

## A “Rede Piauí Sem Covid” dois anos depois. Consequências pós-pandêmicas nas atuações em combater a Covid-19 via Instagram<sup>1</sup>

Maria Clara Machado Guimarães de SOUSA<sup>2</sup>  
Orlando Maurício de Carvalho BERTI<sup>3</sup>  
Universidade Estadual do Piauí, Teresina (PI)

### RESUMO

Este artigo avalia o impacto da “Rede Piauí sem Covid” (@piauisemcovid) no combate à Covid-19 por meio do Instagram, após mais de dois anos de pandemia. Neste estudo, entenderemos como as redes sociais influenciaram as pessoas e forneceram informações atualizadas sobre o vírus, variantes, novas regras e vacinação, já que o novo cenário exigiu uma rápida modificação de hábitos, bem como a comunicação teve que se reinventar e como a internet se tornou a principal forma de disseminação de informações e conscientização. Foi neste contexto que surgiu a “Rede Piauí sem Covid” com o objetivo de veicular informações importantes, desmistificar fake news e orientar a população sobre o funcionamento das organizações de saúde. Os professores e alunos do curso de Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí – esentiram a necessidade de tomar atitudes em relação à pandemia, realizando este experimento que utiliza o Instagram como plataforma de compartilhamento e interação com o público. Foi através dessa iniciativa, que buscou-se engajar a população, fornecendo atualizações e monitorando estratégias de combate à pandemia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Rede Piauí Sem Covid, Instagram, Covid-19, comunicação e saúde.

### Introdução

A situação da pandemia da Covid-19 trouxe muitas reflexões e aprendizados, principalmente sobre as consequências que essa crise global poderia gerar. Diversos setores foram afetados, incluindo a comunicação e o jornalismo (e suas sub-áreas), que foram duramente impactados durante esse período, tendo que se adaptar e buscar formas de atingir o público mesmo estando em isolamento. A partir dessa nova realidade, o projeto “Rede Piauí Sem Covid” surgiu da necessidade de pensar e agir diante da

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Júnior – II06 – Interfaces Comunicacionais do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

<sup>2</sup> Acadêmica de Jornalismo na UESPI – Universidade Estadual do Piauí – campus Poeta Torquato Neto (Teresina – PI). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação Alternativa, Comunitária, Popular e Tecnologias Sociais da UESPI. Bolsista de Iniciação Científica do CNPq. E-mail: [mariaclsousa@aluno.uespi.br](mailto:mariaclsousa@aluno.uespi.br)

<sup>3</sup> Professor efetivo (Adjunto III – DE) dos cursos de Bacharelado em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí, campus Poeta Torquato Neto (em Teresina – PI) e Professor Barros Araújo (em Picos – PI). Pós-doutor em Comunicação, Região e Cidadania pela UESP – Universidade Metodista de São Paulo. Doutor e Mestre em Comunicação Social pela UESP, com estágio doutoral na UMA – Universidad de Málaga, na Espanha. É líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação Alternativa, Comunitária, Popular e Tecnologias Sociais da UESPI. Desenvolve atualmente pesquisas sobre mediações, questões comunicacionais do Sertão do Piauí, tecnologias atuais e tecnologias sociais. Orientador do trabalho. E-mail: [berti@uespi.br](mailto:berti@uespi.br)

pandemia, buscando formas de alcançar as pessoas e ganhar visibilidade e confiança sem que ninguém precisasse sair de casa. Diante de um cenário de incertezas e impactos significativos na saúde e na economia, o mundo se deparou com uma nova realidade: a segunda onda da doença. Com o aumento de casos e a disseminação de variantes mais transmissíveis, medidas urgentes foram necessárias para controlar e combater o avanço do vírus.

Nesse contexto, a utilização das redes sociais se tornou uma ferramenta ainda mais poderosa na luta contra a Covid-19. O Instagram ganhou destaque como um meio eficaz para disseminar informações confiáveis, conscientizar a população e fornecer apoio emocional durante a crise sanitária sem precedentes.

Com a sua popularidade, alcance global e milhões de usuários ativos diariamente, o Instagram se consolidou como uma rede social que alcança uma audiência diversa e engajada em todo o mundo. Por meio de postagens, stories, vídeos e lives, especialistas em saúde, instituições governamentais e organizações de saúde puderam compartilhar atualizações importantes, medidas preventivas e orientações de forma visualmente atraente e acessível.

