



COLEGIADO DO CURSO DE PSICOLOGIA

ARTIGO CIENTÍFICO

MICHELE NASCIMENTO ALCÂNTARA

**O DISCURSO MIDIÁTICO SOBRE A COVID-19 E O SOFRIMENTO
PSICOLÓGICO: ANÁLISE DE POSTAGENS DO JORNAL CORREIO
NO INSTAGRAM**

Ilhéus, Bahia

2023

MICHELE NASCIMENTO ALCÂNTARA

**O DISCURSO MIDIÁTICO SOBRE A COVID-19 E O SOFRIMENTO
PSICOLÓGICO: ANÁLISE DE POSTAGENS DO JORNAL CORREIO
NO INSTAGRAM**

Artigo Científico entregue para acompanhamento como parte integrante das atividades de TCC II do Curso de Psicologia da Faculdade de Ilhéus.

Orientador: Prof. Me. Lahiri Lourenço Argollo

Ilhéus, Bahia

2023

**O DISCURSO MIDIÁTICO SOBRE A COVID-19 E O SOFRIMENTO
PSICOLÓGICO: ANÁLISE DE POSTAGENS DO JORNAL CORREIO NO
INSTAGRAM**

MICHELE NASCIMENTO ALCÂNTARA

Aprovado em: ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

**Prof. Me. Lahiri Lourenço Argollo
Faculdade de Ilhéus – CESUPI
(Orientador)**

**Profª. Esp. Laysa Rodrigues Viana Moreira
Faculdade de Ilhéus – CESUPI
(Examinador I)**

**Profª. Dr. Julianna Nascimento Torezani
Faculdade de Ilhéus – CESUPI
(Examinador II)**

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a todos aqueles que sofreram a perda de entes queridos devido à Covid-19 e a todos que atravessaram essa difícil jornada, enfrentando não apenas as consequências físicas, mas também os desafios psicológicos impostos por essa pandemia. Dedico também ao grupo de pesquisa “Mídia e sofrimento humano” colegas e professores envolvidos, que foi basilar para construção desta pesquisa. Esta dedicatória é uma homenagem à resiliência e coragem daqueles que foram afetados direta ou indiretamente por esse vírus implacável.

AGRADECIMENTOS

Quero expressar meus agradecimentos, primeiramente agradecendo a Deus pela minha existência e pela força que me foi concedida para alcançar essa realização. Ao meu orientador e professor Lahiri Argollo, devo minha sincera gratidão pela paciência, orientação e conselhos que foram fundamentais para a conclusão deste trabalho. A dedicação e o apoio incansáveis, bem como sua orientação firme, foram cruciais para superar uma das maiores adversidades que enfrentei ao escrever este trabalho. Aos demais professores, agradeço pelas lições valiosas e pelas experiências enriquecedoras ao longo da minha jornada acadêmica.

Minha família merece um agradecimento especial pelo incentivo e carinho constantes. À minha mãe e às minhas irmãs, Flávia e Milena, expresso minha gratidão por sempre acreditarem nesse sonho junto comigo. Especialmente ao meu marido, Davi, que esteve ao meu lado desde o primeiro dia, apoiando-me e ajudando de todas as maneiras possíveis. Quero agradecer às minhas queridas tias, Ivanilda e Genilda e ao meu avó Arlindo e minha saudosa avô Anita por seu amor, apoio e dedicação inabaláveis ao longo da minha vida; suas presenças constantes e carinho moldaram não apenas a minha infância, mas também a minha jornada educacional, que culmina neste Trabalho de Conclusão de Curso.

Gostaria de expressar minha sincera gratidão ao meu psicólogo, Tiago, por acreditar em mim e me ajudar a alcançar o meu potencial máximo. Suas palavras de sabedoria e encorajamento continuam a me inspirar e serão lembradas com gratidão. Cada sessão foi um passo em direção ao meu crescimento pessoal e à minha capacidade de enfrentar os desafios da vida universitária.

Aos meus amigos em especial a Vanessa, minha amiga desde o início da faculdade, agradeço por nossa amizade harmoniosa e pelos estudos compartilhados; com certeza, levarei seus ensinamentos para toda a vida. A minha amiga e irmã Maria Eduarda, por toda admiração apoio emocional e incentivo para conclusão deste trabalho. Por fim, mas não menos importante, quero agradecer ao grupo de pesquisa da Faculdade de Ilhéus por todas as trocas de conhecimento que contribuíram significativamente para este trabalho de conclusão de curso.

**O DISCURSO MIDIÁTICO SOBRE A COVID-19 E O SOFRIMENTO
PSICOLÓGICO: ANÁLISE DE POSTAGENS DO JORNAL CORREIO NO
INSTAGRAM**

Michele Nascimento Alcântara¹

Lahiri Lourenço Argollo²

RESUMO

Diante do cenário mundial da COVID-19, evidenciaram-se os reflexos psicológicos e a alteração do comportamento das pessoas provocados pelo discurso da mídia durante a pandemia. Este estudo analisa como as teorias de Bandura (1986) e da comunicação social explicam a influência das notícias nas redes sociais sobre o comportamento da população diante das estatísticas de mortalidade pelo vírus. O estudo adotou uma abordagem metodológica documental qualitativa e quantitativa. Utilizou-se o método indutivo para observar as experiências como fenômeno específico. O perfil jornalístico @correios24horas no Instagram foi escolhido como fonte de análise. A coleta de dados foi realizada em três etapas e os resultados foram obtidos a partir da análise das amostras no trabalho. À luz das teorias de psicologia e comunicação social para entender como o discurso midiático pode influenciar o comportamento das pessoas. Conclui-se que os reflexos psicológicos foram evidentes, indicando um aumento nos sinais e sintomas, inclusive de transtornos psicológicos, durante o isolamento social devido ao excesso de informação em sua maioria relacionadas ao contexto de mortes.

Palavras-chave: Comunicação Social. Instagram. Psicologia Cognitiva Social. Comportamento. COVID-19

ABSTRACT

In the global scenario of COVID-19, the media discourse has become one of the significant factors influencing psychological responses and behavioral changes in people during the pandemic. This study examines how Bandura's theories and theories of social communication explain the influence of news on social media on the population's behavior concerning virus-related mortality statistics. The study employed a qualitative and quantitative documentary methodological approach. An inductive method was used to observe experiences as a specific phenomenon. The journalistic profile @correios24horas on Instagram was chosen as the source of analysis. Data collection occurred in three stages, and results were obtained through the analysis of the samples in the study. After these three stages, the samples were analyzed in light

¹ Graduanda do 9º semestre do Curso de Psicologia pela Faculdade de Ilhéus. E-mail: mmichelenasc@gmail.com.

² Psicólogo, Mestre em inovação Tecnológica, Professor-orientador do Trabalho de Conclusão de Curso da Faculdade de Ilhéus. Email: psicologia@faculdadedeilheus.com.br.

of psychology and social communication theories to understand how media discourse can impact people's behavior. It was concluded that psychological effects were evident, indicating an increase in signs and symptoms, including psychological disorders, during social isolation due to the excessive information, mostly related to the context of deaths.

Palavras-chave: Social Cognitive. Instagram. Psychology. Behavior. COVID-19.

1 INTRODUÇÃO

O coronavírus é um vírus de rápida transmissão causador da doença COVID-19, que afeta o aparelho respiratório e pode apresentar sintomas mais graves, inclusive com evolução para o óbito. Os primeiros casos da doença surgiram no final de 2019, na cidade de Wuhan, na China, por pacientes com características iniciais de pneumonia. Sua alta taxa de transmissão permitiu sua rápida disseminação pelo mundo e em março de 2020 a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou estado de pandemia. Foram adotadas restrições de contato e isolamento social como forma de redução da transmissão, acarretando uma brusca modificação na forma de socialização das pessoas.

As pessoas tiveram que se manter em casa, acompanhando pelas redes sociais as notícias da pandemia, casos de infectados e óbitos. Neste sentido, a mídia em geral, e os perfis jornalísticos no Instagram em específico, obtiveram um fluxo de informações rápido em um curto período nas redes sociais, fenômeno denominado infodemia³. A todo momento informações como o número de internamentos e óbitos derivados da COVID-19 eram lançadas nos perfis de notícias de forma contínua e crescente (Murano; Rocha; Boing; Oliveira; Melanda; Andrade, 2023).

