

Representações Sociais e influência social em comentários publicados no *Instagram* do Ministério da Saúde sobre a COVID-19

Representaciones sociales Representaciones sociales e influencia social en comentarios publicados en el *Instagram* del Ministerio de Salud sobre el COVID-19

Social Representations and social influence in comments posted on the Ministry of Health's *Instagram* about COVID-19

Maísa Hodecker

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis - SC/Brasil

ORCID: 0000-0001-5273-1575

E-mail: maisa_hodecker@hotmail.com

Taimara Foresti

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis - SC/Brasil

ORCID: 0000-0002-0569-5257

E-mail: taiforesti@gmail.com

Ana Maria Justo

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis - SC/Brasil

ORCID: 0000-0003-2056-3575

E-mail: justoanamarca@gmail.com

Andréia Isabel Giacomozzi

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis - SC/Brasil

ORCID: 0000-0002-3172-5800

E-mail: agiacomozzi@hotmail.com

Andréa Barbará S. Bousfield

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis - SC/Brasil

ORCID: 0000-0002-4333-4719

E-mail: andreabs@gmail.com

Resumo

Diante da importância dos comportamentos de prevenção frente à pandemia de COVID-19, buscou-se discutir o fenômeno da influência social e sua dimensão informacional das representações sociais (RS), a partir de comentários em um post sobre o novo coronavírus feito pelo Ministério da Saúde no Instagram. Partiu-se de uma discussão teórica com base na Teoria das Representações Sociais (TRS), mais especificamente utilizando de uma abordagem dimensional das RS. Trata-se de uma pesquisa documental qualitativa do tipo descritiva-exploratória. Foram analisados 1.805 comentários acerca de uma publicação do Ministério de Saúde no Instagram, feita no dia 18 de março de 2020 sobre a situação epidemiológica da COVID-19. Realizou-se Análise de Conteúdo Temático-Categorial, identificando as seguintes categorias: 1) Contenção da disseminação coletiva; 2) Implicações econômicas; 3) Estratégias de enfrentamento; 4) Ansiedade; 5) Informações midiáticas; 6) Comparações sociais com outros países afetados. Identificou-se as dimensões de informação, atitude e campo. A RS identificada ancora-se à noção de ameaça à saúde e à economia global. O momento de incerteza favorece a influência informacional, que pode repercutir de modo negativo na população, como também favorecer as ações de prevenção.

Palavras-chaves: Pandemia; COVID-19; Representações sociais; Influência social; Redes sociais.

Resumen

Dada la importancia de las conductas preventivas frente a la pandemia de la COVID-19, buscamos discutir el fenómeno de la influencia social y su dimensión informativa de las representaciones sociales (RS), a partir de los comentarios en un post sobre el nuevo coronavirus realizado por el Ministerio de Salud en Instagram. Se inició con una discusión teórica basada en la Teoría de las Representaciones Sociales (TRS), más específicamente utilizando un enfoque dimensional de RS. Se trata de una investigación documental cualitativa del tipo descriptivo-exploratorio. Analizamos 1.805 comentarios sobre una publicación del Ministerio de Salud en Instagram, realizada el 18 de marzo de 2020, sobre la situación epidemiológica del COVID-19. Se realizó un Análisis de Contenido Temático-Categorial, identificándose las siguientes categorías: 1) Contención de la difusión colectiva; 2) implicaciones económicas; 3) estrategias de afrontamiento; 4) Ansiedad; 5) Información de los medios; 6) Comparaciones sociales con otros países afectados. Se identificaron las dimensiones de información, actitud y campo. La RS identificada está anclada a la noción de amenaza para la salud y la economía global. El momento de incertidumbre favorece la influencia informativa, que puede tener un impacto negativo en la población, además de favorecer las acciones de prevención.

Palabras clave: Pandemia; COVID-19; Representaciones sociales; Influencia social; Redes sociales.

Abstract

Given the importance of preventive behaviors in the face of the COVID-19 pandemic, we sought to discuss the phenomenon of social influence and its informational dimension of social representations (RS), based on comments in a post about the new coronavirus made by the Ministry of Health on Instagram. It started with a theoretical discussion based on the Theory of Social Representations (TRS), more specifically using a dimensional approach to SR. This is a qualitative documentary research of the descriptive-exploratory type. We analyzed 1,805 comments about a publication by the Ministry of Health on Instagram, made on March 18, 2020, on the epidemiological situation of COVID-19. A Thematic-Categorical Content Analysis was carried out, identifying the following categories: 1) Containment of collective dissemination; 2) Economic implications; 3) Coping strategies; 4) Anxiety; 5) Media information; 6) Social comparisons with other affected countries. The dimensions of information, attitude and field were identified. The identified SR is anchored to the notion of threat to health and the global economy. The moment of uncertainty favors informational influence, which can have a negative impact on the population, as well as favoring prevention actions.

Keywords: Pandemic; COVID-19; Social representations; Social influence; Social networks.

Introdução

Em dezembro de 2019 os noticiários de TV em todo o mundo anunciavam um novo vírus denominado SARS-CoV-2. Este pertence à família Coronaviridae e provoca uma doença respiratória, chamada COVID-19 (Brasil, 2020). Menos de três meses depois, a mídia mundial anunciava uma pandemia, e, juntamente com ela, surge um número expansivo de internações, hospitais superlotados, quarentena e uma crise econômica mundial. Os dados sobre o avanço da enfermidade pelo mundo e casos fatais favoreceram o surgimento de sentimentos como, angústia, incertezas, ansiedade, pânico e estresse. A COVID-19 passa a repercutir de maneira significativa na saúde mental das pessoas, principalmente por conta do medo em relação ao contágio, ao adoecimento e à morte, e também, pelas situações de quarentena e isolamento social (Barros-Delben et al., 2020).

Esses sentimentos impactam nos comportamentos cotidianos das pessoas, podendo ter uma série de implicações sociais, como é o caso dos arrastões em supermercados, aglomerações, falta de cuidados quanto às indicações de prevenção e higiene, entre outros (World Health Organization, 2020).

Percebe-se que não são somente físicos os efeitos que a COVID-19 apresenta para a sociedade, vários efeitos psicológicos são apontados frente à doença. Brooks et al. (2020) relatam sintomas psicológicos vivenciados pelas pessoas em isolamento social como, ansiedade, sintomas de estresse pós-traumático, confusão, raiva, sofrimento psicológico, depressão, humor baixo, irritabilidade, insônia, exaustão emocional, medo, frustração, tédio, tristeza e culpa. Apesar disso, o estudo ressalta que o isolamento social é a estratégia mais apropriada para lidar com a pandemia (Barros-Delben et al., 2020; Ferguson et al., 2020).

As práticas relacionadas a COVID-19 apresentam-se como um fenômeno que está localizado entre o social e o individual, pois tanto são objeto de uma experiência pessoal, quanto elaboradas a partir de discussões na mídia e em grupos sociais de pertencimento. Trata-se assim de um importante objeto de estudo para a Psicologia Social, especificamente a Teoria das Representações Sociais (TRS) (Jodelet, 1984). Segundo Vala e Castro (2013), a TRS é uma abordagem teórica voltada aos processos por meio dos quais os indivíduos em interação social absorvem as inovações e constroem explicações acerca dos objetos sociais. Para Moscovici (2012), as representações sociais (RS) consistem num tipo de pensamento leigo ou do senso comum, também chamado de pensamento natural (Jodelet, 1984) e são formadas para tornar familiar o incomum, permitindo que se dê sentido aos fatos novos ou desconhecidos, tornando-os acessíveis. Assim, por ser uma teoria construcionista (Camargo, Scholösser, & Giacomozzi, 2018), a TRS poderá embasar a compreensão científica acerca de como as pessoas estão atribuindo sentido a este novo fenômeno de saúde, que passa a fazer parte da realidade social: a COVID-19.

