

JOANA ABUHAB BIALSKI

**A comunicação vacinal pública brasileira e como foi percebida durante a  
pandemia da COVID-19 no Instagram**

São Paulo

2021

JOANA ABUHAB BIALSKI

**A comunicação vacinal pública brasileira e como foi percebida durante a  
pandemia da COVID-19 no Instagram**

Trabalho de conclusão de curso de graduação em Comunicação Social  
com habilitação em Publicidade e Propaganda, apresentado ao  
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo.

Orientação: Prof. Dr. Leandro Leonardo Batista

São Paulo  
2021

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação  
Serviço de Biblioteca e Documentação  
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo  
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

---

Bialski, Joana Abuhab

A comunicação vacinal pública brasileira e como foi percebida durante a pandemia da COVID-19 no Instagram / Joana Abuhab Bialski; orientador, Leandro Leonardo Batista. - São Paulo, 2021.  
35 p.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo / Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.  
Bibliografia

1. Percepção de risco. 2. COVID-19. 3. Modelo de Processamento Paralelo Estendido. 4. Campanha de vacinação. 5. Instagram. I. Leonardo Batista, Leandro. II. Título.

CDD 21.ed. -

302.2

---

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi Maldonado - CRB-8/6194

Nome: Bialski, Joana Abuhab

Título: A comunicação vacinal pública brasileira e como foi percebida durante a pandemia da COVID-19 no Instagram

Aprovado em: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_\_\_

Banca:

Nome: \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_



## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais, que me apoiaram ao longo de todo o trabalho.

## RESUMO

Este trabalho trata das variáveis que os órgãos públicos devem levar em conta ao comunicar sobre a imunização da COVID-19, incluindo os fatores de eficácia de resposta e auto-eficácia da vacina, assim como a seriedade e probabilidade de contaminação da doença, teorizados por Kim Witte, e por fim também os esforços governamentais. Com base no Modelo de Processo Paralelo Estendido (EPPM), este trabalho busca entender quais as percepções de ameaça da COVID-19 e de eficácia da vacina, para assim poder comparar as necessidades da população e o que é de fato comunicado, examinando a efetividade e a relevância da campanha de vacinação no Brasil. A análise do conteúdo publicado pelos perfis das instâncias municipal, estadual e federal indica que há um grande foco em evidenciar os esforços governamentais e em incitar a percepção de eficácia, em detrimento da percepção de ameaça que, de acordo com os resultados dos dados coletados através do questionário elaborado, está comparativamente baixa e em desequilíbrio com a de eficácia. Dessa forma, a abordagem da seriedade e probabilidade poderia ser uma estratégia importante para incentivar a vacinação no estágio atual da pandemia, especialmente da segunda dose e da dose adicional.

Palavras-chave: Percepção de risco. COVID-19. Modelo de Processamento Paralelo Estendido. Campanha de vacinação. Instagram.

## **ABSTRACT**

This work deals with the variables that public bodies should take into account when communicating about COVID-19 immunization, including the response efficacy and self-efficacy factors of the vaccine, as well as the severity and probability of contamination of the disease, theorized by Kim Witte, and finally governmental efforts. Based on the Extended Parallel Process Model (EPPM), this paper seeks to understand the perceptions of COVID-19 threat and vaccine efficacy, in order to compare the population's needs and what is actually communicated, examining its effectiveness. and the relevance of the vaccination campaign in Brazil. The analysis of the content published by the profiles of the municipal, state and federal instances indicates that there is a great focus on highlighting governmental efforts and on inciting the perception of efficacy, instead of the perception of threat which, according to the results of the collected data from the prepared questionnaire, is comparatively low and out of balance with that of efficacy. Thus, the severity and probability approach could be an important strategy to encourage vaccination in the current stage of the pandemic, especially the second dose and the additional dose.

Keywords: Risk perception. COVID-19. Extended Parallel Process Model. Vaccination campaign. Instagram.

**LISTA DE SIGLAS**

COVID-19	Doença coronavírus 2019
EPPM	Modelo de Processamento Paralelo Estendido
FIOCRUZ	Fundação Oswaldo Cruz
OMS	Organização Mundial da Saúde
UBS	Unidade Básica de Saúde
SP	São Paulo

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Exemplo de publicação com foco na eficácia de resposta .....	14
Figura 2 – Exemplo de publicação com foco na auto-eficácia .....	14
Figura 3 – Exemplo de publicação com foco no esforço governamental .....	15
Figura 4 – Feed do perfil @prefsp antes da criação da identidade visual específica .....	16
Figura 5 – Feed do perfil @prefsp depois da criação da identidade visual específica .....	16
Figura 6 – Comentários no perfil @prefsp de dúvidas não respondidas .....	17
Figura 7 – Exemplo do uso de fotos na campanha do perfil @saude_sp .....	18
Figura 8 - Introdução da família do Zé Gotinha .....	19
Figura 9 – Família Gotinha na campanha de vacinação .....	20
Figura 10 – Comentários de apoio ao Ministério da Saúde .....	20
Figura 11 – Comentários de queixa ao Ministério da Saúde .....	20
Figura 12 – Iniciativas estaduais de vacinação endereçadas pelo Ministro da Saúde .....	21
Figura 13 - Comentários da Secretaria sobre a inefetividade do Ministério da Saúde .....	22
Figura 14 – Ação do Zé Gotinha desmentindo informações sobre a vacina .....	23
Figura 15 – Central de Informações da COVID-19 fornecida pelo Instagram .....	23
Figura 16 – Gráficos de dados demográficos dos respondentes .....	24
Figura 17 – Gráfico do medo do brasileiro em ser contaminado .....	27
Figura 18 – Gráficos de distribuição das respostas relativas a <i>defensive avoidance</i> .....	28
Figura 19 – Gráficos de distribuição das respostas relativas a <i>gruesomeness scale</i> .....	29
Figura 20 – Gráficos de distribuição das respostas relativas à manipulação percebida.....	29
Figura 21 – Gráfico de distribuição das respostas relativas ao fabricante da vacina .....	32
Figura 22 – Gráficos de distribuição das respostas relativas aos efeitos colaterais da vacina .....	32

**LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Presença dos fatores na comunicação vacinal do perfil @prefsp .....	15
Tabela 2 – Presença dos fatores na comunicação vacinal do perfil @saude_sp ....	18
Tabela 3 - Presença dos fatores na comunicação vacinal do perfil @minsaude .....	19
Tabela 4 - Respostas ao questionário sobre os fatores do EPPM .....	25

## SUMÁRIO

1.	<b>MOTIVAÇÃO</b> .....	12
2.	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
	2.1. Objetivo.....	13
	2.2. Metodologia .....	13
3.	<b>ANÁLISE DE CONTEÚDO</b> .....	14
	3.1. Prefeitura de São Paulo .....	15
	3.2. Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo .....	17
	3.3. Ministério da Saúde .....	19
4.	<b>CONTEXTO POLÍTICO</b> .....	20
5.	<b>CONTEXTO COMUNICACIONAL</b> .....	22
6.	<b>ANÁLISE DE PERCEPÇÕES</b> .....	24
7.	<b>DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	33
8.	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	34
9.	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	35

## **1. MOTIVAÇÃO**

A escolha do tema deste Trabalho de Conclusão de Curso se deu devido à sua relevância na atualidade, levando em consideração que um dos maiores marcos nacionais de 2021 foi o início da campanha de vacinação contra a COVID-19 no Brasil. Além disso, minhas vivências pessoais durante a vacinação me fizeram refletir sobre o assunto. Quando fui tomar a primeira dose, presenciei pessoas indo até as Unidades Básicas de Saúde (UBS), confusas sobre a data e local em que poderiam se vacinar, e eu mesma, quando fui tomar a segunda dose, deparei-me com a UBS fechada. A fila de pessoas na porta, confusas como eu quanto à abertura e ao funcionamento dos postos de vacinação, refletia o desencontro de informações. Segundo os vários meios de comunicação disponíveis, a imunização ocorreria naquela localidade. Assim como nós, cidadãos comuns, membros do exército, convocados para dar suporte às equipes de saúde, também aguardavam desinformados.

