

A rede de solidariedade, ação e esperança entre profissionais da área de saúde na atuação e combate à COVID-19 no Piauí por meio do *Instagram*

The network of solidarity, action and hope among health professionals in acting and fighting COVID-19 in Piauí state through Instagram

ORLANDO MAURÍCIO DE CARVALHO BERTI¹

RESUMO

Como ocorre o cuidar em tempos de pandemia da COVID-19? Quem são os profissionais que cuidam, como agem, se comunicam e irradiam ideias em tempos tão importantes de conscientização coletiva sobre os efeitos da maior pandemia dos últimos cem anos? É nessas respostas e análises sobre o fenômeno da rede de solidariedade, ação e esperança entre os profissionais de saúde que combateram, combatem, atuaram e atuam contra a pandemia que trazemos este estudo. Ele tem como lugar de reflexão o Piauí, refletindo as ações via *Instagram* da rede *Piauí Sem Covid* (@piauisemcovid). É feito um estudo de caso para explicar o fenômeno e mostrar as narrativas midiáticas de atuação nacional e alternativa sobre acolhimento, reflexões e ações desses profissionais no

período pandêmico. Destacamos que a utilização de uma rede virtual foi ponto para agregar ideias, de solidarizar os profissionais e mostrar o quanto merecem ser respeitados e reconhecidos.

PALAVRAS-CHAVE: Narrativa midiática; COVID-19; rede de solidariedade; Instagram; Piauí.

ABSTRACT

How does care take place in times of the COVID-19 pandemic? Who are the professionals who care, how they act, communicate and radiate ideas in such important times of collective awareness about the effects of the greatest pandemic of the last hundred years? It is in these responses and analyzes about the phenomenon of the solidarity, action and hope network among health professionals who fought, fight, acted and act against the pandemic that we bring this study. It has as its place of reflection Piauí, reflecting the actions via Instagram of the Piauí Sem Covid chain (@piauisemcovid). A case study is made to explain the phenomenon and show the media narratives of national and alternative action on welcoming, reflections and actions of these professionals in the pandemic period. We emphasize that the use of a virtual network was a point to aggregate ideas, to show solidarity to the professionals and to show how much they deserve to be respected and recognized.

KEYWORDS: Media narrative; COVID-19; solidarity network; Instagram; Piauí state.

INTRODUÇÃO

O ano de 2020 e nem este 2021 não passarão incólumes entre parte da população mundial. Entre tantos problemas relacionados às questões bélicas, políticas, ambientais, sociais, educacionais e de saúde, o vigésimo ano do século XXI praticamente divide uma era.

Apesar de estar em processo de sistematização histórica, 2020 será marcado durante muito tempo como o “Ano da COVID”. Neste e nos próximos anos, muita discussão, avanços de várias teorias (algumas da conspiração, inclusive) trarão lições e mais pontos de debate. Esperemos que as consequências de tudo o que foi gerado nesse período tra-

ga mais empatia, compreensão ao próximo e atuação na necessidade em valorizarmos mais a vida e a verdade.

Entremeio à doença da COVID-19, irradiada mundialmente entre o fim do ano de 2019 e início de 2020 e ainda reverberando neste 2021, as narrativas midiáticas mudaram. A pandemia trouxe novos normais, transformou a forma de encarar e se deslocar pelo Mundo, bem como modificou o olhar e o consumo midiático entre as pessoas e as próprias notícias; estas ganharam tons diferentes, nem sempre positivos e coletivos, instigando ao próprio campo comunicacional desafios de explicar o fenômeno e promover debates mais precisos.

Este artigo é uma resposta direta às questões pandêmicas. É uma forma não niilística, mas comunicacional, empírica e reflexiva de trazer um caso, acompanhado desde o período pandêmico, sobre a rede informal de solidariedade, ação e esperança envolvendo profissionais da área de saúde, capitaneado pela comunicação, principalmente por meio da rede social imagética Instagram.

Tem-se como lugar de aplicação e estudo desse caso o território piauiense. Segundo o IBGE (2020), o estado do Piauí tinha uma população estimada para o final de 2020 em 3.281.480 habitantes e extensão territorial de 251.756,51 quilômetros quadrados. É a 11ª maior unidade federativa do Brasil. Sua área é equivalente a três vezes o tamanho de Portugal.