Portanto, este artigo tem como objetivo explorar a forma como o Instagram foi utilizado durante a segunda onda da Covid-19 para ajudar as pessoas e conter os avanços da pandemia. Ao analisar iniciativas e estratégias adotadas por diversos atores, buscamos compreender como essa rede social se tornou uma poderosa aliada na disseminação de conhecimento e na promoção de comportamentos preventivos. O Instagram, com sua interface visual, desempenhou um papel fundamental na disseminação de informações sobre medidas de prevenção, como uso de máscaras, distanciamento social e higienização das mãos. Além disso, permitiu que especialistas e autoridades compartilhassem atualizações sobre as variantes do vírus, novas restrições e avanços na pesquisa científica, mantendo a população informada em tempo real.

O Instagram também se mostrou como uma plataforma de apoio emocional e solidariedade durante a pandemia. Por meio de hashtags como #FiqueEmCasa, #JuntosVenceremos e #CuidedeSi, as pessoas encontraram um espaço para compartilhar suas experiências, buscar suporte e fortalecer os laços sociais em tempos de distanciamento físico.

Ao explorar o uso dessa rede social durante a segunda onda da Covid-19, este estudo busca evidenciar a importância desta ferramenta como um meio eficaz de

comunicação e engajamento com a população. Através de estratégias inovadoras e colaboração entre diferentes setores, esta mídia desempenhou um papel fundamental na disseminação de informações confiáveis e na promoção de comportamentos preventivos, contribuindo para contenção dos avanços pandêmicos.

### **O Jornalismo na mediação informacional no contexto da pandemia**

Atualmente, nos deparamos com um cenário em que os discursos dos meios de comunicação exercem um papel cada vez mais influente e significativo nas sociedades contemporâneas. Ao longo do tempo, esses meios têm adquirido uma importância crescente, desempenhando um papel preponderante na forma como as informações são disseminadas, as opiniões são moldadas e as narrativas são construídas.

Nestor García-Canclini (2002) ressalta que os meios se tornaram os principais agentes construtores do sentido urbano, selecionando e combinando as referências emblemáticas, e “são eles também que fazem com que alguns cidadãos participem do debate sobre o que a cidade é ou poderia ser e depois propõem aos demais suas opiniões e demandas como síntese imaginária do sentido da cidade e do que significa ser cidadão” (GARCÍA-CANCLINI, 2002, p. 44).

Isso demonstra que os veículos midiáticos ao narrarem um acontecimento ou fato fazem uma leitura da realidade, onde ao representarem fatos cotidianos, exercem o papel de mediadores reafirmando saberes e perpetuando formas de representar o mundo. Nesse sentido, a pandemia da Covid-19 surgiu impactando significativamente várias esferas da sociedade, incluindo o campo do jornalismo, desempenhando um papel fundamental como mediador informacional, fornecendo informações precisas, atualizadas e confiáveis sobre a pandemia. A disseminação rápida e global do vírus exigiu uma cobertura jornalística abrangente e ágil, uma vez que as pessoas precisavam entender as medidas de saúde pública, os protocolos de segurança e as últimas descobertas científicas.

É comum que os meios de comunicação estampem as vozes predominantes, como os representantes de Estado. No caso da pandemia, foram mobilizadas autoridades sanitárias responsáveis por monitorar dados relativos à Covid, formando um comitê temporário de enfrentamento a doença. Segundo García-Canclini (2002), a imprensa contribuiu na formação da imagem e na cobertura dos fenômenos que ocorrem dentro das cidades, com ênfase nas suas regiões centrais. Os recursos midiáticos através de suas reportagens, artigos e análises, acabam por influenciar a percepção pública destacando

características, acontecimentos relevantes e aspectos distintivos. Diante deste cenário, o jornalismo se tornou um elo essencial entre os especialistas em saúde, os tomadores de decisão e o público em geral. Os veículos de comunicação assumiram a responsabilidade de traduzir a linguagem técnica e científica em termos acessíveis, oferecendo explicações claras e informações embasadas para combater a desinformação e os boatos que circulavam nas redes sociais. O jornalismo precisou se adaptar rapidamente às restrições impostas pela pandemia.