Assim, surgiram várias perguntas: será que outras pessoas talvez deixaram de se vacinar por motivos simples como esse? E, de uma pergunta simples, surgiram outras mais complexas, sobre as quais pretendo me debruçar neste trabalho.

## **2. INTRODUÇÃO**

De acordo com a pesquisadora norte-americana Kim Witte (1995), o Modelo de Processamento Paralelo Estendido (EPPM) é uma teoria de apelos de medo, ou seja, que foca em ameaças para provocar adesão às medidas de prevenção indicadas. Os apelos de medo são compostos por duas partes. A primeira procura aumentar a percepção de ameaça, focando na sua seriedade e probabilidade de ocorrer, aumentando o medo. A segunda procura aumentar a percepção de eficácia das medidas recomendadas através de passos simples para se proteger (auto-eficácia) e enfatizando a efetividade dessas medidas (eficácia de resposta).

Quando a percepção de ameaça é baixa, não se sente a necessidade de se proteger. Quando a percepção de ameaça é alta, a percepção de eficácia vai determinar a reação das pessoas. Caso haja uma percepção de eficácia baixa, as medidas de proteção não serão utilizadas, pois não parecem ajudar no problema e predominará o sentimento de medo e impotência perante o perigo; mas, caso haja uma percepção de eficácia alta, a população estará motivada a se engajar na



prevenção. Assim, para uma comunicação de risco efetiva, é importante que ambas percepções sejam altas. No caso da campanha de vacinação da COVID-19, isso ocorre na prática através da divulgação de informações sobre a segurança da vacina e como ela pode nos ajudar a controlar a pandemia (eficácia), como conseguir se vacinar (auto-eficácia), dados sobre a situação atual da pandemia (seriedade) e como todos podem se contaminar (probabilidade).

## **2.1. Objetivo**

Tendo o EPPM em vista, este trabalho busca entender quais as percepções de ameaça da COVID-19 e de eficácia da vacina, para assim poder comparar as necessidades da população e o que é de fato comunicado, analisando a efetividade e a relevância da campanha de vacinação no Brasil.

## **2.2. Metodologia**

Três métodos foram definidos para este trabalho:

- a) Análise de conteúdo: foram analisados os apelos utilizados nas campanhas em prol da vacinação no Instagram da Prefeitura de São Paulo (@prefsp), da Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo (@saude\_sp) e do Ministério da Saúde (@minsaude). A seleção dos perfis se deu levando em conta a relevância e frequência das publicações, buscando ter diferentes instâncias como referência. As publicações escolhidas foram todas as que mencionavam a vacinação contra a COVID-19 desde a data da primeira aplicação do imunizante no Brasil, em 17 de janeiro de 2021, até o final do mês de outubro do mesmo ano.
- b) Análise de percepções: foi elaborado também um questionário para entender as diferentes percepções da pandemia e da campanha de vacinação. O questionário foi respondido por 142 voluntários de forma anônima.
- c) Pesquisa bibliográfica: para amparar teoricamente o trabalho, foram consultados diversos textos acadêmicos.

### 3. ANÁLISE DE CONTEÚDO

Foram analisadas todas as publicações que mencionavam a vacinação contra a COVID-19 dentro do intervalo de tempo delimitado, totalizando 54 publicações da Prefeitura de São Paulo, 498 da Secretaria de Estado da Saúde e 741 do Ministério da Saúde, levando em conta a presença ou ausência dos seguintes fatores na comunicação, tomando como base o EPPM:

- eficácia de resposta: inclui menções sobre estudos realizados, processos de certificação de segurança, informações sobre o funcionamento da vacina e dados que comprovam a melhoria dos índices da pandemia em resposta à vacinação.

Figura 1 – Exemplo de publicação com foco na eficácia de resposta



Fonte: Perfil no Instagram do Ministério da Saúde (2021)

- auto-eficácia: inclui informações sobre onde e quando se vacinar, bem como os documentos necessários, como evitar filas, quais grupos já estão elegíveis para cada uma das doses do imunizante e sob quais condições.

Figura 2 – Exemplo de publicação com foco na auto-eficácia



Fonte: Perfil no Instagram da Prefeitura de São Paulo (2021)

- seriedade: inclui menções sobre o estado atual e as consequências da pandemia.
- probabilidade: inclui referências à facilidade de se contaminar.
- esforço governamental: inclui referências ao avanço da campanha de imunização, seja em acordos firmados, doses aplicadas, compradas ou recebidas, e à autopromoção.

Figura 3 – Exemplo de publicação com foco no esforço governamental



Fonte: Perfil no Instagram do Ministério da Saúde (2021)

### 3.1. Prefeitura de São Paulo

A partir das 54 publicações do perfil analisadas, a Prefeitura de São Paulo abordou os parâmetros selecionados na proporção retratada na tabela 1. Dessa forma, fica claro que a auto-eficácia (presente em 87,04% das publicações) e o esforço governamental (presente em 70,37% das publicações) são os fatores mais divulgados, enquanto a eficácia de resposta aparece com uma frequência muito pequena e os fatores relacionados à percepção de ameaça não aparecem.

Tabela 1 – Presença dos fatores na comunicação vacinal do perfil @prefsp

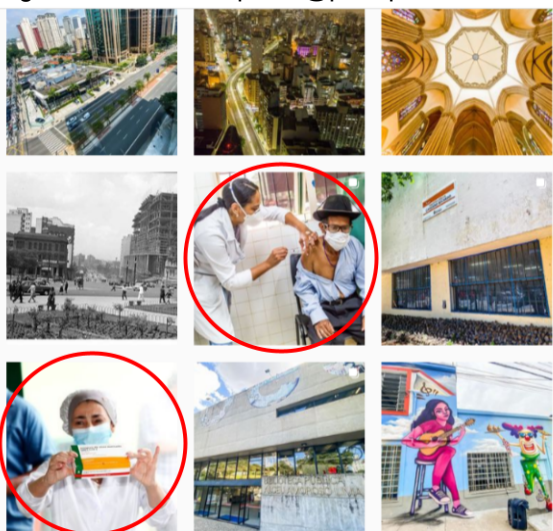
percepção de eficácia		percepção de ameaça		esforço governamental
eficácia de resposta	auto-eficácia	seriedade	probabilidade	
3,7%	87,04%	0%	0%	70,37%

Fonte: Tabela elaborada pela autora com base no perfil no Instagram da Prefeitura de São Paulo (2021)

O foco especialmente na auto-eficácia é algo muito relevante na instância municipal, já que é uma unidade governamental menor e, portanto, está encarregada das informações práticas específicas da vacinação que variam

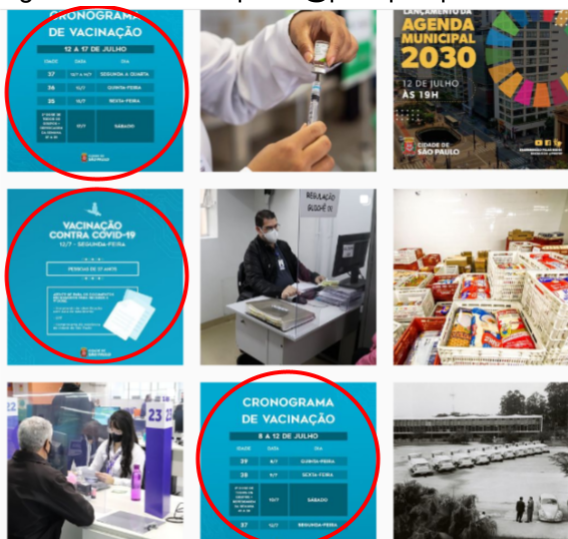
conforme a cidade. Levando isso em consideração, a partir do dia 22 de junho, houve uma mudança na identidade visual da comunicação voltada para a vacinação. Enquanto antes o *feed* era composto apenas por fotos da cidade e seus acontecimentos, com informações adicionais na legenda (vide figura 4 com as fotos de 18 a 24 de janeiro, portanto relativas ao início da campanha de vacinação, com destaque para os *posts* analisados), a partir desse momento, criou-se um *template* padrão para sinalizar o assunto da imunização, destacando-o das demais publicações (vide figura 5, que contempla o período de 8 a 12 de julho, com destaque para os *posts* analisados).

