

---

## “Direct do Instagram”: análise das mediações solidárias do perfil Rede Quero Ajudar Piauí<sup>1</sup>

Nariani de Sousa Lopes RODRIGUES<sup>2</sup>  
(Universidade Federal do Piauí)

Orlando Maurício de Carvalho BERTI<sup>3</sup>  
(Universidade Estadual do Piauí)

### RESUMO

O estudo traz reflexões sobre as mediações solidárias em tempos “pós-pandêmicos” da Covid-19, por meios das experimentações da ferramenta de conversa, também conhecida como *direct* na rede social Instagram por meio do perfil Quero Ajudar Piauí. O estudo foi embasado pelos procedimentos netnográficos de Robert Kozinets (2014), visto sob o prisma da mobilização dos atores, humanos ou não, envolvidos em redes digitais, como referenciado por Manuel Castells (1999), Raquel Recuero (2009) e Bruno Latour (2012). O estudo aponta para o entendimento sobre a mediação, que envolve o constante entrelaçamento de propósitos e contextos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Rede Quero Ajudar Piauí; Netnografia; Rede Social; Instagram; Mediações Solidárias.

### INTRODUÇÃO

Estima-se que aproximadamente 677.000.000 casos e cerca de 6.882.000 mortes foram decorrentes do período pandêmico, em um recorte global, segundo a Johns Hopkins University (2024). Já no Piauí, segundo os dados do Painel Epidemiológico COVID-19, da Secretaria de Estado da Saúde do Piauí (Sesapi), 436.218 casos e 8.431 mortes por COVID-19 foram registrados no estado. Ou seja, apresentar os dados permite fornecer uma dimensão, bem como impacto da COVID-19 na sociedade, mas está longe abranger

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, 24º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPI – Universidade Federal do Piauí. Jornalista graduada no Bacharelado em Jornalismo da 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. Foi bolsista de Iniciação Científica do CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico durante dois anos, tempo que desenvolveu pesquisas e experimentações sobre netnografia e pandemia. E-mail: [narianirodrigues@aluno.uespi.br](mailto:narianirodrigues@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 UMESP – Universidade Metodista de São Paulo. Doutor e Mestre em Comunicação Social pela UMESP, 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. Bolsista de Produtividade Tecnológica da UESPI – Universidade Estadual do Piauí e da FAPEPI – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí. E-mail: [berti@uespi.br](mailto:berti@uespi.br)

---

os impactos do período de isolamento social, as mudanças de hábitos, como o uso de máscara que tornou-se obrigatório e depois facultativo em diversos ambientes, assim como a constante higiene pessoal. Sem deixar de mencionar as formas de afeto que migraram ainda mais para o digital.

Por isso, o presente artigo é, de certa forma, um registro de tempos pandêmicos e “pós- pandêmicos”, que discentes e docentes do curso de jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí buscavam, através da extensão e da pesquisa universitária em agir, compartilhar e contribuir com a sociedade, ao passo que também debate a comunicação no ambiente digital, espaço socialmente seguro para as experimentações, diante do contexto que pedia o distanciamento físico. Vale dizer que este artigo é um recorte de mais de dois anos de estudos.

De maneira prática, os registros apontam para uma mudança de sociabilidade que impacta na vida de diversas pessoas e o uso das tecnologias inovadoras estão atreladas ao momento de transformação, seja para facilitar o contato entre pessoas, seja para promover informações deturpadas e caos social. Fato é que a rede social digital é uma ferramenta de comunicação com notáveis níveis de acesso. Especificamente para o presente estudo, o uso do Instagram foi escolhido por ser uma rede que preza pelo relacionamento entre os atores e promove o “senso de comunidade”, além de ter o respaldo de mais de 1.000.000.000 de usuários espalhados pelo mundo, segundo a página de diretrizes do Instagram (2024).

Assim, debruça-se nos diálogos experimentados na ferramenta de conversa do perfil @queroajudarpiauí, no Instagram, através dos procedimentos netnográficos, a fim de refletir sobre as mobilizações em redes sociotécnicas, enquanto espaços possíveis para o debate de questões solidárias, empáticas e cidadãs, tanto no período pandêmico da COVID-19 quanto o nominado período “pós-pandêmico”, tendo-se como recorte temporal desde o início de 2022 ao início ano de 2023. Portanto, problematizou-se a seguinte indagação: como experimentar a mediação de solidariedade e esperança no território piauiense, através da rede social Instagram em tempos pandêmicos?

