocupação. As pessoas sempre associavam as campanhas eleitorais que começaram na metade agosto e foram até outubro, e logo em seguida veio não só as eleições, mas as comemorações dos resultados eleitorais, as confraternizações de fim de ano, as férias, o Natal, o ano novo e a segunda onda.

A sensação de “enxugar gelo”, um jargão popular sobre o fato de tentar-ser algo que sabe-se praticamente que não teria concretização, chegou a ser levado em conta.

Mas o estar na *Rede* e as conseqüências individuais que conseguíamos, nos renovavam a esperança de que havia também pequenas trilhas entre as avenidas tortuosas da pandemia e do negacionismo.

5.3 – Da segunda onda à esperança das vacinas. A Rede Piauí Sem Covid continua

O projeto ainda não teve fim, apenas o financiamento acabou desde novembro de 2020. Ele era uma edital emergencial e tinha um prazo para a conclusão e assim foi, durou dez meses (entre seu pensamento e sua primeira finalização).

Todos os resultados adquiridos ao longo do projeto se transformaram em um relatório, esse trabalho em específico é a extensão do projeto, mesmo após o final do prazo estabelecido pela instituição que financiou o mesmo, decidi continuar como voluntária, por achar que ainda tinha muito a contribuir e informar, além de claro, ter a plena certeza que o público precisava e precisa muito das informações compartilhadas na *Rede*, tendo em vista que a pandemia não acabou e o ritmo de vacinação segue lento, principalmente no estado do Piauí.

Já vamos para o meio do segundo semestre de 2021 e mesmo após sete meses da chegada das primeiras doses das vacinas a população piauiense não está imunizada nem com a primeira dose, a meta é vacinar ao menos a população adulta até o final do ano, mas diante de tantas falhas e desorganização na fila e corrida contra o tempo para imunizar a população, não sabemos ao certo se será possível.

Um exemplo disso sou eu, até um mês atrás eu não tinha a expectativa de me vacinar ainda este ano, devido a minha idade e ao ritmo lento. Por sorte acabei conseguido obter a primeira dose depois de ser considerada como grupo essencial na categoria imprensa.

Logo que começou o mês de junho de 2021 a prefeitura municipal de Teresina anunciou novos grupos prioritários para a vacinação e a imprensa estava inserida, porém essa é uma

exceção da regra, a realidade da vacina ainda está distante para inúmeros públicos e a pandemia por mais que pareça estar estabilizada, ainda não está, mas é natural que os números caíam ou se estabilizem a medida que a vacinação vai avançado. Essas realidades continuam fazendo parte das postagens da *Piauí Sem Covid* e fazem parte de reflexões diárias, de cobranças, de vivências e do saber que o incremento das discussões sobre as vacinações também fazem pauta das prioridades sobre as provocações jornalísticas da *Rede*.

Em 2021 a Rede teve como foco justamente esse assunto: as vacinas.

Com a chegada delas em janeiro, as pessoas tiveram a impressão de que as coisas estavam melhorando e isso teve como consequência o aumento das festas clandestinas e aglomerações que resultaram na alta dos casos, abril, como abordo em outro capítulo, foi o pior mês da pandemia no estado, mesmo com a vacinação acontecendo, mas apesar disso, chegamos ao meio de agosto de 2021 com bons números, estáveis e otimistas.

É esse otimismo que nos faz ter a certeza de que valeu a pena e que jornalisticizar tudo isso é uma obrigação e uma resposta à própria formação jornalística proporcionada pela Universidade Estadual do Piauí.

CONSIDERAÇÕES

Quando este trabalho começou a ser pensando, desde o projeto de pesquisa, não tinha como mensurar a proporção e a relevância que ele alcançaria até agora, no segundo semestre de 2021.

Assim como a *Rede*, que como eu, Yasmim Helleen Cunha, somos objetos e partes empíricas desta produção, chegamos longe, ao menos em nossas intenções iniciais. Que isso não soe arrogância, nem pretensão de que nosso trabalho seja melhor que dos outros. Mas chegamos longe por termos tentado fazer, termos tentado dar respostas, termos tentado refletir e, se tivermos a oportunidade de mudar um pouco a vida de alguém, terá valido a pena esses quase um ano e meio de missões relacionadas à *Piauí Sem Covid*.

Não foram só números. Quando se olha a quantidade de seguidores, publicações e *insights* gerais do *@piauisemcovid*, não foram só informações quando se pensa em todo o conteúdo compartilhando na *Rede* e aqui, e não foi somente um trabalho de conclusão de curso. Foram respostas, ações, contribuições ...

Uma forma de deixar registrado para a sociedade algumas das respostas ou pelos novos questionamentos diante de tudo o que ocorreu nos últimos meses, desde o segundo semestre de 2020 até o segundo semestre de 2021, recorte temporal deste TCC, mas também de todo quase um ano e meio de nossa interação e participação com a *Rede*.

Quando a pandemia foi decretada e alguns dias depois a *Rede* passou a existir, tudo era novo, as respostas eram mínimas, e agora mais de um ano depois, agosto de 2021, não se sabe muito, não sabemos, mas posso afirmar que sabemos o

necessário, ao menos em termos de pontos comunicacionais e jornalísticos.

Não podemos dizer que haverá um novo normal, pois não iremos nascer de novo e nem recuperar os quase dois anos que passaram, muito menos as vidas que foram ceifadas e as sequelas que ficaram entre as pessoas que sobreviveram (muitas passando semanas em UTIs).

Este trabalho serve para refletir diante dessas informações, e reafirmar que elas não se foram em vão. Desde o início, o foco da *Rede* sempre foi sobre as vidas, usar a informação para salvar vidas. Uma das mesmas funções que aprendemos sobre os conceitos de Jornalismo durante nossos cinco anos de graduação. A pandemia também nos afetou até nessa interface, adiando em mais um ano a conclusão de nossa formação acadêmica.

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

Afirmar que todos os objetivos propostos foram alcançados é em parte complexo, já que se esperava que a pandemia terminasse ou a situação melhorasse em todas as formas, mas se comparamos agora, agosto de 2021, e quando tudo começou, de fato melhorou, há esperança.

A pandemia e este livro me trouxeram inúmeros aprendizados, e talvez o maior deles é que nem sempre a razão prevalecerá diante emoção. As vezes é necessário ceder, ter paz a ter razão, que é quando compreendemos e acolhemos o outro, que podemos praticar a empatia e entender como que de fato a solidariedade funciona.

Nunca vamos sentir na pele a dor do outro, ainda que a dor seja a mesma, nunca é igual. Cada pessoa sente esses

efeitos às suas maneiras. Isso se reflete e se comprova em dois fatos na *Rede*, com as diversas opiniões e relatos em relação a pandemia e na minha relação com o orientador deste trabalho. Nem sempre concordamos e quase nunca pensamos da mesma maneira sobre os destinos e ações sobre a *Piauí Sem Covid*. Ele, na sua visão científica e jornalística de quase duas décadas e meia de atuação. Eu, na minha visão científica e jornalística de quase cinco anos de atuação. Ele, jornalista do século XX. Eu, jornalista do século XXI.

Sempre procuramos chegar a um consenso, não que seja melhor para mim, ou para ele, mas para todos, e isso já é muito. Os consensos existiram entre as discordâncias e teimosias nas próprias conduções da *Rede*. Quem errou? Quem acertou? Não há respostas sobre isso. A melhor alternativa de falar sobre isso é: experimentamos e sempre com muito respeito.

Algumas vezes as ditocômias eram sobre os melhores horários, o tipo de postagem ou até se a gente ironizaria ou utilizaria até o sarcasmo.

Outras vezes era sobre a decisão de colocar-se algo que poderia gerar algum conflito com terceiros, como as denúncias de aglomerações (muito constantes nesse período), às vezes até o ponto sobre uma cobrança mais efetiva sobre os motivos do Piauí ser um dos estados que, proporcionalmente, menos vacinava no País.

O *Eu Jornalista* na pandemia mostrou que ceder também faz parte do processo e, também experimentar e compreender, notadamente em momentos de hipersensibilidade, pode ser um bom caminho, inclusive que levo como lição para minha carreira jornalística.

Não sei se sairemos melhores da pandemia, mas sairemos impactados, portanto diferentes.

Quando comecei este trabalho só queria concluir a Graduação em Jornalismo e me preparar para as próximas fases da vida profissional e, quem sabe, acadêmica. Esse era um sentimento também compartilhado por boa parte de minha turma.

Mas depois de tantos meses de pandemia, de pesquisa e tudo o que já foi citado aqui, eu aprendi a não ter pressa pelo amanhã. Tomo como lição apenas viver um dia de cada vez, como diz o clichê, às vezes o presente é um presente.

Com a pandemia e toda a experiência compartilhada neste trabalho, ficou claro que até nos piores momentos, nós podemos buscar algo que some, que acrescente, como uma rede de solidariedade que apoiou e chegou a tantas pessoas, e no final, o saldo, não somente mais uma pessoa se graduando em Jornalismo ou uma pesquisa concluída, mas alguém que sobreviveu a um dos piores momentos da história, contribuir consigo e com o próximo e ainda deixar uma marca, mesmo que pequena, no mundo.

Este trabalho me permitiu executar todo o conhecimento aprendido ao longo dos quase cinco anos de graduação em Jornalismo, na prática, tanto de forma humana, empírica e profissional.

A problemática da *Rede* era mostrar como o Jornalismo vem mudando, quais são as novas formas de se fazer mediações informacionais na contemporaneidade e como ele se reinventou diante da pandemia.

No decorrer dos cinco capítulos mostrados aqui, expliquei isso. Foi destacado como a ferramenta que é o Instagram pode tomar dimensões e alcançar objetivos imensos, como atingir públicos dos 12 territórios piauienses e das 224 cidades e muito dos mais de 3.200.000 moradores do Piauí, assim como foi mostrado através de dados científicos

como a modernização e a globalização, para e com o Jornalismo, podem ser pautadas como universal, e a democratização e o acesso a essa modernidade muda constantemente, dando novos rumos ao jornalismo, fazendo dele um meio que precisa se adaptar a todo momento.

Foi abordado as faces e as interfaces do Jornalismo e suas diversas perspectivas, a partir da realidade da pandemia da COVID-19, dando ênfase nas novas formas de se fazer mediações informacionais, vivenciando e entendendo suas demandas, vontade e principalmente suas necessidades, e ainda contribuir com ações e estudos sobre o jornalismo nos dias atuais e diante de uma situação pandêmica, abordando novas ideias e questionando e trazendo novas respostas em relação a como o jornalismo vem se adequando aos novos normais.

Este trabalho cumpriu o seu papel em atuar em informações por meio de redes virtuais e mostrar as consequências desse processo durante segunda da pandemia da COVID-19 no estado do Piauí.

Mais que mostrar esse processo, vivi todas as fases dele, da realização deste trabalho estando de forma direta nele, além de abordar os pontos e contrapontos por meio da minha vivência pessoal.

Agora posso afirmar, vivenciei o combate à pandemia da COVID-19, durante a segunda onda no Estado do Piauí, de maneira jornalística utilizando a *Rede @PiauiSemCovid* e deu certo, a pandemia não acabou, mas pude mostrar na prática que muito se pode fazer com o jornalismo e usando ele, é uma ferramenta para dar voz e fazer o bem, e nesse caso, executar a solidariedade diariamente.

REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves de. **Desafios da notícia: O jornalismo brasileiro ontem e hoje.** Rio de Janeiro: FGV, 2017.

_____. **Jornalismo Cidadão.** Rio de Janeiro: Revista Estudos Históricos, v.1, n.31, 2003, pp. 25-40.

ARAÚJO, Rita; LOPES, Felisbela; MAGALHÃES, Olga; SÁ, Alberto. **COVID-19: quando o jornalismo se assume como uma frente de combate à pandemia.** Minho: UMinho Editora, 2020. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/70253>>. Acesso em: 24.mar.2021.

AROSO, Inês. **As redes sociais como ferramentas de jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais: um estudo de caso.** 2013. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC). Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-2013-redes-sociais-ferramenta-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 27.jul.2021.

ASSIS, Francisco de; MARQUES DE MELO, José. **Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório.** São Paulo: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 39, n. 1, 2016, pp. 39-56.

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica.** São Paulo: Ática, 1990.

BRAGA, José Luiz. **Uma teoria tentativa.** Brasília: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – E-compós, v.15, n.3, 2012, pp. 1-17.

BERLO, David K. **O processo da comunicação – introdução à teoria e à prática.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.

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

_____. **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).

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação para a saúde: uma revisão crítica.** 2006. Disponível em: <http://www.comunicasaude.com.br/comunicasaude/artigos/jornalismo_saude/artigo12.php>. Acesso em: 09.fev.2021.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação.** São Paulo: Paz e Terra, 2015.

_____. **‘Vocês estão vivendo um novo tipo de ditadura’, diz sociólogo Manuel Castells.** Rio de Janeiro: O Globo, Rio de Janeiro, 2019.

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

DI GIORGI, Beatriz; RAMOS, Luís Fernando Angerami. **Somos o que produzimos?** Uma reflexão sobre a mídia em plena quarentena. IN: ALMAS, Almir; FEITOSA, Deisy Fernanda; KNIJNIK, João; LIMA, Daniel; OLIVEIRA, Lyara; RAMOS, Luís Fernando Angerami (orgs.). Pandemídia: vírus, contaminações e confinamentos. São Paulo: ECA/USP, 2020.

DREYER, Bianca. Estratégias de relações públicas para as organizações em tempos de mídias sociais digitais. São Paulo: Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, ano 12, n. 22, 2017, pp. 130-142.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (Org). **Comunicação Pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2011.

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

FIDALGO, António. **Novas massas e novos poderes Massas na era da Internet**. IN: KUNSH, Margarida Maria Krohling; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (orgs). Comunicação, Cultura e Mídias Sociais. São Paulo: ECA-USP, 2015.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

HENRIQUES, Rafael Paes. **O problema da objetividade jornalística**: duas perspectivas. Amargosa: Griot – Revista de Filosofia, v. 17, n. 1, 2018, pp. 256-268.

INSTAGRAM. **Rede PiauÍ Sem Covid**. Disponível em: <<http://www.instagram.com/piauisemcovid>>. Acesso em: 10.ago.2021.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LISBOA, Vinícius. **COVID-19**: pesquisa detecta nova variante em 91% dos casos no Amazonas. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-01/covid-19-pesquisa-detecta-nova-variante-em-91-dos-casos-no-amazonas>>. Acesso em: 26.jul.2021.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2013.

MENDONÇA, Carlos Magno Camargos; PESSOA, Sônia Caldas. **Flagelos dos corpos**: a pandemia e o agravamento das precariedades. São Paulo: INTERCOM, 2020. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/486687281/Desafios-da-comunicacao-em-tempo-de-pandemia-pdf>>. Acesso em: 23.mar.2021.

MERRITT, David. **O Civic Journalism/Public Journalism examinado por um de seus criadores**. Curitiba: Revista Ação Midiática, n. 17, 2019, pp. 118-133.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Números de casos e mortes por COVID-19 no Brasil até a segunda semana de agosto de 2021**. Disponível em: <https://qsprod.saude.gov.br/extensions/covid-19_html/covid-19_html.html>. Acesso em: 12.ago.2021.

MORAES, Rodrigo Fracalossi. **Prevenindo Conflitos Sociais Violentos em Tempos de Pandemia**: garantia da renda, manutenção da saúde mental e comunicação efetiva. 2020. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/10091/1/BA_PI_N22_COVID%2019_Artigo%203.pdf> Acesso em 14.mar.2021.

MOTTA de Oliveira, Juliana. **Cobertura ao Vivo em Televisão**: o Improviso e o Testemunho em Situações de Tragédia. Santa Maria: Anais do 5º Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação. Disponível em:

<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2016v13n1p77>>. Acesso em: 10.mar.2021.

NEVEU, Erik. **As notícias sem jornalista**: uma ameaça real ou uma história de terror. Brasília: Brazilian Journalism Research, v. 6, n. 1, 2010, pp. 29-57.

_____. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

OLIVEIRA, Pedro Ivo de. **Organização Mundial da Saúde declara pandemia de coronavírus**. Brasília: Agência Brasil, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-03/organizacao-mundial-da-saude-declara-pandemia-de-coronavirus> Acesso em: 10 fev. 2021.

OMS – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Dados e reflexões sobre a COVID-19**. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/brasil>>. Acesso em: 11.agosto.2021.

PIRES, Igor. **Todas as coisas que eu te escreveria se pudesse**. São Paulo: Alt, 2021.

PIZA, Mariana Vassalo. **O fenômeno Instagram**: considerações sobre a nova perspectiva tecnológica. Brasília: Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Bacharelado em Sociologia da UnB – Universidade de Brasília, 2012.

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

REGINATO, Giselle Dotto. **As finalidades do jornalismo**: o que dizem veículos, jornalistas e leitores. Porto Alegre: Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2016. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/140809>>. Acesso: em 24.mar.2021.

RSF – REPÓRTERES SEM FRONTEIRAS. **Estamos entrando em uma década decisiva para o jornalismo e o coronavírus é um multiplicador.** 2020. Disponível em: <<https://rsf.org/pt/ranking-mundial-da-liberdade-de-imprensa-2020-estamos-entrando-numa-decada-decisiva-para-o>>. Acesso em: 28.mar.2021.

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

SESAPI – SECRETARIA DE SAÚDE DO PIAUÍ. **Painel epidemiológico da COVID-19 no Piauí.** Disponível em: <<https://datastudio.google.com/reporting/a6dc07e9-4161-4b5a-9f2a-6f9be486e8f9/page/3PzLB>>. Acesso em: 10.ago.2021.

SENA, Ana Rita Bernardino Craveiro. **Modos e mecanismos de credibilidade no jornalismo televisivo.** O caso da SIC. Covilhã, 2013. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/m-jornalismo-2013-ana-sena.pdf>>. Acesso em: 15.mar.2021.

SILVA, Fernando Firmino. **Jornalismo reconfigurado:** tecnologias móveis e conexões sem fio na reportagem de campo. Natal: Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2008.

SILVA Leticia Flávia da. **“Webjornalismo Colaborativo ou Culto ao Amador?”.** Biblioteca OnLine de Ciências da Comunicação, 2011. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-leticia-webjornalismo-colaborativo-ou-culto-ao-amador.pdf>>. Acesso em: 06.mar.2021.

SILVA, Polyana Inácio Rezende. **Dinâmicas comunicacionais na vida cotidiana** – Instagram: um modo de narrar sobre si, fotografar ou de olhar pra se ver.

Ouro Preto: Anais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2012.

SODRÉ, Muniz. **Eticidade, campo comunicacional e midiaticização.** IN: MORAES, Dênis (org). Sociedade midiaticizada. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX.** São Leopoldo: Unisinos, 2005.

_____. **Teorias do Jornalismo:** a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2008.

TSE – TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Calendário das eleições 2020.** Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/hotsites/calendario-eleitoral/index.html>>. Acesso em: 10.ago.2021.

VASCONCELLOS, Fernanda Cristine. **As crises do jornalismo no contexto digital brasileiro:** um estudo sobre produção e imaginário. Porto Alegre: Tese apresentada ao Programa de Doutorado em Comunicação Social na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2020.

VIZEU, Alfredo. **O telejornalismo como lugar de referência e a função Pedagógica.** Porto Alegre: Revista FAMECOS, n. 40, 2009, pp. 77-83.

ZELIZER, Barbie. **What Journalism Could Be.** Cambridge: Polity Press, 2017.

APÊNDICES

APÊNDICE I – PLANILHA DO ACOMPANHAMENTO DE POSTAGENS DA REDE PIAUÍ SEM COVID NO INSTAGRAM ENTRE MAIO E DEZEMBRO DE 2020

ORDEM 4	DATA ⁵	ASSUNTO DA PUBLICAÇÃO ⁶	Nº CR ⁷	Nº CM ⁸	EV ⁹ * 10	SA ¹¹	VS 12	AL 13
01	07/05	Apresentação do projeto	16	0	03	01	86	115
02	07/05	Repost governo	09	0	0	01	85	104
03	09/05	Repost governo	09	0	0	01	86	98
04	10/05	Repost governo	06	0	0	01	103	113
05	10/05	Repost Prefeitura	05	0	0	01	105	120
06	11/05	RMSFC e Uespi	08	01	0	02	87	104
07	12/05	Repost Uespi	14	0	0	01	143	158
08	13/05	Repost Prefeitura	08	0	0	01	86	98
09	13/05	Repost Covid19dc	11	04	0	01	75	94
10	15/05	Repost governo	11	01	0	01	95	119
11	16/05	Repost Fapepi	18	01	0	01	108	132
12	19/05	Repost Prefeitura	13	02	0	02	122	145
13	23/05	Repost @laurimarycaminha	20	01	01	01	161	190
14	27/05	Repost Prefeitura	12	02	0	01	149	175
15	02/06	Repost ONU	24	02	0	01	140	140
16	15/06	Repost Prefeitura	17	0	0	01	140	172
17	18/06	Repost Governo	22	01	18	02	155	181
18	22/06	Repost SAMU	23	0	01	01	193	228
19	24/06	Vídeo do prefeito de Bom Jesus	08	0	01	02	62	143
20	24/06	Pauta da Rede na TV Clube	17	02	01	01	186	207

⁴ Ordem de postagens.

⁵ Data da postagem, com a primeira parte o dia do mês e a segunda parte, relacionada ao mês, sendo 01 – janeiro, 02 – fevereiro, 03 – março, 04 – abril, 05 – maio, 06 – junho, 07 – julho, 08 – agosto, 09 – setembro, 10 – outubro, 11 – novembro e 12 – dezembro.

⁶ Assunto principal e motivo da publicação.

⁷ Número de curtidas da postagem.

⁸ Número de comentários da postagem.

⁹ Número de envios da postagem.

¹⁰ Destaca-se que todas as vezes que aparecer um traço nos dados é que, por conta de mudança de políticas do Instagram os mesmos não foram mais possíveis ser replicados.

¹¹ Número de salvamentos da postagem.

¹² Número de visualizações da postagem.

¹³ Número da quantidade de alcance da postagem.