Figura 4 – Feed do perfil @prefsp antes da criação da identidade visual específica



Fonte: Perfil no Instagram da Prefeitura de São Paulo (2021), com destaque da autora

Figura 5 – Feed do perfil @prefsp depois da criação da identidade visual específica



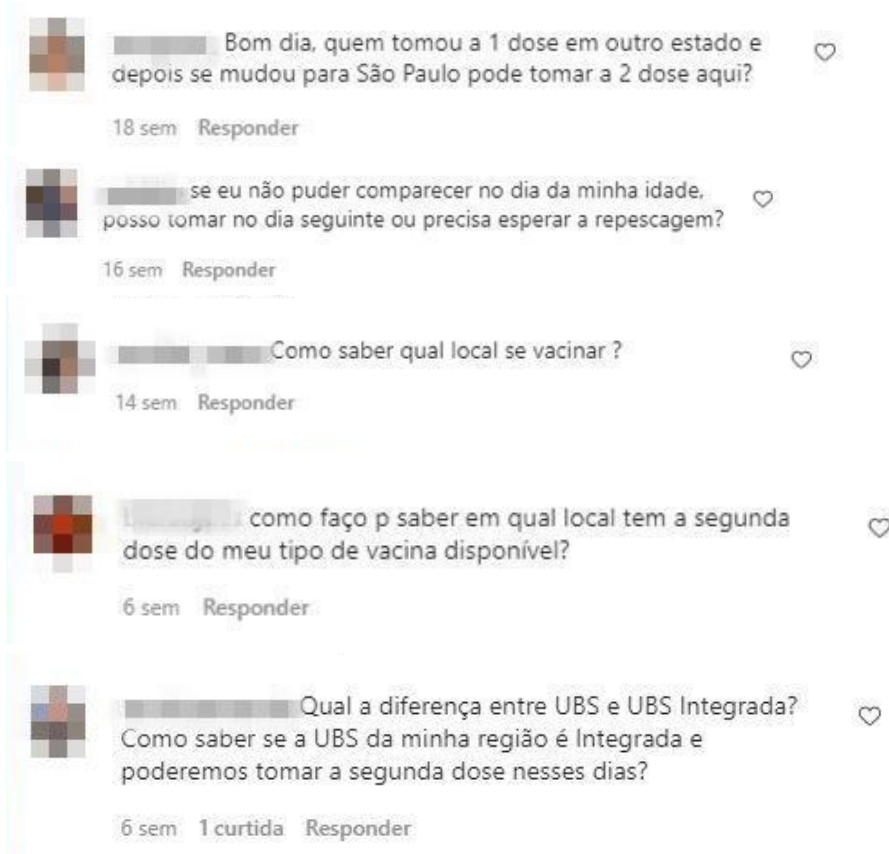
Fonte: Perfil no Instagram da Prefeitura de São Paulo (2021), com destaque da autora

Uma das características definidoras das redes sociais refere-se ao quesito da conexão. Os usuários podem interagir com o conteúdo na forma por exemplo de curtidas e comentários. Segundo o pesquisador Ruleandson do Carmo Cruz (2010):

O segundo elemento constituinte das redes sociais virtuais, para Recuero (2009b), são as conexões, os laços sociais formados por meio da interação social entre os atores, cujas variações alteram as estruturas da rede, e que somente são percebidos por meio dos rastros que um ator deixa no ciberespaço, como, por exemplo, comentários em um blog.

Apesar do foco na auto-eficácia e a iniciativa de criar uma identidade visual que facilita a divulgação das informações, ainda restam muitas dúvidas sobre o assunto, que são manifestadas através de comentários nas publicações e não são respondidas pelo perfil. Seguem na figura 6 alguns exemplos de comentários com dúvidas que não foram endereçadas.

Figura 6 – Comentários no perfil @prefsp de dúvidas não respondidas



Fonte: Perfil no Instagram da Prefeitura de São Paulo (2021)

### 3.2. Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo

A partir das 498 publicações do perfil analisadas, a Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo abordou os parâmetros selecionados na proporção retratada na tabela 2. Dessa forma, fica claro que a auto-eficácia (presente em 42,97% das



publicações) e o esforço governamental (presente em 53,41% das publicações) são os fatores mais divulgados, enquanto a eficácia de resposta aparece com uma frequência menor (presente em 21,08% das publicações) e os fatores relacionados à percepção de ameaça aparecem numa proporção muito pequena, ocorrendo apenas no contexto da divulgação de fases mais restritivas do Plano São Paulo de forma relacionada ao esforços governamentais para avanço da vacinação.

Tabela 2 – Presença dos fatores na comunicação vacinal do perfil @saude\_sp

percepção de eficácia		percepção de ameaça		esforço governamental
eficácia de resposta	auto-eficácia	seriedade	probabilidade	
21,08%	42,97%	1,20%	0,20%	53,41%

Fonte: Tabela elaborada pela autora com base no perfil no Instagram da Secretaria do Estado da Saúde de São Paulo (2021)

O foco no esforço governamental está relacionado ao esforço estadual em resposta à demora federal em providenciar a vacina, além de estar relacionado a questões políticas que serão tratadas no próximo capítulo.

Além disso, uma diferença notável dos demais perfis é a menção frequente ao Instituto Butantan e seu desenvolvimento nacional de vacinas dentro do estado de SP. Outra distinção é a utilização de fotos de pessoas reais se vacinando, dando a cara da população à campanha, o que pode aumentar a percepção de auto-eficácia por similaridade (vide figura 7).

Figura 7 – Exemplo do uso de fotos na campanha do perfil @saude\_sp

Fonte: Perfil no Instagram da Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo (2021)

### 3.3. Ministério da Saúde

De acordo com as 741 publicações do perfil analisadas, o Ministério da Saúde abordou os parâmetros selecionados na proporção retratada na tabela 2. Dessa forma, fica claro que o esforço governamental (presente em 93,93% das publicações) foi o fator mais divulgado, enquanto a eficácia de resposta e a auto-eficácia aparecem numa frequência comparativamente pequena e os fatores relacionados à percepção de ameaça praticamente não aparecem.

Tabela 3 – Presença dos fatores na comunicação vacinal do perfil @minsaude

percepção de eficácia		percepção de ameaça		esforço governamental
eficácia de resposta	auto-eficácia	seriedade	probabilidade	
10,53%	9,18%	0,27%	0%	93,93%

Fonte: Tabela elaborada pela autora com base no perfil no Instagram do Ministério da Saúde (2021)

O foco no esforço governamental está relacionado à função da instância federal em providenciar a vacina e busca evidenciar que o Ministério está fazendo sua função, além de estar relacionado a questões políticas que serão tratadas no próximo capítulo.