Tal questionamento norteador permitiu chegar ao objetivo geral que visa experienciar a socialização de vivências solidárias na segunda fase do perfil da Rede via Instagram no contexto de pandemia de COVID-19, para tanto, os objetivos específicos propõem: mobilizar o debate social e reflexões sobre a solidariedade e empatia através das conversas entre os atores e os pesquisadores no perfil @queroajudarpiauí;

---

experimentar as diversas faces multimidiáticas do Instagram em vivenciar a ajuda e a empatia por meio da Rede Quero Ajudar Piauí; e analisar os impactos quantitativos, estratégias, diretrizes e planejamentos das experimentações do perfil.

O artigo está estruturado da seguinte maneira: além da introdução e considerações finais, o tópico da descrição dos caminhos metodológicos faz um percurso sobre o uso da netnografia para analisar as experimentações. O segundo tópico destaca o referencial teórico que utiliza o balizamento em estudos de Bruno Latour (2012) ao debater a Teoria Ator-Rede em redes sociotécnicas, além de Raquel Recuero (2009) ao falar sobre as estruturas das redes sociais, bem como Luís Mauro Sá Martino (2015) ao apresentar a perspectiva das mídias digitais. Estes conduzem ao raciocínio sobre as mediações solidárias no ambiente digital. Por fim, o terceiro momento é voltado para a análise das conversas geradas entre o perfil e os demais atores dispostos a mediar solidariedade no ambiente online.

## CAMINHOS METODOLÓGICOS

O percurso metodológico é pautado na utilização da netnografia, por abranger uma produção no ecossistema virtual e a valorização do pesquisador imerso no objeto de estudo. Ou seja, são estudos voltados para entender as interações online, através de uma dimensão cultural e tecnológica. Segundo Robert Kozinets (2014), a netnografia não se debruça em apenas trazer textos imersos em tecnologias online, mas volta a pesquisa para as interações geradas por meio das mediações tecnológicas. Trazer estes significados e percepções pode levar a reflexões das possibilidades de mediações solidárias no ambiente digital.

Concorda-se com Osbaldo Gebera (2008) ao identificar que o quadro teórico conceitual da netnografia é ainda embrionário, mas os estudos de Robert Kozinets (2014) fornecem uma base essencial para discussão deste caminho metodológico necessário para entender as mudanças advindas das tecnologias digitais. Afinal, reconhece-se que, além de ser um estudo de experiências que acontecem no ambiente virtual, a netnografia é um caminho metodológico que permite conhecer a opinião dos atores na internet sobre qualquer assunto estudado. Ao identificar a importância de Kozinets para os estudos, utilizou-se os seus procedimentos com o uso da metodologia, tais como: 1) *Entrée Cultural*; 2) Coleta e análise de dados; 3) Ética de pesquisa e 4) Representação e avaliação.

---

A primeira etapa conhecida como *Entrée Cultural*, é quando a pesquisa já deve explicitar as pretensões ou predefinições que vão ser colocadas nas experimentações, mas deve ser algo maleável dentro dos estudos. Esta construção é importante para orientar o pesquisador nos próximos procedimentos. Adriana Amaral (2008) também traduz este primeiro procedimento da pesquisa ao destacar que é importante que o pesquisador tenha manejo das ferramentas de busca para o melhor acesso das informações e sistematizações, além de possibilitar identificar os atores envolvidos.

A segunda etapa de coleta e análise de dados, a pesquisa utilizou o aplicativo Trello devido a facilidade de acesso ao computador e celular. Este instrumento foi utilizado para armazenar e analisar *prints* de conversas diretas geradas no Instagram, onde algumas conversas são entendidas aqui enquanto entrevistas abertas com o aspecto mais informal e interações espontâneas das quais a grande maioria foram registradas dentro do quadro chamado de “Pesquisa Rede Quero Ajudar Piauí”. Os dados foram coletados manualmente entre maio de 2022 até abril de 2023, onde foram geradas mais de noventa conversas.

Tal organização foi fundamental para orientar uma gama do material coletado, além de documentar alguns momentos de frustração, anseios e perspectivas das experimentações, uma produção que foi inspirada na orientação que Robert Kozinets (2014) descreve sobre as “notas de campo”, como uma espécie de “diário de bordo” dos pesquisadores. O quadro no Trello é composto pelos cartões com os *prints* referentes aos meses de experimentações. A seleção dos cartões contendo as mensagens foram identificadas a partir do critério relevância na busca por atingir o objetivo de pesquisa. Além disso, os cartões acima de trinta prints (contendo mensagens e publicações da Rede) foram selecionados para a análise e assim delimitou-se os meses com maiores interações.