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

21	24/06	Depoimento do enfermeiro	48	19	09	02	415	271
22	25/06	Depoimento da fisioterapeuta	18	03	0	02	84	149
23	26/06	Reportagem TV Clube	09	02	0	02	68	130
24	26/06	Conte a sua história	11	0	0	01	103	117
25	26/06	Repost Hosp. Deolindo Couto	25	04	01	02	207	229
26	26/06	Vídeo da PM sobre o decreto	12	06	36	01	78	153
27	27/06	Repost Prefeitura	15	02	0	01	142	167
28	27/06	Repost Hosp Chagas Rodrigues	16	02	0	02	294	333
29	28/06	Repost Hosp Regional SRN	30	0	0	01	305	346
30	29/06	Repost Prefeitura SRN	11	02	0	03	177	202
31	29/06	Repost Fepiserh	15	02	0	01	148	165
32	29/06	Vídeo Isolamento Social	06	0	01	01	37	87
33	30/06	Repost Estadão	30	01	0	01	262	297
34	30/06	Vídeo Acolhendo Amor	12	02	01	01	67	123
35	01/07	Dicas da Médica Raíssa Soares	16	0	02	02	74	155
36	01/07	Vídeo Repost @daniel.lagoborges	10	0	0	02	69	163
37	02/07	#tbt Reportagem TV Clube	16	0	0	02	115	129
38	02/07	Matéria UOL	21	0	0	01	141	162
39	03/07	Repost prefeitura	09	0	02	01	97	109
40	03/07	Vídeo Amauri Juca	14	01	04	02	131	148
41	03/07	Print Twitter	10	0	0	01	119	137
42	04/07	Repost Portal AZ	24	02	0	01	164	193
43	05/07	Repost Hospital São Marcos	33	06	07	01	218	240
44	06/07	Vídeo Isolamento Social	06	0	0	01	121	133
45	06/07	Vídeo Pedido – Professora	12	01	0	01	147	169
46	06/07	Repost Fepiserh	13	04	0	01	124	143
47	06/07	Repost Prefeitura	17	01	0	01	133	148
48	07/07	Envie sua história	24	02	08	02	180	195
49	07/07	Repost Prefeito de Teresina	10	0	0	01	123	137
50	07/07	Repost @Modocovid	12	05	01	01	138	159
51	08/07	Depoimento enfermeira	18	04	29	01	120	166
52	08/07	Psicologia	16	02	02	01	54	168
53	08/07	Repost Hosp JP Cavalcanti	22	04	05	01	220	250
54	09/07	Vídeo (Um pedido do extremo...)	08	0	01	01	80	135
55	09/07	Segurança Pública	10	02	0	02	352	361
56	09/07	Vídeo Cabo Mota	09	02	05	01	159	259
57	09/07	Repost Hospital. São	12	02	0	02	205	226

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

		Marcos						
58	09/07	Farmácia	09	0	0	01	176	190
59	10/07	Mensagem de gratidão	13	03	05	01	167	187
60	10/07	Print de status	14	02	05	01	205	227
61	10/07	Maqueiros	11	06	0	01	182	196
62	10/07	Repost Portal O Dia	19	02	08	01	255	278
63	10/07	Vídeo despedida PM	36	04	04	02	414	437
64	10/07	Medicina	10	04	0	01	183	197
64	11/07	Agente Penitenciário – VÍDEO	41	0	06	01	533	559
66	11/07	Envie Sua História	11	0	02	01	150	169
67	11/07	Fisioterapia	14	0	01	01	154	170
68	12/07	O que é Covid?	18	02	0	01	224	245
69	12/07	Vídeo sobre vidas perdidas	30	02	20	01	196	213
70	13/07	Serviço Social	13	0	04	01	147	158
71	13/07	@drleornadomaria	13	04	09	01	200	223
72	13/07	Repost Estádio	23	06	01	01	373	403
73	13/07	Agentes de Portaria	10	05	0	01	185	207
74	13/07	Respeite quem está na linha de frente	17	04	04	02	193	212
75	14/07	Depoimento Repost @mariaclara_r	23	12	11	01	181	224
76	14/07	Nutrição	09	0	01	01	186	201
77	14/07	Cuide de quem cuida	16	04	03	01	193	204
78	14/07	Luto	40	0	56	03	277	295
79	15/07	Enfermagem	11	01	0	01	150	159
80	15/07	Vídeo Monitoria	07	04	03	02	173	187
81	15/07	Projeto Ufpi	20	13	06	02	233	279
82	15/07	Fonoaudiologia	18	02	0	0	217	235
83	15/07	Vídeo máscaras	22	02	01	01	237	262
84	16/07	Vídeo Técnica de Enfermagem	23	08	01	01	259	285
85	16/07	Jornalismo	11	0	01	02	138	151
86	16/07	Vídeo Renan Nunes	19	02	20	01	184	178
87	16/07	Repost Hosp Regional Leônidas Melo	14	05	02	01	139	147
88	16/07	Serviços Gerais e Limpeza	11	04	0	01	160	172
89	17/07	Cuidar de quem cuida	20	0	0	01	187	203
90	17/07	Vídeo sobre vacina	11	02	01	01	165	183
91	17/07	Odontologia	10	0	0	01	199	217
92	17/07	Repost Hosp Regional Justino Luz	19	08	0	01	228	248
93	17/07	Repost Hosp São Marcos	29	04	0	01	262	276
94	18/07	Gratidão	21	03	04	01	263	299
95	18/07	Vídeo Sanfona	35	04	04	01	329	361
96	18/07	Parnaíba	14	0	1	01	206	229
97	19/07	Vídeo Violino	41	02	02	02	374	395
98	19/07	Conte a sua história	14	01	0	01	249	273
99	19/07	Repost Dr Leonado	10	0	02	01	156	170

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

		Maia						
100	20/07	Conte a sua história	08	0	0	02	208	237
101	20/07	@fonojusales	20	04	01	01	208	245
102	20/07	Conte a sua história	11	0	0	01	152	171
103	20/07	Repost Hosp Chagas Rodrigues	25	06	04	01	240	272
104	20/07	Conte a sua história	10	0	0	01	180	192
105	21/07	Live	11	0	0	01	207	228
106	21/07	Conte a sua história	08	0	0	01	134	150
107	21/07	Repost Firmino Filho	11	0	0	01	119	131
108	21/07	Conte a sua história	11	0	0	01	121	132
109	21/07	Doa Sangue	18	0	02	01	155	168
110	21/07	Conte a sua história	13	0	0	01	125	133
111	21/07	Repost Covid_19dc	13	0	01	01	120	138
112	21/07	Conte a sua história	10	04	0	01	206	223
113	22/07	Video Borboleta	17	02	01	01	178	197
114	22/07	Conte a sua história	14	0	0	01	231	250
115	22/07	Repost secsaudelc	16	02	01	01	69	137
116	22/07	Conte a sua história	15	06	0	01	215	244
117	22/07	Repost @drismaelmauriz	39	06	0	01	250	276
118	23/07	Conte a sua história	13	0	0	01	190	201
119	23/07	Video CUFA	14	0	01	01	163	184
120	23/07	Repost Covid_19dc	13	0	0	01	143	158
121	23/07	Renata Beltrão	14	04	0	01	68	171
122	23/07	Video Rádio Pioneira	10	02	02	01	52	110
123	23/07	Repost Razões para acreditar	16	05	0	01	188	205
124	24/07	Use a sua máscara	22	0	02	02	186	200
125	24/07	Conte a sua história	09	0	0	0	124	135
126	24/07	Video Isolamento Social	10	0	01	01	68	134
127	24/07	Repost Governo	09	02	04	01	156	172
128	24/07	Conte a sua história	14	0	01	01	166	184
129	24/07	Video Dr Paulo Marcio	11	0	0	01	78	167
130	25/07	Foto PM	31	02	07	01	290	358
131	25/07	Conte a sua história	07	0	0	01	168	191
132	25/07	Video Estamos aqui	20	02	02	01	380	409
133	25/07	Foto de equipe	24	04	02	03	309	326
134	26/07	Conte a sua história	10	11	02	01	212	239
135	26/07	Domingo à noite	21	0	0	01	212	243
136	27/07	Video @nayana_gomesss	18	05	01	01	85	221
137	27/07	Repost Unimed	11	0	0	01	41	131
138	28/07	Video Barreira	11	0	0	01	74	147
139	28/07	Repost Roberta Aline	21	04	04	01	222	249
140	28/07	Repost Roberta Aline	13	0	02	0	180	203
141	28/07	Repost Hops Amarante	27	04	0	01	367	411
142	29/07	Video Água Branca	13	0	0	01	43	137
143	29/07	Conte a sua história	11	0	0	01	166	180
144	29/07	Repost Amarante	40	12	0	01	396	433
145	29/07	Repost Prefeitura de	09	0	0	01	122	127

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

		Teresina						
146	29/07	Conte a sua história Teresina	09	0	0	01	143	160
147	29/07	Repost Piracuruca	12	0	0	01	154	169
148	30/07	Repost Governo	14	0	03	01	244	265
149	30/07	Conte a sua história	08	0	0	01	140	147
150	30/07	Repost Fepiserh	23	06	02	01	307	330
151	30/07	Repost EL País	10	0	31	0	161	182
152	30/07	Conte a sua história	10	0	0	01	168	188
153	31/07	Vídeo enfermeiros	18	05	02	02	338	365
154	31/07	Repost Roberta Aline	26	0	0	01	251	278
155	31/07	Repost Roberta Aline	37	04	05	01	310	346
156	31/07	Hospital de Água Branca	28	04	01	01	214	279
157	31/07	Repost Hospital Tibério Nunes	13	04	0	01	279	301
158	01/08	Agentes	21	04	03	02	356	371
159	01/08	Repost Heda PHB	08	02	0	01	252	271
160	01/08	Repost Portal Cidade Verde	20	0	01	01	181	205
161	02/08	Testes	13	0	0	01	216	239
162	02/08	Cidades	10	02	0	02	261	290
163	03/08	Repost Senado Federal	28	02	02	01	344	361
164	03/08	Repost vídeo da Prefeitura	07	02	00	1	130	143
165	03/08	Cidades	08	0	0	1	159	169
166	04/08	Luto – Caracol	38	02	03	01	716	731
167	04/08	Repost Covid_19c	14	02	0	01	208	229
168	04/08	Repost Jeane Melo	29	02	0	01	303	326
169	04/08	Repost Joao Allbert	19	06	01	01	185	208
170	05/08	Banner "Respeito aos que cuidam"	20	0	02	01	240	258
171	05/08	Cidades	09	05	01	01	165	183
172	05/08	Repost Breno Andrade	14	02	0	01	126	139
173	05/08	Repost Governo	16	0	0	0	142	160
174	05/08	Repost Cidade Verde Vídeo	11	0	0	01	76	151
175	06/08	Banner Girassol	19	02	11	01	176	201
176	06/08	Depoimento Dr. Walfrido Salmito	10	0	0	01	49	131
177	06/08	Repost Wellington Dias	17	0	0	01	197	217
178	06/08	Repost Razões para acreditar	24	0	03	01	361	381
179	06/08	Repost Lais Fontenele	15	04	0	01	198	219
180	07/08	Cidades	04	0	0	01	172	194
181	07/08	Foto da Tatuagem	17	02	03	01	235	254
182	07/08	Banner Máscaras salva vidas	15	02	01	01	176	191
183	07/08	Repost ONU Brasil	17	0	07	01	157	166
184	07/08	Repost Cidade Verde vídeo	07	0	0	01	39	107
185	07/08	Repost Hospital	31	04	0	01	360	397