Vale destacar também a presença do personagem Zé Gotinha em muitas publicações. De acordo com a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), esse personagem foi criado em 1986 para a campanha de vacinação da poliomielite com o objetivo de tornar a vacinação mais atrativa para crianças e, com sua popularização, acabou sendo usado para conscientização de outras doenças, inclusive a COVID-19 e sua campanha de imunização, agora introduzindo sua família e incluindo várias faixas etárias e gêneros no combate à pandemia.

Figura 8 – Introdução da família do Zé Gotinha



Fonte: Perfil no Instagram do Ministério da Saúde (2021)

Figura 9 – Família Gotinha na campanha de vacinação



Fonte: Perfil no Instagram do Ministério da Saúde (2021)

Outro ponto a ser destacado é que, diferentemente da Prefeitura de São Paulo, os comentários dos *posts* não costumam ter dúvidas e são divididos entre pessoas que apoiam e elogiam as ações governamentais (figura 10) e aquelas que se queixam e cobram que o governo tome providências (figura 11), evidenciando o caráter político do conteúdo.

Figura 10 – Comentários de apoio ao Ministério da Saúde



Fonte: Perfil no Instagram do Ministério da Saúde (2021)

Figura 11 – Comentários de queixa ao Ministério da Saúde



Fonte: Perfil no Instagram do Ministério da Saúde (2021)

#### 4. CONTEXTO POLÍTICO

Por muito tempo, o Brasil assistiu a vacina chegar nos demais países enquanto aqui a pandemia se tornava incontrolável. A demora na compra de vacinas foi algo que motivou muitos governos estaduais, especialmente o de São Paulo no



comando de João Doria, a assumirem a distribuição de vacinas de forma independente. Isso criou uma disputa política e estimulou a instância federal a providenciar finalmente as vacinas.

Além disso, vários acontecimentos contribuíram para um clima de desconfiança quanto às intenções do governo em relação à uma imunização nacional. Nesse sentido, o jornal Folha de S. Paulo<sup>1</sup> publicou:

Em diversas oportunidades, Bolsonaro minimizou a importância da vacina, deu declarações polêmicas e impulsionou teorias conspiratórias. Declarou, por exemplo, que o governo federal não compraria a vacina chinesa de Doria, e que haveria inúmeros efeitos colaterais decorrentes do imunizante. Chegou a dizer que as pessoas deveriam assinar um termo de compromisso que isentasse o governo da responsabilidade por eventuais adversidades. Isso sinaliza à população que nem o próprio chefe de Estado confia na vacina que o seu governo está distribuindo.

Dessa forma, as publicações do Ministério da Saúde estão alinhadas com a intenção do governo federal de se mostrar eficiente na sua função, inclusive em certos casos endereçando a questão de forma mais direta (vide figura 12) e o foco majoritário em destacar os esforços feitos tem também suas motivações políticas.

Figura 12 – Iniciativas estaduais de vacinação endereçadas pelo Ministro da Saúde



Fonte: Perfil no Instagram do Ministério da Saúde (2021)

<sup>1</sup> COMPETIÇÃO política e vacinação. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 25 jan. 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/por-que-economistas-em-bom-portugues/2021/01/competicao-politica-e-vacinacao.shtml?origin=folha>>. Acesso em: 4 nov. 2021.

Figura 13 – Comentários da Secretaria sobre a inefetividade do Ministério da Saúde



Fonte: Perfil no Instagram da Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo (2021)

## 5. CONTEXTO COMUNICACIONAL

No momento atual, a internet é protagonista e determina uma maior facilidade na obtenção de informações. Graças a tal aspecto, os meios de comunicação de massa ganham um novo traço, é a chamada Disfunção Narcotizante, teorizada por Robert Merton e Paul Lazarsfeld (2000). Esse conceito consiste na ideia de que em um mundo globalizado cada vez mais interconectado, há um excesso de informações circulando que têm como efeito a superficialidade e inércia da população em relação aos problemas políticos e sociais. Esse mecanismo ocorre à medida que, ao ser bombardeada com informações, a sociedade se depara com uma quantidade estonteante de dados e passa mais tempo lendo e ouvindo e menos tempo de fato se engajando em prol de fazer a diferença. Em relação ao EPPM, o excesso de informação faz com que a pessoa não saiba como agir e em que fontes confiar, o que reduz a eficácia e a auto-eficácia.

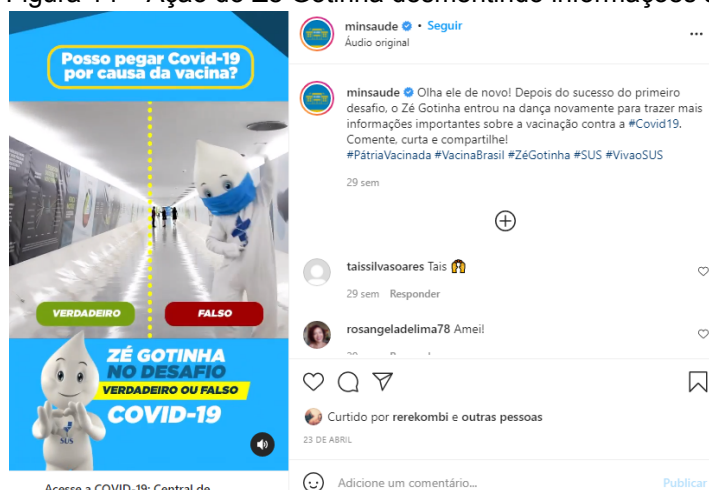
Ademais, a pandemia intensificou esse cenário e o começo da pandemia foi crítico na divulgação de informações. Quando o novo vírus começou a se espalhar, ele veio repleto de incertezas, *fake news* e perguntas que a ciência ainda não sabia responder. De acordo com a pesquisadora portuguesa Maria Pacheco Pereira (2021):

Infelizmente, o receio de um novo surto veio a concretizar-se e fez o planeta mergulhar no universo da “infodemia”, no qual circula uma carga excessiva de informação, quer offline, quer online. Em alguns casos é disseminada, propositadamente, informação falsa, que compromete a resposta global para o controlo<sup>2</sup> da pandemia, numa tentativa de avançar agendas alternativas de grupos ou de indivíduos (OMS, 2020e).

<sup>2</sup> Conforme original.

Assim, muitas publicações se propõem a combater informações falsas sobre a vacinação, buscando diminuir as inseguranças da população (vide figura 14).

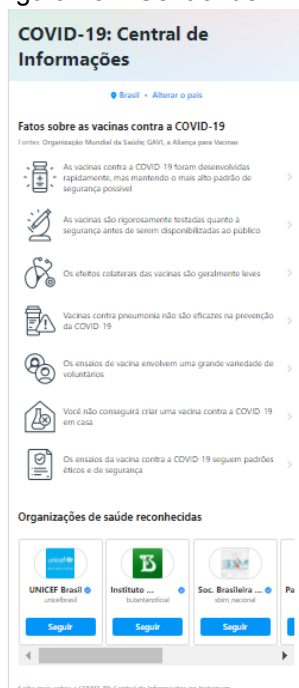
Figura 14 – Ação do Zé Gotinha desmentindo informações sobre a vacina



Fonte: Perfil no Instagram do Ministério da Saúde (2021)

No sentido de aumentar a auto-eficácia, a própria plataforma do Instagram se mobilizou com um sistema que detecta de forma automática todas as menções à vacina e apresenta um aviso ao usuário para que acesse a central de informações sobre a COVID-19 com dados de fontes confiáveis e indicações de perfis de organizações de saúde reconhecidas para seguir (vide figura 15).