Para o momento de ética de pesquisa, entende-se a importância do consentimento do usuário ao armazenar estas interações, o que faz a netnografia ser uma metodologia responsável com o que é produzido e os atores em complexas redes sociotécnicas online. Por isso, optou-se por não identificar o nome dos usuários, como uma forma de preservar a identidade dos atores e mostrar o nome das instituições solidárias como forma de reconhecer e perpetuar a atuação destas instituições que promovem a solidariedade no Piauí. Robert Kozinets (2014) recomenda que o pesquisador deixe visível que se trata de uma pesquisa que vai trabalhar com as experimentações da Rede. Nesse sentido, utilizou-se a ferramenta de destaque no perfil para evidenciar quem eram os pesquisadores, bem

como os objetivos da Rede. Além disso, as mensagens diretas entre a Rede e usuários eram geralmente introduzidas com um padrão ao apresentar-se.

A última etapa da pesquisa defronta-se com as questões de representação de uma pesquisa netnográfica, bem como a avaliação que pode ser feita para validar os estudos propostos. Para isso, Robert Kozinets (2014) cataloga dez normas de avaliação sobre a qualidade de produções que usam a netnografia, que possuem o caráter maleável. Cabe não definir todos os critérios propostos pelo autor, mas o que se percebe dos critérios que orientam o método netnográfico proposto e mais adequado a pesquisa é a definição de verossimilhança onde o netnógrafo está imerso no contato cultural da comunidade enquanto pertencente a mesma. Afinal, a pesquisadora está inserida no contexto cultural, social, político e econômico do ambiente no recorte de pesquisa.

Sem, no entanto, deixar de citar o conhecimento que faz uma revisão bibliográfica sobre a temática em seus problemas e debates centrais que possam avançar no campo de estudo. O rigor é referente a aderência da pesquisa ao método netnográfico e o ancoramento é o completo cruzamento dos dados com o que foi debatido com a teoria. Já a ressonância parte da composição de que a abordagem netnográfica precisa sensibilizar, elucidar algo e tornar o conhecimento ressonante. A inovação interpreta pesquisas que saiam do eixo ao propor maneiras criativas para a compreensão de sistemas e estruturas. A menor proporção na aplicação da pesquisa entra o critério de coerência por acreditar que vão existir contradições pelo fato de trabalhar com as tecnologias altamente maleáveis e que, apesar delas, vão apresentar certos padrões unificados. Ou seja, não existe uma anulação total de contradições quando se encontra padrões nas experimentações propostas em redes sociais.

## **MEDIAÇÕES SOLIDÁRIAS POSSÍVEIS DENTRO DO DIGITAL**

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

---

Nesse sentido, a Rede Quero Ajudar Piauí surgiu da necessidade de promover, bem como refletir, sobre as socialidades solidárias no Instagram, já que devido a quantidade de usuários na rede social, existem maiores possibilidades de conexões que convergem em ideias e propósitos, que estava sendo delineados nos primeiros momentos de experimentações.

No lugar de ser mais uma voz perdida no espaço virtual, torna-se um polo de convergência de várias vozes. A facilidade de encontrar pessoas com interesses semelhantes na internet faz com que a formação de grupos seja fácil e rápida. A convergência de objetivos ou gostos é um dos fatores responsáveis pela formação de conexões (Sá Martino, 2015, p. 143).

Júlio Leite (2022) atualiza o entendimento de Sá Martino (2015) ao inserir a dinâmica dos algoritmos com o uso das redes sociais, ao dizer que, ao passo que as redes permitem uma maior conexão com usuários geograficamente distantes, a rede é também usada para segmentar as preferências dos usuários, de modo com que cada vez mais o usuário consuma a rede social. Ou seja, se por um lado os usuários com ideias semelhantes tendem a promover conexões, algo visto no decorrer das experimentações da Rede, por outro, os usuários formam “filtros bolha”, descrito por Tarleton Gillespie (2018), com uma ínfima abertura à pluralidade de vozes. Nesse sentido, não é o intuito debater sobre as consequências psicossociais e culturais do cenário. Fato é que a rede social também promove a mediação entre os usuários, através dos “aprendizados de máquinas”, como também é destacado por Orlando Berti (2023). Desse modo, a atuação de humanos e não humanos estão presentes nestas mediações.

Em um ecossistema algoritmizado, torna-se ainda mais necessário refletir sobre estas mediações. Bruno Latour (2012) é um autor fundamental para o presente estudo quando cunha o conceito da Teoria do Ator-Rede (TAR), imersas em redes sociotécnicas, ao qual permite traçar um panorama da relação entre usuários nas redes digitais, bem como os rastros deixados por estes atores no ambiente, já que não se fala somente da atuação de humanos, mas os não humanos também fazem parte do processo de toda a dinâmica das redes digitais.