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

		Amarante						
186	08/08	Cidades	07	0	0	01	215	238
187	08/08	Foto de verificação de paciente	16	02	01	01	375	405
188	08/08	Repost Louis Emaria	24	05	0	02	247	282
189	09/08	Banner Pais da pandemia	31	04	02	02	360	371
190	09/08	Banner Pais de Plantão	27	02	0	01	391	404
191	10/08	Banner sobre sintomas	13	03	01	01	168	187
192	10/08	Cidades	13	02	0	01	174	195
193	10/08	Vídeo Dirceu Andrade	31	06	28	01	281	297
194	10/08	Repost Covid19c	12	0	06	01	152	163
195	11/08	Compartilha Respeito Salva Vidas	11	02	01	01	171	195
196	11/08	Foto “Eu Venci a Covid”	23	04	0	01	211	235
197	11/08	Repost Hospital de Amarante	30	04	0	01	361	400
198	11/08	Repost @liberdadepracabeca	13	0	0	01	141	156
199	12/08	Repost ONU – Vídeo	04	0	0	01	22	88
200	12/08	Repost Diretório esportivo	13	02	01	01	147	162
201	12/08	Repost Mandakaru.ciencia	16	02	0	01	207	224
202	12/08	Repost Hospital Amarante	16	0	0	01	258	276
203	13/08	Um jardim de felicidade	20	07	01	01	235	250
204	13/08	Cidades	06	0	01	01	135	147
205	13/08	Vídeo Rodrigo Martins	11	03	0	01	263	282
206	13/08	Repost ONU	07	0	0	01	134	157
207	13/08	Repost Hospital Amarante	27	01	0	01	300	325
208	14/08	Banner Cuidemos de quem cuida	12	02	01	01	205	224
209	14/08	Repost Átila Amaral	12	04	06	02	116	278
210	14/08	Repost Coren	14	0	0	01	194	210
211	15/08	Boletim do Sertão	19	04	01	01	232	254
212	15/08	Vídeo despedida HUT	40	08	01	01	392	433
213	15/08	Repost Cidade Verde	19	0	01	01	117	254
214	16/08	Repost ONU	10	0	0	01	44	152
215	16/08	Cidades	10	10	0	01	219	236
216	16/08	Foto “venci a Covid”	23	02	01	01	378	408
217	17/08	Cidades	12	0	0	01	150	166
218	17/08	Todo dia é de respeitar o próximo	12	02	03	02	197	209
210	17/08	Repost Covid verificado	13	01	01	01	191	209
220	18/08	Repost Funcinários Med Imagem	16	0	0	01	191	207
221	18/08	Repost ONU Brasil	07	0	0	01	33	120
222	18/08	Repowt Covid 19c	15	0	02	01	206	213
223	19/08	Cidades	09	0	0	01	159	169

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

224	19/08	Pintura enfermeira	33	02	06	02	350	368
225	19/08	Vídeo Paciente dançando	35	10	27	03	273	311
226	19/08	Repost ONU	17	0	01	01	177	190
227	20/08	Foto profissional da saúde	21	0	0	01	155	172
228	20/08	Aos que cuidam da gente 24h....	22	02	0	01	257	281
229	20/08	Repost ONU	11	0	0	01	42	131
230	21/08	Cidades	09	06	0	01	207	226
231	21/08	No meio do sertão...	34	06	01	01	426	451
232	21/08	Respost Amarante Piauí	22	0	01	01	302	325
233	22/08	Cidades	10	06	01	01	246	261
234	22/08	Para que curtamos...	19	02	08	01	299	312
235	22/08	Repost Cidade verde vídeo	23	02	05	01	135	260
236	23/08	Repost @mahadevil setembro amarelo	334	18	288	80	2501	264 9
237	23/08	Repost @mahadevil	21	04	02	02	254	292
238	23/08	Repost VEJA Rio	31	0	01	01	264	292
239	24/08	Foto oceano	44	06	09	03	374	400
240	24/08	Repost Átila Amaral – Vídeo	19	0	02	01	112	244
241	25/08	Cidades	13	0	0	01	190	202
242	25/08	Uma rede é feita de participação...	16	02	0	01	236	251
243	25/08	Heróínas e Heróis da saúde	34	12	03	01	296	332
244	26/08	Cidades	15	06	04	01	257	281
245	26/08	Repost ONU Mulheres	12	02	0	01	131	143
246	27/08	CVV	28	02	02	01	350	377
247	27/08	Repost Governo	11	0	0	01	121	131
248	28/08	Cuidemos de quem cuida	28	02	01	01	221	235
249	28/08	Cidades	07	01	01	01	176	195
250	28/08	Repost @ser.enfermeira2020	25	02	01	01	273	303
251	28/08	Repost Nexo Jornal	11	0	0	01	147	156
252	29/08	Cidades	10	11	03	01	211	227
253	29/08	Repost Hospital Amarante	27	11	01	02	283	310
254	30/08	Sempre acreditamos em dias melhores	25	0	01	01	201	212
255	30/08	Cidades	13	03	01	01	250	271
256	30/08	Obrigada Agosto	23	04	0	01	254	267
257	31/08	Vídeo SAMU e doação de sangue	18	05	03	03	123	207
258	31/08	Mais de 70.000 curados	26	03	01	01	263	292
259	31/08	Repost @imagineedesenhe	13	02	02	02	241	252
260	01/09	Imagem Amarela	15	13	0	01	188	205

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

261	01/09	Bem vindo setembro	23	02	05	01	206	232
262	01/09	Repost @greendictionary	21	0	03	04	204	224
263	02/09	Repost @angelasousa	22	04	0	02	169	183
264	02/09	Sorria @imagineedesenhe	23	0	02	02	333	351
265	03/09	Vídeo HiN1	36	04	01	01	256	276
266	03/09	Repost @juliannelimaoficial	18	0	0	01	160	175
267	04/09	Você já abraçou alguém hoje?	15	02	0	01	154	172
268	04/09	Foto SAMU	23	04	0	01	291	305
269	04/09	Cidades	06	0	01	01	176	191
300	04/09	Repost @peguesuadose	21	0	04	03	197	221
301	05/09	Foto “Eu venci a Covid”	43	09	11	02	411	435
302	05/09	Cidades	11	03	0	02	195	220
303	05/09	Setembro de cuidar	15	02	01	01	211	236
304	06/09	Vídeo São João da Serra	31	02	04	03	645	679
305	06/09	Cidades	14	03	05	01	250	272
306	06/09	Vídeo José Dias	27	09	01	01	257	281
307	07/09	Repost @ser.enfermeira2020	32	04	05	01	262	291
308	07/09	8000 curados no Piauí	27	05	16	01	242	261
309	08/09	Aos poucos estamos voltando	14	0	0	01	165	185
310	08/09	Repost Futuro do Coronavírus	10	0	0	01	50	157
311	08/09	Cidades	15	04	01	01	216	235
312	08/09	Repost @cras.guadalupes.pi	12	0	02	01	138	153
313	09/09	Vídeo Cuidar	06	0	0	0	40	115
314	09/09	Cidades	11	0	0	01	194	211
315	09/09	Foto PM	17	02	0	01	244	270
316	09/09	Repost @imagineedesenhe	14	04	02	01	223	250
317	10/09	Vídeo SRN	27	10	12	02	334	361
318	10/09	Repost CVV Oficial	11	0	05	02	889	919
319	10/09	Repost CVV Oficial	08	0	0	01	191	206
320	11/09	Cidades	12	02	05	02	252	278
321	11/09	Repost @joao.allbert Ipê Rosa	26	0	0	02	279	299
322	11/09	Repost @unimedteresina	36	02	14	01	395	424
323	12/09	Cidades	11	02	01	01	221	244
324	12/09	Paciente a paciente...vídeo	14	01	0	01	190	207
325	13/09	A missão de mais...	19	04	02	01	217	243
326	14/09	Cidades	11	0	01	01	188	205
327	14/09	Repost Fala Piauí	35	13	21	01	290	317
328	14/09	Repost ONU	09	0	0	01	194	215
329	15/09	Cidades	16	0	01	01	217	228

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

330	15/09	Foto de testagem	23	0	0	01	361	391
331	15/09	Setembro Amarelo	19	02	01	01	152	165
332	16/09	Todos os dias milhares...	43	02	06	02	344	380
333	16/09	Repost Busca Ativa – Vídeo	13	0	06	01	182	205
334	17/09	Foto Kairo Amaral	39	08	17	02	992	1040
335	17/09	E seguem as campanhas...	17	02	0	0	290	320
336	18/09	Tempo de cuidar, tempo de agir...	25	08	0	01	194	218
337	18/09	Repost ONU	07	0	0	02	29	103
338	19/09	De domingo a domingo...	32	08	0	01	253	279
339	20/09	Seu Valdemar...	31	06	01	01	291	321
340	20/09	O trabalho de domingo a domingo...	31	0	0	01	208	224
341	20/09	Repost Twitter Firmino	23	02	0	01	222	243
342	21/09	Repost OitoMeia	28	02	01	01	243	261
343	21/09	Repost @enfamayanabonfim	22	02	02	01	192	210
344	21/09	Repost Setut	19	0	0	01	210	230
345	22/09	Vídeo Governador do Estado	16	0	0	01	248	266
346	22/09	Repost Covid_19dc	06	0	0	0	44	109
347	23/09	Repost Heda Parnaíba	17	0	0	02	177	195
348	23/09	Quinhentos curados...	11	0	0	0	174	192
349	23/09	Vídeo quadra feliz	15	0	0	01	175	193
350	24/09	Conte a sua história	13	02	01	01	159	178
351	24/09	Rumo aos 90.000...	28	01	08	02	202	213
352	25/09	Vídeo Hospital SRN	10	06	0	01	169	196
353	26/09	Girassóis para os setembros...	20	04	04	01	200	221
354	26/09	Vídeo Setembro Amarelo	10	01	0	01	188	205
355	27/09	Mais de 90.000	25	05	01	01	236	256
356	27/09	De domingo a domingo, mais curados...	27	02	0	01	298	320
357	27/09	Repost ONU Brasil	09	0	01	02	138	156
358	28/09	Aceita um girassol?	13	0	0	02	134	157
359	28/09	Repost governo	18	0	01	02	189	210
360	29/09	Agradeça a quem tanto cuida de nossa saúde	23	02	0	02	181	197
361	29/09	Da série boas notícias...	17	02	0	02	231	251
362	30/09	Precisamos continuar usando máscara	16	02	0	02	159	168
363	30/09	Precisa conversar com alguém?	13	0	0	02	200	215
364	30/09	Repost @br4sileirismos	13	0	01	01	260	287
365	01/10	Bem vindo outubro	16	04	01	02	202	219
366	01/10	Fechamento da ala	11	06	01	02	55	139