Nesse contexto, a TRS oferece uma abordagem dialógica para a compreensão dos aspectos psicossociais que estão envolvidos na atribuição de sentidos (*meaning maker*) e comunicação (Castro & Mouro, 2016; Marková, 2008). Entende-se que a atribuição de sentido a um determinado objeto nunca é individual, mas sempre uma atribuição conjunta entre o Ego e o Alter. As relações entre Ego-Alter-Objeto seriam, portanto, condição para a emergência e a transformação da atribuição de sentido e representações (Marková, 2008; Moscovici, 2012).

Conforme Moscovici (2012), as RS são constituídas por três dimensões: informativa, atitudinal e de campo. A dimensão informativa compreende o conhecimento que o grupo possui sobre o objeto de representação. A dimensão atitudinal indica a valorização e orientação para a ação que o grupo possui sobre o objeto de representação. Enquanto que, a

dimensão de campo configura o conteúdo concreto e limitado de um aspecto específico do objeto de representação.

Ao pensar sobre o processo de elaboração de RS frente a um novo objeto, podemos destacar o fenômeno da influência social informacional (Moscovici, 2011; Zimbardo, 2016), que popularmente foi descrito como “efeito de contágio” ou “efeito de manada”. Moscovici (2011) aponta que a influência informacional consiste em aceitar o comportamento dos outros como fonte de informação, tomando ações parecidas com eles, ainda que estas pareçam “irrefletidas” (Aronson, Wilson, & Akert, 2015). Esta satisfaz a necessidade imediata de um indivíduo na medida em que reduz sua sensação de incerteza (Moscovici, 2011). Conforme Aronson et al. (2015), as crises tendem a aumentar a ocorrência deste tipo de influência social, uma vez que, precisamos decidir rápido sobre qual ação tomar.

Observa-se que a mídia tem ocupado papel central na transmissão de informações sobre o novo coronavírus para a população. As mensagens midiáticas são reflexos do estado daquele que a emite, assim como daquele que as recebe. Dessa maneira, podem ser caracterizadas como expressões de uma dada cultura e/ou de um instrumento que a modela. Tendo em vista o cenário epidêmico, as pessoas em quarentena, isoladas em suas casas e condomínios, possuíram por meio das mídias a principal fonte de informações sobre a situação mundial (Justo, Pinto, & Pires, 2019). Os estudos de Camargo e Bousfield (2011), já vem apresentando que a comunicação está se tornando cada dia mais tecnológica. E, em um momento em que se vive o isolamento social, o papel da mídia mostra-se ainda mais relevante. Fechadas em suas residências, as pessoas têm nela a principal fonte de informação sobre a realidade social (Justo et al., 2019). No entanto no Brasil a disseminação de informações sobre a Covid-19 não foi consensual, houve uma polarização informacional em torno do vírus (Justo et al., 2020) o que acabou por gerar uma polarização política em torno da doença (Giacomozzi et al.,

2022; Rozendo et al., 2022, Camargo & Bousfield, 2022).

Compreende-se que as redes sociais se configuram como um palco para que nos posicionamentos, um grupo expresse suas ideias e emoções de maneira veloz e, por vezes, radical (Jesus, 2013). As consequências dessa disseminação de opiniões, particularmente em redes sociais, perpassam a construção de RS dos diferentes grupos sobre a temática. Considerando o contexto atual com a pandemia da COVID-19 e a diversidade de informações que circulam nas mídias, pretende-se contribuir para a compreensão dos diferentes posicionamentos manifestados em redes sociais.

Assim, pretende-se discutir o fenômeno da influência social informacional, a partir dos comentários em um *post* com dados sobre o novo coronavírus feito pelo Ministério da Saúde no *Instagram*. Estudar comentários de internautas em redes sociais pode ser particularmente interessante para pesquisadores do campo das RS, pois as mídias sociais, sendo uma forma atual e veloz de comunicação, fazem parte da vida das pessoas, e são constituídas pelos atores sociais e suas conexões mais numerosas que as redes *off-line*, com um imenso potencial de troca de informação, e, portanto, podem moldar e disseminar representações sociais (Camargo, Goetz, Bousfield & Justo, 2011; Justo & Camargo, 2017; Recuero, 2009). Além disso, a difusão desses processos também é acelerada. Estudar, portanto, tais comentários permitem observar os processos de elaboração e de expressão das RS por meio de outros modos além dos discursos e práticas (Alaya, 2016). Neste caso, a escolha pelo *Instagram* se deu pelo fato desta ser uma das redes sociais mais acessadas pelos brasileiros e ser veículo de comunicação adotado pelo Ministério da Saúde para postar dados sobre a COVID-19.

Além disso, o material em redes sociais é uma importante fonte de dados para estudos com a TRS uma vez que foi produzido espontaneamente por comentadores da publicação de um único *post* do *Instagram* do

Ministério da Saúde sobre a COVID-19 em uma interação virtual no início da pandemia; os comentários em redes sociais podem ser anônimos (uso de perfil *fake*); há espaço para interação entre os comentadores, fornecendo *insights* sobre argumentação; os comentários têm potencial de influenciar outros comentários, e podem refletir representações sociais e crenças coletivas mais amplamente partilhadas (Jaspal, Nerlich, & Koteyko, 2013), pelo menos em uma parte do público brasileiro. Outros diversos estudos em nível nacional (Leandro et al., 2019; Vitali et al., 2022) e internacional (Alaya, 2016; Rosa, Bocci, & Salvati, 2021) já investigaram RS em comentários em redes sociais, demonstrando a fertilidade desse campo de pesquisa. Assim, estudar os comentários de internautas em redes sociais através da TRS pode contribuir também para o entendimento da participação política das pessoas na mudança social. Participação política aqui entendida de forma ampla como proposta por (Howarth, Andreouli, & Kessi, ano livro palgrave) que compreende que a participação política se refere a todas as relações sociais nas quais os indivíduos e grupos constroem, desenvolvem e resistem a seus próprios pontos de vista, ideias e crenças.

Método

Trata-se de uma pesquisa do tipo documental, tendo como fonte de dados os comentários relativos à publicação da rede social *Instagram* do Ministério de Saúde (@minsaude), feita em 18 de março de 2020, acerca de uma notícia que trata da situação epidemiológica da COVID-19 no Brasil. Segundo a publicação, o Brasil contabilizava até essa data, às 20h, 11.278 casos suspeitos; 1.841 casos descartados; 428 casos confirmados e 4 óbitos. Iniciou-se a coleta de dados do dia 20/03/2020 e finalizando as buscas por comentários no dia 25 do mesmo mês. A coleta de dados foi realizada de forma individualizada às cegas por duas das autoras. Após realizar a coleta, foi dado início à análise do conteúdo, realizando uma leitura flutuante sobre todos os comentários. Feito isso, as pesquisadoras quantificaram os conteúdos mais



Categoria 1: Contenção da disseminação coletiva

Nessa categoria estão presentes os elementos temáticos que preconizam os cuidados que deveriam ser adotados para prevenir a disseminação coletiva da COVID-19, assim como exigências da população sobre ações governamentais para identificar, proteger e cuidar dos indivíduos contaminados.