Outra abordagem complementar ao estudo para entender as socialidades durante a pandemia é usada por Luciana de Oliveira e Tiago Salgado (2023). Ambos trabalham as perspectivas comunicacionais por meio da abordagem das humanidades ambientais.

---

A pandemia evidencia que um não humano agenciou uma série de medidas higienistas que, além de necessárias, tornam-se cruciais para a sobrevivência da humanidade, e mesmo para a convivência mútua e com outras espécies, como aquelas não visíveis e microscópicas (Oliveira; Salgador, 2023, p. 2).

A principal defesa é a comunicação feita com a humanidade, levando em consideração os demais inferências do contexto, da natureza, dos algoritmos, da cultura e demais elementos que compõem o humano e o meio ambiente. Além da ideia de mediação solidária, que é uma das ambições da Quero Ajudar Piauí, é feita no constante agenciamento de atores não humanos e humanos, que só é possível através das conexões entre interesses em comum. Tais interações durante a atuação do perfil no Instagram podem ser estendidas para outras redes sociais. A junção entre duas redes é analisada por Orlando Berti (2022) como importantes ferramentas de convergência no processo comunicacional, sendo fundamental no momento pandêmico.

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

As perspectivas de utilização das duas redes sociais não foram descartadas no estudo, ainda que boa parte dos diálogos ficaram restritos na rede social Instagram. Em menor proporção o diálogo esteve estendido ao Whatsapp. Cabe ressaltar que o uso das redes possuem finalidades distintas. Enquanto o Instagram é uma rede de relacionamento entre os usuários, o Whatsapp se difere pela facilidade na comunicação via mensagem. Como o intuito é trabalhar as mediações, por meio das conexões entre os atores, optou-se pelo uso do Instagram nas experimentações. Uma vez estabelecida a conexão com o autor, o diálogo pode ser estendido para outra rede social. O denominador comum das redes é a construção em formato “*mobile*”. No caso do Instagram, é uma das razões que explicam o fácil acesso a esta rede social.

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

O Instagram foi criado por Kevins Systrom e Mike Krieger em outubro de 2010, nos Estados Unidos e sua intenção inicial era ser uma rede social de compartilhamento de fotografias. Ao longo dos anos evoluiu para uma rede social de vídeos e conteúdos textuais. Atualmente a rede social é de domínio do empresário Mark Zuckerberg e pertence a empresa Meta, segundo Sarah Frier (2021). Ela destaca que a rede social ganhou destaque rapidamente entre as celebridades e o público em geral que foram divisores de águas na perspectiva da fotografia mais *instagramável*, nas sociabilidades e consequentemente na comunicação.

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

Mas essa não é a única justificativa para a adesão da rede social em uma proposta solidária, já que diante da necessidade de abranger toda a complexidade do território piauiense, a rede social se mostrou válida aos estudos para que se pudesse atingir os diversos municípios, ter a possibilidade de amplitude nas publicações e a funcionalidades para o envolvimento com o público-alvo. Além de possuir métricas que formam indicadores da atuação dos usuários dentro da rede social.

Outro aspecto pertinente para trabalhar mediações solidárias está relacionado com o contexto piauiense. Um dos últimos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (Ibge, 2022) mostram que o Estado tem menores proporções de lares que utilizam a internet em 2019, apesar do acesso ter crescido no Estado, passando de 52,7% para 67,3%. Deste modo, é essencial que jornalistas e profissionais da comunicação que medeiam nas redes estejam atentos e sensíveis a essa realidade, principalmente quando se propõe o recorte do território piauiense nos seus 224 municípios, um território vasto com em seus 251.616,8 quilômetros quadrados e perceptível na sua diversidade e singularidade dos 3.273.227 habitantes, segundo o Ibge (2022).

Também vale ressaltar que de acordo com o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic), publicado em 2023, a maioria dos usuários acessam a internet através de dispositivos móveis e as atividades realizadas estão



em maior incidência para as interações multimídias, criação e compartilhamento de conteúdo. Portanto, são informações, inferências e análises que formam um parâmetro sobre a mediação solidária nas redes.