O acompanhamento frequente às redes sociais pode ocasionar conflitos e reflexos para as pessoas no decorrer do tempo, fato que já era alvo de estudos antes mesmo da pandemia (Souza; Cunha, 2019). O isolamento social elevou drasticamente a exposição às mídias sociais (Instagram⁴) bem como a busca por informações em perfis jornalísticos. Nesse aspecto, a Teoria da Comunicação de Massa auxilia a compreender como a imprensa desempenha um impacto significativo na vida das pessoas.

³ Infodemia: número excessivo de notícias que pode levar à desinformação ou à manipulação de informações para favorecer um determinado ponto de vista, especialmente nas redes sociais.

⁴ Instagram: é um aplicativo gratuito de compartilhamento de imagens e vídeos. A partir dele, você pode tirar fotos e gravar vídeos, aplicar filtros e compartilhar com os seguidores.

A Teoria da Comunicação de Massa⁵ se sustenta num conjunto de quatro perspectivas, a saber: as Teorias de Construção de Significado, de Walter Lippmann; a Teoria da Cultivação, de George Gerbner; a Teoria da Linguagem, de Melvin Defleur e Timothy Plax; e, a Teoria do Agendamento, de Donald L. Shaw e Maxwell McCombs. As teorias promovem explicações sobre como a mídia cria sentidos e gera implicações na conduta do sujeito na modelagem dos comportamentos (Defleur; Ball-Rokeach, 1989). Mas, todas se respaldam nos fundamentos psicológico, cognitivo e comportamental de Bandura.

A Teoria Social Cognitiva de Albert Bandura apresenta uma explicação de modelo de funcionamento humano que atua perante um determinismo recíproco entre comportamento, fatores pessoais e ambientais, formando uma tríade que interage entre si. Por isso, Bandura defende que as relações sociais têm grande peso na formação do comportamento humano, inclusive os patológicos, dado à inclinação natural que todos possuem de serem influenciados por modelos sociais (Bandura, 2014).

A partir dessas teorias, surgiu o questionamento: como a Teoria Social Cognitiva de Bandura e as Teorias da Comunicação Social de Massa podem explicar as influências potenciais das notícias jornalísticas em redes sociais sobre o comportamento da população diante dos números de mortes relacionadas à COVID-19? Pensou-se como resposta hipotética que a exposição frequente às redes sociais e a forma como tais meios realizaram o tratamento jornalístico das notícias sobre a pandemia geraram situações de sofrimento psíquico ao longo do tempo.

Para a averiguação da validade da premissa, realizou-se uma pesquisa, cujo objetivo foi compreender como as influências das notícias jornalísticas em redes sociais, podem ter exercido sobre o comportamento da população frente às notificações dos dados de morte por conta da COVID-19.

Este artigo apresenta os resultados obtidos pela pesquisa. Inicialmente faz-se a exposição do percurso metodológico. Na sequência, expõe-se a síntese da revisão de literatura, com destaque para a Teoria da Comunicação de Massa e a Teoria Social Cognitiva, de Albert Bandura. Por fim, é realizada a análise dos dados obtidos pela ótica de tais conceitos.

2 METODOLOGIA

⁵ Comunicação de Massa: Disseminação de informações através dos grandes meios de comunicação para muitos receptores.

Este foi um estudo documental de natureza qualitativa e quantitativa. Utilizou-se o método indutivo que se baseia na observação do fenômeno particular das experiências, obtendo como segmento de tempo a busca de dados referentes às postagens do período. A fonte de análise escolhida para o levantamento de dados das publicações foi o perfil @Correios24horas, na rede social Instagram, por ser de caráter jornalístico e localizado na Bahia, atuante desde 1996 em jornal impresso e atualmente em site e demais redes sociais.

A coleta de dados ocorreu em três etapas a primeira foram coletadas apenas a postagens relacionadas a COVID-19 sendo dez dias de cada ano entre os dias 20 e 30 de março de 2020 e 20 a 30 de março de 2021. Em seguida na segunda etapa foi selecionada uma amostra de seis posts relacionados a morte como fonte de análise com seguinte na terceira etapa selecionada de cada ano sendo quatro de 2020 e duas de 2021 devido à início da campanha de vacinação a mídia pausou as postagens e informações sobre os dados de morte . Os períodos selecionados foram específicos para entender o fluxo de informações publicadas com a chegada do vírus e as mudanças ocorridas no discurso de um ano para o outro. Os dados foram inseridos em uma tabela com os seguintes critérios de investigação codificação e os itens discriminando as suas etapas.

Tabela 1- Categorias da coleta de dados das postagens da conta do Instagram @correio24hr

CATEGORIAS	CATEGORIAS TEMATICAS DO <i>post</i>
a) N° da postagem	1° ETAPA - TOTAL 131 post- - Publicações apenas sobre a Covid-19 direta e indiretamente.
b) Data do <i>post</i>	
c) Tema da postagem	2° ETAPA - AMOSTRA 6 posts - Publicações apenas relacionadas a morte.
d) Texto (conteúdo da post)	
e) Formato (estudo do signo visual)	3° ETAPA - AMOSTRA (3 posts de cada ano) - 4 Publicações do ano de 2020 relacionada a morte. - 2 Publicações do ano de 2021 relacionada a morte.
f) <i>Hashtags</i> (estudo do signo verbal)	
n) Curtidas (engajamento)	
m) Comentários (engajamento)	
g) <i>Print</i> da publicação (vídeo ou foto)	

Fonte: autora, 2023.

A partir da coleta de dados, em seus resultados, obteve-se um total de 131 postagens coletadas do perfil @correio24horas relacionadas à pandemia ou com termos referentes à pandemia. Diante das variáveis, selecionou-se uma amostra de seis postagens relacionadas às

notícias e ao cenário novo com conteúdo de mortes na pandemia por COVID-19, com maior relevância ao número de curtidas e engajamento. A análise parte do viés de notificações de mortes na pandemia para compreender de que forma a sociedade foi afetada em seu comportamento, tendo como bases primordiais as Teorias de Construção Social e Aprendizagem Social.

A Pesquisa tem como base duas teorias principais. A Teoria Social Cognitiva de Albert Bandura (1986), defensor de um modelo de funcionamento humano que atua perante um determinismo recíproco, com reflexos no comportamento. Dessa forma, fatores pessoais e ambientais formam uma tríade que interagem entre si. Devido a esses fatores, a maior parte do comportamento é co-determinado por situações adversas que se interagem. Já a Teoria da Comunicação de Massa engloba quatro teorias que contribuem para a identificação da mídia ao criar sentidos e geram implicações na conduta do sujeito na modelagem dos comportamentos (Defleur; Ball-Rokeach, 1989).

3 COMUNICAÇÃO SOCIAL, COVID – 19 E DISCURSO MIDIÁTICO

O processo e os efeitos da comunicação de massa na sociedade surgem por influência da realidade transmitida, que é um elemento de disseminação de informações e manejo social internalizado pelo indivíduo. Nada é ingênuo, pois apresenta um sentido e intenção ao comunicar. A função de controlar e modificar o sentido da informação emerge a partir da interpretação da realidade construída coletivamente que vai ocorrer a partir do momento que o sujeito recebe a informação e compartilha com o outro.