Subcategoria 1.1: Exigências coletivas de prevenção

Os elementos temáticos “*Fronteiras*” (115 comentários), “*Testes*” (77 comentários), “*Aeroportos*” (21 comentários), “*Higienização*” (dois comentários), indicavam a preocupação com a proliferação da pandemia, sugerindo que entidades governamentais impedissem a abertura das fronteiras e aeroportos para que indivíduos possivelmente infectados não retornassem ao Brasil vindo de países com altos índices de contaminação, como Itália e China. Outra exigência coletiva em relação às ações governamentais contra a contaminação comunitária acelerada da COVID-19 diz respeito à fabricação e distribuição de testes em todo o território brasileiro. Em alguns estados, os testes estavam em falta, o que aumentou o número de casos suspeitos, que poderiam estar infectados e contagiando outros indivíduos.

O mesmo ocorreu diante da exposição por diversos veículos de comunicação sobre os efeitos positivos do álcool em gel 70% para higienizar as mãos e evitar a contaminação pela COVID-19. Assim, os supermercados que possuíam estoques desse produto, estavam, em sua maioria, em falta em suas prateleiras no país inteiro, como divulgados no site da revista Exame (2020). Os comentários salientaram a importância de repensar sobre a compra exacerbada de produtos, como é o caso do álcool em gel decorrente da impossibilidade de outros indivíduos também se higienizarem. De acordo com os posicionamentos, se o consumo desenfreado baseado na individualidade fosse

contínuo, apenas uma parcela da população iria se proteger, enquanto que a outra parcela sem a devida proteção poderia se contaminar, e, conseqüentemente, contaminá-los da mesma forma. Um dos comentários destacou o seguinte: “*Não estoquem álcool em gel, se apenas uma pessoa estiver higienizada, o pobre vai passar para você do mesmo jeito, não sejamos burros*”.

Subcategoria 1.2: Proteção dos profissionais da linha de frente do combate à COVID -19

Abrange elementos temáticos que sugerem modos de prevenir a proliferação do vírus. No entanto, o foco muda para os profissionais de saúde, aqueles que permanecem na linha de frente, colocando sua própria saúde em risco para salvar e proteger os demais. Os elementos temáticos “*Profissionais*” (27 comentários) e “*EPIs*” (11 comentários) foram mencionados referindo-se às pessoas que não puderam ficar em isolamento social, mas permanecem trabalhando em hospitais, farmácias, laboratórios e/ou em demais instituições, em prol da recuperação da saúde de indivíduos contaminados pela COVID-19.

Alguns comentários salientaram a importância desses profissionais da saúde em momentos de desastres e crises mundiais como este que estamos ainda vivendo. Além disso, percebe-se uma exigência de Equipamentos de Proteção Individual (EPI), como, por exemplo, a distribuição de máscara cirúrgica para transporte e máscara (N95), luvas, óculos e aventais para protegê-los.

Subcategoria 1.3: Isolamento Social e Quarentena

De modo repetitivo e consecutivo, os elementos temáticos “*Casa*” (19 comentários), “*Quarentena*” (nove comentários), “*Fechem*” (oito comentários), “*Isolamento*” (seis comentários), “*Contaminação*” (três comentários) e “*Proibam*” (três comentários) sustenta o que as autoridades em saúde estavam divulgando: permanecer em casa. Os



comentários não só se mostravam a favor, mas, por vezes, suplicavam às pessoas para permanecerem em suas residências em total isolamento social durante o período determinado para a quarentena. O posicionamento de uma das internautas ilustra o supracitado ao destacar: “*Não saiam de suas casas sem necessidade. Lavem as mãos (com sabão ou através da higienização com álcool em gel). Protejam nossos idosos*”. Salienta-se que essa foi a divulgação realizada nas campanhas de prevenção, porém sabe-se que há diversas realidades como as de pessoas que não podiam permanecer em suas casas, por conta de seus trabalhos não possuírem a possibilidade de *homework* e, em ao pensar os marcadores sociais que contribuíram para estabelecer essas desvantagens sociais pode-se pensar na raça e classe econômica.

Categoria 2: Implicações econômicas

Essa categoria sinaliza as consequências econômicas em níveis individuais, familiares, sociais e profissionais, causados pela COVID-19.

Subcategoria 2.1: Empresas e empregados

O elemento temático “*Empresas*” (cinco comentários), sugere as implicações negativas que a quarentena poderia trazer a empresas, microempresas e profissionais autônomos. Menciona a crise econômica que, não somente o Brasil enfrenta, mas todo o mundo em decorrência do fechamento temporário de seus negócios.

Por um lado, empresários preocupavam-se em fechar suas empresas e na manutenção dos funcionários, seus salários e modos de trabalhar *home office*, cogitando até declarar falência. Já a situação dos profissionais autônomos se tornou ainda mais complicada. Nesses casos, conseguir manter as contas em dia foi a prioridade. Por outro lado, os empregados, subordinados, colaboradores, cogitaram seus direitos trabalhistas de férias, salários e se preocupavam excessivamente com suas contas, formas de adaptação à crise, compras de produtos de higiene e alimentos,

entre outros mantimentos necessários à permanência em quarentena. Existia, portanto, uma espécie de via de mão dupla, na qual empresas, empresários e colaboradores, encontravam-se com preocupações bem semelhantes: como sobreviver em meio a uma crise mundial econômica e epidemia. Entretanto, esse cenário também apresentou uma nítida diferença: enquanto comentários aparentemente de empresários preocupavam-se com a sobrevivência de suas empresas, instituições e funcionários, os comentários de colaboradores estavam preocupados com “como sobreviver”, comprar mantimentos e sustentar suas famílias.

Subcategoria 2.2: Gastos superiores aos ganhos

O elemento temático “*Governo*” (10 comentários), referia-se a esperar medidas governamentais para lidar com a crise econômica. Como supracitado, uma das maiores preocupações da população havia sido como sobreviver em meio a essa crise econômica que predominava todo o Brasil. Não se tinha informações suficientes, se por medo de passar fome, se por medo de quantos dias ficariam em quarentena, se aconteceria algo pior, mas os supermercados estavam com prateleiras desabastecidas, devido à compra excessiva e estocagem de produtos. Nos comentários, percebeu-se que as pessoas foram influenciadas pelo medo, pelos posicionamentos da maioria pessoas, bem como pelas *fake news* que circulavam em massa.

Categoria 3: Estratégias de enfrentamento

Nessa categoria estão contempladas as subcategorias e elementos temáticos que deixam transparecer as crenças religiosas, ações e narrativas que auxiliam os indivíduos a enfrentar o momento de crise.

Subcategoria 3.1: Deus

Os elementos temáticos “*Deus*” (65 comentários), “*Jesus*” (13 comentários), “*Misericórdia*” (nove comentários), “*Oremos*”

(quatro comentários), “*Templos religiosos*” (quatro comentários) “*Proteção*” (três comentários) e “*Fé*” (dois comentários), indicaram que os indivíduos se apegaram a forças divinas naqueles momentos de dificuldade e notícias pessimistas. Além disso, percebeu-se implícito nos posicionamentos desses indivíduos a crença de que alguém estava protegendo o mundo de ocorrer uma tragédia maior, como uma forma de se adaptar e lidar com a crise atual. Isso demonstra que, mesmo em meio ao caos, foram adotadas estratégias de prevenção.