Problematiza-se a partir das respostas de: como ocorre o cuidar em tempos de pandemia da COVID-19? Quem são os profissionais que cuidam, como agem e, principalmente, como se comunicam e irradiam suas ideias em tempos tão importantes de conscientização coletiva sobre os efeitos da maior pandemia dos últimos cem anos?

Objetiva-se mostrar, refletir, analisar e destacar as questões trazidas pela Rede Piauí Sem Covid no Instagram, endereço: *@piauisemcovid*, e suas reflexões sobre as narrativas midiáticas em tempos de pandemia, tendo-se como lócus de reflexão o estado do Piauí.

Justifica-se a feitura deste artigo a partir da própria responsabilidade profissional e também acadêmica de oferecer-se respostas e reflexões sobre questões do período pandêmico. A proximidade com profissionais que estão na linha de frente do combate à pandemia, suas histórias, atitudes e comunicabilidades foram pontos de justificativas de entender essas narrativas e, principalmente, de trazê-las por meio de virtualizações, já que as formas comunicacionais tradicionais do cara a cara foram praticamente impedidas por causa

das próprias questões do distanciamento social, uma das maneiras mais prósperas de combate à pandemia que, até o final da escrita deste artigo ainda não tinha vacinação comprovada e socializada em termos mundiais.

Metodologicamente é feito um caminho via estudo de caso, balizados nos preceitos de Robert Yin (2005), no saber contar e destacar a evidência de um fenômeno. É feito uma pesquisa exploratória e de campo virtual, tendo como lócus o Instagram da Rede. O marco temporal do trabalho reside na análise de quase quatro meses das narrativas midiáticas do Piauí Sem Covid, entre maio e outubro de 2020, entremeio aos picos da expansão, platô e retorno dos casos da COVID-19 no Piauí.

Até o marco temporal de finalização do trabalho, no final de outubro de 2020, a pandemia ainda era uma realidade e permanecia preocupante no estado. Segundo a Secretaria de Saúde do Piauí (2020), até o último final de semana de outubro o estado estava com mais de 110.000 casos confirmados (como se 3,35% da população do estado fosse contaminada), com 2.340 mortes (média móvel de quase dez mortes/dia) e quase 108.000 recuperados. Nesse mesmo período já havia sido testada mais de 360.000 pessoas no estado.

Para fins de melhor entendimento e sistematização do que é trazido neste artigo optou-se dividi-lo em três capítulos. O primeiro, *"A COVID-19 e os novos normais"* procura trazer dados sobre a pandemia e, em termos contemporâneos, discutir sobre as questões dos chamados novos normais, engendrados pelas sociabilidades contemporâneas durante a pandemia e no que pode ser chamado de convivência com a pandemia, visto que não há uma previsão que não antes do fim de 2020 haja um fim para as questões da COVID-19. O segundo capítulo, *"A Comunicação e seu poder de ação, esperança e solidariedade. Vivências para novas narrativas midiáticas"*, faz uma reflexão conceitual sobre as questões da pandemia e as possibilidades e ações de narrativas comunicacionais e midiáticas daqueles novos normais destacados no capítulo anterior. O terceiro capítulo, *"Empiria e reflexões sobre a rede de solidariedade, ação e esperança entre profissionais da área de saúde na atuação e combate à COVID-19 no Piauí por meio do Instagram"*, traz as questões empíricas e reflexivas do artigo mostrando o quanto as contribuições comunicacionais para a área são importantes, válidas e necessárias em tempos de tanta premência de exacerbação das narrativas midiáticas.

A COVID-19 E OS NOVOS NORMAIS

A sociedade, em suas dinamicidades, multiplicidades e pluralidades, nos campos comunicacional, cultural e social, muda, evolui, às vezes entra em espirais, mas sempre tem evoluído e progredido sentidos diferenciais. Notamos avanços ao longo dos séculos, décadas e anos, mediante mostrar a hegemonia humana no planeta Terra.

Mas o ano de 2020 trouxe sociabilidades que nem o mais apocalíptico escritor ou roteirista de filmes e séries poderia imaginar. Entre as dicotomias já tão propagadas comunicacionalmente, o último ano da segunda década do século XXI, começaria com a ameaça de um problema mundial de saúde. Termina com a certeza de que ele é real. E dessa vez, ao contrário das outras pandemias registradas entre o meio do século XX e início deste, a doença trazida pelo coronavírus realmente nos atingiu em escala planetária e promoveu estragos em praticamente todos os campos sociais.