O discurso midiático desempenha um papel importante de informação na comunicação, impactando a quem recebe. Uma pesquisa realizada por Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul na localidade do Rio grande do Sul, obteve relatos entrevistando público com idade de 17 a 75 anos, que receberam informações da pandemia através do Facebook, Instagram, Whatsapp e Televisão. Houve efeitos significativos na saúde mental da amostra, em parte devido à exposição a informações sobre mortos e infectados (Duarte; Santos; Lima; Giordani; Trentini, 2020). Além disso:

Pesquisas anteriores já indicaram que a exposição indireta a trauma de massa (como a atual pandemia) através da mídia pode aumentar as taxas iniciais de sintomas de transtorno de estresse pós-traumático (TEPT). Estudo realizado com a população chinesa durante a atual pandemia encontrou que a exposição frequente a mídias sociais e notícias sobre a COVID-19 estaria associada a mais chances de risco para sintomas de ansiedade e de depressão, o que se manteve mesmo quando controlados outros

fatores. Sobre esse tópico, o diretor-geral da OMS afirmou que o mundo está enfrentando não apenas uma pandemia, mas também uma “infodemia”, indicando a exposição prolongada e excessiva a informações sobre um problema, o que torna difícil o vislumbre de uma solução. Com isso, também muita desinformação e rumores podem ser espalhados durante uma emergência de saúde, o que pode dificultar uma resposta eficaz à saúde pública e criar confusão e desconfiança entre as pessoas. (Duarte, Santo, Lima, Giordani e Trentini 2020, p. 8)

Desta forma, compreende-se que devido ao exagero de informações no período pandêmico por redes sociais e exposição às notícias, sobre os acontecimentos da Covid-19, foi possível perceber alteração no comportamento e aumento de sintomas dentre esses, estresses pós-traumático, ansiedade com risco de depressão. Paralelo a esta compreensão, na análise do discurso foucaultiano, cita-se que o discurso:

É a articulação acerca do que pensamos, dizemos e fazemos caracterizando determinado período, uma vez em que o acontecimento discursivo são acontecimentos históricos. O procedimento arqueológico caracteriza o domínio do “ser-saber”. Um saber é aquilo que podemos falar em uma prática discursiva que se encontra assim especificada, é o espaço em que o sujeito pode tomar posição para falar dos objetos de que se ocupam seus discursos. É também o campo dos enunciados em que os conceitos aparecem se define, se aplicam e se transformam. Sendo assim, esse domínio se define por possibilidades de utilização e de apropriação oferecidas pelo discurso (Azevedo, 2013, p. 10).

Observa-se dessa forma o reflexo, no comportamento, de que tudo aquilo que a mídia disponibiliza nas publicações. Na linguagem midiática há um significado e o público, ao visualizá-lo e internalizá-lo, articula ideias que modificam sua estrutura mental, contribuindo para os sintomas físicos e psicológicos do comportamento. Esses discursos, que são produzidos e reproduzidos socialmente, ganham maior força justamente por estarem nos espaços midiáticos (OLIVEIRA, 2021).

Inevitável, portanto, inferir que a mídia tem um papel fundamental na comunicação e ao disseminar a informação. Exemplo disso foi uma pesquisa realizada por Pinto *et al.* (2020), com perfis do Instagram, que com base nas notícias da COVID-19 sintetiza os parâmetros das práticas de comunicação estratégica das autoridades de saúde durante a pandemia. O estudo demonstrou que as mídias sociais das autoridades possuíam um alcance do público e melhor difusão das práticas e métodos frente aos desafios informacionais causados pelo coronavírus do que os meios oficiais. A partir disso, a Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) passou a utilizar estratégias em mídias sociais (Instagram) para falar da Covid-19, com ênfase na Promoção da Saúde: (a) criação de páginas institucionais para tirar dúvidas da população, (b) enfoque no engajamento nas redes e atualização contínua de dados (Almeida *et al* 2020).

De acordo com Leal (2020) o engajamento comportamental *online* vem sendo estudado nos últimos anos, por indicar o nível de interação do usuário com base nos acessos, perfis, comentários, publicações e curtidas gerando uma proatividade do perfil da organização nas redes sociais. Sendo assim, uma pesquisa do Statista (organização alemã especialista em informações de mercado e consumidores) aponta que:

A cada ano o número de pessoas conectadas em redes sociais aumenta. Porém, em 2020, houve um crescimento de usuários online devido à pandemia do Covid-19. [...] Dentre as redes sociais existentes, a que mais se destaca no Brasil é o Instagram que, segundo uma pesquisa do Cuponation feita no ano de 2020, ele lidera com quase 50% de usuários, tendo um crescimento de 230% apenas nos últimos dois anos. (Santana, 2023, p. 6).

Os dados acima denotam como o indivíduo foi influenciado no período da pandemia com o isolamento social através do *Instagram*. Especialmente no caso de perfis jornalísticos que tinham como objetivo manter a população informada dos cuidados com o vírus, dados de mortos, infectados e com conteúdo dos acontecimentos no Brasil e no mundo.

3.1 As teorias da comunicação de massa e a modelagem do significado pela mídia

A Teoria da Comunicação de Massa auxilia a compreender como a imprensa desempenha um impacto no princípio de que significados e interpretações são construídos socialmente na vida das pessoas, os quais podemos dividir em quatro subgrupos além dessas tem mais teorias de construção social como parte da Escola Norte Americana. A primeira teoria criada por Walter Lippmann na década de (1920) traz a perspectiva da construção social de significado da imprensa, discutindo como a narrativa dos acontecimentos pela mídia pode alterar a interpretação da realidade pelo público.

Entende que o ser humano, desde seu nascimento, é inserido na sociedade por meio da família, estrutura importante para questões que vão da sobrevivência à interação social. Nela, a comunicação promove a construção do ser humano em sociedade, pondo-o em contato com a cultura, crenças, hábitos, línguas, normas e conduta (Andrade; Bordas, 2022).

O teórico Walter Lippmann (1920, p. 134) aborda que:

As pessoas agem não baseadas no que realmente está se passando ou que tenha ocorrido, mas naquilo que imaginam seja a situação real conseguida de descrições fornecidas pela imprensa- significados e interpretações que amiúde tem apenas limitada correspondência com o que se passou. Isso pode levar a ações e comportamento inadequado tendo apenas escassa relação com a real natureza do “mundo lá fora”. [...] a imprensa cria imagens em nossas cabeças-ilusões-e que estas

servem com conhecimento da realidade que modela nosso comportamento, afigura-se coerente com o que hoje conhecemos.

A segunda, a Teoria da Cultivação, é obra de George Gerbner e colaboradores, fruto de um estudo que surgiu a partir da violência televisiva nos anos 60 e 70 e seus impactos nas convicções do público. Tem como proposta central de que as mídias influenciam o comportamento induzindo crenças nas pessoas (Defleur; Ball-Rokeach, 1989).

De acordo com Alzamora (2021), a crença é compreendida como um hábito que permite guiar os desejos e ações de forma natural e determinante. Na pandemia, as pessoas adquiriram hábitos de utilizar máscara, higienizar as mãos e usar álcool gel com maior frequência, modos de espirrar, tudo de acordo com as recomendações e informações do Ministério da Saúde e demais órgãos de saúde, repetidamente transmitidas pela mídia. O comportamento populacional foi modificado inclusive diante de uma situação de gripe, mesmo não sendo a Covid-19, tornando-se natural.

Gerbner (1989) reforça a ideia de que a realidade veiculada pela mídia tem o potencial de moldar as crenças individuais, e, por conseguinte, influenciar o comportamento das pessoas. Também argumenta que programas de televisão, em particular, têm o poder de afetar gradualmente as crenças da audiência. Além disso, a análise da teoria da cultivação emerge como uma abordagem voltada à compreensão de como adquirimos conhecimento e como esse conhecimento orienta nossas ações. Portanto, a investigação das crenças das pessoas é vista como uma maneira de desvendar a influência da mídia na nossa interpretação do mundo real.

Já a Teoria do Agendamento, por Donald L. Shaw e Maxwell McCombs (1989) criada no final da década de (1960), é uma das mais influentes na comunicação e na pesquisa de mídia e tem como principal premissa o conceito de que os meios de comunicação de massa têm o poder de influenciar a importância que o público atribui a determinados tópicos ou questões em sua mente. Essa teoria se baseia na ideia de que a mídia não apenas informa as pessoas sobre o que está acontecendo no mundo, mas também desempenha um papel fundamental na definição da pauta (agenda) das discussões públicas. Em outras palavras, os meios de comunicação têm o poder de determinar quais tópicos, questões e histórias são considerados mais relevantes, importantes e dignos de atenção pelo público.

A teoria opera em três níveis principais, que são: a Agenda da Mídia, que se refere ao conjunto de tópicos e histórias que os meios de comunicação de massa optam por cobrir e dar destaque. Os editores, jornalistas e profissionais de mídia que decidem quais notícias e eventos são dignos de serem relatados. A Agenda Pública, que cria a lista de tópicos e questões que o

público em geral considera importantes e relevantes. Isso é influenciado pela exposição constante a determinados tópicos na mídia. E a Agenda de Políticas, que diz respeito aos tópicos e questões que os formuladores de políticas públicas e governantes consideram prioritários e dignos de atenção. Isso também pode ser influenciado pela cobertura da mídia.(Defleur; Ball-Rokeach,1989).

A Teoria do Agendamento argumenta que a mídia tem o poder de moldar a percepção pública sobre quais questões são cruciais e merecem ser discutidas. Embora, não determine as opiniões das pessoas, influencia a importância atribuída a determinados temas, e, conseqüentemente, pode afetar o debate público e as decisões políticas.