Com o distanciamento social e o fechamento de redações físicas, os profissionais se viram obrigados a adotar práticas de trabalho remoto e a utilizar recursos tecnológicos para realizar entrevistas, coletar informações e produzir conteúdo jornalístico. Em contrapartida, a disseminação de informações falsas e teorias da conspiração representou um desafio adicional, onde a prioridade esteve centrada no combate a desinformação, e os jornalistas tiveram que investir esforços extras na verificação de fatos e na promoção de notícias baseadas em evidências.

Com base na premissa da objetividade e imparcialidade, foi fundamental que as informações transformadas em notícias fossem apresentadas de maneira a refletir todos os lados envolvidos. A partir disso, o jornalismo foi além da mera divulgação de eventos, sendo necessário que fosse útil, coerente, racional e capaz de agregar valor. No entanto, é difícil escapar das dicotomias monopolizadas, das influências ideológicas, dos interesses políticos e econômicos, bem como das nuances que permeiam a corrupção e o fenômeno das fake news. Diante dessa perspectiva, o jornalismo teve que se esforçar para assumir o papel da objetividade, para que aqueles que consomem as informações entendam que o produto jornalístico resulta de um trabalho comprometido e que corresponde à verdade dos fatos.

Uma das mudanças mais significativas do jornalismo atual é o uso das redes sociais como principais aliadas. Essas plataformas se tornaram ferramentas essenciais que auxiliam os profissionais em várias etapas do processo jornalístico, desde a apuração até a divulgação da notícia, ajudando também a filtrar e elencar o que pode ser considerado relevante ou não.

No contexto caótico da pandemia, o uso das redes sociais trouxe inúmeros aspectos positivos para o jornalismo. Em meio ao fluxo quase instantâneo de informações que a sociedade vive e consome atualmente, o jornalismo desempenha o papel de organizar o caos informacional. As redes sociais permitem que se alcance um público

---

mais amplo, disseminando informações relevantes de maneira mais rápida e interagindo diretamente com os leitores, ouvindo suas opiniões e recebendo feedback imediato.

Foi através das redes de interação que presenciamos uma plataforma para o jornalismo cidadão, permitindo que pessoas comuns relatassem acontecimentos em tempo real e compartilhem informações valiosas que, de outra forma, poderiam passar despercebidas. Isso contribuiu para uma maior diversidade de vozes e perspectivas na cobertura jornalística.

Entretanto, é importante destacar que o uso dessas mídias também apresenta desafios e responsabilidades, onde a velocidade com que as informações se espalham podem resultar na disseminação de notícias falsas e informações não verificadas. Portanto, os jornalistas devem exercer um papel crítico ao avaliar a confiabilidade das fontes e verificar os fatos antes que haja a divulgação.

### **O Instagram e o Jornalismo: um mundo de ferramentas e possibilidades contemporâneas**

O Instagram e o jornalismo têm uma relação interessante e em constante evolução. À medida que as mídias sociais se tornaram cada vez mais populares, o Instagram emergiu como uma plataforma poderosa para jornalistas compartilharem notícias, contar histórias e se conectarem com seu público de maneira mais direta.

Uma das principais características do Instagram é o foco em conteúdo visual, com ênfase em fotos e vídeos, permitindo que os jornalistas usem imagens impactantes para transmitir informações de forma rápida e envolvente. Eles podem capturar momentos cruciais, destacar eventos importantes e até mesmo transmitir emoções através de uma única imagem. Além disso, a função de Stories do Instagram permite que jornalistas publiquem atualizações ao vivo, oferecendo aos seguidores uma visão mais imediata dos acontecimentos.

O Instagram também oferece uma ampla gama de ferramentas e recursos que podem ser usados de maneira criativa. Os recursos de edição de fotos e vídeos permitem que conteúdos sejam aprimorados visualmente, tornando-o mais atraente e impactante. Os filtros, legendas e hashtags também podem ajudar a aumentar a visibilidade das postagens, permitindo que alcancem um público mais amplo e engajado.

Ele possibilitou a interação direta com os seguidores por meio de comentários, mensagens diretas e até mesmo transmissões ao vivo, criando uma oportunidade valiosa

---

para que os jornalistas ouçam os seus leitores, respondam a perguntas e até mesmo conduziam entrevistas em tempo real. A plataforma também permitiu que fossem criadas enquetes e pesquisas para obter feedback e opiniões dos usuários, enriquecendo ainda mais o processo jornalístico.