Oficialmente a pandemia foi confirmada em 11 de março. A partir desta data a COVID-19 era pandêmica no planeta (OPAS, 2020).

A COVID-19, segundo KOPMANS *et al* (2020), foi registrada oficialmente pela primeira vez no final de 2019 em Wuhan (ou Uane), capital da província de Hubei (localizada a 1.153 quilômetros de Pequim), na região central da China, em uma das áreas mais estratégicas economicamente do mais populoso país do Mundo.

Ganhou proporção asiática ainda no fim de 2019 e no início de 2020 teve o status pandêmico após atingir, além da Ásia, a Europa, as Américas, a Oceania e a África. Ela é pandêmica por conta de atingir praticamente todo o Mundo e ter fácil disseminação. "A doença causada pelo novo coronavírus recebeu a denominação COVID-19, em referência ao tipo de vírus e ao ano de início da epidemia: *Coronavirus disease – 2019*" (CRODA; GARCIA, 2020, p. 1).

Até a última semana de abril de 2021 (marco temporal de finalização deste artigo) a pandemia já tinha atingido, segundo a Johns Hopkins University (2021), que faz monitoramento em tempo real dos dados pandêmicos, mais de 143.000.000 de pessoas, sendo quase 14.000.000 no Brasil (terceiro colocado mundialmente e detentor de quase 10% de todos os casos no Planeta). A COVID-19, nesse mesmo período, já tinha matado outras 3.050.000 pessoas. Destas, mais de 375.000 eram no Brasil (segundo colocado mundialmente).

Economicamente a pandemia, segundo o G1 (2020), já tinha provocado prejuízos para quatro em cada dez empresas do Brasil.

Desde os primeiros relatos da COVID, no início de 2020, o assunto ganhou cobertura midiática. Primeiro por atingir a China de maneira inexplicada e depois por se espalhar pela Ásia. Ao se tornar uma epidemia asiática as narrativas mudaram e ganharam novos tons. Mas, no Brasil, era outra das epidemias respiratórias asiáticas, tão comuns aparecerem, de tempos em tempos, no noticiário.

Após o período carnavalesco do Brasil (ocorrido neste 2020 entre 21 e 25 de fevereiro de 2020, com forte cobertura – natural por sinal – da alegria, folia e curiosidade de um dos períodos mais aguardados pelos brasileiros – para festejar e/ou descansar) a pandemia começou a ganhar cobertura diária, cada vez maior em todos os meios de comunicação social.

Ligava-se um canal de TV ela estava nos noticiários dos programas de maior audiência. Ouvia-se um radiojornal ou programa de entretenimento, era COVID, COVID e COVID. Capas e mais capas de jornais e revistas estavam o assunto. Muitas eram de matérias especiais. A Internet, entre seus sites noticiosos e de entretenimento pautavam, traziam, mais e mais, coberturas. E tudo isso era reverberado, tanto nas notícias verdadeiras quanto nas já proliferadas *fake news*. Era impossível não ouvir falar da doença.

As narrativas, em um primeiro momento, foram de coberturas internacionais, mostrando, depois da China e Ásia, o caos na Europa Ocidental, principalmente na Itália. Em março o noticiário internacional sobre a pandemia dividiu espaço com o registro dos primeiros casos do País.

Entre abril e, pelo menos, até agosto, mês que representou o marco da centésima milésima morte no País, a cobertura da COVID em todos os meios comunicacionais brasileiros ocupava, pelo menos, um terço da programação. Os casos da doença, suas histórias, mortes, recuperações, polêmicas políticas entre gestores e também nas questões econômicas faziam parte de uma pauta repetida. Parecia que víamos, dia após dia, as mesmas narrativas. A tal curva de contaminação aumentava. Somente em setembro é que registrou-se as primeiras quedas, inclusive de mortes (as mais aguardadas).

O Jornalismo ganhou mais notoriedade por ser um dos poucos conteúdos sem repetições. Até o esporte, que sempre deu boa audiência na maioria dos meios, também foi paralisado. O entretenimento foi pelo mesmo caminho.