Essa teoria desempenhou um papel fundamental na compreensão da influência dos meios de comunicação na sociedade e na política, e continua sendo presente nas análises das dinâmicas midiáticas contemporâneas. Inclusive, é relevante para entender de que forma a mídia dissemina notícias ao público diante dos casos de morte, infectados e curados no período pandêmico. Até o dia 15 de dezembro de 2023, o Brasil registrou mais de 4,6 milhões de casos e um total de 708.237 óbitos pela doença, sendo um número que cresce a todo momento segundo o Painel Coronavírus do Ministério da Saúde dados como estes eram lançados todos os dias para a população com o objetivo de manter informada.

Neste exemplo, observa-se que a mídia estabelecia a pauta de discussão social. Agendamento, portanto, é a maneira noticiosa utilizada para impressionar o público e torná-lo sensível a uma temática. Estudos foram feitos em campanhas políticas, cujas propagandas massivas tinham por meta focalizar na população a informação divulgada em um período extenso. Percebeu-se que devido ao tempo e a dose de atenção a determinadas questões pela mídia, crescia o nível de atenção dada pelas pessoas ao tema, levando a busca de mais informações e, por consequência, aumentando a audiência, num círculo de auto referenciamento (Defleur; Ball-Rokeach, 1989).

Segundo Maxwell E. McCombs e Donald L. Shaw (1989, p.136), “a agenda da imprensa vira a agenda do público”. No período pandêmico, as pessoas acabaram ficando dependentes das notificações e do excesso de informações repetitivas. Diante disso, Bazan, Paulo *et al*, 2020, p. 6) apresenta um estudo no qual afirma:

A transmissão por rádio e televisão durante 24 horas, todos os dias da semana, e o amplo acesso a tecnologias móveis permitiram que um número sem precedentes de pessoas recebesse atualizações a respeito da crise, de forma rápida e regular. A enorme divulgação e a rápida mudança das informações referentes aos aspectos científicos da doença e suas implicações na vida diária impuseram alta demanda à habilidade das pessoas de lidar com as informações.

Diante de inúmeras divulgações e rápidas mudanças podemos considerar também uma quarta teoria, que é a influência com as funções e a linguagem da mídia de massa, formulada por Melvin DeFleur e Timothy Plax. Como a forma de comunicar em que além dos protocolos sanitários estabelecidos para prevenção, novas palavras foram inseridas no vocabulário. Segundo a Academia Brasileira de Letras, em 20 de julho de 2021 foi lançada a sexta edição online de 1.160 palavras inseridas na nova edição no qual uma porcentagem está ligada de forma direta ou indiretamente ao período pandêmico.

Neste sentido, Melvin Defleur e Timothy Plax (1989, p. 137) afirmam: “Foram acrescentadas centenas de novas palavras que provavelmente teria penetrado na linguagem sem terem sido rapidamente apresentadas e difundidas pela mídia”. Segundo Defleur; Ball-Rokeach, (1989, p. 137),

[..] A mídia, pois, tem importantes influências em nossa linguagem e seus significados. Isso de várias maneiras. *Estabelece* novas palavras com significados a elas ligados; *dissemina* os significados de termos existentes; substituído significados antigos por outros novos; acima de tudo oficializa convenções de significado existentes para o vocabulário nossa linguagem.

A partir das funções das teorias citadas anteriormente, é possível compreender a modificação do comportamento devido ao engajamento e audiência no período da pandemia devido a necessidade das informações, já que pessoas estavam vivendo algo novo em toda humanidade com isso os reflexos são longo prazo, sutis e cumulativos. Os demais veículos de comunicação estão atrelados com as diversas formas da comunicação em nossa sociedade e os seus efeitos são quase impossíveis de não serem notados.

Logo é possível correlacionar as teorias da comunicação de massa sustentadas totalmente à teoria da aprendizagem social, de Albert Bandura. Em sua teoria a agência humana aponta que as pessoas possuem intenções com estratégias e ações para realizar, assim o futuro não pode ser a causa do comportamento atual, pois não tem existência material. Porém, por serem representados cognitivamente no presente, os futuros imaginados servem como guias e motivadores atuais do comportamento (Bandura *et al.* 2008). Por conseguinte, as teorias do significado, cultivação, agendamento e linguagem estabelecem estratégias com as notícias e informações diárias que reforçam a modificação do comportamento do sujeito justamente com o intuito de obter engajamentos o que vai repercutir de forma demais na comunicação, pensamento, emoção e ação da população.

3.2 Como a teoria social cognitiva explica o reflexo do ambiente no comportamento

O primeiro pressuposto fundamental para compreender a Teoria Social Cognitiva é o processo de aprendizagem, no qual Bandura (1986) destaca que os seres humanos são flexíveis e possuem a capacidade de aprender uma ampla gama de atitudes, habilidades e comportamentos, muitos dos quais são adquiridos por meio de experiências vicariantes. De acordo com Feist e outros (2014, p. 332): "Embora as pessoas possam aprender e se desenvolver por meio da experiência direta, grande parte do que elas aprendem é adquirido pela observação dos outros."

O processo de modelagem e a aprendizagem comportamental ocorrem por meio da exposição a um modelo. O status social elevado ou baixo desse modelo influencia significativamente a probabilidade de transmissão de competências e habilidades para os observadores. Além disso, as características pessoais do observador também afetam o processo de modelagem. Por fim, o comportamento é moldado pelas consequências experimentadas pelos modelos (Feist; Feist; Roberts, 2014).

Bandura (1986) identifica quatro processos que regem a aprendizagem por observação: atenção, representação, produção de comportamento e motivação. Todos esses processos são cruciais para entender a interação triádica entre comportamento, ambiente e pessoa.

Para ilustrar essa interação no contexto das mídias sociais e suas repercussões nas postagens relacionadas a mortes, podemos considerar o ambiente como as redes sociais e as postagens como estímulos. A pessoa é o indivíduo que recebe essas postagens, com suas próprias concepções pessoais e fatores cognitivos ativos. O comportamento resultante pode ser considerado como uma resposta ao que é observado nas redes sociais, afetando fatores cognitivos como memória, pensamento e atenção.

Dentro da perspectiva da agência humana na Teoria Social Cognitiva, de Albert Bandura, existem duas dimensões para compreender como o indivíduo age com "intencionalidade". A primeira envolve a formulação de planos e estratégias para alcançar objetivos, enquanto a segunda envolve a antecipação, na qual as pessoas criam expectativas e metas futuras com base em seu material cognitivo atual, e seus comportamentos atuais são reflexos e motivadores para alcançá-los (Bandura, Azzi, Polyodoro, 2008).

O conceito de causalidade recíproca triádica de Bandura sugere que o comportamento é influenciado pela interação entre fatores pessoais, relações interpessoais, condições

socioeconômicas e experiências comportamentais anteriores, incluindo reforço. Isso se aplica não apenas ao comportamento adaptativo, mas também ao comportamento desadaptado, que tende a se manifestar de maneira mais evidente em reações fóbicas e agressivas (Bandura, 1986).

Em relação às reações, é possível destacar a depressão, que pode ser dividida em três categorias: auto-observação, processos de julgamento e autorreações. O humor deprimido frequentemente resulta de pensamentos irrealistas e julgamentos severos em relação a fracassos e conquistas pessoais. Além disso, fobias e medos também podem se desenvolver por meio da observação direta e generalização de experiências.

A televisão e outras mídias de notícias geram muitos dos nossos medos. Crimes violentos, estupros ou assassinatos divulgados pela mídia aterrorizam uma comunidade, levando as pessoas a se sentirem presas em suas próprias casas, com portas trancadas (Bandura, 1986, p. 46)

Nesse contexto, a fobia se desenvolve devido ao medo excessivo de algo relacionado a uma situação que foi experienciada ou observada, resultando em um comportamento de ameaça em relação à fobia. Crenças são estabelecidas com base no ambiente, e o comportamento desadaptado pode ser comparado ao contexto da pandemia, onde as notificações diárias sobre mortes e dados sobre óbitos podem ter instalado crenças devido ao ambiente de isolamento, afetando o comportamento.

Trindade *et al.* (2022) propõem que a tríade cognitiva - pensamento, emoção e comportamento - reflete um desequilíbrio emocional causado pela interpretação ilógica ou pensamentos distorcidos devido à preocupação excessiva com um futuro negativo, sentindo-se incapaz e incerto. Os pensamentos distorcidos mais comuns no contexto da pandemia incluem uma visão catastrófica, filtragem seletiva e generalização excessiva (Trindade, Santiago, Grincenko, Velasco, 2022).