Figura 15 – Central de Informações da COVID-19 fornecida pelo Instagram

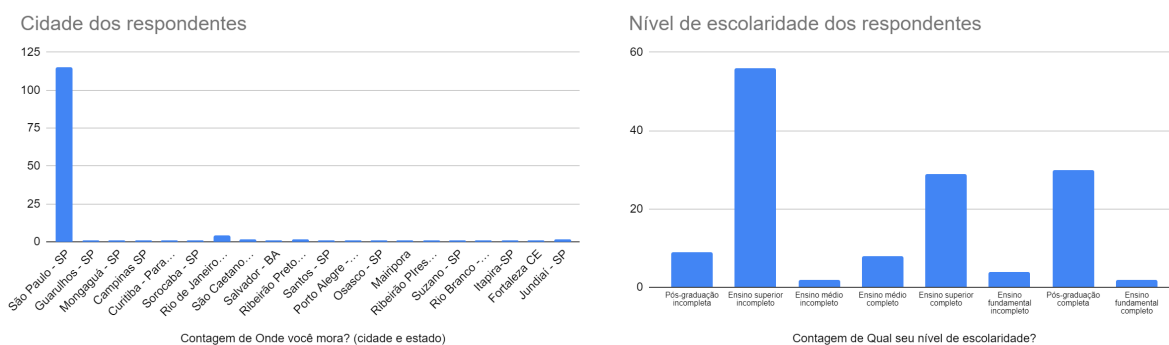


Fonte: Instagram (2021)

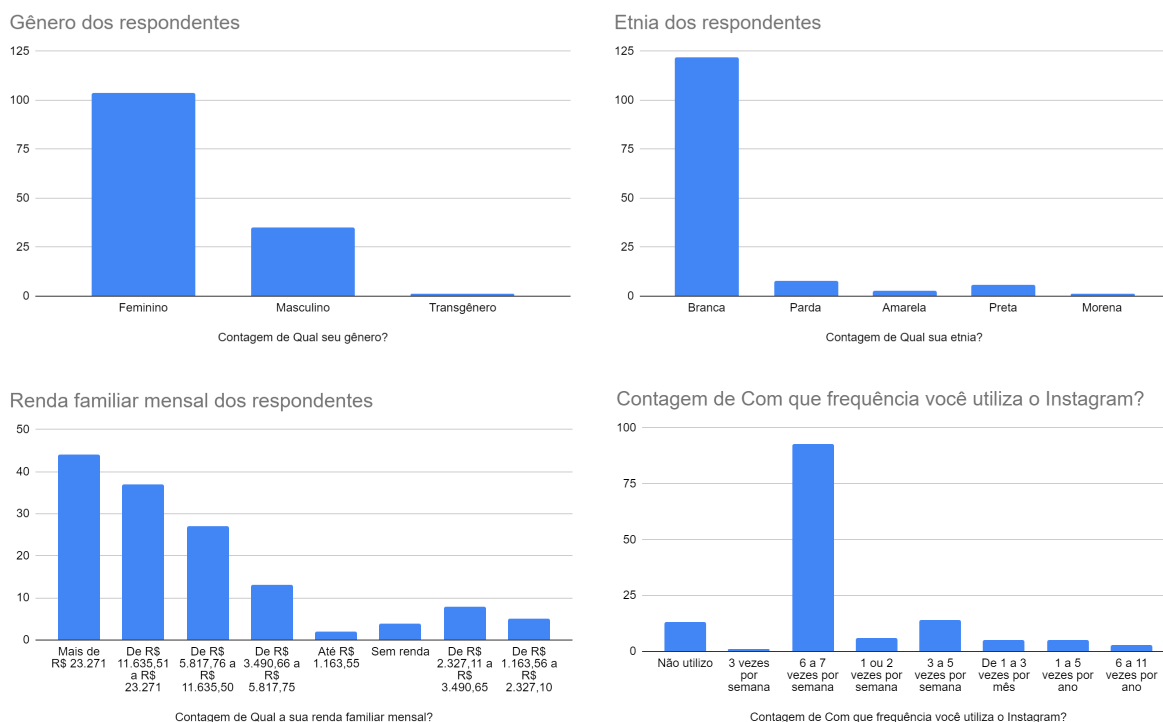
## 6. ANÁLISE DE PERCEPÇÕES

Para compreender melhor a percepção da população em relação a certos fatores da pandemia, preparamos um questionário anônimo que foi respondido por 142 pessoas voluntárias. Por não haver uma seleção prévia dos respondentes, existem alguns padrões em relação aos dados demográficos. Enquanto uma parcela deles nos ajuda a ter uma amostra mais relevante, como a grande quantidade de moradores de São Paulo e utilizadores frequentes do Instagram, outros não são representativos da diversidade populacional brasileira e devem ser levados em consideração na análise dos dados. São eles: o alto nível de escolaridade, a maioria branca e feminina, a média etária de 35 anos e a renda familiar predominantemente alta (vide figura 16). A adesão à vacina também é um pouco superior à média nacional, já que de acordo com uma pesquisa do Datafolha publicada na Folha de S. Paulo<sup>3</sup>, 94% da população já se vacinou ou pretende se vacinar, em comparação com 100% dos respondentes do questionário que já se vacinaram de pelo menos uma dose ou querem se vacinar assim que possível. Trata-se assim de uma amostra de conveniência, que permite a comparação entre alguns grupos específicos.

Figura 16 – Gráficos de dados demográficos dos respondentes



<sup>3</sup> ADESÃO à vacina chega a 94% e atinge recorde no Brasil. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 13 jul. 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2021/07/adesao-a-vacina-chega-a-94-e-atinge-record-e-no-brasil.shtml>>. Acesso em: 4 nov. 2021.



Fonte: elaborados pela autora com base nas respostas ao questionário (2021)

Tendo dito isso, podemos aplicar novamente o EPPM nas perguntas do questionário para entender se os processos dominantes são os de controle do medo ou do perigo. As perguntas da tabela a seguir possuíam uma gradação em que o respondente podia avaliar o quanto concordava ou achava grande a chance ou seriedade da afirmação, que pode ser convertida numa escala numérica de 1 a 5, sendo 5 o valor de maior presença desse fator. Se supomos que todos os quatro elementos têm a mesma importância e fazemos uma média simples, podemos chegar aos números 4,486 de percepção de eficácia e 3,503 de percepção de ameaça (vide tabela 4).

Tabela 4 - Percepção dos fatores do EPPM

Pergunta do questionário	Média de resposta de 1 a 5 para cada pergunta	Fator do EPPM relacionado à pergunta	Média de resposta de 1 a 5 para o fator	Percepção de eficácia ou ameaça (a+b)/2	Média de resposta de 1 a 5 para a percepção
"Eu acredito que a vacinação é eficaz na prevenção da COVID-19."	4,782	eficácia de resposta (a)	4,782	percepção de eficácia	4,486
"Eu posso me vacinar para me prevenir da COVID-19."	4,951	auto-eficácia (b)	4,190		

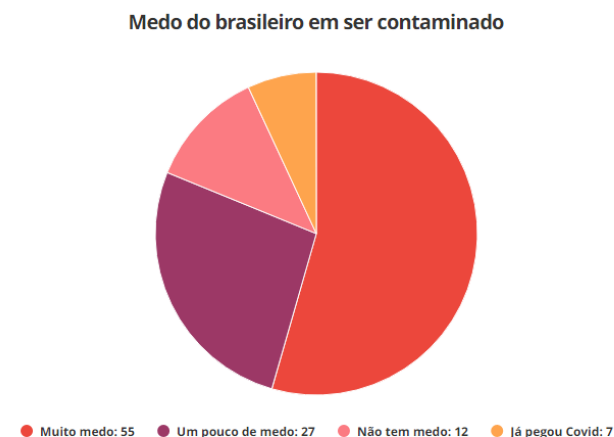
Você sente que a informação sobre onde e quando se vacinar é algo facilmente acessível para você?	4,451				
Você sente que a informação sobre onde e quando se vacinar é algo facilmente acessível para todos?	3,169				
Qual a chance de você se contaminar com a COVID-19?	2,972	probabilidade (a)	2,950	percepção de ameaça	3,503
Qual a chance de uma forma geral de outras pessoas se contaminarem com a COVID-19?	3,859				
Qual a chance de você morrer de COVID-19?	2,021				
Quão séria você considera a COVID-19 para si mesmo especificamente?	4,056	seriedade (b)	4,056		