Subcategoria 3.2: Comportamentos pró-ambientais

O elemento temático “*Guerra*” (quatro comentários) foi discutido diante do acirramento entre países, estados, governos, que diante da crise, necessitavam se unir e se ajudar para superá-la. Já o elemento temático “*Ganância*” (dois comentários) sugeriu que a pandemia fosse uma forma compulsória de o ser humano adotar comportamentos pró-ambientais, cuidando mais do meio ambiente, assim como uma forma de evolução. Isso sugere que, embora o mundo estivesse passando por uma situação de extrema dificuldade em todos os níveis, houve uma tentativa de extrair um aprendizado e conscientização diante dos eventos. A ganância, a falta de valorização da terra e a irresponsabilidade das ações humanas foram assuntos discutidos e associados como coparticipantes pelo surgimento de novas doenças como essa.

Subcategoria 3.3: Busca por sensações de alívio por meio de dados numéricos

Os comentários que solicitaram ao Ministério da Saúde os números de indivíduos “*Curados*” (17 comentários) pela COVID-19 demonstraram que as pessoas estavam em busca de alívio de suas preocupações. Ambos os elementos temáticos “*Números*” (25 comentários) e “*Dados*” (14 comentários), também demonstraram a preocupação com a estatística das pessoas que estavam

sobrevivendo ao vírus. Em decorrência disso, entendeu-se que as pessoas estavam cientes que grande parte da população poderia se contagiar com o vírus, embora desejavam informações sobre a quantidade de infectados curados como forma de alívio. Considerando que a propagação do vírus aconteceu de forma rápida, houve também uma urgência em saber sobre a quantidade de pessoas que estavam curadas, isso fez com que muitos dos comentários da subcategoria ficassem em evidência.

Os elementos temáticos “*Óbitos*” (59 comentários), “*Riscos*” (10 comentários), “*Idosos*” (três comentários) e “*Faixa etária*” (dois comentários) indicaram um medo eminente sobre a perda da vida e um interesse nos posicionamentos solicitando informações rápidas e atualizadas sobre os óbitos. Também uma preocupação com as famílias daqueles que não poderiam realizar o ritual do velamento de seu ente por conta da pandemia. Os comentários indicaram que, como a COVID-19 aparentemente vinha afetando principalmente a população idosa de forma fatal, os jovens estavam livres dessa preocupação, ou seja, conferia um certo alívio em uma parcela da população. Novamente, demonstra-se falta de preocupação e solidariedade com a coletividade. Por sua vez, para aqueles que pertencem a essa faixa etária tal informação causava ainda mais preocupação, medo e tristeza.

Categoria 4: Ansiedade

Nessa categoria são descritos os sintomas psicológicos gerados pela abrupta mudança na sociedade, economia, educação, e, principalmente na saúde de um mundo inteiro com a vinda da COVID-19.

Na maioria dos comentários ficaram implícitos os sentimentos e emoções de pânico, medo, tristeza e desânimo que, juntamente com a nova pandemia mundial, emergiram sem aviso prévio. O elemento temático “*Pânico*” (seis comentários) ficou evidente nos comentários, enquanto as demais reações afetivas se mostraram implícitas. A ansiedade se apresentou como resposta ao que a

população vinha vivenciando e perpassou seus comportamentos, mesmo aqueles já mencionados típicos de compra excessiva de insumos.

Categoria 5: Informações midiáticas

Na presente categoria estão descritas as subcategorias e elementos temáticos que ressaltam a relevância social e científica das informações midiáticas, remetendo à dimensão informação das RS. Também são apontados alguns problemas que a população brasileira enfrentou em relação à disseminação de dados sem fontes confiáveis e científicas, as chamadas *fake news*.

Subcategoria 5.1: Cobrança pela falta de dados estatísticos atualizados da COVID-19

Os elementos temáticos “Atualização” (52 comentários), “Confirmados” (27 comentários) e “Suspeitos” (15 comentários), destacaram-se pela exigência dirigida ao Ministério da Saúde para fornecer atualizações constantes sobre as estimativas de casos suspeitos, confirmados e curados, sendo esse tipo de solicitação frequente em comentários sucessivos. A análise de conteúdo indicou que os indivíduos buscam atualizar-se da situação inicial da COVID-19 no Brasil e comparar os dados estatísticos crescentes com os de outros países. Nessas exigências, foi perceptível a existência de comentários agressivos, pois, além da ânsia pela atualização dos casos, estava presente extremo descontentamento, justificando que em suas localidades o número de infectados e/ou óbitos estavam acima do divulgado. Alguns comentários que ilustram esse descontentamento: “*Espero que sejam os números verdadeiros, pois é direito do povo saber*”; “*Esses óbitos tá muito sem dados, morreu só do vírus? Como que tava a paciente? Que idade? Qual o ponto mais grave? Até vocês informando mais ou menos?*”; “*Já foram 19 mortes, não estão noticiando*”; “*Só têm Covid-19 quem faz o teste... Como não tem teste para todos, temos poucos infectados! Brasil copiando a China e manipulando números! #táserto*”.

Subcategoria 5.2: Informações incompatíveis ou irreais

Os elementos temáticos “*Mentira*” (oito comentários), “*Realidade*” (oito comentários), “*Transparência*” (cinco comentários), “*Fontes*” (três comentários), “*Notificações*” (três comentários), “*Mentir*” (dois comentários), “*Estatística*” (dois comentários), “*Notícias*” (dois comentários), “*Mídia*” (um comentário), “*Jornal*” (um comentário) e “*Fake News*” (um comentário) recomendam que as informações sobre os novos casos de coronavírus causaram revolta e comoção na população devido a falta de atualizações e/ou veracidade dos dados. Alguns comentários, inclusive, insinuaram que as informações divulgadas pela mídia não transpareciam a realidade e que estavam tentando maquiagem os dados para não alarmar a população. Percebeu-se, com isso, a crença de que a mídia estava revelando apenas parcialmente as informações para não causar alarde nos brasileiros e piorar a situação de terror que já pairava em todo o mundo.

Categoria 6: Comparações com outros países afetados

Apenas uma subcategoria foi elencada englobando elementos temáticos que expõem um dos maiores motivos de apreensão dos brasileiros: o Brasil se tornar um epicentro da COVID-19. Os comentários deduziram que as pessoas estavam se sentindo ameaçadas pelas mortes iminentes que estavam ocorrendo em outros países. Em detrimento dessas comparações, abriu-se espaço também para competições políticas e denominações de “culpados”, sejam esses países, animais, laboratórios ou governantes políticos. Percebeu-se uma tendência nos comentários de culpabilizar a China pela pandemia e mortes.

Subcategoria 6.1: China x Itália x Brasil

Presente em 22 comentários, mais especificamente “*Brasil*” (12 comentários), “*China*” (cinco comentários) e “*Itália*” (cinco comentários), predominou-se a comparação do progresso de contaminação da COVID-19 com



China e Itália, pois estes países foram epicentro da pandemia em momentos distintos. Nos comentários analisados, percebeu-se a existência de preocupação das pessoas de que o Brasil “vire a nova Itália”, ou seja, que o elevado número de óbitos que a Itália vinha registrando em seu território fosse o mesmo ou até pior que o Brasil iria registrar nos próximos meses. Um comentário ilustrou essa subcategoria: “*Em comparação com a Itália e a China, como estamos evoluindo?*”.