Quando chegamos ao final de outubro de 2020 e o agendamento da COVID permanecia na mídia brasileira. Naquele período havia perdido

os espaços de ter até metade do tempo dos telejornais e rádio jornais e contrasta com as narrativas também do esporte e, principalmente da política. Mas tudo iria mudar com a segunda onda da doença, em 2021. Mais mortal e mais caótica.

Entre dinheiro na cueca, operações policiais cinematográficas e o cotidiano, permanecíamos vendo assuntos da COVID e nada do fim da mesma. Até a questão da tão aguardada vacinação também entrou nos debates e polêmicas.

Entre o factual e o reflexivo dos novos normais, sábios que as narrativas midiáticas podem abarcar os dois caminhos, optamos, inclusive como recurso metodológico, para refletir sobre o poder de ação comunicacional, de esperança e solidariedade.

Fora do mundo dos meios de comunicação hegemônicos, de debates e notícias quase sempre trazendo o mesmo drama, entremeio ao isolamento social forçado pela pandemia, muitas ideias boas e trabalhando narrativas mais sólidas, menos efêmeras e mais diferenciais, foram aparecendo.

As redes sociais virtuais foram os caminhos escolhidos. São dessas perspectivas que falaremos a partir de agora e os interpelaremos frente às questões dos novos normais das narrativas midiáticas.

A COMUNICAÇÃO E SEU PODER DE AÇÃO, ESPERANÇA E SOLIDARIEDADE. VIVÊNCIAS PARA NOVAS NARRATIVAS MUDIÁTICAS

É inegável o poder a Comunicação frente aos acontecimentos. Contemporaneamente ela forma, informa, instiga, publiciza, incita, destaca, polemiza, educa e cidadania.

Como seres humanos que somos, com dotação de raciocinar, pensar, evoluir e usar a inteligência (só para citar alguns dos nossos sentidos e possibilidades de narrativas), notamos que a própria evolução das ações, esperanças e solidariedades são mais que prementes em período de novos normais.

Juan Dias Bordenave (1983) destacava, já no século passado, que a comunicação é uma das maneiras que os seres humanos se relacionam entre si. Ele também destaca que a comunicação humana é apenas uma parte de um processo ainda mais amplo – processo de informação – fazendo parte de outro procedimento de organização.

Esses preceitos remontam principalmente que os processos comunicacionais instigam uma coletividade, e essa coletivização é justamen-

te a maneira pela qual os seres humanos encontram para evoluir, ampliar suas ideias e tentar construir uma sociedade melhor.

Eduardo Duarte (2003, p. 42-43) enfatiza que a palavra comunicação deriva do latim *communis*, do qual origina a palavra comum, sendo que esse termo quer dizer pertencente a todos ou a muitos. “Dessa mesma raiz latina surge a palavra *comunicare*, origem de *comungar* e *comunicar*. Num novo desdobramento dessa raiz, ainda no latim, chegamos a *communicationis*, que indica ideia de tornar comum”. Em um macro conceito, Eduardo Duarte (2003, p.v43) define comunicação como pertencente a muitos, *comungar*, *tornar comum*, *estar em relação de que se associam*. Esses preceitos teóricos terminam por provar o quanto a Comunicação pode realmente ser múltipla e ter a possibilidade de promoção de variados sentidos e interações, principalmente em prol do coletivo.

A comunicação, na visão de Dominique Wolton (2010, p. 11), traz a relação com o outro; e, na maior parte do tempo, “não consiste em compartilhar pontos de vista comuns entre indivíduos livres e iguais, mas em organizar a convivência entre visões de mundo frequentemente contraditórias” (WOLTON, 2010, p. 87).

Por sua vez, em outro conceito do que é comunicação, Lucien Sfez (2000, p. 38) a destaca no sentido de *comerciar*, *relacionar*, *comungar*, *estabelecer relações*, *ações*, *bem como fazer parte*, *compartilhar ideias* ou *interesses*.

Frank Dance (1967, p. 365) afirma que a comunicação é a *estimulação de uma resposta*.

Para David K. Berlo (1972, p. 11), a comunicação é tudo aquilo “a que as pessoas possam atribuir significações”.