Posto isso, pensamentos frequentes e intensos como esses podem gerar sintomas e comportamentos prejudiciais, causando danos e sofrimento aos indivíduos e, conseqüentemente, impactos psicossociais. Gallegos *et al.* (2020) afirmam que qualquer forma de isolamento pode desencadear emoções negativas, como desânimo, tédio, raiva, frustração, perda de esperança e estresse, que podem persistir mesmo após a pandemia. No geral, estudos destacam um aumento nos transtornos psicológicos e uma redução no bem-estar psicossocial da população, especialmente em grupos considerados vulneráveis durante a pandemia (Gallegos *et al.*, 2020; Kola *et al.*, 2021; Scholten *et al.*, 2020).

A partir da teoria de Bandura, portanto, pode-se compreender o impacto da mídia na saúde mental e nas mudanças de comportamento das pessoas durante a pandemia. O Instagram, por exemplo, emergiu como uma plataforma chave, mantendo a sociedade diariamente informada sobre os acontecimentos globais. O aplicativo foi desenvolvido por Kevin Systrom e o brasileiro Mike Kriger com a intenção de resgatar a nostalgia do instantâneo para o público disponibilizado no ano de 2010 com múltiplas funções com publicações o usuário poderiam compartilhar localização, imagens, vídeos, planos para o fim de semana etc. (Piza, 2012)

4 ANÁLISE DAS POSTAGENS

Analisando as postagens sobre a pandemia, podemos dialogar com as reflexões de Rouillé (2009) para quem cada imagem fotográfica, apesar de não ser naturalmente um documento, possui um valor documental intrínseco. Esse valor, contudo, não é estático ou absoluto, mas sim sujeito a variações dentro de um contexto específico, o regime documental, onde sua verdade é avaliada e apreciada. Portanto, entende-se que as imagens transmitem comunicação visual, sensações e percepções diferentes. Por isso, podem ser interpretadas como fragmentos do real onde possuem intenções voluntárias ou involuntárias, fazendo parte da construção narrativa dos acontecimentos, vivências e códigos culturais de quem produz.

Dentre as 131 postagem coletadas, relacionadas ao período pandêmico no Instagram @correio24horas na figura 1, a postagem selecionada traz como tema: “o Ministério da Saúde da Itália que registrou ao menos 8.165 mortes pela Covid-19 desde o início do surto”. Foi um dos países que estava liderando os altos índices de mortalidade de forma descontrolada e rápida. A publicação recebe um engajamento menor com um quantitativo de 1.694 curtidas e 54 comentários. No entanto, é um conteúdo expressivo ao abordar: “Na quinta o número diário de mortes ainda é alto, mais baixo que no dia anterior, nas últimas 24 horas o país registrou 662 mortes por Covid-19”. Mensagem de impacto até pelo conteúdo da foto e estudo do signo, em que um ponto turístico de um monumento histórico obtém um fluxo menor de pessoas e todas usando máscara.

Figura 1 – 26 de março de 2020. Dados alarmantes de Mortos na Itália.



Curtido por **migu1980** e outras pessoas
correio24horas O Ministério da Saúde da Itália registrou ao menos 8.165 mortes pela Covid-19 desde o início do surto. Em um balanço divulgado nesta quinta-feira (26), as autoridades de saúde contabilizaram mais de 62 mil infectados pelo novo coronavírus.

Nos últimos dias, desde o pico de sábado (21), quando o país registrou 793 mortes, o número de vítimas reduziu levemente e ontem chegou a 683 mortes. Na quinta o número diário de mortes ainda é alto, mas mais baixo que no dia anterior, nas últimas 24 horas o país registrou 662 mortes por Covid-19.

Trabalhadores da saúde também estão entre as vítimas do novo coronavírus. Um levantamento do governo italiano mostrou que cerca de 9% dos infectados do país no início da semana eram médicos, enfermeiros ou técnicos. A Federação de Médicos da Itália contabilizou nesta quinta 37 médicos mortos pelo novo coronavírus. | 📷: AFP
 #Correio24h #italyconavirus

Ver todos os 54 comentários

26 de março de 2020 · Ver tradução

Fonte: perfil de Instagram @correio24horas⁶

Paradoxalmente, enquanto os meios de comunicação, especialmente os perfis jornalísticos, enfatizam informações relacionadas ao número de mortos durante a pandemia, agendando a temática na população, esta desenvolve uma obsessão pelas notícias desse teor, retroalimentando o processo. Esta ideia encontra respaldo na obra de Georg Gerbner e colaboradores na teoria da comunicação, que, através de um estudo realizado nos anos 60 e 70, analisaram a violência na televisão e as tentativas federais de conscientização durante a presidência de Johnson. Esse período foi marcado por um levantamento detalhado sobre a representação da violência, incluindo suas causas e riscos, desencadeando uma comissão de alerta.

Paralelamente, durante a pandemia, as redes sociais, apesar de visarem informar, frequentemente divulgaram notícias violentas e invasivas. Esse tipo de cobertura pode ter contribuído para uma fase de negação e repulsa, interferindo na maneira como as pessoas adotavam novos hábitos, como o uso de máscaras e o isolamento em casa. Além disso, a constante atualização sobre os números de mortes, que afetou não apenas o Brasil, mas o mundo inteiro, potencializou esse fenômeno. Nesse sentido, Lerver *et al* (2021) enfatiza:

⁶ Figura 1 link de acesso: <https://www.instagram.com/p/BUXvRUIWhG/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng==>

Mas como a pandemia foi construída como fato jornalístico? Em primeiro lugar, como episódio traumático cuja decorrência – sofrimentos e mortes – mereceria compaixão. O conceito de trauma refere-se a situações nas quais membros de uma coletividade “sentem que foram sujeitos a um evento terrível que deixou marcas permanentes na consciência grupal, marcando as suas memórias e mudando sua identidade de grupo”. (Lerver et al, 2021)

Em razão disso, é possível perceber que já havia possível sofrimento instalado na sociedade com base no engajamento. Bandura (2005) ressalta que existem três formas diferentes de sofrimento: as impostas, as selecionadas e as criadas.

Com base neste fator, entende-se que no ambiente que se está inserido a uma construção socioestrutural que é imposta sobre as pessoas, gostem elas ou não já que elas não tem controle sobre este fator porém tem a liberdade na maneira como interpretam e regem a ele com as possibilidades e impedimentos, além de aspectos reforçadores ou punitivos, fazendo com que as pessoas sintam a necessidade de curtir, comentar ou compartilhar esse tipo de conteúdo, é um reflexo desse ambiente que surge como resultado dessas experiências, o que passa a informação a mídia de que este conteúdo por mais importante que seja não foi aceito naquele momento. (Bandura, 2005, p. 24).

A figura 2 traz imagem publicada no final de março. Foi a primeira foto das publicações coletadas no ano de 2020 com referência às mortes da Covid-19. Teve engajamento de 8.001 curtidas e 226 comentários. No início da pandemia algumas pessoas ainda estavam em processo de negação. Para incitar um comportamento adequado ao enfrentamento da pandemia, a postagem traz um contexto paradoxal, mais leve por evidenciar o humor, ao mesmo tempo em que provoca a temática ansiogênica (morte).

Figura 2 – 27 de março de 2020 Conscientização, Fique em casa!