Fonte: elaborada pela autora a partir das respostas ao questionário (2021)

Esses números indicam que a percepção de eficácia é maior que a percepção de ameaça e, portanto, há um predomínio dos processos de controle do perigo. No entanto, uma pesquisa do Datafolha produzida em março deste ano<sup>4</sup>, ainda no início da vacinação, perguntou a mais de 2 mil brasileiros sobre o medo em ser contaminado com o novo coronavírus. Um percentual correspondente a 55% disse ter muito medo e 27% um pouco de medo (figura 17). Esses números são condizentes com a falta de abordagem dos fatores seriedade e probabilidade nas publicações dos perfis analisados, já que a percepção de ameaça já estava incitada e precisava ser contrabalanceada com a percepção de eficácia.

<sup>4</sup> DATAFOLHA: 79% dos brasileiros acham que pandemia está fora de controle e 82% temem ser contaminados. **G1**, 18 mar. 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2021/03/18/79percent-dos-brasileiros-acham-que-pandemia-esta-fora-de-controle-e-82percent-temem-ser-contaminados.ghtml>>. Acesso em: 8 nov. 2021

Figura 17 – Gráfico do medo do brasileiro em ser contaminado



Fonte: Datafolha

Fonte: Datafolha (2021)

É preciso destacar que, ao contrário da pesquisa do Datafolha, proposta em março deste ano, o questionário foi respondido nos meses de outubro e novembro, quando 91,5% dos respondentes já tinham tomado todas as doses necessárias e 7% apenas uma das doses, o que provavelmente afeta a percepção de ameaça e pode explicar a diferença.

Com a sensação de medo coletiva do começo do ano, a percepção de ameaça fica alta e é a informação acerca da eficácia que vai determinar o que ocorrerá. Witte (1995) afirma que “se nenhuma informação acerca da eficácia da resposta recomendada for fornecida, os indivíduos vão depender de suas experiências passadas e crenças anteriores para determinar seu nível de eficácia percebida.” (tradução livre).<sup>5</sup> Se consideramos que 91,5% dos respondentes tomou a decisão sobre se vacinar logo no começo da vacinação e que ninguém mudou de ideia após a primeira decisão, sugere que a maioria não tenha sido exposta a informações acerca da eficácia e por isso não houve nenhuma mudança, e assim tomou como fonte suas próprias experiências.

Há também outros fatores que buscamos explorar através do questionário, tanto acadêmicos como ocorrências relevantes da atualidade, são eles os fenômenos de:

- *defensive avoidance* (Witte, 1992, 1995), ou o ato de evitar pensar em algum assunto como mecanismo de defesa ao medo. Como consta nos gráficos abaixo, a maioria dos respondentes não evita pensar na

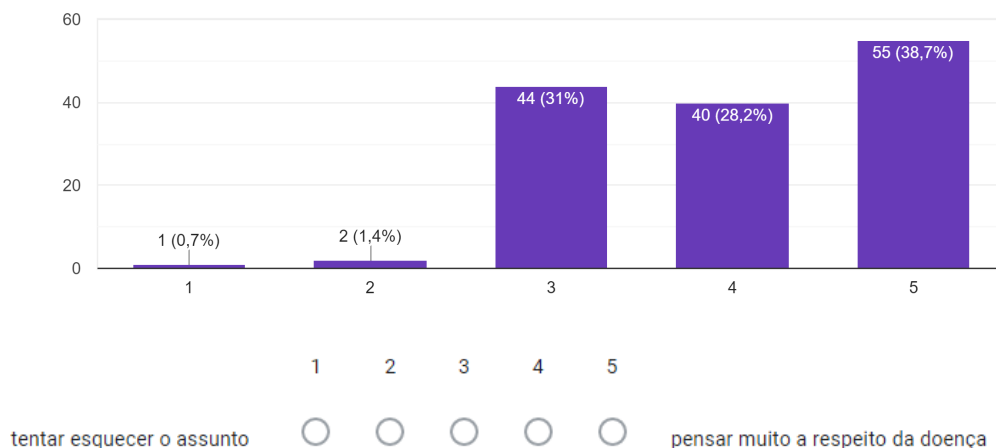
<sup>5</sup> No original: “If no information regarding the efficacy of the recommended response is given, individuals will rely on past experiences and prior beliefs to determine their level of perceived efficacy.”

doença (vide figura 18a) e nem em seus métodos de proteção (vide figura 18b).

Figura 18 – gráficos de distribuição das respostas relativas a *defensive avoidance* (a)

Ao ver informações sobre os sintomas da COVID-19, meu primeiro instinto é:

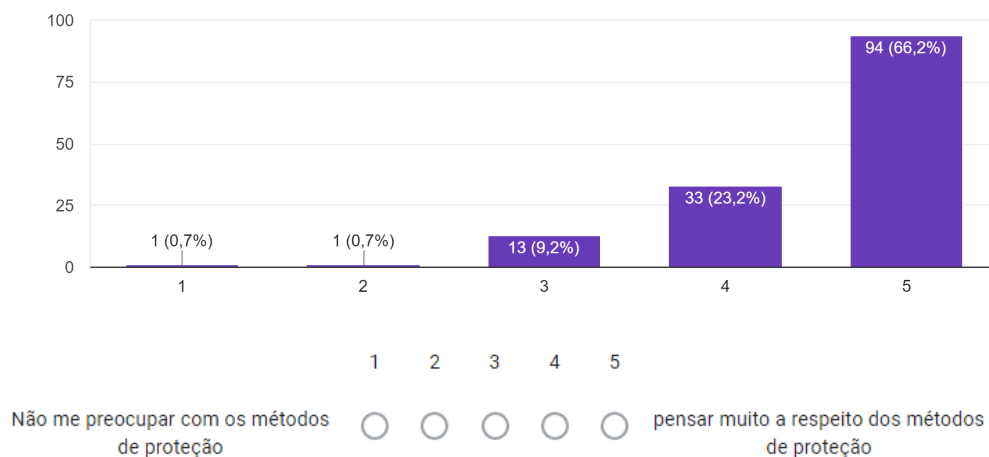
142 respostas



(b)

Quanto aos métodos de proteção, ao ver informações sobre os sintomas da COVID-19, meu primeiro instinto é