Discussão

Pretendeu-se discutir as RS relativas a COVID-19 de pessoas que interagiram em um *post* do Ministério da Saúde, considerando que o objetivo prático das RS é construir uma realidade comum a um grupo social sobre determinado objeto (Jodelet, 2001; Moscovici, 2012). Verificou-se que a COVID-19 afetou a população de modo global ao mesmo tempo em que se trata de um objeto novo, podendo ilustrar processos de ancoragem e objetificação (Moscovici, 2012) de uma representação social em construção. Como a coleta de dados do presente estudo ocorreu nas primeiras semanas após o início da pandemia de COVID-19, salienta-se que o objeto em questão era novo, não havendo ainda uma RS concreta e bem estabelecida. Destaca-se então que o processo de representar permite, através do processo de ancoragem, que os indivíduos tornem aquilo que é desconhecido em algo familiar, em um processo de significação, de utilidade e integração cognitiva (Moscovici, 2012).

Percebeu-se um processo de ancoragem em torno de uma forte ameaça à vida, ou seja, o medo da morte. A sociedade do século XIV foi assolada pela peste, pela fome, pelas cruzadas, pela inquisição; uma série de eventos provocadores de óbitos em massa. A total falta de controle sobre os eventos sociais teve seu reflexo também na morte (Foresti, Hodecker & Bousfield, 2021). Conforme ilustrado na Nuvem de Palavras, elementos

como “*fechem as fronteiras*”; “*uso de EPIS*”, “*óbitos*”, compartilham interpretações da realidade já conhecidas pelo meio social. Ao mesmo tempo, os comentários remetem também às ações de proteção, ou seja, mesmo sem conhecer totalmente a COVID-19, ele se objetiva em uma ideia concreta: um inimigo que mata. Sontag (1989) refere a “*metáfora militar*” como auxiliar no processo de atribuição de sentido à doença, definindo-a como um “*invasor do corpo*”, “*inimigo*” que teria de ser eliminado.

Ao representar uma nova pandemia, realiza-se uma síntese de diversos fragmentos de saberes e impressões acerca deste, que se organizam entre si, formando uma totalidade coerente. Moscovici (2012), ao falar das partes integrantes de uma RS, afirma que ela é formada articulando três componentes, ou dimensões: (1) *informação*, que consiste na organização dos conhecimentos que um grupo possui a respeito de um objeto social e pode advir de fontes diversas; (2) *atitude*, que se trata da orientação global em relação ao objeto da RS; (3) *campo ou imagem*, que consiste na ideia, imagem, modelo social, no qual há uma unidade hierarquizada de elementos. Pretende-se explorar essas três dimensões a partir dos resultados provenientes da análise de conteúdo dos comentários.

A dimensão informacional das RS relativas à infecção por coronavírus para os internautas que interagem no *post* do Ministério da Saúde manifestou-se principalmente nas categorias *Informações midiáticas*, *Comparações com outros países afetados* e *Contenção da disseminação coletiva da COVID-19*. Verificou-se, na primeira, o desejo de obter informações mais precisas sobre a COVID-19, assim como a preocupação em relação às falsas informações que circulavam pelas redes sociais. Percebeu-se, de modo geral, a carência de informação sobre a doença, que era nova tanto para a população, quanto para os

cientistas. Uma questão central às RS, segundo Moscovici (2012), é o processo de transformação do conhecimento científico em conhecimento do senso comum. Nesse caso, ficou evidente a busca de referências no Ministério da Saúde para a construção de um conhecimento que permita atribuir sentido à doença. Esse processo mostrou-se também na subcategoria *Busca por sensações de alívio por meio de dados numéricos*, que revelou uma estratégia de enfrentamento, caracterizada por maior sensação de “controle” da situação.

Na ausência de informações precisas no contexto brasileiro, uma estratégia adotada foi utilizar as informações sobre o desenvolvimento da doença em outros países, comparando-as entre si e projetando possibilidades para o cenário nacional, como é possível verificar na categoria *Comparações com outros países afetados*. Ademais, se por um lado, houve a demanda por mais informações sobre a doença, por outro, houve um grande compartilhamento sobre as formas de prevenção ao contágio, por meio de estratégias coletivas e individuais de redução da disseminação do vírus. O conteúdo dos comentários dos internautas coincidiu com as medidas preventivas contra o contágio informadas pelo Ministério da Saúde (Brasil, 2020). Tais informações mostram-se nos comentários que compuseram a categoria *Contenção da disseminação coletiva da COVID-19*, demonstrando a rápida disseminação de conhecimentos científicos esboçados pela mídia, bem como a pronta assimilação de tais conhecimentos pela população.

Por sua vez, a dimensão atitudinal da RS diz respeito à orientação valorativa que o grupo tem frente ao objeto, tendo um caráter afetivo (pró ou contra). Esta seria a mais frequente dentre as três dimensões de uma RS e talvez a mais importante delas, uma vez que somente se busca informações e se elabora uma ideia organizada sobre alguma coisa, após ter tomado uma posição e em função desse posicionamento (Moscovici, 2012). Nesse sentido, ainda que as

informações oriundas de bases científicas eram limitadas, e haja desencontro, insuficiência e incoerência de informações acessíveis à população (Barros-Delben et al., 2020), o posicionamento acerca da COVID-19 mostrou-se consensual dentre os comentários analisados, considerando-a extremamente aversiva. Essa aversão apresentou-se na categoria *Sintomas psicológicos* e está relacionada à objetificação do vírus como um inimigo, intensificando a sensação de medo da população.

Já na dimensão caracterizada por Moscovici (2012) como campo ou imagem, foram expressos os elementos que conferem materialidade à RS (Vala & Castro, 2013). A categoria *Contenção da disseminação coletiva* ilustra alguns elementos do campo representacional, que remetem a uma nova forma de organização social: distanciamento e isolamento, em especial no que se refere à subcategoria *Isolamento social e Quarentena*. Também compõe o campo representacional a categoria *Implicações econômicas*, ao abordar os impactos econômicos das estratégias de supressão da pandemia (Ferguson et al., 2020). Nesta, são incluídos elementos que ilustravam a nova organização das relações de trabalho, incluindo adaptações diversas e trabalho em modo *home office*, por exemplo. Embora os períodos de isolamento social, decretados pelos governos de cada estado fossem divergentes (uma ou até várias semanas), na maioria dos comentários o posicionamento inclinou-se na premissa de que iria perdurar por meses se os índices de suspeitos e vítimas continuassem em ritmo crescente.

Barros-Delben et al. (2020) apontam que o momento vivido é gerador de estresse à população. Nesse contexto, vale salientar a categoria *Estratégias de enfrentamento*, que abarcou os elementos do campo representacional os quais auxiliavam a conviver com a situação de crise. Os internautas demonstraram a crença em uma proteção divina sobre o futuro da saúde da humanidade - subcategoria *Deus*, compartilhando com os demais essa estratégia

de enfrentamento. Ademais, a imagem da crise vivida como uma forma de evolução das relações humanas também se mostrou presente nessa categoria. Contudo, cabe destacar que uma estratégia de enfrentamento religioso/espiritual negativa poderia até mesmo piorar a situação atual da contaminação, já que, devido a essa proteção mundial divina, não seria necessário adotar os métodos preventivos. Faria e Seidl (2005) corroboram que é difícil distinguir quando a religiosidade constitui um fator de proteção e quanto de risco. De acordo com os autores, é comum que pessoas religiosas culpabilizem forças do mal quando adoecem e entregam a uma figura de proteção religiosa toda a responsabilidade sobre o tratamento e sucesso de cura. Isso aumenta as chances de a pessoa adoecida não aderir aos cuidados preventivos ou o tratamento para doenças, neste caso, a COVID-19 (Faria & Seidl, 2005).