## **ANÁLISE DAS EXPERIMENTAÇÕES SOLIDÁRIAS VIA *DIRECT* NO INSTAGRAM**

A maioria das mensagens eram geradas pela Rede para com os demais atores, mas tal experimentação não esteve consolidada como regra, pois, como será visto adiante, algumas mensagens partiram da iniciativa dos próprios usuários no Instagram. Não cabe apresentar todas as mensagens geradas entre os atores no Instagram, mas aquelas fundamentais para buscar responder a problemática que permeia as possibilidades de mediações solidárias no ambiente digital.

A estratégia de mandar mensagens via chat foi utilizada como uma forma de criar conexões nos primeiros experimentos da Rede e assim construir uma comunidade virtual de atores que contribuíssem com o fortalecimento de ações empáticas e solidárias no Piauí.

Notadamente, a construção de comunidades virtuais são estabelecidas pelas reações de espaço e tempo, segundo Sá Martino (2015). Assim, a Rede foi construída no espaço virtual, o que permitiu a conexão com pessoas para além da proposta inicialmente pensada, que era abranger o território piauiense. De maneira geral, a Rede dialogou com pessoas do Maranhão e Pará. Um desses diálogos foi de um usuário que desejava vir ao Piauí promover a solidariedade através da sua performance como palhaço. A mensagem foi iniciada pelo usuário: [Usuário 1]: Olá, boa noite. Viajo pelo país levando um pouquinho de felicidade em locais carentes, com espetáculo de palhaçaria, 100% solidariedade, estarei indo ao Piauí na próxima viagem, final de junho, por acaso, teriam locais carentes para pode me direcionar? Desde já gratidão pela atenção. Paz Bem (emoji de mãos em formato de oração).

O retorno da Rede foi seguido de indicações para que o usuário pudesse promover tais iniciativas solidárias na região: [Rede Quero Ajudar Piauí]: Olá, boa tarde. Desculpe a demora. Vou fazer um mapeamento dos locais e lhe passo com muito prazer. Envio hoje. [Rede Quero Ajudar Piauí]: +55 86 9811-8XXX – AnXXX –Assessoria do Lar de Maria e Rede Feminina de Combate ao Câncer. (86) 3215-9XXX – Rede Feminina de Combate ao Câncer no Piauí. [www.redefemininapi.org.br/](http://www.redefemininapi.org.br/). +55 86 9437-3XXX – C1XXXX,

Assessoria do São Marcos. (Instituição que permite a promoção de atividades lúdicas para pessoas com câncer no Pi). +55 86 8811-3XXX-JúXXX (Líder comunitário do bairro São Pedro, em Teresina. Ele também é um dos fundadores do Mp3 (Movimento Pela Paz na Periferia) Atualmente a organização promove muitos projetos para as comunidades de todo o Piauí.

Vale dizer que o diálogo aconteceu em maio de 2022, o que corresponde ao período de baixa infecções por COVID-19 no Piauí. Ainda que o uso de medidas para a contenção do vírus estivessem em constante recomendação, como a utilização do uso de máscaras descartáveis, higiene de mãos e superfícies usuais que têm como objetivo a minimização dos impactos sociais do vírus. Não foi possível acompanhar se a ação de fato foi concretizada, mas foi possível entender que a ferramenta de conversas privadas é uma das peças, dentro da arquitetura das redes, que permite uma maior conexão entre os usuários. Sarah Frier (2021) vai dizer que o Instagram está pautado em três valores, sendo o primeiro o “senso de comunidade”, que envolve desde as políticas de uso, até o desenvolvimento de mecanismos, como é o caso das diversas ferramentas de interações como as curtidas, comentários, compartilhamentos, que permitem a sensação de bem estar e a permanência da atenção dos usuários na rede social.

Assim, viu-se a potencialidade de comunidades virtuais pautadas na solidariedade, mas era preciso refinar os mecanismo de mediação e atentar o olhar aos atores e instituições solidárias no Piauí, devido à complexidade do contexto, pois percebeu-se que a maioria dos projetos solidários que a Rede esteve em contato e indicava para outros usuários foram criados no período pandêmico. Um dos diálogos via mensagem direta que materializa os mecanismos de mediação, através da ação que permeia o virtual e o real foi gerada por um usuário que mandou mensagem para a Rede solicitando indicações para doar alimentos em Teresina: [Usuário 2]: Bom dia. Gostaria de contribuir com doações de alimentos e outros. Qual o endereço e o que devo levar? [Rede Quero Ajudar Piauí]: Bom dia. Agradecemos muito. Você é de Teresina? De qual campanha solidária você está falando? Me envie o post e irei passar as informações para doação. [Usuário 2]: Sou de Teresina. Quero doar alimentos para distribuir em cestas básicas. [Rede Quero Ajudar Piauí]: Aqui em Teresina tem dois projetos que precisam de doações de cestas básicas. 1 – Projeto Amigos a Serviço. Ajuda moradores de rua. Responsável: MaXXX 86 88XX XXXX. 2 – Associação Lar Preciso Viver. Ajuda

---

peessoas com câncer em Teresina. 86 88XX XXXX. Recomendamos essas duas instituições que precisam de ajuda em Teresina. Qualquer dúvida entre em contato.