Em término da segunda década do século XXI, entremeio às questões pandêmicas da COVID-19, como foram relatados no capítulo anterior, enfatizamos uma real necessidade do retorno do pensamento ao outro, à solidariedade, à cosmovisão da própria questão do conceito e vivência de uma Comunicação Social.

Mediante o exposto, apresentamos o caso emblemático, da pesquisa-ação, retratada por meio de estudo de caso, sobre a Rede Piauí Sem Covid, uma tentativa comunicacional, de agregação virtual, para refletir sobre ações do cuidar e do cuidar de quem cuida, feito por projeto acadêmico de mobilização de atores interligados diretamente no combate à pandemia da COVID-19 no estado do Piauí.

EMPIRIA E REFLEXÕES SOBRE A REDE DE SOLIDARIEDADE, AÇÃO E ESPERANÇA ENTRE PROFISSIONAIS DA ÁREA DE SAÚDE NA ATUAÇÃO E COMBATE À COVID-19 NO PIAUÍ POR MEIO DO *INSTAGRAM*

Afinal, quem cuida de quem cuida? Quem está agindo pelas pessoas que estão na linha de frente de combate à pandemia de COVID-19?

Foi assim que, em março de 2020, no início da pandemia, professores e acadêmicos do curso de Bacharelado em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí (campus das cidades de Teresina, capital, e de Picos, Sertão do estado, a 307 quilômetros da capital) decidiram fazer uma série de estudos sobre as relações comunicacionais, suas repercussões, reflexões e vivências acerca do combate à pandemia no estado.

O Piauí, como dito na parte introdutória deste artigo, tem dimensões de países. Inclusive, se fosse um país, estaria no grupo dos 25% com maiores territórios do planeta. Formar uma unidade e um pensamento refletindo questões estaduais era o primeiro grande desafio do projeto.

Mediante experiências pessoais dos responsáveis pela pesquisa e de suas ligações também com profissionais de saúde e vendo uma gama de estudos ligados para a cobertura midiática propriamente dita da pandemia, decidiu-se, por meio de um projeto de pesquisa-ação montar a Rede Piauí Sem Covid.

Essa rede seria virtual não só por conta da logística empregada em cobrir o Piauí, que, de Norte a Sul, entre os seus 224 municípios, tem extensão de mais de 1.400 quilômetros.

Buscou-se com a rede: implementar uma hub de divulgação e solidariedade, entre entes públicos e privados do Piauí, notadamente da área de saúde, para vivências coletivas na feitura de conteúdos relacionados ao combate e prevenção à pandemia do COVID-19 nos 12 territórios de desenvolvimento piauiense (Carnaubais; Chapada das Mangabeiras; Chapada Vale do Rio Itaim; Cocais; Entre Rios; Planície Litorânea; Serra da Capivara; Tabuleiros do Alto Parnaíba; Vale do Canindé; Vale do Guaribas; Vale do Sambito e Vale dos Rios Piauí e Itaueira), abarcando todos os municípios do estado.

Procurou-se também incentivar a solidariedade e colaboração, via mecanismos virtuais (Whatsapp e Instagram) para a troca de expertises e experiências sobre segurança do trabalho do estado para o combate e prevenção à pandemia; recomendar, entre entes públicos e privados do Piauí, respeitando as regionalidades e características dos

territórios de desenvolvimento, ações coletivas da segurança do trabalho durante o combate e prevenção à COVID-19 no estado; mapear a aplicação e vivência durante o combate e prevenção à pandemia da COVID-19 no Piauí nos territórios de desenvolvimento.



Figura 1: CAPA DO INSTAGRAM @piauisemcovid
FONTE – www.instagram.com.br/piauisemcovid

A ferramenta Whatsapp mostrou-se interessante para o recebimento de conteúdos, enquanto a ferramenta Instagram foi interessante para a divulgação desses materiais.

As metas do Piauí Sem Covid foram: implementar a Rede no espaço de dois meses, a contar maio de 2020; vivenciar a Rede com consequências práticas, no máximo, a partir do segundo mês; refletir coletivamente a melhoria, para construção de materiais e produtos de segurança do trabalho, no prazo a partir do segundo mês; deixar uma herança acadêmica e social dos trabalhos da Rede, em termos públicos e privados, a partir do quinto mês de implementação dos trabalhos.