142 respostas

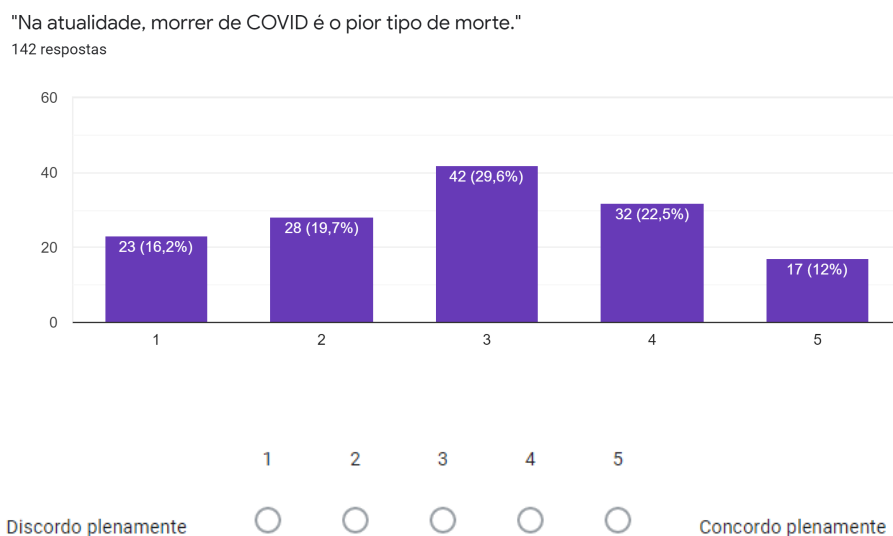


Fonte: Formulários Google a partir das respostas ao questionário (2021)

- *gruesomeness scale* (Witte, 1995), para avaliar, além da seriedade, o quanto as pessoas percebem a COVID como algo aterrorizante, horrendo ou terrível. Conforme a figura 19, as respostas foram bem divididas em relação às opiniões sobre este fator.



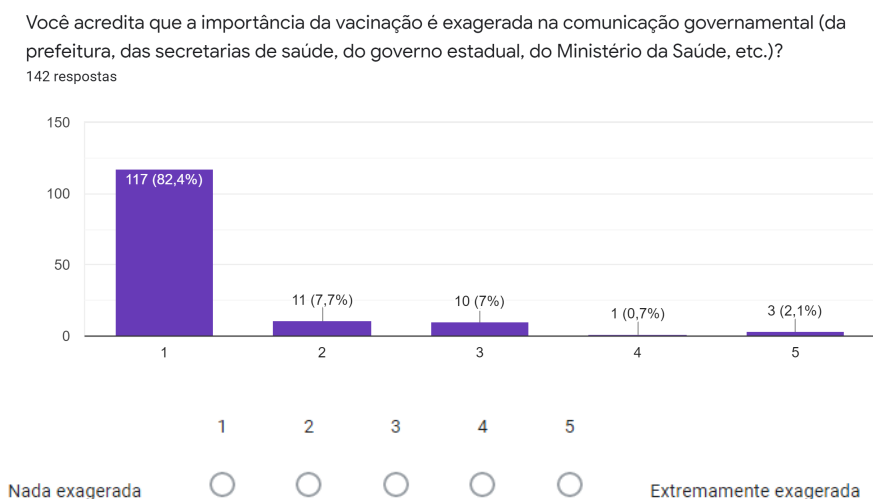
Figura 19 – Gráficos de distribuição das respostas relativas a *gruesomeness scale*



Fonte: Formulários Google a partir das respostas ao questionário (2021)

- manipulação percebida, para medir se o resultado poderia ser reativo em direção àqueles que são percebidos como quem produz a ameaça. No entanto, a maior parte dos respondentes não acredita que a importância da vacinação é exagerada nas comunicações tanto governamentais (vide figura 20a) quanto midiáticas (vide figura 20b). Além disso, apesar de acreditarem que existe uma influência sobre a população (vide figuras 20c e 20e), ela é positiva (vide figuras 20d e 20f) e, portanto, não se configura dentro da conotação negativa em que a manipulação se encaixa.

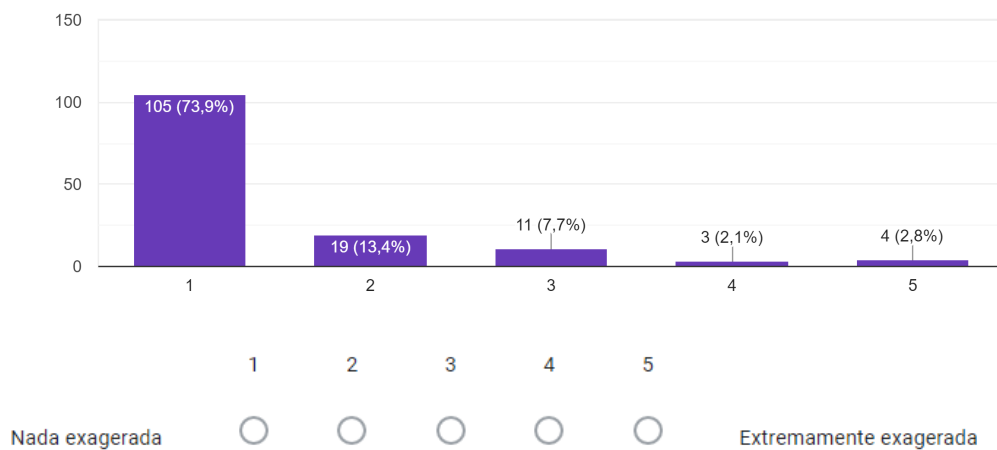
Figura 20 – gráficos de distribuição das respostas relativas à manipulação percebida (a)



(b)

Você acredita que a importância da vacinação é exagerada na comunicação midiática (de emissoras de TV ou rádio, jornais, revistas, etc.)?

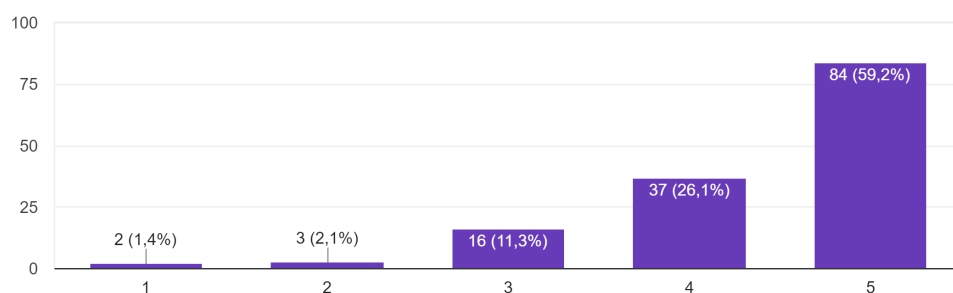
142 respostas



(c)

Você acredita que a comunicação governamental (da prefeitura, das secretarias de saúde, do governo estadual, do Ministério da Saúde, etc.) influencia a população em relação à vacinação?

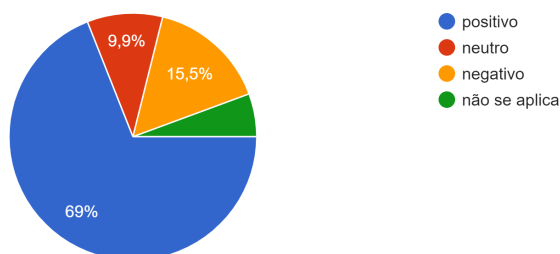
142 respostas



(d)

Se sim, essa influência da comunicação governamental seria algo:

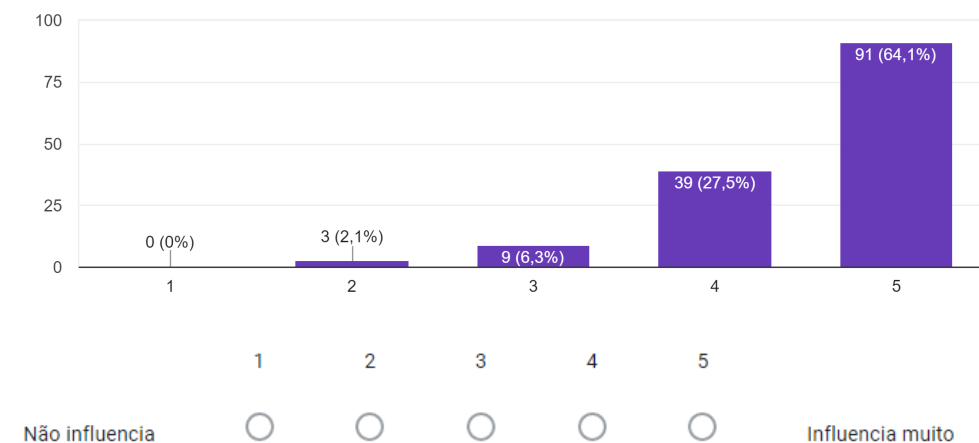
142 respostas



(e)

Você acredita que a comunicação midiática (de emissoras de TV ou rádio, jornais, revistas, etc.) influencia a população em relação à vacinação?