Curtido por **dedemenezes1** e **outras pessoas**
correio24horas Os velórios estão suspensos, mas o humor, não. Um outdoor na Av. Paralela, na entrada do bairro do Trobogy, em Salvador, tem chamado a atenção dos soteropolitanos. Ele faz parte uma campanha do cemitério Bosque da Paz que pede às pessoas que colaborem com as medidas de isolamento social para evitar o avanço da pandemia do novo coronavírus. "Fique em casa! Não queremos você aqui", é a mensagem provocativa do cemitério no outdoor, que é exibido desde a última quinta-feira (26). Para o diretor executivo do Bosque da Paz, Gustavo Araujo, o momento é de ajudar para que a covid-19 não se alastre mais. "Nós sabíamos que esse era um outdoor de impacto, mas é nosso trabalho conscientizar a população nesse momento. Estamos contribuindo, do nosso jeito, para fazer as pessoas entenderem sobre o período crítico que estamos vivendo", afirmou. "Com o contágio crescente da doença, devemos elevar nossa atenção para as consequências de transmitir o vírus, assim como contribuir na proteção, de todas as formas

Fonte: perfil de Instagram @correio24horas⁷

⁷ Figura 2 link de acesso: <https://www.instagram.com/p/B-QM5NgIPOZ/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng==>

Em seu texto, a postagem inicia afirmando: “os velórios estão suspensos, mas o humor não”. A brincadeira e a ameaça, reforçada por fatos como o da Figura 6, passou a fazer parte do discurso da mídia como forma de conscientizar as pessoas para minimizar a proliferação do vírus. O esforço de controle comportamental social adentra o conceito de agenciamento humano, que opera dentro de uma rede de influências sócio estruturais. Nele, as pessoas criam um sistema para organizar, guiar e regular as atividades humanas. As práticas sociais impulsionam recursos e estruturas de oportunidade para o desenvolvimento e o funcionamento pessoal (Bandura, 2008, p. 16).

A Figura 3 traz como tema a notícia da primeira morte na Bahia confirmada pela Secretaria da Saúde do Estado (SESAB), o que provocou um aumento no engajamento. Em seu conteúdo, descreve que o paciente a evoluir para morte era um homem de 74 anos. Ele estava internado no Hospital da Bahia, em Salvador. Ele já se encontrava entubado e já fazia diálise contínua. O formato e estudo do signo da foto indicava as características de uma mulher com guarda-chuva, capa de proteção e máscara em uma feira com barracas ao fundo vazias.

Figura 3 – 29 de março de 2020 .Primeira morte confirmada na Bahia.



Fonte: perfil de Instagram @correio24horas⁸

A imagem e o texto provocam o reconhecimento de uma ameaça real, presente e próxima da realidade da pessoa comum. Na análise da postagem observou-se um acréscimo de 6.396 curtidas e 264 comentários, diferentemente do que ocorre em postagens de pandemias

⁸ Figura 3 link de acesso: <https://www.instagram.com/p/BUXvRUIWhG/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng==>

comuns, com gripe. Forma a consciência do risco de contaminação com possibilidade real de óbito. A publicação tem um sentido de notificar a população, trazendo a informação de forma clara, o que pode transmitir ao público reações diferentes.

Segundo o Dicionário Michaelis (2023), a palavra “morte” descreve em seu significado ato de morrer; fim da vida. Sua etimologia *lat mortem* traz em sua linguagem figurada o sentido de intensa angústia. Com base nisso, filósofos como Platão fazem uma analogia de que para funcionar em um plano humano era necessário criar rótulos e concordar, acerca do significado subjetivo, para com os aspectos objetivos da realidade, sem isso não poderíamos nos comunicar (Defleur; Ball-Rokeach, 1989, p.122). Para Bandura (1986), uma vez que as pessoas compreendem a ideia central, elas têm a capacidade de criar variações inéditas de comportamento, extrapolando o que observaram ou escutaram, e podem também ajustar suas ações para se adequarem a diferentes situações.

Observa-se que conceito de morte foi ampliado dentro do contexto da pandemia a partir das notificações de morte por Covid 19. O ambiente fornece a base de como agir em relação a realidade, repercutindo na ampliação da linguagem e do comportamento. Em suma, estudos revelam que o contexto de pandemia e as medidas adotadas para contenção do vírus projeta danos à saúde mental, o aumento de risco para manifestação de sintomas de estresse, ansiedade e depressão identificadas na população geral (Crepaldi *et al*, 2020, p. 3). É o reflexo da linguagem figurada ao sintoma de extrema angústia por receber notificação de mortes em tão pouco tempo.

A publicação de final de março a figura 4, que alcançou um alto engajamento, mostrava um dos locais mais movimentados dos Estados Unidos, agora surpreendentemente vazio devido à pandemia. Essa imagem impactante de uma das avenidas mais famosas do mundo deserta simbolizava a gravidade da situação, onde medidas como o fechamento de locais públicos foram necessárias para evitar a propagação do vírus.

Figura 4 – 31 de março de 2020. A pandemia causa mais mortes do que o ataque 11 de setembro.



Curtido por [limafrancelton96](#) e outras pessoas
correio24horas A pandemia do novo coronavírus já causou mais mortes nos Estados Unidos do que os ataques do 11 de setembro de 2001. Na tarde desta terça-feira (31), o país alcançou o número de 3.415 vítimas fatais, segundo os dados divulgados pela Universidade John Hopkins. Já no atentado em Nova York - que é, até hoje, o mais letal realizado contra cidadãos comuns em todo o planeta - morreram 2.977 civis, além dos 19 sequestradores (ao todo, 2.996 pessoas). O número de fatalidades também já superou o da China, onde a pandemia começou: lá, foram registradas 3.309 mortes em 82,2 mil casos de covid-19. A letalidade na terra do Tio Sam, porém, é menor. Se no país asiático, a taxa de mortalidade é de 4%, a dos Estados Unidos, que tem 175 mil casos, é de pouco menos que 2%. Em termos numéricos, as mortes nos EUA são superadas por países da Europa, como Itália (com 12.428 vítimas fatais e 105,7 mil casos) e Espanha (8.269 vítimas fatais e 94,4 mil casos). O estado de Nova York é o mais afetado, com quase a metade do total de mortes pelo novo vírus nos Estados Unidos: 1.550 vítimas.

Ver todos os 22 comentários
 31 de março de 2020 · Ver tradução

Fonte: perfil de Instagram [@correio24horas](#)⁹

Esta publicação não apenas compartilhava dados sobre a pandemia, mas também os comparava com eventos trágicos como o ataque de 11 de setembro de 2001, destacando a gravidade do momento. Nos EUA, a pandemia já havia causado mais de 12.428 mortes, um número alarmante que superou as fatalidades na China, o país de origem do vírus. Este fato gerou preocupação global, especialmente em países menos preparados para enfrentar uma crise sanitária dessa magnitude. O post, intitulado “A pandemia do novo coronavírus já causou mais mortes nos Estados Unidos do que os ataques do 11 de setembro de 2001”, recebeu 1774 curtidas e 22 comentários, refletindo seu impacto significativo.

A mídia, ao fazer essa correlação, não apenas remeteu ao atentado de 11 de setembro, mas também destacou a seriedade da pandemia, agora comparável a um desastre global. A escolha dessa abordagem ressalta o papel do jornalismo em moldar a percepção do público sobre eventos atuais.

Segundo Duarte et al (2020), a pandemia trouxe consigo não apenas o medo da infecção, mas também sentimentos de tédio, solidão e raiva, mesmo entre aqueles não diretamente afetados pelo vírus. Bandura (1986, 2003) observa que a aprendizagem por observação é frequentemente mais eficaz do que a experiência direta. Neste contexto, a visão de ruas vazias

⁹ Figura 4 link de acesso: <https://www.instagram.com/p/B-aKtDEFE3d/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng==>

e notícias alarmantes poderia influenciar o comportamento do público, promovendo o isolamento social como uma medida de segurança. Este tipo de comunicação, ao mesmo tempo que elevava o engajamento, refletia a sensação coletiva de estar enfrentando uma guerra humanitária.

A postagem da figura 5 aborda o tema: “Investigações do Inquérito Policial Militar da morte do policial Wesley Soares Góes”. Em seu conteúdo, relata que Wesley desceu do próprio carro com um fuzil. Pouco depois, começou a efetuar os disparos. Segundo a SSP-BA, ele teve um “surto psicológico”. Foi um evento marcante para os profissionais que estavam trabalhando na linha de frente, vivendo o contínuo risco da pandemia. O policial estava a serviço da comunidade com a responsabilidade de manter as pessoas em casa. As pessoas viveram a pandemia em contextos diferentes, com suas questões pessoais individuais muitas vezes não compartilhadas: preocupações, angústia, medo de perder um ente querido, medo de ser contaminado e de levar o vírus para casa. O post obteve um engajamento de 1.799 curtidas e 145 comentários.

Figura 5 – 30 de março de 2021. Morte de profissional atuante na linha de frente.