No entanto, é importante reconhecer que esta mídia também apresenta desafios constantes. Por ser uma plataforma visual e voltada para o compartilhamento rápido de informações, existe o risco de que notícias sejam simplificadas demais ou até mesmo distorcidas para se adequar a uma narrativa visual atraente. Além disso, a necessidade de manter a atenção dos seguidores pode incentivar a produção de conteúdo sensacionalista ou superficial em detrimento de uma abordagem mais aprofundada e equilibrada.

Outro desafio é a questão da verificação de fatos. Com a velocidade em que as informações são compartilhadas, é crucial que os esses profissionais tenham cuidado ao verificar a precisão das notícias antes de compartilhá-las, já que a disseminação das fake news é um problema em todas as mídias sociais.

Apesar desses desafios, o Instagram ainda oferece um mundo de ferramentas e possibilidades jornalísticas contemporâneas. Permitindo que se alcancem públicos mais amplos, compartilhando notícias e estabelecendo uma conexão direta com os leitores. Com o uso responsável e ético, ele se torna uma plataforma poderosa e ferramenta indispensável na atualidade.

Em uma época altamente racionalizada, tecnologizada e midiaticizada, podemos observar que o papel do imaginário mudou significativamente. Anteriormente, o imaginário era uma experiência presente na vida das pessoas, uma dimensão individual e coletiva que fazia parte do cotidiano. No entanto, atualmente, este imaginário tornou-se algo apropriado por atores sociais com o intuito de influenciá-lo, produzi-lo, dominá-lo e domesticá-lo.

Pierre Bourdieu, em sua obra “Sobre a Televisão”, descreve as rotinas dos meios de comunicação, onde ele explica a dinâmica de apropriação e manipulação do imaginário, que se mostra como um reflexo da nossa sociedade contemporânea, na qual a mídia desempenha um papel crucial na construção e disseminação de narrativas. É através da utilização estratégica dos meios de comunicação, os atores sociais buscam moldar as percepções e crenças das pessoas, influenciando suas atitudes e comportamentos. É importante compreender esse processo de apropriação do imaginário, pois ele revela a complexidade das relações entre mídia, poder e sociedade. Ao

---

reconhecemos essas dinâmicas, podemos desenvolver uma postura crítica em relação às mensagens midiáticas e buscar uma compreensão mais profunda dos fenômenos sociais que nos cercam.

Nelson Traquina também ao elenco parâmetros para que algo seja transformado em notícia define a morte como primeiro valor-notícia chegando a afirmar que “onde há morte há jornalistas” (TRAQUINA, 2005, p. 75). No caso da cobertura de um evento trágico como uma pandemia, o número de mortos ganha ainda mais destaque na cobertura midiática. A elevada procura de informação levou a propor a implementação de novos formatos jornalísticos na cobertura da Covid-19, onde os meios de comunicação se esforçaram não só para produzir notícias, mas também por gerar novos produtos informativos, tais como newsletters digitais, podcasts ou infografias, contribuindo para melhorar a qualidade da informação e a ligação com o público.

### **Rede Piauí Sem Covid: o combate à desinformação e a valorização dos profissionais de saúde**

Após compreendermos o cenário atual nacional e mundial, ainda em março de 2020, após os primeiros casos de coronavírus no Piauí, professores de Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí – viram ações de alguns grupos de pesquisa em comunicação começarem a fazer projetos práticos sobre questões comunicacionais e combate à pandemia. No seguinte mês (em abril de 2020), foi fundada a Rede Piauí Sem Covid, ato acadêmico, sem fins lucrativos, que visavam reflexões e ações que combatessem a doença.

O projeto concorreu ao edital da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí – FAPEPI – e foi um dos sete contemplados.

O Instagram @piauisemcovid teve sua primeira postagem datada no dia 07 de maio de 2020, e se manteve financiado até o mês de novembro do mesmo ano. Após o término do financiamento notou-se que a pandemia ainda não havia acabado, muito pelo contrário, estava ainda mais forte e o mundo se preparava para viver uma segunda onda, ainda mais letal que a primeira.