Prontamente foi atendido o pedido ao enviar o contato, bem como algumas informações básicas das instituições que atuavam em Teresina e estavam recebendo a doação. Após alguns dias do diálogo com o usuário, o mesmo esteve em uma foto de uma das instituições sociais indicadas pela Rede. O registro mostra o usuário doando os alimentos não perecíveis e o projeto social agradecendo pela ação solidária. O exemplo reforça que o espaço material e o digital estão intrinsecamente ligados e podem trabalhar de maneira cooperativa, nas inferências de Raquel Recuero (2009), é um elemento necessário para a sobrevivência das redes sociais.

Um ponto que deve ser ressaltado no estudo infere para o fato de que abranger os 224 municípios do território piauiense continua sendo um desafio dos estudos regionais, por ser um estado com diversas nuances sociais, políticas, econômicas e que em alguns recortes a internet ainda não chegou, muito menos os dispositivos móveis ainda não são uma extensão do homem, como profetizou Marshall McLuhan (1969). Por isso, boa parte das mensagens entre os usuários e o envolvimento com as instituições sociais são voltadas para o recorte da capital do Piauí, Teresina, é também o local de atuação dos pesquisadores, além dos centros urbanos em desenvolvimento no território.

Pode-se inferir também que o ambiente digital não tem fronteiras definidas que estipulam ou limitam a atuação dos atores, o que é uma das características de uma rede sociotécnica, segundo os estudos de Marcos Velasques (2019). O contato com uma usuária em específico exemplifica as interações decorrentes da falta de delimitações do espaço e tempo no âmbito digital. O diálogo iniciou com a usuária solicitando a divulgação de uma campanha solidária: [Usuária 3]: Olá. Boa tarde. [Rede Quero Ajudar Piauí]: Olá, boa tarde. Tudo bem? [Usuária 3]: Tudo sim e você. (Inseriu uma imagem de uma campanha solidária de arrecadação de roupas e alimentos). [Usuária 3]: Queria que vocês compartilhassem isso. [Rede Quero Ajudar Piauí]: Ok. Muito obrigada. Vamos divulgar sim! Qualquer coisa entre em contato. Me chamo Nariani Lopes, sou estudante de jornalismo e atualizo a Rede Quero Ajudar Piauí. Você tem o @ para marcar? [Usuária 3]: Bota assim, ufpi.

O diálogo prosseguiu em outros momentos, onde a maioria das vezes, a conversa era voltada para o mesmo tema: divulgação de campanhas solidárias que envolviam o Piauí e Maranhão, pois a mesma atuava nos dois estados em prol da causa solidária. Fato

que chama atenção foi que o diálogo estendeu-se para a rede social Whatsapp. Ana Noaro e Laís Almeida (2019) argumentam que “alguns ambientes são mais propícios para a interação social, mas qualquer plataforma que disponibiliza canais de chat será possível a aproximação entre internautas” (Almeida; Noaro, 2019, p. 61). A avaliação se mostra verídica pelo fato de que a ferramenta impulsiona as interações nas duas redes sociais. Neste ponto, é importante perceber que o Whatsapp e o Instagram possuem as ferramentas de conversa, mas só foi possível ampliar o diálogo para o Whatsapp porque já estava estabelecida a conexão com a usuária no Instagram. Não é a intenção abordar as conversas na rede social Whatsapp, apenas é importante pontuar que o diálogo gerou a divulgação do projeto social “Ajuda Timon”, pois a mesma abordou a necessidade de difundir um projeto criado no período da pandemia ao buscar mobilizar amigos em prol da causa solidária ao doar alimentos, roupas e brinquedos para famílias em situação de vulnerabilidade social no município de Timon, mesmo sendo localizada no Maranhão, é interligada à capital o Piauí por meio do Rio Parnaíba e é considerada a zona oeste de Teresina.