Essas incertezas sobre o futuro e o medo da morte influenciou com que as pessoas buscassem apego em crenças como forma de minimizar as angústias e preocupações diante do desconhecido – em vista do grande número de comentários nessa temática (Mesquita et al., 2013). As crenças mostraram-se também na subcategoria *Pandemia necessária à evolução do ser humano*, que ressalta a crise vivida na perspectiva de um momento de aprendizado e adaptação às mudanças que são necessárias.

Um paradoxo se expressa nas RS compartilhadas acerca da COVID-19. Por um lado, as tecnologias de comunicação permitiram o compartilhamento de um grande número de informações em velocidade acelerada (Sbalchiero, 2018). Ao mesmo tempo, as informações eram atualizadas e as orientações modificadas constantemente, provocando a sensação de medo e incerteza (Xiang et al., 2020). Diante de momentos como esses, as pessoas tornam-se vulneráveis por não ter informações o suficiente para criticar, refletir e cuidar com o que compartilham em suas redes sociais (Canto, 2017). As causas, sinais, sintomas e tratamento da COVID-19 eram informações ainda incertas até mesmo para as autoridades em saúde, dando vazão para

pensamentos e crenças nem sempre sustentado por informações de fontes confiáveis.

Este cenário contribuiu para a ocorrência do fenômeno de influência social informativa, na medida em que esta reduz a sensação de incerteza (Moscovici, 2011), sobretudo em momentos de crise (Aronson et al., 2015). Tal fenômeno pode ser identificado, por exemplo, pelos inúmeros comentários repetitivos, consecutivos, que seguiam um fluxo de ideias, em que até mesmo a forma como eram escritos demonstraram semelhanças. Refere-se, neste caso, à tendência de pessoas a pensarem e agirem de modo semelhante, especialmente em situações em que se torna difícil estabelecer parâmetros, ou em que haja ambiguidade (Sherif, 1935; Zimbardo, 2016).

A estocagem de alimentos e itens de proteção (álcool gel, luvas e máscaras) também revela o fenômeno da influência informacional. Com isso, entendeu-se que a partir do comportamento de uma ou mais pessoas de estocar alimentos como forma de se precaver durante a quarentena, diversas outras pessoas foram “contagiadas” pelo mesmo tipo comportamento (Jesus, 2013), sem considerar os possíveis prejuízos àqueles que não poderiam fazê-lo. Observou-se os impactos negativos desse tipo de influência, em que uma ação mal refletida acaba prejudicando o encaminhar de todo um grupo ou sociedade.

Outra influência social perceptível nos comentários diz respeito aos conflitos de opiniões (maioria x minorias) e agrupamentos de opiniões convergentes em comentários, isto é, pessoas confirmando informações e opiniões através de comentários elaborados por outras pessoas. No livro de Moscovici (2011) “*Psicologia das Minorias Ativas*”, a compreensão de como acontece essa bilateralidade entre os grupos (minoritários e majoritários) inicia-se na análise das normas sociais. O mesmo autor (2011) confirma que as normas são impostas pela maioria, embora, as pessoas apresentem diferentes graus de adesão às normas, gerando conflitos. Uma vez instaurado o conflito, surge uma predisposição

para a mudança, a inovação. O caráter bilateral da influência social pode ser visto então na tentativa da maioria de impor suas regras, enquanto que a minoria exerce pressão sobre a maioria não se adequando às regras. A situação de conflito evidencia que, mesmo apresentando resistência à mudança, a maioria é induzida a ser mais tolerante com o que antes era considerado excluído ou proibido.

As RS compartilhadas por meio dos comentários também puderam evidenciar impactos positivos do fenômeno de influência informacional frente à pandemia da COVID-19, operando por meio das interações virtuais. Como exemplo, consideramos a rápida e ampla adesão acerca dos cuidados necessários à redução da contaminação comunitária, como foi o caso do isolamento social, quarentena e higienização das mãos. Nesse sentido, destaca-se a interação por meio das mídias sociais como difusoras de estratégia de prevenção, como o uso da *hashtag* #emcasa, que viralizou neste período, demonstrando a implicação da população no que se refere à supressão da COVID-19. Destaca-se ainda a valorização dos profissionais da saúde, compartilhada nos comentários para a contenção da COVID-19 e a preocupação por EPI's suficientes e de qualidade para proteger esses indivíduos.

Outra estratégia de enfrentamento percebida no posicionamento diz respeito às informações midiáticas em circulação de fontes fidedignas. De forma frequente as pessoas questionavam ao Ministério da Saúde sobre os dados atualizados de vítimas confirmadas, suspeitas e curadas. Houve uma ênfase nessa última, o que pôde sugerir tentativas de aliviar a tensão decorrente desse contexto. Desde o início da pandemia no Brasil, o Conselho Nacional de Saúde (CNS) vem produzindo inúmeros documentos (notas públicas, recomendações, cartas, parecer técnico, pacote de medidas, orientações, moções, dentre outros) para os órgãos do Executivo, Legislativo e Judiciário com foco no combate à pandemia. Além da população em geral, os profissionais que trabalharam e ainda trabalham diretamente no atendimento dessas vítimas, estão sujeitos ao adoecimento físico e

mental. Portanto, se torna pertinente destacar também o trabalho dos psicólogos diante desse cenário gerador de grande ansiedade. Esses profissionais foram convocados para atuar em sociedade diretamente na gestão de riscos e desastres. Sua atuação deve pautar-se no Código de Ética Profissional do Psicólogo (Conselho Federal de Psicologia, 2005), mais especificamente seu Artigo 1º que cita “Prestar serviços profissionais em situações de calamidade pública ou de emergência, sem visar benefício pessoal” (Conselho Federal de Psicologia, 2020).

Considerações Finais

Utilizou-se a abordagem dimensional das RS para explorar e descrever o conteúdo representacional e influência social dos comentários no post elaborado pelo @minsaude. Embora num processo bastante inicial de elaboração das RS sobre o fenômeno em questão, foi possível identificar que a dimensão informacional esteve associada principalmente a elementos temáticos que demonstraram o anseio dos internautas por informações atualizadas e fidedignas, ao mesmo tempo em que há certo receio perante a circulação de *fake news*, fazendo-os criticar e/ou questionar as fontes de informação. A dimensão atitudinal apresentou elementos temáticos que sugerem uma posição aversiva unânime dos internautas frente a COVID-19, sobressaindo sintomas psicológicos decorrentes, como, por exemplo, o medo, preocupação, catastrofização e pânico. Por sua vez, a dimensão de campo traz elementos indicadores da materialidade das RS frente a COVID-19, principalmente no que se refere às estratégias de *lockdown* (distanciamento e isolamento social e quarentena), estratégias para combater o vírus e a sua proliferação, assim como a adaptação das formas de se trabalhar na modalidade *home office*.

Observou-se que momentos de incertezas como estes favorecem a adoção de pensamentos, atitudes e comportamentos por meio de influência social informativa, a qual pode repercutir de modo negativo, como é o caso da individualização vista pela estocagem



de produtos e alimentos essenciais à sobrevivência, fechamento das fronteiras impedindo que pessoas retornem ao Brasil, etc. Ao mesmo tempo, pode favorecer ações de prevenção à doença, como a ressalva na higienização das mãos, assim como a empatia com os outros, como as solicitações para a não estocagem de mantimentos e álcool gel. Essas ações que partem do individual para o coletivo além de corroborar aos preceitos divulgados pelo Ministério da Saúde, demonstraram que os internautas assimilaram as informações científicas compartilhadas pela mídia.