Mesmo sem financiamento, o projeto continuou e persiste até hoje, provando a atuação eficaz em dar repostas e trazer reflexões cotidianas. “A proposição da Rede não pretende parar somente no projeto de pesquisa, mas deixar uma herança para combates e prevenções a epidemias e outros problemas sociais” (BERTI, 2020, p. 170).



Até o início do segundo trimestre de 2022, as ações da Rede Piauí Sem Covid resultaram em um quantitativo número de atividades. Foram realizadas 1.523 postagens, alcançando um total de 4.379 seguidores nas redes sociais, com destaque para o Instagram. Essas postagens geraram um impacto considerável, resultando em mais de 7.000.000 de interações entre os usuários.

Além disso, a Rede Piauí Sem Covid teve sua repercussão ampliada por meio de veículos de comunicação locais e regionais, consolidando-se como uma fonte confiável de informações. Além de sua presença nas redes sociais, a Rede também se tornou objeto de estudo em pesquisas de iniciação científica, inovação tecnológica e dissertações na área de Estudos de Mídia.

**FIGURA 1 – POSTAGEM DA REDE PIAUÍ SEM COVID**



**FONTE: REDE PIAUÍ SEM COVID (2023)**

Esses números e reconhecimentos destacam o impacto e a relevância da Rede Piauí Sem Covid como uma fonte de informações e um projeto de pesquisa inovador. Sua



---

atuação nas redes sociais e o envolvimento em estudos acadêmicos demonstram o alcance e a influência desse trabalho na disseminação de conhecimento e no combate à pandemia no contexto do estado do Piauí.

Com a introdução da função Reels, houve uma mudança significativa na visibilidade e alcance das publicações no Instagram. Enquanto os Stories eram a principal fonte de alcance e impacto na rede durante um certo período, o Reels se tornou uma ferramenta poderosa para obter maior repercussão e exposição para o conteúdo compartilhado. Os algoritmos do Instagram passaram a selecionar e dar mais visibilidade a determinados conteúdos, resultando em um aumento significativo no alcance e no impacto das publicações.

No primeiro semestre do ano de 2021, o alcance obtido por meio dos Reels superou todo o alcance do ano anterior, 2020. Alguns vídeos publicados na plataforma ultrapassaram 5.000 visualizações, e um Reels em particular conseguiu atingir 50.000 pessoas. Esse vídeo era uma denúncia de uma aglomeração clandestina que ocorreu em Piripiri, a maior cidade do Sertão Norte do Piauí, a menos de um quilômetro de um hospital com as UTIs lotadas. “A intenção dessas publicações era gerar reflexões sobre as consequências das aglomerações e como elas colocavam em risco o trabalho dos profissionais de saúde na linha de frente” (CUNHA, 2021 p. 88).

O impacto e a disseminação das informações compartilhadas por meio dos Reels eram muito maiores, permitindo que mais pessoas tomassem conhecimento dos assuntos e reflexões apresentados nos vídeos. O fato é que o público pareceu encontrar na Rede um espaço de discussão, apoio e muito mais do que apenas reflexão. A introdução dos Reels como uma nova forma de compartilhamento de conteúdo permitiu que os usuários do Instagram expressassem suas opiniões, compartilhassem suas experiências e se conectassem com outras pessoas de maneira mais envolvente.

Além disso, a “Rede” como fonte de interação permitia que os usuários participassem ativamente das discussões por meio de comentários, curtidas e compartilhamentos. Essa interatividade criava um senso de comunidade e pertencimento, pois as pessoas podiam se conectar umas com as outras e encontrar suporte emocional em uma época tão difícil e incerta. Esse aspecto também era reforçado pela capacidade de os usuários compartilharem seus próprios vídeos e experiências pessoais o que acabava criando uma atmosfera de autenticidade e empatia, onde as pessoas se sentiam à vontade

para compartilhar suas histórias e desafios, fortalecendo os laços entre os usuários e criando um ambiente de compreensão mútua.

A Rede se tornou uma grande aliada dos profissionais da saúde, já que através dos recursos disponíveis do Instagram foi possível educar o público sobre a gravidade da situação, fornecendo conselhos de prevenção e destacando a importância das diretrizes de saúde pública. Os profissionais da saúde compartilharam histórias inspiradoras, experiências do dia a dia e mensagens de encorajamento, ajudando a transmitir empatia, apoio emocional e gratidão pela dedicação ao trabalho árduo dos profissionais que atuaram na linha de frente.