Metodologicamente a Rede utiliza-se de pesquisas de cunho quanti-qualitativa, empregando procedimentos de pesquisa com levantamentos de campo virtual, por meio do incentivo de agentes públicos e privados do estado do Piauí para a implantação, organização, vivência e avaliação da Rede de Solidariedade de Segurança do Trabalho no Combate e Prevenção à Pandemia de COVID-19 no

Piauí, o que representam, na prática, a feitura de manuais de segurança sobre essa questão pandêmica.

Para isso foram tidas como fases da execução da Rede: seu destaque e divulgação por meio de um perfil no aplicativo Instagram (@piauisem-covid) e da utilização do Whatsapp, por disparos de mensagens e recepção de materiais via conta comercial, no telefone (86) 9 8133 1012.

Os mesmos são administrados pelos membros da equipe do projeto: dois professores e uma aluna de Jornalismo.

Uma das técnicas de divulgação é a postagem direta, nas primeiras semanas para atingir o máximo de público, para a Rede ser conhecida e receber mais conteúdos. Outro ponto da execução da mesma está na construção de conteúdos advindos dos agentes que estão na linha de frente do combate à pandemia, bem como a vivência das temáticas. A formação comunicacional da equipe da pesquisa está presente para a filtragem dos conteúdos apresentados, bem como a correta socialização em termos jornalísticos e científicos do material.

Esses materiais fizeram parte de manuais práticos para a socialização das ideias da pesquisa, realizadas em conjunto com equipe de pesquisadores da área de saúde ligados à UFPI – Universidade Federal do Piauí, como o livro *Atualidades de condutas para segurança do trabalho em época de COVID-19*, de Leonardo Torres-Leal, João Marcelo Sousa e Orlando Berti (2021).

Depois foram avaliados os materiais apresentados, com a feitura de relatórios, debate com os membros da Rede, bem como apresentação de todo o material colhido.

Foram feitos trabalhos específicos visando as peculiaridades dos 12 territórios de desenvolvimento do Piauí.

Também, metodologicamente se fez necessário conhecer os territórios de desenvolvimento do Piauí. Partimos da classificação do Governo do Estado do Piauí a partir da Lei Complementar número 87, de 22 de agosto de 2007 (PIAUI, 2020), que trata sobre o Planejamento Participativo Territorial para o Desenvolvimento Sustentável do Estado.

Esses dados são prementes para mostrar-se e justificar-se a magnitude e necessidade da criação, ação e implementação da Rede.

Em termos analíticos, buscou-se resultados a partir de três pontos básicos: formação da Rede; funcionamento da Rede; herança da Rede.

Quando foi pensado na formação da Rede, pontuou-se que ela é instigada com o mapeamento dos territórios de desenvolvimento do

Piauí; com pré-identificação de possíveis agentes de segurança do trabalho no combate e prevenção à pandemia nesses territórios de desenvolvimento, com buscas virtuais e por meio de solidariedade de atuações nas redes, vivenciando, via sistema de indicação e de mobilização esses agentes; com a potencialização da Rede por meio do aplicativo de mensagens instantâneas Whatsapp sobre segurança do trabalho para prevenção e combate ao COVID-19; com a potencialização dos discursos, da rede de solidariedade e de informação via Instagram acerca de segurança do trabalho para prevenção e combate ao COVID-19.

Esta interface trouxe os primeiros resultados, principalmente agregando profissionais de saúde e outras redes de solidariedade ao perfil do Instagram da Rede piauiense. O fortalecimento via aplicativo Whatsapp também foi premente. A interligação está entre contar histórias, destacar fatos, provando que as novas narrativas midiáticas, pandêmicas e pós-pandêmicas, são possíveis sim, inclusive entre as redes alternativas de Comunicação sem passar, necessariamente, pelos meios hegemônicos. Aliás, a Rede recebeu boa cobertura midiática de sites jornalísticos, veículos impressos e televisivos.

Quando foi pensado o funcionamento da Rede, pontuou-se que ela proporciona: a agregação de valores, de troca de mensagens, de informação e, principalmente de uma maior consciência, primeiro entre os membros de empresas públicas e privadas sobre manuais informais de segurança do trabalho para prevenção e combate ao COVID-19; o mapeamento dos territórios com maior e menor abrangência e participação da Rede; muitos debates na Rede, via grupos de Whatsapp institucionalizados no sentido de troca de expertises locais, regionais, nacionais e até internacionais sobre segurança do trabalho e criação de manual virtual (via Instagram) para prevenção e combate ao COVID-19; a socialização dos resultados científica, social e midiaticamente, visto que bons exemplos podem ser inspiradores para outras partes do País e até do Mundo.