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

		Covid – vídeo						
367	01/10	Repost Estadão	05	0	0	01	128	138
368	02/10	O calor é de mais...	28	07	0	03	291	307
369	03/10	Montagem (dia de cuidar e agir...)	37	04	01	02	413	450
370	03/10	Repost @pmavelinolopes	15	0	0	01	243	260
371	04/10	Longe de casa...	36	04	0	02	503	515
372	05/10	Perto dos 100.000 curados...	33	01	01	01	334	360
373	05/10	Gratidão! Vídeo...	16	0	0	01	206	219
374	05/10	Repost @imagineedesenhe	21	02	09	05	307	335
375	06/10	Repost Emopi	08	0	0	0	186	201
376	06/10	Foto enfermeiras e gestantes	26	0	0	02	313	333
377	06/10	Foto: o trabalho responsável...	14	0	0	01	236	247
378	07/10	Repost Estadão	20	0	0	01	281	304
379	07/10	Repost @flowers4heroes	13	0	0	01	156	164
380	08/10	Foto: quinta, sexta, sábado...	34	0	0	01	307	351
381	08/10	Repost @joao.allbert	18	0	0	0	235	246
382	09/10	Repost @sinfarpi	13	02	01	01	193	211
383	10/10	Repost ONU Brasil	06	0	01	02	182	201
384	11/10	Repost @hospitalgv	10	0	0	01	176	190
385	11/10	100.000 curados...	24	03	01	01	233	253
386	12/10	Repost Vídeo Unicef	03	02	0	01	27	120
387	13/10	Usar máscara é respeitar e cuidar...	25	02	08	01	250	274
388	13/10	Dia do fisioterapeuta	117	25	06	05	764	842
389	14/10	Repost @fepiserh	18	02	0	01	309	332
390	14/10	Repost @saudeaoluisdopiaui	20	04	09	01	372	416
391	15/10	Aos mestres e mestres com respeito...	14	02	01	01	164	177
392	15/10	Repost ONU Brasil	17	02	0	01	161	174
393	15/10	Aquieta o facho!	50	02	58	02	347	372
394	16/10	Vídeo @dr_washington_reis	19	05	01	01	261	291
395	17/10	Tens medo do bicho papão?	11	0	04	01	159	173
396	18/10	Dia do médico	16	0	0	01	195	207
397	18/10	Repost @Nicolas_rosal	16	0	0	01	236	261
398	18/10	A pandemia não acabou	16	06	01	01	279	298
399	18/10	Vídeo dia do médico	07	0	0	0	23	84
400	19/10	Repost @setur_pi	14	01	01	01	221	239
401	20/10	Vídeo – Porque cuidar...	18	08	0	01	330	353
402	20/10	Repost @smsbetaniadopiaui	14	0	0	0	153	165
403	21/10	Repost @vigilancia.ab	09	0	0	01	207	228

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

404	22/10	Repost @dr.marcos_valentim	09	05	0	01	217	234
405	23/10	Vídeo (Este final...)	13	03	05	01	249	272
406	24/10	Repost Hemopi	23	07	01	02	502	525
407	24/10	Foto (cuidar, de domingo a domingo...)	15	0	0	01	280	300
408	24/10	Repost @nexojornal	19	0	0	02	316	352
409	25/10	Repost As novas recomendações...	15	0	02	01	259	283
410	26/10	Repost @governodopiaui	24	0	05	02	281	310
411	27/10	Repost @hospitalhrsda	34	0	01	01	350	385
412	27/10	Repost @ser.enfermeira2020	51	0	02	04	674	737
413	28/10	Foto: O outubro rosa...	37	02	0	01	490	540
414	28/10	FMS em Teresina fez...	21	0	0	01	428	469
415	29/10	Cuidar é preciso...	27	02	02	01	498	542
416	29/10	Vídeo Pandemia e dia de finados	08	0	0	01	89	227
417	29/10	O cuidar em prol...	27	0	01	02	276	301
418	30/10	Tempo de agir e cuidar	21	0	01	03	342	378
419	31/10	Raimundo Tangé	17	04	01	02	177	198
420	31/10	Montagem (O árduo...)	20	02	0	02	293	319
421	01/11	Foto (uma imagem que vale...)	18	0	0	03	275	289
422	01/11	Repost @imageedesenhe	19	02	0	02	362	396
423	02/11	Repost @ser.enfermeira2020	24	02	0	02	255	273
424	03/11	Por que não usar a máscara?	23	0	01	01	233	246
425	03/11	Repost @fepiserh	17	0	0	01	138	152
426	04/11	Seja Solidário...	09	0	01	01	134	139
427	04/11	Livro: quem cuida de quem cuida?	18	02	0	04	15-	163
428	05/11	Não é Carnaval...	09	0	01	01	165	180
429	05/11	Repost @amajesrosa	23	09	0	01	255	279
430	06/11	“Um ato que salva vidas”	25	0	-	01	-	-
431	06/11	@ser.enfermeira.2020	19	0	-	01	-	-
432	07/11	Vídeo Barras do Maratoam	16	02	-	01	103	-
433	09/11	Vídeo super-heróis	14	04	-	01	74	-
434	10/11	@fepiserh	26	02	-	01	-	-
435	12/11	Novembro Azul	13	0	-	01	-	-
436	13/11	Vera Mendes	15	0	-	01	-	-
437	15/11	“Vote com consciência...”	17	01	-	01	-	-
438	17/11	Esperantina	26	0	-	01	-	-
439	17/11	@ciaspi.pi	20	0	-	01	-	-
440	18/11	@pmavelinolopes	18	0	-	01	-	-
441	19/11	@hospital_amarantepi	28	06	-	0	-	-
442	20/11	“O trabalho continua...”	29	02	-	01	-	-

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

443	21/11	“Equipe a postos para o cuidar...”	14	03	-	03	-	-
444	23/11	“A desinfecção...”	30	0	-	02	-	-
445	24/11	“A emocionante imagem...”	58	13	-	01	-	-
446	25/11	@razoesparaacreditar	20	0	-	01	-	-
447	28/11	Vídeo São Raimundo Nonato	17	04	-	01	131	-
448	28/11	Doe Sangue	11	0	-	01	-	-
449	29/11	@hospitalchagasrodrigues	21	0	-	01	-	-
450	30/11	@saudegovpi	18	0	-	01	80	-
451	01/12	@portalg1	23	01	-	01	-	-
452	02/12	@saudegovpi	13	0	-	01	-	-
453	03/12	@ser.enfermeira2020	28	02	-	02	-	-
454	06/12	Repost @evandroalberto	17	0	-	01	-	-
455	07/12	@fepiserh	22	0	-	01	-	-
456	09/12	@hospitalsdma_	30	04	-	02	-	-
457	14/12	@aaraobarreto	144	04	-	06	-	-
458	15/12	@hospitalsdma_	60	10	-	03	-	-
459	16/12	@onubrasil	19	02	-	03	-	-
460	22/12	@governodoceara	16	0	-	03	-	-
461	23/12	“Refleta...”	20	02	-	02	-	-
462	24/12	Natal	23	04	-	01	-	-
463	26/12	@govba	23	0	-	01	-	-
464	26/12	@newplanetoficial	25	0	-	06	-	-
465	30/12	“Os profissionais estão cansados...”	26	0	-	05	-	-

APÊNDICE II – PLANILHA DO ACOMPANHAMENTO DE POSTAGENS DA REDE PIAUÍ SEM COVID NO INSTAGRAM ENTRE JANEIRO E JUNHO DE 2021

ORDEM 14	DATA 15	ASSUNTO DA PUBLICAÇÃO ¹⁶	Nº CR 17	Nº CM ¹⁸	EV 19 * 20	SA 21	VS 22	AL 23
01	01/01	Poesia sem moldura	25	0	-	01	-	-
02	04/01	2021 começou	20	0	-	04	-	-
03	06/01	@rabiscosdobrum	22	0	-	02	-	-
04	07/01	Vacina @butantanoficial	17	01	-	01	72	-
05	12/01	Tweet: “vai para casa...”	31	0	-	02	-	-
06	12/01	Tweet: “nosso muito obrigado...”	26	0	-	02	-	-
07	14/01	#sosmanaus	64	09	-	04	745	-
08	14/01	#sosmanaus	31	06	-	03	-	-
09	14/01	Repost @boraajudar	27	04	-	01	-	-
10	15/01	Print Facebook Ylmara Stefane	42	05	-	03	-	-
11	15/01	Chegada das vacinas – vídeo	109	10	-	02	109	-
12	15/01	@estadao	54	06	-	02	-	-
13	15/01	Continuem ajudando	19	03	-	01	242	-
14	16/01	“Aqueles que morrem...”	85	04	-	10	-	-
15	16/01	“Teresina de braços abertos...”	305	58	-	12	-	-
16	16/01	“Estamos juntos”	59	04	-	01	-	-
17	16/01	Repost missão SAMU	83	08	-	02	-	-
18	16/01	Manaus da depressão	77	04	-	01	-	-
19	17/01	Twitter @jdoriajr	62	02	-	04	-	-
20	17/01	Video da primeira pessoa vacinada no Brasil	68	04	-	03	388	-

¹⁴ Ordem de postagens.

¹⁵ Data da postagem, com a primeira parte o dia do mês e a segunda parte, relacionada ao mês, sendo 01 – janeiro, 02 – fevereiro, 03 – março, 04 – abril, 05 – maio, 06 – junho, 07 – julho, 08 – agosto, 09 – setembro, 10 – outubro, 11 – novembro e 12 – dezembro.

¹⁶ Assunto principal e motivo da publicação.

¹⁷ Número de curtidas da postagem.

¹⁸ Número de comentários da postagem.

¹⁹ Número de envios da postagem.

²⁰ Destaca-se que todas as vezes que aparecer um traço nos dados é que, por conta de mudança de políticas do Instagram os mesmos não foram mais possíveis ser replicados.

²¹ Número de salvamentos da postagem.

²² Número de visualizações da postagem.

²³ Número da quantidade de alcance da postagem.

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

21	17/01	Repost @desingativista	71	0	-	04	-	-
22	18/01	Enquete vacina	45	60	-	05	-	-
23	18/01	Vídeo @manusalerta	69	09	-	03	535	-
24	18/01	Dra. Amariles recebendo a vacina	65	0	-	03	-	-
25	18/01	Vacina	93	08	-	04	-	-
26	18/01	Meme Amariles	148	07	-	05	-	-
27	19/01	Vídeo avião	75	01	-	05	426	-
28	23/01	Vacina em Amarante	26	0	-	-	-	-
29	24/01	Enquete herói	18	03	-	04	-	-
30	25/01	Tweet	30	02	-	04	-	-
31	26/01	Oswaldo Cruz – Vacina	57	02	-	0	-	-
32	26/01	Cemitério em Manaus	64	09	-	05	-	-
33	27/01	@patriavoluntaria	21	0	-	01	-	-
34	28/01	Tweet @coronavirusbra1	28	04	-	05	-	-
35	30/01	@hospitalsdma_	62	08	-	01	-	-
36	30/01	@hospitalregionalleonidasmelo	36	0	-	01	-	-
37	31/01	“A fé...” vídeo	69	11	-	03	375	-
38	01/02	Samu	59	05	-	01	-	-
39	02/02	Foto de Manaus	64	06	-	04	-	-
40	03/02	100% vacinados	44	02	-	02	-	-
41	04/02	@hospitalsdma_	64	09	-	03	-	-
42	05/02	“Querida que amanhã fosse o fim da COVID...”	53	0	-	04	-	-
43	06/02	“Ô abre alas...”	33	01	-	02	-	-
44	07/02	“Seja domingo...”	62	07	-	02	-	-
45	07/02	Foto de @gubasso	23	0	-	01	-	-
46	08/02	Samu	39	04	-	02	-	-
47	08/02	@dra.aleadami						
48	09/02	Água Branca	74	23	-	07	-	-
49	09/02	Foto @robertaaline	53	02	-	01	-	-
50	09/02	REELS						
51	10/02	@smsaguabrançapi	41	10	-	01	-	-
52	11/02	@keilinenormandia	43	0	-	01	-	-
53	12/02	@desenhosdonando	62	01	-	05	-	-
54	13/02	@hemopi	41	0	-	01	-	-
55	13/02	“Com ou sem carnaval...”	46	0	-	05	-	-
56	13/02	Tweet @gpdorneles	56	10	-	07	-	-
57	14/02	@zerezes	222					
58	14/02	“Muita gente cuidando...”	57	-	05	01	-	-
59	15/02	@yglesio						
60	16/02	Santa Luz	42	05	-	01	-	-
61	17/02	240.000 mortes	34	01	-	05	-	-
62	18/02	Tweet @fabioirrodriques	51	02	-	03	-	-
63	18/02	Vídeo sobre a vacina	21	0	-	01	184	-
64	19/02	Marcus Lacerda – fala	33	02	-	05	-	-
65	19/02	@pietromeinharto					178	-
66	20/02	“E o trabalho de	30	0	-	0	-	-