A plataforma também foi utilizada para conscientizar e mostrar a realidade na saúde pública do nosso país, escancarando problemas como a escassez de recursos médicos, além da promoção de campanhas de vacinação. A Rede Piauí sem Covid se tornou um canal efetivo de mobilização da comunidade e da amplificação das necessidades e demandas dos profissionais da saúde.

**FIGURA 2 – POSTAGEM DA REDE PIAUÍ SEM COVID**

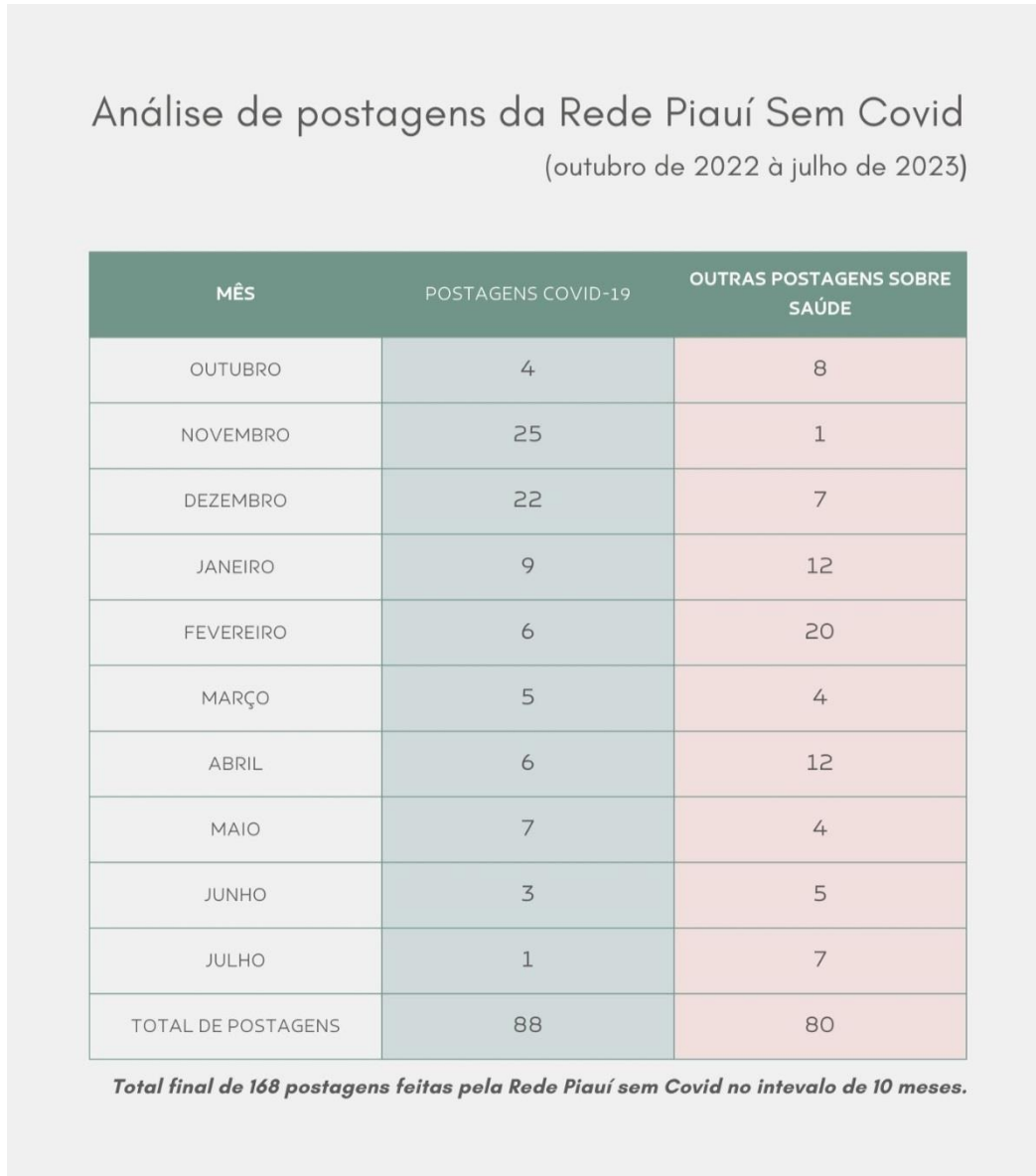


**FONTE: REDE PIAUÍ SEM COVID (2023)**

Ao analisarmos as postagens da Rede Piauí sem Covid no intervalo de 10 meses (entre outubro de 2022 e julho de 2023) podemos observar uma certa diminuição de postagens relacionados a doença. Ainda no ano passado, principalmente nos períodos que sucederam a Copa do Mundo e as festas de fim de ano, respectivamente, a Rede se