Nota-se, em termos de resultados, em pleno combate à pandemia, que é mais que premente a questão de redes que possam trazer solidariedade e esperança. Com o passar dos dias, das semanas e até dos meses, entremeio a casos que se multiplicam, são notáveis os esgotamentos físicos e mentais de quem está na linha de frente.

Ainda se nota um aumento da pressão de parte da população para o retorno aos trabalhos e funcionamento normal dos serviços, principalmente pelos que estão mais afetados financeiramente.

Outro ponto a ser levado em conta nos trabalhos da Rede é pensar e agir sobre a questão da contaminação dos profissionais, tornando mais ainda seus trabalhos com potencial de estresse e de maior necessidade de visão midiática (no caso da Rede estudada) para esse público. É preciso mostrar, principalmente, pelo que vivem esses profissionais, o que é realmente estar na linha de frente.

Quando pensamos da herança da Rede, residimos em vivenciar e deixar: ferramentas e expertises que ajudem na prevenção de possíveis novas pandemias e, inclusive, no próprio enfrentamento e ação a epidemias já existentes, recorrentemente presentes nos territórios de desenvolvimento do Piauí e prementes de serem prevenidas e debatidas. Se isso é feito em conjunto, sempre há melhores resultados.

O que a Rede já deixa de consequências e reflexões é que há um fluxo muito grande e necessário de informações, principalmente que precisam ser circundantes, para abranger o público a que ela se destina, bem como a população em geral, como fontes alternativas e de significação dos atuais esforços para o combate à pandemia.

Não se veicula no perfil da Rede tratamentos milagrosos, nem muito menos questões de querelas político-ideológicas, mas sim da importância do que, cientificamente, está constatado e da questão dos dados por meios oficiais, notadamente acadêmicos.

As consequências práticas e o trabalho da Rede serão destacados nas considerações de todo o material apresentado neste artigo.

CONSIDERAÇÕES

Considera-se, principalmente, a partir das próprias respostas do que a Academia e seus atores podem fazer, em momento tão essencial em prol da própria sociedade, notadamente envolvendo profissionais da área de saúde. Consideramos, também, que respostas foram e permanecem sendo dadas, questionamentos estão sendo feitos e que muitos trabalhos não caíram no niilismo e na simples reclamação.

Por mais que o momento seja delicado, que nossos sentimentos estejam à flor da pele, que tenhamos visto muitas mortes estúpidas e muitos ruídos no próprio tratamento estatal e midiático da pandemia, temos de acreditar nas ações edificantes.

No próprio Piauí vemos o trabalho de utilização do próprio Instagram, como retrata Orlando Berti (2020) na ação das redes de solidariedade e esperança contra a pandemia.

É necessário acreditar nas possibilidades dos próprios meios de comunicação em termos de edificação e constituição de novos pensamentos. E também acreditarmos na própria questão e ação das pautas instigadas pelos atos dessas redes alternativas. A maioria dela é alimentada por profissionais de saúde, profissionais de imprensa e pessoas ligadas com a razão humanitária de fazer bem ao próximo.

As redes sociais, guardadas suas devidas proporções de não atingirem por completo toda a população nacional, valendo também para o próprio estado do Piauí. Mas elas não podem ser deixadas de lado no processo e, muito menos, na maneira de atingir formadores de opinião que podem retransmitir conhecimento e novas narrativas para suas comunidades e grupos.

Com a chegada das aulas remotas ao público estudantil e a necessidade de conexão para a maioria das atividades, bem como os trabalhos em home office, também necessitados de conectividade para a maioria dos seus atores e até pela busca de informações, novidades e outros questionamentos dos economicamente afetados pela pandemia, os assuntos do tipo tiveram oportuna perspectiva para narrativas midiáticas.