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

		vacinação...”						
67	20/02	“Não seja basculho...”	47	02	-	01	-	-
68	21/02	Vídeo sobre os leitos					164	-
69	22/02	Tweet	49	0	-	01	-	-
70	22/02	“Você concorda com o lockdown...”	62	33	-	03	-	-
71	22/02	“Homenagem...”	41	01	-	02	-	-
72	23/02	@governodopiaui	28	0	-	01	-	-
73	23/02	@governodopiaui	41	0	-	03	-	-
74	24/02	@izanio_charges	28	02	-	04	-	-
75	25/02	“VOCÊ QUER ISSO PARA SUA CIDADE?”					280	-
76	25/02	“Não realizei sonho nenhum...”	37	02	-	05	-	-
77	26/02	@Tweet	46	0	-	01	-	-
78	27/02	“Na festa sempre cabe mais um. Na uti,NÃO.”	206	06	-	15	-	-
79	27/02	Tweet @GTMacalossi	58	0	-	02	-	-
80	27/02	Vídeo @governodoestado					295	
81	27/02	Tweet @eduardoleite_	57	03	-	04	-	-
82	28/02	@izanio_charges	45	0	-	05	0	0
83	28/02	Vídeo	71	04	-	06	344	0
84	28/02	@jorgebragacartunista	31	0	-	06	-	-
85	28/02	Tweet @scharstzhaupt	34	0	-	02	0	0
86	01/03	Patos do Piauí	31	01	-	01	-	-
87	01/03	“Todos os dias...”	39	0	-	03	-	-
88	01/03	“Todo o nosso reconhecimento”	34	0	-	01	-	-
89	02/03	Vídeo João Cláudio Moreno	63	04	-	06	331	-
90	02/03	“Aos poucos a vacinação torna-se um...”	63	02	-	01	-	-
100	02/03	Respost @robertaaline	64	02	-	05	-	-
101	03/03	Vídeo das mortes	37	02	-	-	256	-
102	03/03	Repost @governodopiaui	31	0	-	04	-	-
103	03/03	Tweet @ifabiorodrigues	32	0	-	04	-	-
104	04/03	“É hora de ficar em casa com as tias...”	36	0	-	07	-	-
105	04/03	Amarante	55	0	-	01	-	-
106	04/03	Vídeo prefeito	29	0	-	03	216	-
107	05/03	“Utis Lotadas...”	49	0	-	04	-	-
108	05/03	Comunicado importante	66	02	-	06	-	-
109	06/03	“O emocionante relato de um profissional...”	62	20	-	08	-	-
110	06/03	Foto da vacina	31	0	-	08	-	-
111	06/03	“Sair de casa para ver os amigos...”	43	0	-	02	-	-
112	07/03	Busca Ativa	35	0	-	01	-	-
113	07/03	Repost @governodopiaui	32	0	-	02	-	-

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

114	08/03	Dia da mulher	36	03	-	02	-	-
115	08/03	Água Branca	80	14	-	02	-	-
116	08/03	Repost @amandacoutov					184	-
117	08/03	Twett @marauenn	64	0	-	12	-	-
118	09/03	Video do Samu de Jaicós	89	29	-	03	372	-
119	09/03	@samu192oficial						
120	09/03	@izanio_charges	56	04	-	05	-	-
121	10/03	Fabricao Ariel	45	08	-	02	-	-
122	10/03	@unidoscontraoclapso	40	08	-	04	-	-
123	10/03	Reels						
124	11/03	Floriano	38	0	-	01	-	-
125	11/03	“Faz um ano...”	76	04	-	06	-	-
126	11/03	Santa Luz	70	05	-	01	-	-
127	12/03	Reels						
128	12/03	“Taxa de ocupação de leitos de UTI 89,7%...”	46	02	-	01	-	-
129	12/03	Oeiras	62	08	-	01	-	-
130	12/03	“Um triste recorde pelo...”	45	0	-	01	-	-
131	13/03	Video das medidas	87	02	-	05	559	-
132	13/03	Video Coren						
133	13/03	Coach Desmotivacional	33	0	-	13	381	-
134	13/03	@pmsaojoaodopiaui	40	02	-	02	627	-
135	13/03	Água Branca	57	14	-	01	-	-
136	14/03	Alerta 3:43'					419	-
137	14/03	@clowskiemergency	52	02	-	02	-	-
138	14/03	@benassato @reuters						
139	14/03	@sarraftarso	41	03	-	03	-	-
140	14/03	Reels						
141	14/03	@goverdodopiaui medidas	24	11	-	01	-	-
142	15/03	“Começamos mais umasemana...”	102	08	-	03	-	-
143	15/03	“Enquanto o caixão lacrado...”	103	03	-	07	-	-
144	15/03	Hospital de luxo	43	05	-	08	-	-
145	15/03	Reels SAMU						
146	16/03	“Pode Ser de manhã...”	610	0	-	01	-	-
147	16/03	A rotina de uma médica na UTI	82	13	-	02	1835	-
148	16/03	@imagineedesenhe	61	0	-	09	-	-
149	16/03	Floriano	47	-2	-	02	-	-
150	17/03	“Não está tudo bem...”	39	0	-	03	281	-
151	17/03	@fisioalefoliveira	44	0	-	02	-	-
152	17/03	“A cada cinco minutos...”	62	02	-	02	2175	-
153	17/03	Reels Hospital Regional de Esperantina	159	28	-	04	2572	-
154	18/03	“E quando tivermos...”	76	0	-	05	-	-
155	18/03	Repost @renatodepaulophd	180	17	-	16	-	-

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

156	18/03	Reels “por favor, pense no próximo...”	54	02	-	06	2255	-
157	18/03	Polyena	239	85	-	27	-	-
158	18/03	Vídeo Polyena	171	29	-	23	1602	-
159	19/03	Vídeo Polyena	121	09	-	12	262 5	-
160	19/03	Reels Polyena	64	06	-	03	1531	-
161	19/03	@brasilfedecovid	42	05	-	04	-	-
162	19/03	@hrmssbj	40	01	-	03	-	-
163	19/03	Reels Vencia COVID	46	03	-	02	1041	-
164	19/03	@Marcelocardoso	67	05	-	10	-	-
165	20/03	Reels “Somos contra a violência...”	86	02	-	05	1467	-
166	20/03	@coidphotobrazil	24	0	-	02	-	-
167	20/03	Reels Caxias – MA	84	0	-	07	4554	-
168	20/03	Vídeo Timon	56	11	-	03	-	-
169	20/03	Vídeo Dionísio Carvalho	116	06	-	02	1713	-
170	21/03	Vídeo Clows	100	14	-	01	584	-
171	21/03	@aju_juliana	36	0	-	01	-	-
172	21/03	Ser.enfermeira2020	77	0	-	04	-	-
173	22/03	“Plantões extenuantes...”	75	09	-	05	-	-
174	22/03	“Mais atitudes de empatia...”	168	14	-	05	2315	-
175	23/03	“Professores morrendo...”	76	08	-	04	386	-
176	23/03	Reels Vacina Já	42	0	-	02	1921	-
177	23/03	“Você está na linha...”	50	02	-	03	-	-
178	24/03	“Membros de várias igrejas...”	90	02	-	03	619	-
179	24/03	Reels Pai Nosso	90	08	-	03	1025	-
180	24/03	Reels Elvira Raulino	106	13	-	04	1440	-
181	24/03	Reels Dr. Pesssoa	69	0	0	01	938	-
182	24/03	@covidphotobrazil	45	02	-	02	-	-
183	24/03	Vídeo “Uma reflexão...”	55	02	-	06	991	-
184	25/03	Reels “Com amor, carinho...”	43	08	-	01	1281	-
185	25/03	Oeiras	40	06	-	01	-	-
186	25/03	Vídeo UTI	197	22	-	10	793	-
187	25/03	“A Vacina chegando aos...”	48	0	-	01	-	-
188	25/03	@covidcentro	22	0	-	01	-	-
189	26/03	Santa Luz	53	06	-	01	-	-
190	26/03	“Gratidão em vencer...”	139	04	-	02	2627	-
200	26/03	Reels bebê	60	02	-	02	1132	-
201	26/03	@protejaseusfilhos	29	0	-	01	-	-
202	26/03	Reels Números	37	0	-	01	1047	-
203	27/03	Água Branca	70	16	-	02	-	-
204	27/03	Reels “A vacina chegando...”	55	11	-	02	902	-
205	27/03	@izanio_charges	37	0	-	02	-	-
206	27/03	REELS FERIADÃO	42	0	-	02	265	-

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

							6	
207	27/03	@vem_vacina	24	0	-	01	-	-
208	27/03	Reels Água Branca	59	19	-	01	1803	-
209	27/03	Queimada Nova	120	10	-	05	-	-
210	28/03	Reels @hospitalsdma_	70	10	-	02	130 0	-
211	28/03	Samu	81	0	-	02	-	-
212	28/03	São Raimundo Nonato	56	02	-	02	427	-
213	29/03	@mcaflara	79	02	-	02	-	-
214	29/03	“Alegria da vida...”	59	02	-	03	1111	-
215	29/03	Mais de 4000 mortes	55	02	-	01	-	-
216	29/03	Reels sobre leitos	70	04	-	06	455	-
217	29/03	Vídeo São João do Piauí	24	0	-	01	168	-
218	29/03	@andressadantasmed	37	06	-	01	-	-
219	29/03	@dracamialeite	56	08	-	03	-	-
220	30/03	Reels Fé Gratidão e empatia	78	04	-	03	2141	-
221	30/03	“O pedido ...”	61	0	-	03	-	-
222	30/03	Vídeo Valença	41	09	-	03	231	-
223	31/03	Reels @governodopiauui	21	0	-	02	741	-
224	31/03	Rees “Quando entendemos...”	83	22	-	02	232 5	-
225	31/03	Luzilândia	49	05	-	01	-	-
226	31/03	@edmar.barros	76	20	-	07	-	-
227	31/03	Reels Tibério Nunes	72	08	-	01	1026	-
228	01/04	Reels Água Branca	133	07	-	03	239 9	-
229	01/04	@brufalluh	41	02	-	02	-	-
230	01/04	Reels Louvor	33	0	-	02	853	-
231	02/04	“Vamos Cancelar a COVID”	38	0	-	01	-	-
232	02/04	Água Branca	75	02	-	01	-	-
233	03/04	Uma reflexão	53	0	-	06	2147	-
234	03/04	Foto na boate “Deus me proteja”	73	0	-	03	-	-
235	03/04	“Simplesmente incrível...”	92	13	-	03	-	-
236	03/04	Ary Bortolotto	50	10	-	03	-	-
237	03/04	Vídeo “Novas Medidas”	63	10	-	03	604	-
238	03/04	Comunidades Quilombolas	43	02	-	02	-	-
239	03/04	Feliz Páscoa	40	05	-	01	-	-
240	04/04	Vídeo São João do Piauí	59	04	-	02	452	-
241	04/04	@andre_lion	86	08	-	04	-	-
242	04/04	@sarraftarso	40	0	-	04	-	-
243	04/04	Reels Ana Nóbrega	102	33	-	04	2762	-
244	04/04	Bom Jesus	47	02	-	03	-	-
245	05/04	Uruçuí	73	0	-	01	-	-
246	05/04	Reels Saúde Mental	216	99	-	08	3910	-
247	05/04	Reels Renata Bandeira	72	22	-	03	326 5	-