Esse estudo possui limitações à medida em que foram analisados os conteúdos de comentários em apenas uma publicação referente ao contexto da COVID-19 da rede social *Instagram*. Considera-se que o *Instagram* é uma rede social inacessível a todas as pessoas, embora analisemos um número grande de comentários, o que pode revelar as RS de uma parte da população. Assim, como sugestões a futuros estudos sobre a temática das RS diante de pandemias mundiais como essa,

poderia ser investigada a influência social informacional positiva, como, por exemplo, as atitudes de solidariedade das pessoas de fora do grupo de risco com aquelas que pertencem aos grupos de risco. Outra possibilidade, a partir dos achados nesse estudo, diz respeito à importância da participação dos profissionais de saúde da linha de frente do combate da COVID-19.

Contudo, salientam-se as limitações desse estudo que permeiam principalmente o público e a rede social abarcados na pesquisa. O *Instagram* é uma grande rede social utilizada principalmente por um público jovem. Para futuras pesquisas, indica-se que a pesquisa abarque outras redes sociais, como, por exemplo, *Instagram* e *Facebook*, pautados sobre o mesmo *post*, de forma a comparar as influências sociais de cada postagem. Embora o conteúdo do *post* seja o mesmo, as representações sociais e influência social que circulam pelos comentários poderiam ser distintas devido à diferença de público em cada uma dessas redes.

Referências

- Alaya, D. B (2016) Autocommunication de masse sur Facebook et étude de l'expression iconique des représentation sociales. In G. Lo Monaco, S. Delouvée, & P. Rateau, *Les représentations sociales: Théories, méthodes et applications* (pp. 409-412). Belgique: De Boeck Supérieur.
- Aronson, E., Wilson, T. D., & Akert, R. M. (2015). *Psicologia social*. Rio de Janeiro: LTC Editora S.A.
- Bardin, L. (2010). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Atlas.ti. versão 8.0. (2017). *Atlas.ti 8 windows user manual*. Berlim. Recuperado de <https://atlasti.com/2017/07/25/atlas-ti-8-windows-user-manual/>
- Brasil. (2020). *Ministério da Saúde*. Recuperado de <https://coronavirus.saude.gov.br/>
- Brooks, S. K., Webster, R. K., Smith, L. E., Woodland, L., Wessely, S., Greenberg, N., ... Rubin, G. J. (2020). The psychological impact of quarantine and how to reduce it: rapid review of the evidence. *The Lancet*, 395. doi: [10.1016/S0140-6736\(20\)30460-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30460-8)
- Barros-Delben, P., Cruz, R. M., Trevisan, K. R. R., Gai, M. J. P., Carvalho, R. V. C. de Carlotto, P. A. C., ... & Malloy-Diniz, L. F. (2020). Saúde mental em situação de emergência: COVID-19. *Revista Debates in Psychiatry*. Recuperado de <https://www.doccity.com/pt/saude-mental-na-emergencia-do-coronavirus/5409882/>
- Camargo, B. V., & Bousfield, A. B. S. (2011). Teoria das representações sociais: uma concepção contextualizada de comunicação. In A. M. de O. Almeida, M. de F. S. Santos, & Z. A. Trindade (Orgs), *Teoria das representações sociais: 50 anos*



- Brasília (pp. 574-605). Brasília: Technopolitik.
- Camargo, B. V. & Bousfield, A. B. S. (2022). The Contribution of Social Representations Theory for a Social Psychology of Communication Laboratory. In A. Contarello (Org.), *Embracing Change: Knowledge, Continuity, and Social Representations* (1ed., pp. 127-141). New York, NY: Oxford University Press.
- Camargo, B. V., Goetz, E. R., Bousfield, A. B., & Justo, A. M. (2011). Representações sociais do corpo: estética e saúde. *Temas em Psicologia* 19(1), 257-268.
- Camargo, B. V., Scholösser, A. & Giacomozzi, A. (2018). Aspectos epistemológicos do Paradigma das Representações Sociais. In E. D. Medeiros, L. F. Araújo, M. P. L. Coutinho, & L. S. Araújo (Orgs.), *Representações Sociais e práticas psicossociais* (pp. 47-60). Curitiba: CRV.
- Canto, R. (2017). *A construção e validação de uma escala para medir o efeito de manada dentro de restaurantes e similares* (Dissertação de Mestrado). Universidade Anhembi Morumbi. Recuperado de <https://www.ua.pt/file/62638>
- Castro, P., & Mouro, C. (2016). "Imagining ourselves" as participating publics: An example from biodiversity conservation. *Public Understanding of Science*, 25(7), 858–872. doi: [10.1177/0963662515581303](https://doi.org/10.1177/0963662515581303)
- Conselho Federal de Psicologia. (2005). *Resolução CFP Nº 010/05*. Aprova o Código de Ética Profissional do Psicólogo. Brasília.
- Conselho Federal de Psicologia. (2020). *Comunicado à categoria*. Recuperado de <https://site.cfp.org.br/coronavirus-comunicado-a-categoria/>
- Exame. (2020). *Revista Economia*. Recuperado de <https://exame.abril.com.br/economia/com-corrida-as-compras-supermercados-ja-tem-reducao-de-produtos/>
- Faria, J. B. de, & Seidl, E. M. F. (2005). Religiosidade e enfrentamento em contextos de saúde e doença: revisão da literatura. *Psicologia: Reflexão e Crítica* [online], 18(3), 381-389. doi: [10.1590/S0102-79722005000300012](https://doi.org/10.1590/S0102-79722005000300012)
- Ferguson, N. M., Laydon, D., Nedjati-Gilani, G., Imai, N., Ainslie, K., Baguelin, M., ... Ghani, A. C. (2020). *Impact of non-pharmaceutical interventions (NPIs) to reduce COVID19 mortality and healthcare demand*. Imperial College COVID-19 Response Team. 1-20. doi: [10.25561/77482](https://doi.org/10.25561/77482)
- Foresti, T., Hodecker, M., & Bousfield, A. B. S. (2021). A concepção de morte na história e a COVID-19: uma retrospectiva teórica. *Psicologia Argumento*, 39(105), 390-407. doi: [10.7213/psicolargum39.105.AO02](https://doi.org/10.7213/psicolargum39.105.AO02)
- Giacomozzi, A. I., Rozendo, A., Bousfield, A. B. S., Leandro, M., Fiorott, J. G., & Silveira, A. (2022). COVID-19 and Elderly Females—a Study of Social Representations in Brazil. *Trends in Psychol.* doi: [10.1007/s43076-021-00089-9](https://doi.org/10.1007/s43076-021-00089-9)
- Jaspal, R., Nerlich, B., & Koteyko, N. (2013). Contesting Science by Appealing to Its Norms Readers Discuss Climate Science in the Daily Mail. *Science Communication*, 35(3), 383-410. doi: [10.1177/1075547012459274](https://doi.org/10.1177/1075547012459274)
- Justo, A. M., Bousfield, A. B. S., Giacomozzi, A. I., & Camargo, B. V. (2020). Communication, Social Representations and Prevention-Information Polarization on COVID-19 in Brazil. *Papers on Social Representations*, 29(2), 1-4.
- Jesus, J. G. de. (2013). Psicologia das massas: contexto e desafios brasileiros. *Psicologia & Sociedade*, 25(3), 493-503. doi: [10.1590/S0102-71822013000300003](https://doi.org/10.1590/S0102-71822013000300003)
- Jodelet, D. (1984) *Réprésentation sociale: phénomènes, concept et théorie*. In S. Moscovici (Org.), *Psychologie Sociale*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Jodelet, D. (2001). *Representações sociais: Um domínio em expansão*. In D. Jodelet (Org.), *As representações sociais* (L. Ulup, Trad., pp.187-203). Rio de Janeiro: Eduerj.
- Justo, A. M., Pinto, A. L., & Pires, S. C. (2019). Representações de violência veiculadas pela mídia: a crise da segurança pública no Espírito Santo. *Revista De Psicologia*, 10(2), 71-80. Recuperado