Outra interação se deu no mesmo sentido de experimentar e analisar os caminhos trilhados de socializações na Rede no Instagram. Trata-se do projeto social Mundo Colorido, que divulga os pedidos de ajuda no Instagram e a Rede solicitou a possibilidade de republicação de dois conteúdos do projeto. [Rede Quero Ajudar Piauí]: Bom dia. Gostaria de publicar esse vídeo na Rede. Você poderia me informar se a mãe que precisa de ajuda é de Barras Pi? Este outro também? Todos são de Barras? [Projeto Mundo Colorido]: Sim, São de Barras. A senhora está precisando de fraldas, duas cadeiras de roda e alimentos. E a GleXX que é essa da casa precisa de material de construção, alimentos, essas coisas. [Rede Quero Ajudar Piauí]: Ok. Obrigada. Vamos divulgar!

A conversa iniciou no Instagram, mas ambas as partes optaram por estender o diálogo para o Whatsapp, o que gerou a divulgação da entidade que ajuda crianças no município de Barras, no Piauí. Posteriormente foi possível participar de um grupo solidário da região, que abrange as 14 cidades do Território dos Cocais, localizado na macrorregião Meio Norte. A consequência de tal interação entre as redes sociais foi o conhecimento e o conteúdo gerado destas experimentações, que começou no Instagram, estreitou os laços através do Whatsapp e foi pedra fundamental para produzir conteúdo da Rede sobre o projeto social e os pedidos de ajuda que abrangem a região.

---

É válido mencionar que o diálogo com os projetos sociais foi estabelecido através do Instagram, ou seja, o projeto social Mundo Colorido foi uma exceção dentro das experimentações dos estudos, mas foram balizadores para a apreensão da realidade na região. A regra esteve pautada em conversas iniciadas pela Rede no Instagram, como foi o caso da Associação Lar Preciso Viver que atua no apoio de pessoas com câncer em situação de vulnerabilidade social: [Rede Quero Ajudar Piauí]: Olá, vi o perfil da Associação Lar Preciso Viver e gostaria de fazer algumas perguntas básicas sobre o projeto. O intuito é poder divulgar o seu perfil na Rede Quero Ajudar Piauí. Me chamo Nariani Lopes, sou estudante de jornalismo e atualizo o perfil da Rede. Seria uma honra poder divulgar seu projeto. Aguardo um retorno. Meu contato: 86 9 9818-XXXX. [Associação Lar Preciso Viver]: (Inseriu uma imagem sobre as duas redes sociais que a Associação atua). [Rede Quero Ajudar Piauí]: Gostaria de saber como surgiu um projeto tão bonito como o eu. Meu intuito é divulgar e promover o diálogo com outras ONGs e pessoas que precisam de ajuda. [Associação Lar Preciso Viver]: Nosso lar surgiu no coração de três amigos que se uniram na intenção de ajudar pessoas carentes com câncer. Fundada dia 15/05/2021. Hoje acolhe 47 famílias com câncer, auxiliando com fraldas, suplementos, medicamentos e alimentação. Nosso projeto é ajudar ainda mais e estamos em busca de pessoas para nos ajudar. [Rede Quero Ajudar Piauí]: Ok. Obrigada.

Após o diálogo com a Associação, a Rede produziu diversos conteúdos que envolviam os pedidos das ações solidárias na região. Naiza Comel e Júlia Moura (2023) argumentam que criar e cultivar relacionamentos entre os atores nas redes sociais implica gerar conteúdo que estabeleça a ideia de proximidade. Cabe avaliar que não somente a produção de publicações possuem tal capacidade de interação, ainda que seja um fator pungente no Instagram, mas as outras ferramentas, como é o caso das mensagens privadas, compõem e são determinantes no escopo de aproximações e distanciamentos dos atores.

Durante as experimentações, alguns projetos/instituições não retornavam as mensagens e notadamente não atualizavam o perfil com novas ações, o que permite inferir sobre a efemeridade dos projetos solidários no Piauí. A ligação com o contexto pandêmico é notória, o que não significa uma tendência social, mas um momento de ruptura que tende a decantar no tempo espaço. O que fica para as socialidades são as lições geradas e coletivizadas, como o presente artigo, deste momento de mudança. Tal

---

afirmativa só reforça a necessidade de maiores estudos sobre a atuação dos projetos sociais em um território tão vasto e diverso como é o Piauí.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mediações comunicacionais e informacionais estão intimamente relacionadas ao contexto de sociabilidade vivido, especificamente quando se fala das peculiaridades culturais, políticas e econômicas do ambiente. Por isso, algumas mensagens estiveram estabelecidas em regiões mais desenvolvidas do território piauiense, o que mostra os desafios do acesso à internet e a utilização dos dispositivos móveis. Além de evidenciar a necessidade de continuidades nos estudos sobre as possibilidades de mediações tecnológicas que abrange a todos.