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

248	05/04	Água Branca	76	16	-	04	-	-
249	06/04	“Porque em todos...”	66	04	-	04	-	-
250	06/04	Reels reabilitação	232	10	-	14	7143	-
251	06/04	Reels Ninguém fica para trás	98	13	-	03	1761	-
252	06/04	...FF	199	17	-	07	-	-
253	06/04	Firmino Filho	354	22	-	05	-	-
254	06/04	QUEM FOI FIRMINO – Vídeo	234	18	-	28	3061	-
255	06/04	Adv6	531	29	-	30	-	-
256	06/04	Video FF	287	10	-	10	2310	-
257	06/04	Reels	258	05	-	07	3857	-
258	07/04	43 recordes	104	12	-	04	-	-
259	07/04	“Obrigada por cuidar da gente...”	153	01	-	02	-	-
260	07/04	Reels Priscilla	74	08	-	02	1295	-
261	07/04	O legado de FF	30	02	-	01	191	-
262	07/04	Reels Sobre amor, cuidado...	98	07	-	04	344 2	-
263	07/04	Santa Luz	30	0	-	02	-	-
264	08/04	Ilha Grande	81	12	-	01	-	-
265	08/04	Barras – Vídeo	47	12	-	02	283	-
266	08/04	HMSDMA	60	06	-	01	-	-
267	08/04	@Luis.felipe.of	26	02	-	04	279	-
268	08/04	@protejaseusfilhos	272	21	-	07	-	-
269	08/04	46 mortes	69	06	-	02	-	-
270	08/04	@izanio_charges	903	35	-	77	-	-
271	08/04	DFG1	33	0	-	340	02	-
272	09/04	Chegada das vacinas	64	0	-	01	-	-
273	09/04	São João do Piauí	22	0	-	01	237	-
274	09/04	@unimedteresina	124	06	-	04	220 8	-
275	09/04	Vamos Vencer	96	02	-	02	0	0
276	10/04	@enfermagem_nurse_brasil	109	08	-	12	-	-
277	10/04	Reels Água Branca	58	12	-	01	792	-
278	10/04	Missa FF	47	0	-	03	-	-
279	10/04	Praia	160	23	-	02	-	-
280	11/04	Esperantina	52	04	-	01	-	-
281	11/04	HMSDMA	81	06	-	01	-	-
282	11/04	Reels Domingo de louvor	76	04	-	01	1176	-
283	11/04	@eu.enfermagem	154	30	-	13	-	-
284	12/04	São Raimundo Nonato	44	0	-	01	-	-
285	12/04	Menino Henry	190	04	-	01	-	-
286	12/04	Novo recorde	91	22	-	02	-	-
287	13/04	“O esforço e atuação...”	56	26	-	02	-	-
288	13/04	Enfermeiro morto	173	64	-	10	-	-
289	13/04	Ilha Grande	52	02	-	02	-	-
290	13/04	Blogueira do fim do mundo	12	02	-	02	120	-

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

291	13/04	Enfermeiros	121	22	-	03	1664	-
292	14/04	Queimada Nova	42	0	-	02	-	-
293	14/04	@relatos_do_caos	75	16	-	03	-	-
294	14/04	Reels Pajeú	67	14	-	02	2277	-
295	14/04	Água Branca	51	0	0	02	-	-
296	15/04	Aroeiras do Itaim	59	07	-	02	-	-
297	15/04	@imagineedesenhe	63	0	-	08	-	-
298	15/04	Reels por mais vacinas	52	02	-	03	1366	-
299	15/04	Reels Hospital Unimed	110	08	-	04	1586	-
300	16/04	Vídeo Corrente	56	0	-	02	297	-
301	16/04	Pajeú – vacina	52	02	-	02	-	-
302	17/04	Reels alerta	45	0	-	03	2021	-
303	17/04	Bom Jesus	62	07	-	02	-	-
304	17/04	@covidphotobrazil	81	06	-	03	-	-
305	18/04	São Raimundo Nonato	51	0	-	02	-	-
306	18/04	Vamos Vencer	54	08	-	04	-	-
307	18/04	Reels Cuidar e agir	26	04	-	02	749	-
308	18/04	@joaodafotografia	44	0	-	04	-	-
309	18/04	Samu	77	02	-	03	-	-
310	19/04	“Nunca foi fácil...”	55	04	-	04	-	-
311	19/04	Máscaras	28	02	-	02	-	-
312	19/04	@vanda_ortega	43	0	-	03	331	-
313	19/04	Dedim Golveia	47	09	-	03	-	-
314	19/04	Reels vacina	97	32	-	14	2137	-
315	20/04	Vamos vencer	52	10	-	02	-	-
316	20/04	Reels São João da Varjota	53	0	-	02	766	-
317	20/04	Floriano	58	06	-	02	-	-
318	20/04	São Félix	56	0	-	0	-	-
319	20/04	Picos	104	04	-	02	-	-
320	21/04	SUS	78	02	-	03	-	-
321	21/04	Bom Jesus	34	0	-	03	-	-
322	21/04	Santa Lu	89	07	-	02	-	-
323	22/04	Reels somos um só	136	13	-	05	4375	-
324	22/04	Fatura do Piauí	44	0	-	02	-	-
325	22/04	Reels Aroeira	41	04	-	02	973	-
326	23/04	Pajeú do Piauí	100	10	-	05	-	-
327	23/04	Curimatá	40	02	-	03	-	-
328	23/04	Samuzemos	146	02	-	06	-	-
329	24/04	Dermeval Lobão	89	0	-	02	-	-
330	24/04	Zé Gotinha	47	05	-	03	1954	-
331	24/04	Reels Legião	96	16	-	05	1904	-
332	24/04	Santa Luz Zé Gotinha	59	04	-	04	-	-
333	25/04	Reels Bruna Ene	43	19	-	02	1249	-
334	25/04	Uma vida por um copo de leite	85	14	--	03	-	-
335	25/04	Reels Sertanejo	213	21	-	04	3931	-
336	25/04	Jesus e a Terra	43	02	-	02	-	-
337	26/04	Reels festa	59	25	-	03	1937	-
338	26/04	Reels Obrigada Deus	78	19	-	02	1119	-
339	26/04	Água Branca	117	14	-	03	-	-

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

340	27/04	Dom Inocêncio	43	02	-	03	-	-
341	27/04	Reels festa em Oeiras	110	45	-	03	3581	-
342	27/04	Reels Havan	153	87	-	14	4102	-
343	28/04	Caracol	39	0	-	02	-	-
344	28/04	Reels vacina	46	06	-	02	728	-
345	28/04	@desenhosdonando	134	12	-	09	-	-
346	29/04	Oeiras	69	04	-	02	-	-
347	29/04	Reels Oeiras	74	10	-	03	1254	-
348	29/04	400.000	54	08	-	05	-	-
349	29/04	Reels Cada vida	41	09	-	03	1612	-
350	30/04	Pajéú	48	04	-	02	-	-
351	30/04	Vacinas	76	10	-	02	-	-
352	30/04	Furar a fila da vacina	85	06	-	07	-	-
353	30/04	Domingos Mourão	47	04	-	03	-	-
354	30/04	1 de maio	82	0	-	04	-	-
355	01/05	Reels obrigado	35	04	-	02	926	-
356	01/05	@eu.enfermagem	80	08	-	05	-	-
357	01/05	Mãos dadas	71	15	-	02	-	-
358	02/05	Campo Maior	76	02	-	03	-	-
359	02/05	Samu	96	04	-	02	-	-
360	02/05	Medidas Restritivas	40	04	-	04	-	-
361	02/05	Reels	101	12	-	05	246 0	-
362	03/05	Furar a fila da vacina é crime	34	3	-	06	-	-
363	03/05	Renato Costa	23	0	-	03	-	-
364	03/05	Água Branca	83	04	-	02	-	-
365	04/05	Parnaíba	79	02	-	03	-	-
366	04/05	BBB	63	04	-	03	-	-
367	04/05	“Tiaqueta”	66	08	-	05	-	-
368	04/05	Paulo Gustavo	217	14	-	3	-	-
369	04/05	Vídeo Paulo Gustavo	114	06	-	09	413	-
370	04/05	@izanio	729	16	-	29	-	-
371	05/05	Reels Simplício Mendes	82	10	-	03	1682	-
372	05/05	Reels Isadora Pompeo	74	02	-	02	1924	-
373	05/05	Paulo Gustavo	126	06	-	05	-	-
374	06/05	“Em todos os cantos...”	52	08	-	02	-	-
375	06/05	Reels Unimed	77	0	-	04	1910	-
376	07/05	Um ano da rede	72	08	-	02	-	-
377	07/05	“Mães são anjos”	61	02	-	02	-	-
378	08/05	Santa Rosa do Piauí	36	03	-	02	-	-
379	08/05	Reels @clows	44	02	-	04	1083	-
380	08/05	Enfermeiros	69	08	-	02	-	-
381	09/05	Dia das mães	37	02	-	02	-	-
382	09/05	Barras	22	0	-	03	-	-
383	09/05	Medidas	26	0	-	02	-	-
384	10/05	Demerval Lobão	52	07	-	03	-	-
385	11/05	Ilha Grande	42	0	-	03	-	-
386	11/05	“Nem que seja na janela...”	158	11	-	09	370 8	-
387	11/05	Unimed	58	08	-	04	-	-