Fonte: perfil de Instagram @correio24horas¹⁰

Bezzerra *et al* (2020) aborda que um dos grupos mais afetados pela pandemia foram os profissionais que não tinha condições de trabalhar de casa. Além disso, Nabuco *et al* (2020) cita que os profissionais que estavam na linha de frente assist, atuantes na saúde pública e em

¹⁰ Figura 5 link de acesso: <https://www.instagram.com/p/CNDc8T6lL0D/?igshid=MTc4MmMlYmI2Ng==>

serviços de atenção primária, emergência e UTIs são profissionais que mais sofreram impactos psicológicos intensos por estarem mais expostos ao vírus e a rotina modificada, agitada para atender a todas as exigências governamentais. Foi o que proporcionou o desenvolvimento do estresse, ansiedade, angústia, medo e cansaço, com repercussão em problemas mentais e emocionais ainda mais graves, como a depressão (Ornell *et al*, 2020, p. 4).

"Em seu estudo sobre noticiários, Maxwell et al. (1960) observaram que a imprensa tende a dar maior atenção a certas questões, influenciadas pela audiência e pelo nível de importância das pessoas retratadas na mídia. Essa abordagem faz com que o público perceba alguns problemas como mais relevantes do que outros, conforme destacado por Defleur e Ball-Rokeach (1989). Este fenômeno pode ser visto na forma como os perfis jornalísticos mantêm o público informado, estabelecendo uma agenda do que está acontecendo no mundo através de publicações diárias. Um exemplo disso é a atenção gerada pela figura 6, provavelmente um profissional da linha de frente, cuja exposição em uma situação arriscada causou choque e preocupação, já que era esperado que essa pessoa mantivesse a sociedade segura.

Sacramento (2020) argumenta que as notícias funcionam como uma 'ferramenta de construção de significados', possuindo o potencial de codificar, articular e reproduzir resistências ideológicas, além de mobilizar quadros metafóricos que expressam crenças e visões de mundo, induzindo a efeitos sociais concretos. As ações noticiadas podem levar a diversas interpretações, pois, como Bandura (1991) aponta, as pessoas não alteram suas percepções sobre o que é bom ou ruim, ou certo ou errado, rapidamente. Uma vez que um padrão de moralidade é adotado, as sanções negativas do público para ações que violam esses padrões morais podem atuar como uma influência reguladora. Diante disso, o próprio Bandura (2008, p. 77) diz que:

A capacidade para auto sanções confere significado à agência moral. As autorreações pessoais avaliadas antecipadamente provêm os reguladores motivacionais e cognitivos da conduta moral. As auto sanções mantêm a conduta em ordem com os padrões pessoais. Indivíduos que têm uma forte ética comum agem para promover o bem-estar dos outros, mesmo às custas de seus interesses pessoais. Frente a pressões situacionais para agir de forma desumana, as pessoas podem escolher agir de modo contrário, exercendo influência pessoal oposta. Não é incomum que indivíduos baseiem tanto o seu autovalor tão fortemente em certas convicções tão fortemente que se submetam a tratamentos severos ou punitivos em vez de cederem ao que consideram injusto ou imoral. (Bandura, 2008)

Assim, da figura 5 é possível depreender do discurso que muitos profissionais estavam sobre pressão e autocobranças em um momento tão crítico a todos. A mídia expôs essa fragilidade nas redes sociais à população em isolamento. A percepção do adoecimento dos

profissionais de linha de frente naturalmente aumenta a ansiedade social, influenciando danosamente na saúde psicológica da população. Novamente, de maneira dialética, as notícias que deveriam ser evitadas foram intensamente veiculadas pelas mídias dado o grau de sensibilidade e interesse da população, gerando engajamento nas redes.

Na imagem da instrumentalização utilizada para o sepultamento da pessoa infectada (figura 6) tende a eliciar sentimentos de melancolia e tristeza diante da nova situação, o que é reforçado pelo texto que a segue, no qual se registra o número recorde de mortes por Covid-19 e o número total de falecidos. O impacto, além das mortes em si, é aumentado pela imagem mostrar que os rituais fúnebres foram desconstruídos. As pessoas não podiam estar presente para prestar homenagens ao falecido. Ver em enterro profissionais e agentes da saúde vestindo equipamentos de proteção individual (EPI) não era comum. Traz a sensação de se viver uma guerra, assim como afirmou alguns políticos ao redor do mundo. Como a chanceler alemã Ângela Merkel, que em uma mensagem televisiva afirmou ser a crise mais grave vivida pela Europa desde a Segunda Guerra Mundial (Sacramento, 2022, p. 11).

Figura 6 – 31 de março de 2021. Maior número de morte registrada na Bahia.

 correio24horas



Curtido por **kaun8853** e outras pessoas

correio24horas Nesta quarta-feira (31), a Bahia registrou 160 mortes por covid-19. Esse é o maior número de mortes registrado na Bahia desde o começo da pandemia, superando os 155 mortos registrados no último dia 26 de março.

Ainda foram registrados 4.235 novos casos de covid-19 (taxa de crescimento de +0,5%) no estado, nas últimas 24h, de acordo com o boletim epidemiológico divulgado pela Secretaria da Saúde do Estado (Sesab), no final da tarde desta quarta. No mesmo período, 3.361 pacientes foram considerados curados da doença (+0,4%).

Apesar das 160 mortes terem ocorrido em diversas datas, a confirmação e registro foram contabilizados nesta quarta. Todas ocorreram em 2021 e 148 delas em março, mês mais letal da pandemia no estado.

O número total de óbitos por Covid-19 na Bahia desde o início da pandemia é de 15.330, representando uma letalidade de 1,91%. Dos 803.664 casos confirmados desde o início da pandemia, 773.050 já são considerados recuperados, 15.284 encontram-se ativos. Na Bahia, 45.510 profissionais da saúde foram confirmados para covid-19.

Acesse correio24horas.com.br e saiba mais sobre a covid-19 no estado.

 Tiago Caldas/Arquivo Correio **#correio24h**

Ver todos os 62 comentários

31 de março · Ver tradução

Fonte: perfil do Instagram @correio24horas¹¹

Essa publicação do final de março obteve um engajamento de 1.737 curtidas e 63 comentários. O número de mortos pela pandemia na Bahia torna-se o ponto principal de discussão nos comentários, temática agendada pela matéria. O discurso pode emitir reflexos de sentimentos melancólicos, desperta um estado de alerta, atenção e cuidados.

Diante dos aspectos psicológicos, Bandura (2005) destaca que as pessoas estabelecem metas pessoais e antecipam as consequências possíveis de ações futuras a fim de orientar e impulsionar seus esforços. Ele argumenta que o futuro, não possuindo existência material, não pode ser a causa do comportamento presente. No entanto, quando visualizados cognitivamente no presente, os cenários futuros imaginados funcionam como orientadores e estímulos para o comportamento atual. Ao visualizar a postagem, o indivíduo adquire um aprendizado que se modifica diante das suas ações com o meio (DNA, 2020). Podendo chegar a gerar emoções como medo, frustração e pânico ao se deparar com a possível morte, caso não se aplique as medidas de prevenção.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O discurso sobre a COVID-19 nas mídias sociais tem o propósito de conectar globalmente as pessoas e informá-las sobre um evento ocorrido mundialmente. Entretanto, utiliza estratégias linguísticas, signos e significados para influenciar o comportamento da população por meio de uma construção social em massa.

A Teoria Cognitiva Social destaca que o processo de aprendizagem começa no ambiente em que o indivíduo está inserido, moldando-se de acordo com o que o ambiente oferece. Com isso, a hipótese do trabalho de que a exposição frequente as redes sociais e a forma como tais meios realizaram o tratamento jornalístico das notícias sobre a pandemia em que geraram situações de sofrimento ao longo do tempo foi confirmada. Devido à exposição das informações nas redes sociais sobre mortos e infectados que acarretou efeitos significativos na saúde mental, com base em estudos realizados.

Segundo os resultados da análise, foi observado que as notificações jornalísticas sobre mortes relacionadas à COVID-19 provocavam diferentes níveis de engajamento, como

¹¹ Figura 5 link de acesso; <https://www.instagram.com/p/CNGfMG0le31/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng==>

comentários e curtidas. O conteúdo da imagem e o contexto exerciam influências significativas, refletindo as estratégias de linguagem, agendamento, formação de hábitos e intenção utilizadas pela mídia ao publicar uma notícia, buscando participação e interação. O engajamento e a mudança de comportamento eram percebidos com base na relevância do conteúdo. Os reflexos psicológicos foram evidentes, indicando um aumento nos sinais e sintomas, inclusive de transtornos psicológicos, durante o isolamento social devido ao excesso de informação.