Portanto, mediar significa ter domínio do entrelaçamento de propósitos e contextos, além de fundamentalmente entender que as formas e formatos de mediar tendem a modificar a medida em que os contextos sociais econômicos e políticos também decantam. Neste sentido, vislumbrou-se a possibilidade de convergência com outras redes, através de alguns diálogos que foram estendidos na rede social Whatsapp, devido a própria estrutura intrínseca que cada rede ocupa no cotidiano da sociedade. Mesmo assim, os diálogos no Instagram diferenciam-se por criar vínculos de pertencimento.

No transcorrer das experimentações foram surgindo os atores que convergiam com o propósito solidário defendido pela Rede, ainda que neste desenvolvimento surgiram usuários que não convergiam com o debate proposto no perfil. O que mostra alguns aspectos imprescindíveis nas redes sociais como o poder de difusão, mobilização e horizontalidade. O cenário analisado do recorte temporal do objeto de estudo experimentado revela a construção de uma credibilidade que a Rede veio desenvolvendo com este grupo de usuários que tinham pautas em comum.

Ao vivenciar tais experimentações das dinâmicas sociais em redes online, conclui-se que é preciso romper com a ideia de separação entre humanos e não humanos, as métricas e as impressões pessoais, o online e o off-line e o real e o digital. Todos estão entrelaçados, alguns com suas particularidades mais evidentes e outros menos explícitos. Mas é essencialmente entender que tal entrelaçamento constitui a humanidade e suas sociabilidades. Este, portanto, reflete o papel desafiador do mediador jornalista deste tempo.

---

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Laís Barros Falcão de; NOARO, Ana Gabriela Marcolino. **Análise da interlocução e conversação em rede entre jogadores online de Moba**. IN: HRENECHEN, Vanessa Cistina de Abreu Torres (orgs.). Desafios na convergência entre mídia, comunicação e jornalismo. Ponta Grossa: Atena Editora, 2019.

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

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **ChatGPT: evolução ou fim do Jornalismo?**. Teresina: EdUESPI, 2023.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **Convergência entre Whatsapp e Instagram para a conscientização sobre a COVID-19**: o caso da Rede Piauí Sem Covid. Curitiba: Revista Uninter de Comunicação, v. 09, n. 16, 2022, pp. 28-37.

CETIC – Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. **TIC Domicílios 2022**. Disponível em: [https://cetic.br/media/analises/tic\\_domicilios\\_2022\\_coletiva\\_imprensa.pdf](https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2022_coletiva_imprensa.pdf). Acesso em: 18.fev.2024.

COMEL, Naiza; MOURA, Júlia Frank de. **Para “ver” o que faz a prefeitura**: comunicação pública no Instagram na prefeitura de Florianópolis. In: Organicom, v.20, n. 42, 2023. pp. 159-172.

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

GEBERA, Osbaldo. **La netnografia**: un método de investigación em Internet. In: Revista Iberoamericana de Educación, v.47, n. 2. 2008. pp. 81-93.

GILLESPIE, Tarleton. **A relevância dos algoritmos**. In: Revista Parágrafo, v.6, n. 1, 2018. pp. 95-121.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Dados sobre acesso à internet no Piauí**. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencianoticias/2012-agencia-denoticias/noticias/34954>. Acesso em: 18.fev.2024.

INSTAGRAM. **Um bilhão de usuários**. Disponível em: <https://bit.ly/3p8nJTS>. Acesso em: 18.fev.2024.

JOHNS HOPKINS UNIVERSITY. **Dados mundiais sobre COVID-19 no Mundo e no Brasil**. Disponível em: <https://www.arcgis.com/apps/dashboards/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6>. Acesso em: 18.fev.2024.

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

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

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

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

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem.** São Paulo: Cultrix, 1969.

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

SALGADO, Tiago Barcelos Pereira; OLIVEIRA, Luciana de. **Sociabilidade e comunicabilidade: convivências ontológicas em zonas de contato e contágio.** In: ANAIS DO 32º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2023, São Paulo. Anais eletrônicos. Campinas, Galoá, 2023. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2023/trabalhos/sociabilidade-e-comunicabilidade-convivencias-ontologicas-em-zonas-de-contato-e?lang=pt-br>> Acesso em: 18 fev. 2024.

SECRETARIA DO ESTADO DA SAÚDE DO PIAUÍ. **Painel Epidemiológico COVID-19 Piauí.** Disponível em: <https://lookerstudio.google.com/u/0/reporting/a6dc07e9-4161-4b5a-9f2a6f9be486e8f9/page/2itOB>. Acesso em: 18.fev.2024.

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