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

388	12/05	Dia do enfermeiro 66	66	06	-	03	-	-
389	12/05	PL – 2564	51	08	-	03	-	-
390	12/05	São João do Piauí	176	23	-	04	-	-
391	12/05	Acredite em Anjos	94	04	-	03	-	-
392	13/05	Reels Ana Paula	57	08	-	03	1272	-
393	13/05	@covidphotobrazil	24	0	-	05	-	-
394	13/05	Pedro II	45	0	-	03	-	-
395	14/05	“Compromisso...”	50	08	-	02	-	-
396	14/05	A angustiante	119	06	-	03	268 5	-
397	14/05	Reels Homenagem	264	22	-	11	6512	-
398	15/05	Vacina UESPI	73	0	-	05	-	-
399	15/05	São João do Piauí	66	02	-	05	1276	-
400	15/05	Reels vacina	156	18	-	14	6763	-
401	16/05	Água Branca	70	04	-	03	-	-
402	16/05	Baixa Grande Do Ribeiro	144	16	-	03	-	-
403	16/05	Vacina reels	119	02	-	09	208 2	-
404	17/05	Reels Floriano	51	02	-	05	1579	-
405	17/05	Reels vacina	94	0	-	04	208 7	-
406	18/05	“Um exército...”	74	0	-	02	-	-
407	19/05	São João do Piauí	41	0	-	03	348	-
408	19/05	Ilha Grande	65	0	-	03	-	-
409	19/05	Reels tipo Gin	212	10	-	04	4210	-
410	20/05	Técnicos em enfermagem	69	04	-	03	-	-
411	20/05	Tweet @enfekenedylima	131	07	-	06	-	-
412	20/05	Barras	243	25	-	07	-	-
413	21/05	Floriano	118	10	-	04	-	-
414	21/05	Filtro	87	0	-	06	-	-
415	21/05	“A máscara...”	170	02	-	07	-	-
416	22/05	Parnaíba	96	10	-	03	-	-
417	22/05	Reels vacina	98	06	-	03	2673	-
418	22/05	Reels “Os caminhos que a vacina...”	110	20	-	08	3257	-
419	23/05	Floriano	110	04	-	03	-	-
420	23/05	Reels em Pedro II	560	194	-	36	25.6 67	-
421	23/05	Reels em Água Branca	196	44	-	08	582 4	-
422	23/05	“Te aquieta Talarico...”	140	12	-	15	-	-
423	23/05	Reels em Barras	139	12	-	07	533 4	-
424	23/05	“Vocês sabem por que?”	77	05	-	06	-	-
425	23/05	São João do Piauí	109	05	-	03	-	-
426	23/05	Reels em Piripiri	640	184	-	51	4510 8	-
427	24/05	Vamos Vencer	68	05	-	04	-	-
428	24/05	Reels Dr.Pessoa	295	87	-	15	9151	-

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

							5	
429	24/05	Reels Fiscização	71	0	-	05	1284	-
430	24/05	@izanio_charges	190	20	-	09	-	-
431	24/05	“Te aquieta disgrama...”	273	09	-	21	-	-
432	25/05	“Testar e testar...”	72	0	-	02	-	-
433	25/05	Vídeo do menino na escola	73	06	-	07	1191	-
434	25/05	“Não, não está tudo bem...”	106	02	-	06	-	-
435	25/05	“Os verdadeiros heróis em um momento...”	144	08	-	05	-	-
436	25/05	Reels Pedro II	437	64	-	20	886 8	-
437	26/05	Novo Santo Antônio	33	0	-	03	-	-
438	26/05	Reels no hospital	80	06	-	03	1782	-
439	26/05	Reels Vacina	112	08	-	04	1882	-
440	26/05	Turismo da vacina	31	05	-	04	-	-
441	27/05	“Porque com ou sem...”	124	0	-	02	-	-
442	27/05	“Não, não é hora de relaxar...”	139	19	-	07	-	-
443	27/05	“Conta pra gente...”	68	19	-	03	-	-
444	28/05	“Final de semana...”	80	02	-	03	-	-
445	28/05	Busca ativa	40	0	-	04	-	-
446	28/05	Reels Busca Ativa	48	06	-	02	702	-
447	28/05	@fisioterapie	160	08	-	17	-	-
448	28/05	Reels festa	142	41	-	07	2149	-
449	29/05	“Os caminhos que a vacina faz...”	204	25	-	09	2318	-
450	29/05	“De centro...”	53	0	-	06	-	-
451	29/05	Reels prefeito de Teresina	54	02	-	03	898	-
452	29/05	Litoral do Piauí	52	03	-	02	-	-
453	29/05	Reels Samu	119	09	-	03	1219	-
454	29/05	Reels Teresina	108	33	-	05	2718	-
455	30/05	Água Branca	109	04	-	03	-	-
456	30/05	Reels alta	81	02	-	02	910	-
457	30/05	Reels Barras	114	35	-	03	224 0	-
458	31/05	“Semana de reflexões...”	186	08	-	06	-	-
459	31/05	@izanio_charges Maria Lina	767	18	-	28	-	-
460	31/05	Copa América	147	24	-	13	-	-
461	01/06	Reels Picos	104	13	-	03	1577	-
462	01/06	Vídeo Igreja de São João Batista	59	04	-	02	288	
463	01/06	“Cadê as outras 466.722...”	111	29	-	07	-	-
464	01/06	Reels Juntos Venceremos	74	04	-	05	1158	-
465	01/06	@naokahlo	103	0	-	08	-	-
466	02/06	Reels Passagem Franca	65	06	-	02	-	-

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

467	02/06	Vídeo Leandra Leal	108	08	-	07	329 5	-
468	02/06	Foto Busca Ativa	122	03	-	05	-	-
469	03/06	“Imagens lindas de momentos...”	46	0	-	02	-	-
470	03/06	“Clichê necessário...”	226	21	-	18	-	-
471	04/06	6.000 mil mortes no Piauí	157	23	-	04	-	-
472	04/06	Reels Impossível não se emocionar	301	23	-	07	3912	-
473	05/06	Reels Gotas mágicas	105	04	-	03	1824	-
474	05/06	Reels feedbacks	31	12	-	08	1140	-
475	05/06	“Te aquieta só mais um pouco...”	262	27	-	11	-	-
476	06/06	Miguel Alves	44	0	-	03	-	-
478	06/06	“Esperança e vida...”	111	0	-	05	-	-
479	06/06	“Cenas de um final de semana do bem...”	170	06	-	08	-	-
480	07/06	Meme	248	09	-	14	-	-
481	08/06	Água Branca	69	0	-	04	-	-
482	08/06	“A vocação do cuidar...”	71	0	-	03	-	-
483	09/06	“Vacina vida esperança...”	61	0	-	04	-	-
484	09/06	Busca Ativa	104	2	-	05	-	-
485	10/06	Reels Vacina	88	06	-	04	584	-
486	10/06	@brunalorenasiq	114	04	-	06	-	-
487	10/06	Reels @thayli_mederiso	305	29	-	-	5104	-
488	11/06	Busca Ativa	65	02	-	03	-	-
489	11/06	Caracol	64	0	-	03	-	-
490	11/06	@robertaline foto da santa	52	0	-	06	-	-
491	11/06	Empatia	148	19	-	06	-	-
492	11/06	Reels médico Mtheus	290	34	-	11	349 8	-
493	11/06	Reels Festa Junina	177	80	-	08	288 8	-
494	12/06	Repost prefeitura de Teresina	68	02	-	05	-	-
495	12/06	Reels “ada alta...”	122	17	-	04	203 7	-
496	12/06	Casal	101	0	-	03	-	-
497	12/06	Reels Sandra Silca	57	0	-	02	904	-
498	12/06	Busca Ativa	50	04	-	03	-	-
499	13/06	Reels aglomeração	169	36	-	08	2910	-
500	13/06	Reels “desse jeito”	57	10	-	04	190 8	-
501	13/06	Reels Piripiri	222	73	-	08	584 3	-
502	13/06	Tweet vacina	84	07	-	04	-	-
503	13/06	“Por você, por nós...”	74	02	-	02	-	-
504	13/06	“Domingo a domingo...”	88	13	-	05	-	-

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

505	14/06	Vídeo Barra do D'Alcantara	107	23	-	02	-	-
506	14/06	Reels Macklemore	30	0	-	03	-	-
507	14/06	Prisão	111	16	-	04	1618	-
508	14/06	Tweet Piauí Sem Covid	73	0	-	06	-	-
509	14/06	“Algumas vezes...”	29	0	-	03	-	-
510	15/06	Girassol	44	01	-	02	-	-
511	15/06	São João do Piauí	36	0	-	02	-	-
512	16/06	Reels @Yanna Lopes	83	0	25	05	1585	1406
513	17/06	Reels Ambient	46	02	01	02	615	573
514	17/06	Reels Imagens lindas	29	04	08	02	629	632
515	17/06	“Vacinação de moradores...”	42	0606	02	05	973	736
516	18/06	@juliagabriela	102	10	06	02	1339	1294
517	18/06	Reels Mais direta	36	02	0	03	687	620
518	18/06	Arraial da Vacina	56	03	10	04	1143	1071
519	19/06	“Doses de amor...”	63	02	0	04	7676	741
520	19/06	Reels “vontade muita...”	69	02	12	03	1264	1196
521	19/06	“Vacinação...”	41	0	0	02	659	530
522	19/06	Reels 50000 mortes	51	24	22	04	1207	1193
523	19/06	Busca Ativa	101	04	02	05	1042	975
524	20/06	Caracol	58	0	0	03	640	617
525	20/06	“Todo respeito...”	52	0	06	02	711	676
526	20/06	Reels Samu	72	03	0	03	915	931
527	20/06	Reels HGV	134	16	10	04	2019	2014
528	20/06	Água Branca	129	05	01	06	1385	1220
529	21/06	Nando Motta	82	0	08	05	884	816
530	21/06	“Levando Gotas...”	66	08	02	03	1038	864
531	21/06	Reels Hospital São Marcos	74	04	0	03	683	779
532	22/06	Reels Clowsimergency	61	05	18	04	1145	966
533	23/06	Reels Busca Ativa	44	02	06	02	824	794
534	23/06	“Brasil bate recorde diário...”	30	0	02	02	410	403
535	23/06	Cajueiro da Praia	78	09	02	03	5656	851
536	24/06	Prefeitura de Oeiras	37	06	0	02	637	564
537	24/06	Reels Santa Luz	211	22	27	06	3143	295 9
538	24/06	“Maior amor do mundo...”	41	04	10	04	162	402
539	25/06	Vídeo “Quando temos fé...”	34	06	06	04	421	402
540	25/06	“Até o Zé Gotinha...”	48	01	0	02	800	773
541	25/06	Reels São João do Piauí	27	0	0	02	602	516
542	25/06	Busca Ativa	69	04	02	03	672	634
543	26/06	#Repost @biotecnologia	50	0	28	04	377	934
544	26/06	Reels “com fé...”	46	0	04	02	233 6	2310 8
545	27/06	Campo Maior	85	09	03	05	1050	100 8

REDE PIAUÍ SEM COVID. O Eu Jornalista contra a pandemia – Yasmim Cunha

546	27/06	Reels “Às anjas...”	29	0	04	02	610	565
547	27/06	Capitão de Campos	67	10	06	03	1056	1016
548	28/06	“Ações, humanizações...”	57	06	08	02	741	709
549	29/06	Ilha Grande	37	02	04	02	545	515
550	29/06	“A emoção do labor...”	131	07	12	04	1404	1299
551	30/06	Reels Natal	17	01	03	02	163	403
552	30/06	Reels UTI	54	15	10	02	279	593

Formato: 148 mm X 210 mm

Fonte: Georgia, 11, 12, 14 e 18.

Papel miolo: alcalino 75 g/m²

Papel capa: Cartão Supremo, 250 g/m²

Impressão: E-book

O Eu Jornalista contra a pandemia

REDE PIAUÍ SEM COVID

YASMIM HELLEEN CUNHA

Este livro é originário de uma pesquisa acadêmica envolvendo o método netnográfico, em que o jornalista, no caso a autora Yasmim Cunha, insere-se no ambiente de feitura das mediações informacionais, realizando uma pesquisa densa e cheia de curiosidades como foi o combate à pandemia da COVID-19 no território piauiense por meio da utilização da Rede Piauí Sem COVID no Instagram. O trabalho é fruto da primeira pesquisa monográfica apresentada no curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí - campus Poeta Torquato Neto, em Teresina.



editora.uespi.br