É fato que a Rede Piauí Sem Covid não é, nem foi e será, a solução dos problemas, mas, muitas vezes, ao menos o que foi visto no estudo de caso. Mas, as próprias reflexões das narrativas midiáticas encontradas no Instagram (@piauísemcovid) destaca-se que houve um esforço de regionalizar narrativas, procurando elencar todos os municípios do Piauí, bem como, de maneira institucional e pessoal, valorizar principalmente os profissionais da área.

O entendimento e humanização desse trabalho foi uma maneira de reverberar, principalmente por conta das quase quatrocentas postagens da Rede, das histórias contadas, das narrativas textuais, hipertextuais, imagéticas estáticas e dinâmicas (fotos e vídeos) e da utilização de praticamente todas as ferramentas proporcionadas pelo Instagram para os atos e reflexões que é possível, sim, sairmos mais irmanados, informados e respeitosos do cuidar e do cuidar de quem cuida nesse processo.

Passado quase um ano da instalação da Rede vemos que ainda há muito a ser feito no estado no combate da pandemia. A chegada da vacina traz esperanças e continua sendo agendada nos trabalhos, principalmente na tentativa de continuarmos a dar respostas à sociedade sobre os fenômenos contemporâneos.

REFERÊNCIAS

BERLO, David K. **O processo da comunicação**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1972.

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

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho; SOUSA, João Marcelo de Castro e; TORRES-LEAL, Francisco Leonardo. **Atualidade de condutas para segurança do trabalho em época de COVID-19**. Teresina: EdUESPI, 2021.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **Além dos meios e mensagens**: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. Petrópolis: Vozes, 1983.

CRODA, Julio Henrique Rosa; GARCIA, Leila Posenato. **Resposta imediata da Vigilância em Saúde à epidemia da COVID-19**. Brasília: Revista Epidemiologia e Serviços de Saúde, v. 29, n. 1, 2020, pp. 01-02.

DANCE, Frank E. X. Para uma teoria da comunicação humana. In: DANCE, Frank E. X. (Org.). **Teoria da comunicação humana**. São Paulo: Cultrix, 1967.

DUARTE, Eduardo. Por uma epistemologia da comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de Lopes. **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

G1. **Pandemia provocou prejuízos para 4 em cada 10 empresas em julho, diz IBGE**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/08/18/pandemia-provocou-prejuizos-para-4-em-cada-10-empresas-em-julho-diz-ibge.ghtml>>. Acesso em: 01.out.2020.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Dados sobre o Piauí**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pi.html>>. Acesso em: 24.out.2020.

INSTAGRAM. **Rede Piauí Sem Covid**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/piauisemcovid/>>. Acesso em: 24.out.2020.

JOHNS HOPKINS UNIVERSITY. **Coronavirus resourch center**. Disponível em: <<https://coronavirus.jhu.edu/map.html>>. Acesso em: 20.abr.2021.

KOPMANS, Marion; MUNSTER, Vicent J.; VAN DOREMALEN, Neeltje; VAN RIEL, Debby. **A novel coronavirus emerging in China – key questions for impact assessment**. Massachusets: The New England Journal of Medicine, ed. 382, n. 8, 2020, pp. 692-694.

OPAS – ORGANIZAÇÃO PANAMERICANA DE SAÚDE. **OMS afirma que COVID-19 é agora caracterizada como pandemia**. Disponível em: <https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6120:oms-afirma-que-covid-19-e-agora-caracterizada-como-pandemia&Itemid=812>. Acesso em: 01.out.2020.

PIAUÍ. **Lei Complementar Nº 87 de 22/08/2007**. Estabelece o Planejamento Participativo Territorial para o Desenvolvimento Sustentável do Estado do Piauí e dá outras providências. Disponível em: <<http://legislacao.pi.gov.br/legislacao/default/ato/13144>>. Acesso em: 18.out.2020.

SECRETARIA DE SAÚDE DO PIAUÍ. **Painel epidemiológico Covid-19 – Piauí**. Disponível em: <<https://datastudio.google.com/reporting/a6dc07e9-4161-4b5a-9f2a-6f9be486e8f9/page/2itOB>>. Acesso em: 24.out.2020.

SFEZ, Lucien. **Crítica da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2000.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

NOTAS

¹ Professor, pesquisador e extensionista dos cursos de Jornalismo e Comunicação Social da UESPI – Universidade Estadual do Piauí. Pós-doutorado em Comunicação, Região e Cidadania. Doutor e Mestre em Comunicação Social