Estudos bibliográficos mencionados apontaram manifestações de estresse, ansiedade, depressão e impactos na saúde mental da população, devido a essa sobrecarga informativa, implementada como medida de contenção do vírus e para manter as pessoas em isolamento social, informadas sobre os acontecimentos mundiais. As notícias sobre mortes em grandes quantidades geraram sentimentos de angústia, frustração e medo, intensificados a cada notificação relacionada ao assunto.

REFERÊNCIAS

ALZAMORA, Geane *et al.* **Sociedade da Desinformação e Infodemia**. Minas Gerais: Ieat Ufmg, 2021. 233 p.

ANDRADE, Carla Borges de; BORDAS, Miguel Angel García. CONTRADIÇÕES EMERGENTES EM TEMPOS DE PANDEMIA: a pessoa social diante do distanciamento e do isolamento social. **Humanidades e Inovações**: UNITINS, Ba, v. 1, n. 1, p. 1-10, 5 jul. 2022. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadesinovacao/article/view/3571> Acesso em: 11/08/2023.

AZEVEDO, Sara Dionizia Rodrigues de. Formação discursiva e discurso em Michel Foucault. **Unesp**, Sao Paulo, v. 2, n. 6, p. 148-162, jul. 2013. Disponível em: <https://www.marilia.unesp.br/Home/RevistasEletronicas/FILOGENESE/saraazevedo.pdf> Acesso em: 17/08/2023.

AZZI, Roberta Gurgel. Mídia, transformações sociais e contribuições da teoria social cognitiva. **Pucrs**: PSICO, Campinas, v. 1, n. 1, p. 1-7, 17 maio 2010. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistapsico/article/view/5202> Acesso em: 08/07/2022.

BANDURA, Albert. Bandura: teoria social cognitiva. In: FEIST, Jess *et al.* **Teoria da Personalidade**. 8. ed. São Paulo: Artmed, 2014. Cap. 17. p. 329-348.

BANDURA, Albert; AZZI, Roberta Gurgel; POLIDORO, Soely. **Teoria Social Cognitiva: conceitos básicos**. Sp: Artmed, 2008. 173 p.

BEZERRA, Lucas Sandrini; GIBERTONI, Daniela. MÍDIAS SOCIAIS DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19. **Revista Interface Tecnológica**, [S.L.], v. 18, n. 2, p. 144-156, 14 maio 2022. Interface Tecnológica. Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/1239>Acesso em: 06/08/2022.

CREPALDI, Maria Aparecida; SCHMIDT, Beatriz; NOAL, Débora da Silva; BOLZE, Simone Dill Azeredo; GABARRA, Leticia Macedo. Terminalidade, morte e luto na pandemia de COVID-19: demandas psicológicas emergentes e implicações práticas. **Estudos de Psicologia (Campinas)**, [S.L.], v. 37, n. 6, p. 1-12, 15 abr. 2020. FapUNIFESP (SciELO). DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-0275202037e200090>. Acesso em: 14/08/2022.

DUARTE, Michael de Quadros; SANTO, Manuela Almeida da Silva; LIMA, Carolina Palmeiro; GIORDANI, Jaqueline Portella; TRENTINI, Clarissa Marcelli. COVID-19 e os impactos na saúde mental: uma amostra do rio grande do Sul, brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, [S.L.], v. 25, n. 9, p. 3401-3411, set. 2020. FapUNIFESP (SciELO). Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/ghSHWNYkP6gqJm4LQVhkB7g/> Acesso em: 12/06/2022.

FEIST, Jess; FEIST, Gregory J.; ROBERTS, Tomi-Ann. **Teoria da Personalidade**. 8. ed. Sp: Amgh, 2014. 464 p.

GALLEGOS, M.; CONSOLI, Andrés; FERRARI, I. F.; CERVIGNI, Mauricio; CASTRO, V. de; MARTINO, Pablo; CAYCHO, Tomás; RAZUMOVSKIY, Anastasia. COVID-19: psychosocial impact and mental health in latin america. **Fractal: Revista de Psicologia**, [S.L.], v. 33, n. 3, p. 226-232, 8 jan. 2022. Reitoria de Pesquisa, Pós Graduação e Inovação - UFF. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/fractal/a/XpVM3wVPZh6vTQwkJGjZLyR/?format=pdf&lang=en> Acesso em:10/08/2023.

GUARESCHI, Pedrinho. Psicologia e Pós-Verdade: a emergência da subjetividade digital. **Psi Unisc**, [S.L.], v. 2, n. 2, p. 1-19, 20 jul. 2018. APESC - Associação Pró-Ensino em Santa Cruz do Sul. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/psi/article/view/12242> Acesso em: 12/06/2022.

DEFLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**. 5 ed. Tradução de Octavio Alves Velho. Rio de Janeiro: Zahar, 1993. Título original: Theories of mass communication.

LERNER, K., CARDOSO, J.M., and CLÉBICAR, T. Covid-19 nas mídias: medo e confiança em tempos de pandemia. In: MATTA, G.C., REGO, S., SOUTO, E.P., and SEGATA, J., eds. Os impactos sociais da Covid-19 no Brasil: populações vulnerabilizadas e respostas à pandemia [online]. Rio de Janeiro: **Observatório Covid 19; Editora FIOCRUZ**, 2021, pp. 221-231. Informação para ação na Covid-19 series. DOI: <https://doi.org/10.7476/9786557080320.0018>. Acesso em:09/10/2023.

OLIVEIRA, Geilson Fernandes de. O discurso midiático sobre a ansiedade em tempos de Covid-19. **Revista Heterotópica**, [S.L.], v. 3, n. 1, p. 171-190, 15 jun. 2021. EDUFU - Editora da Universidade Federal de Uberlândia. Disponível em:

<https://seer.ufu.br/index.php/RevistaHeterotopica/article/view/59110> Acesso em: 12/08/2022.

OLIVEIRA, Matheus Guida de; MIRA, Ana Cecília Matias; SILVA, Ana Claudia de Oliveira; PAIVA, Emilay Valéria; MAGAGNE, Geovana Neves; SANTOS, Luiz Gustavo Oleriano dos; CARVALHO, Roberta Ribeiro de; NASSER, Thiago Franco. COVID-19: impactos causados na saúde dos profissionais da linha de frente. **Recisatec - Revista Científica Saúde e Tecnologia - Issn 2763-8405**, [S.L.], v. 2, n. 6, p. 2763-8405, 19 jun. 2022. Revista Científica Saúde e Tecnologia. DOI: <http://dx.doi.org/10.53612/recisatec.v2i6.147>. Acesso em:05/10/2023.

PIZA, Mariana Vassallo. O fenômeno Instagram: : considerações sob a perspectiva tecnológica. **Unb: UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**, Brasília, v. 10, n. 5, p. 1-48, 09 abr. 2012. <https://bdm.unb.br/handle/10483/3243> Acesso em:14/08/2023.

PINTO, Pâmela Araujo; BRASILEIRO, Felipe Sá; ANTUNES, Maria Joao L.; ALMEIDA, Ana Margarida P. Covid-19 no Instagram prática de comunicação estratégica das autoridades de saúde durante a pandemia. **Openedition: JOURNALS**, São Paulo, v. 29, n. 15, p. 1-17, mar. 2020. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cp/11288> Acesso em:20/09/2023.

SANTANA, Lucas Brandão. Comunicação Pública em saúde: usos e desusos do Instagram durante a pandemia da covid-19, um estado da arte. **Unb: UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**, Brasília, v. 13, n. 8, p. 1-25, 24 fev. 2023. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/33704> Acesso em: 20/07/2023.

SACRAMENTO, Octávio. Vírus, guerras e novos heróis: a pandemia da covid-19 sob o biomilitarismo. **Rev.Antropol**, São Paulo, v. 3, n. 65, p. 1-28, 6 maio 2021. DOI: <https://doi.org/10.11606/16789857.ra.2022.195914>. Acesso em: 06/07/2023.

VELASCO, Deisy Rocío Pinto; GRINCENKOV, Fabiane Rossi dos Santos; SANTIAGO, Luana Dutra e TRINDADE, Patrícia Santa Rosa Lourenço. Negacionismo na pandemia de COVID-19: Uma análise à luz da Teoria Cognitiva-Comportamental. **Rev. SBPH** [online]. 2022, vol.25, n.1, pp. 97-108. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1516-08582022000100009&script=sci_abstract Acesso em:10/09/2023.