mostrava mais ativa já que devido as aglomerações, os casos de Covid tiveram um aumento significativo - exatamente entre os meses de outubro a dezembro) - como pode ser visto na imagem a seguir:

**FIGURA 3 – ANÁLISE DAS POSTAGENS DA REDE PIAUÍ SEM COVID**



**FONTE: REDE PIAUÍ SEM COVID (2023)**

Em maio deste ano, a Organização Mundial de Saúde (OMS), declarou fim da Covid-19 como uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII). O anúncio aconteceu após pouco mais de três anos do início da emergência sanitária global. Entretanto, tal fato não significa que a Covid-19 acabou como uma ameaça à saúde global. Agora a população vai seguir convivendo com a doença, que continua evoluindo

---

e sofrendo mutações, só que houve uma redução progressiva do número de hospitalizações e óbitos resultados da proteção da população pelas vacinas.

### **Considerações**

Este artigo destacou o papel eficiente do Instagram como uma ferramenta de comunicação dinâmica entre os cidadãos, com ênfase na conscientização sobre o vírus da Covid-19 por meio da Rede “Piauí Sem Covid”, mesmo após praticamente três anos de pandemia.

O objetivo deste estudo foi explorar as possibilidades de uso das redes sociais como suporte às atividades de vigilância em saúde. Para isso, foi realizado um levantamento de várias aplicações existentes para analisar dados de postagens da Rede relacionadas à Covid-19.

A velocidade e qualidade das decisões podem ser fatores cruciais para o sucesso no combate às doenças. Em um momento de isolamento social, no qual o contato humano era limitado, as mídias sociais se tornaram grandes aliadas na conscientização e divulgação da doença, desempenhando um papel fundamental no sistema de saúde pública brasileiro durante a pandemia. A pesquisa teve como objetivo demonstrar a importância crescente do uso de tecnologias como principal meio de informação e comunicação, especialmente o Instagram, que se tornou a principal fonte de informações para os jovens atualmente.

Além disso, o estudo analisou as diversas perspectivas do jornalismo diante da realidade da pandemia da Covid-19, com ênfase nas novas abordagens e necessidades surgidas nesse contexto. Buscou-se compreender as demandas e desafios enfrentados pelos profissionais, assim como contribuir com ações e estudos que refletissem as mudanças ocorridas no jornalismo atualmente, especialmente diante da situação pandêmica. Exploramos novas ideias, questionamos e buscamos respostas sobre como o jornalismo se adaptou ao "novo normal", considerando os impactos da pandemia, evidenciando principalmente as consequências desse processo no estado do Piauí, que possuía uma rede virtual informacional atuando a todo momento.

O trabalho foi realizado de forma direta, vivenciando todas as fases do processo de pesquisa, análise e produção, oferecendo uma visão ampla e aprofundada sobre as transformações e desafios enfrentados pelos profissionais, além de contribuir para o entendimento das implicações desse contexto no estado do Piauí.

---

## Referências

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.

BORDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

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. 1-3.

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

GARCIA-CANCLINI, Nestor. **Cidades e cidadãos imaginados pelos meios de comunicação**. Campinas: Revista Opinião Pública, v. 8, n. 1, 2002, pp. 40-53.

GONDIM, Gracia Maria de Miranda. **Decifra-me ou te devoro**: enigmas da Vigilância em Saúde na pandemia Covid-19. Rio de Janeiro: Revista Trabalho, Educação e Saúde, v. 18, n. 3, 2020, pp. 1-6.

MARTINO, Luís Mauro Sá Martino. **Métodos de Pesquisa em Comunicação**: projetos, ideias, práticas. Petrópolis: Vozes, 2018.

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

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

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