- de <http://www.periodicos.ufc.br/psicologia/ufc/article/view/39857>
- Leandro, M., Giacomozzi, A. I., Fiorott, J. G., & Marx, D. (2019). Representações Sociais da violência doméstica em comentários de rede social. *Revista Eletrônica Científica da UERGS*, 5(2), 208-216. doi: [10.21674/2448-0479.52.208-2016](https://doi.org/10.21674/2448-0479.52.208-2016)
- Marková, I. (2008) The Epistemological Significance of the Theory of social representations. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 38(4), 461-487.
- Mesquita, A. C., Chaves, E. de C. L., Avelino, C. C. V., Nogueira, D. A., Panzini, R. G., & Carvalho, E. C. de A. (2013). A utilização do enfrentamento religioso/espiritual por pacientes com câncer em tratamento quimioterápico. *Rev. Latino-Am. Enfermagem*, 21(2), 1-7. Recuperado de http://www.scielo.br/pdf/rlae/v21n2/pt_0104-1169-rlae-21-02-0539.pdf
- Moscovici, S. (2011). *Psicologia das minorias ativas*. Porto Alegre: Vozes.
- Moscovici, S. (2012). *A psicanálise: sua imagem, seu público*. Porto Alegre: Vozes.
- Muhr, T., & Friese, S. (2004). *User's Manual for ATLAS. ti 8.0*. (ATLAS. ti). Berlim: ATLAS. ti Scientific Software Development GmbH.
- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet (Coleção Cibercultura)*. Porto Alegre: Sulina.
- Rosa, A. S., Bocci, E., & Salvati, M. (2021). Twitter as social media arena for polarised social representations about the (im)migration: The controversial discourse in the Italian and international political frame. *Migration Studies*, 1-28.
- Rozendo, A., Giacomozzi, A. I., B. da S. Bousfield, A., Leandro, M., Fiorott, J. G., & da Silveira, A. (2022). Representações Sociais de homens idosos sobre a Covid-19 e sentimentos gerados no isolamento social. *Revista Ciências Humanas*, 15(1). doi: [10.32813/2179-1120.2022.v15.n1.a785](https://doi.org/10.32813/2179-1120.2022.v15.n1.a785)
- Sbalchiero, S. (2018). *Topic detection: a statistical model and a quali-quantitative methodin*: A. Tuzzi (ed.), *Tracing the life cycle of ideas in the humanities and social sciences, quantitative methods in the humanities and social sciences* (pp. 189-210). Springer Nature Switzerland. doi: [10.1007/978-3-319-97064-6_10](https://doi.org/10.1007/978-3-319-97064-6_10)
- Sherif, M. (1935). *A study of some social factors in perception*. *Archives of Psychology*, 27(187). Recuperado de <https://psycnet.apa.org/record/1936-01332-001>
- Sontag, S. (1989). *Aids e suas metáforas*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Vala, J., & Castro, P. (2013). Pensamento social e representações sociais. In J. Vala, & M. B. Monteiro (coord.), *Psicologia Social* (pp. 569-602). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- World Health Organization [WHO]. (2020). *Coronavirus disease (COVID-19) pandemic [site]*. Recuperado de <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>
- Vitali, M. M., Presotto, G. C., Gizzi, F., Gomes, M. A., & Giacomozzi, A. I. (2021). #BlackLivesMatter: A study of social representations from Twitter. *Community Psychology in Global Perspective*, 8(1), 1-19. doi: [10.1590/S0102-69922009000300006](https://doi.org/10.1590/S0102-69922009000300006)
- Xiang, Y.-T., Yang, Y., Li, W., Zhang, L., Zhang, Q., Cheung, T., & Ng, C. H. (2020). Timely mental health care for the 2019 novel coronavirus outbreak is urgently needed. *The Lancet - psychiatry*, 7(3), 228-229. doi: [10.1016/s2215-0366\(20\)30046-8](https://doi.org/10.1016/s2215-0366(20)30046-8)
- Zimbardo, P. (2016). *O efeito Lúcifer: como pessoas boas tornam-se más*. Rio de Janeiro: Record.

Dados sobre as autoras:

- *Maísa Hodecker*: Doutoranda em Psicologia pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Mestra em Psicologia pela UFSC, Psicóloga (CRP-12/16945), Bacharel em Psicologia pelo Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE. Integrante do Laboratório de Psicologia Ambiental (LAPAM/UFSC) e do Laboratório de Psicologia Social da Comunicação e Cognição - LACCOS.
- *Taimara Foresti*: Doutoranda em Psicologia pela UFSC, Mestra em Psicologia pela Faculdade Meridional (IMED), Especialista em Psicologia Jurídica pela Faculdade Meridional (IMED), Bacharel em Psicologia pela Universidade de Passo Fundo (UPF). Integrante do Laboratório de Psicologia Social da Comunicação e Cognição - LACCOS.
- *Ana Maria Justo*: Professora Adjunta do Departamento de Psicologia na UFSC e professora colaboradora no Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal do Espírito Santo. Possui graduação em Psicologia pela UFSC (2008), mestrado em Psicologia pela UFSC (2011) e doutorado em Psicologia pela UFSC (2016), com estágio doutoral no Laboratório de Psicologia Social da Aix-Marseille Université, na França. Atualmente é coordenadora do Laboratório de Psicologia Social da Comunicação e Cognição – LACCOS.
- *Andréia Isabel Giacomozzi*: Professora Adjunta do Departamento de Psicologia da UFSC e do Programa de Pós-Graduação em Psicologia (PPGP) da UFSC. Possui graduação em Psicologia (1998), Mestrado (2004) e Doutorado em Psicologia (2008) pela UFSC. Pós doutora pela UNIPD - Università degli Studi di Padova - Itália (2019).
- *Andréa Barbará S. Bousfield*: Professora Associada II do Departamento de Psicologia e do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFSC. Possui graduação em Psicologia pela Universidade Católica de Pelotas (2000), Mestrado (2004) e Doutorado (2007) em Psicologia pela UFSC. Pós-doutorado no Instituto Universitário de Lisboa ISCET-IUL, Lisboa - Portugal (2017) e Pós-doutorado na Università degli Studi di Padova Unipd - Itália (2018).

Agradecimentos:

Agradecemos a CAPES pelas bolsas de estudo ofertadas às alunas.

Declaração de Direito Autoral

A submissão de originais para este periódico implica na transferência, pelos autores, dos direitos de publicação impressa e digital. Os direitos autorais para os artigos publicados são do autor, com direitos do periódico sobre a primeira publicação. Os autores somente poderão utilizar os mesmos resultados em outras publicações indicando claramente este periódico como o meio da publicação original. Em virtude de sermos um periódico de acesso aberto, permite-se o uso gratuito dos artigos em aplicações educacionais e científicas desde que citada a fonte conforme a licença CC-BY da Creative Commons.



[Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