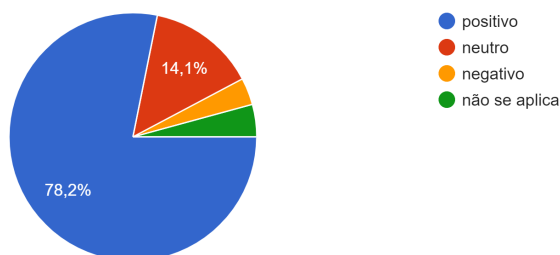
142 respostas



(f)

Se sim, essa influência da comunicação midiática seria algo:

142 respostas



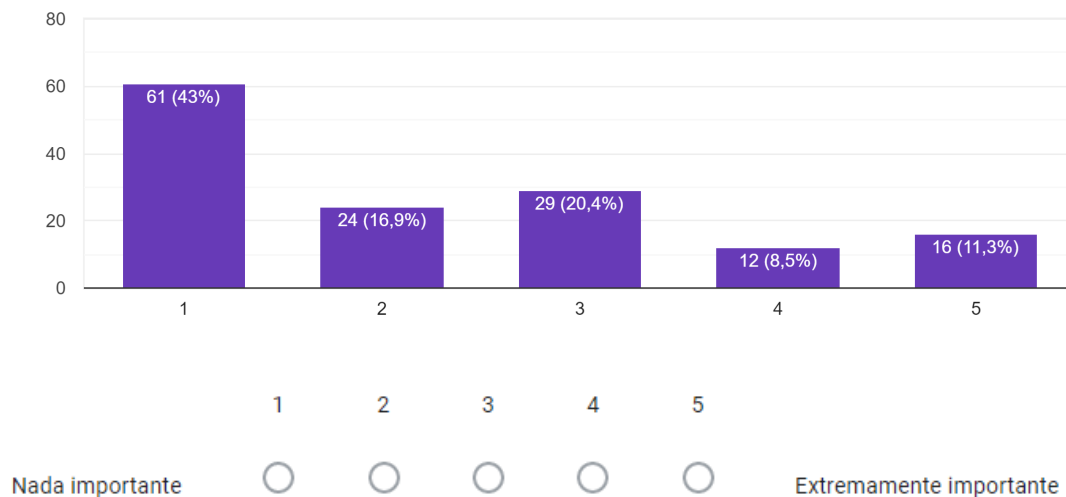
Fonte: Formulários Google a partir das respostas ao questionário (2021)

- fabricante da vacina: também foi uma questão muito divulgada como relevante na percepção do público em geral, com vários depoimentos dos chamados *sommeliers* de vacina, que deixavam de se vacinar caso não houvesse o imunizante produzido pelo fabricante de sua preferência ou que percorriam vários postos de vacinação pela cidade em busca daquela desejada e foi também tema de campanhas governamentais. No entanto, dentre os respondentes esse fator não foi algo relevante na decisão sobre a vacinação (vide figura 21).

Figura 21 – Gráfico de distribuição das respostas relativas ao fabricante da vacina

O fabricante da vacina é um fator importante na sua decisão sobre se vacinar?

142 respostas



Fonte: Formulários Google a partir das respostas ao questionário (2021)

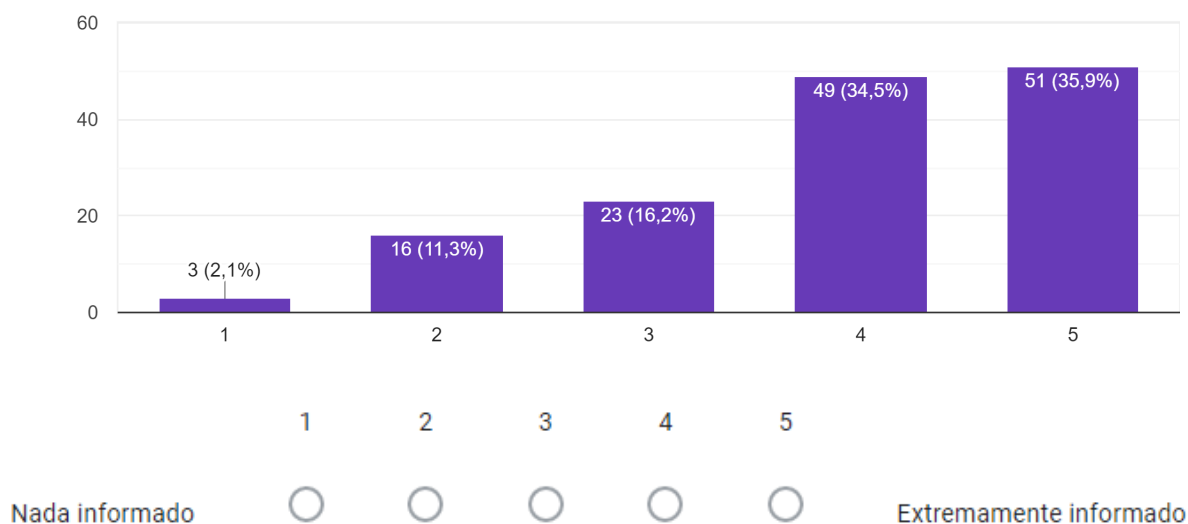
- os possíveis efeitos colaterais da vacina, que podem afastar as pessoas da imunização. Enquanto a maioria se sentia informado sobre os efeitos (vide figura 22a), as opiniões sobre eles serem um empecilho à vacinação estavam divididas (vide figura 22b) e a maioria dos respondentes não se preocupa muito com eles (vide figura 22c).

Figura 22 – gráficos de distribuição das respostas relativas aos efeitos colaterais da vacina

(a)

Quão informado você se sente sobre os efeitos colaterais da vacina?

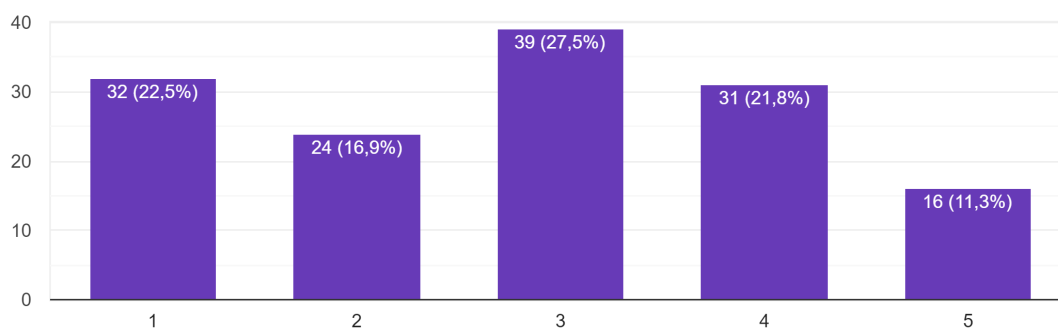
142 respostas



(b)

Você acredita que os efeitos colaterais da vacina são um empecilho para as pessoas se vacinarem?

142 respostas



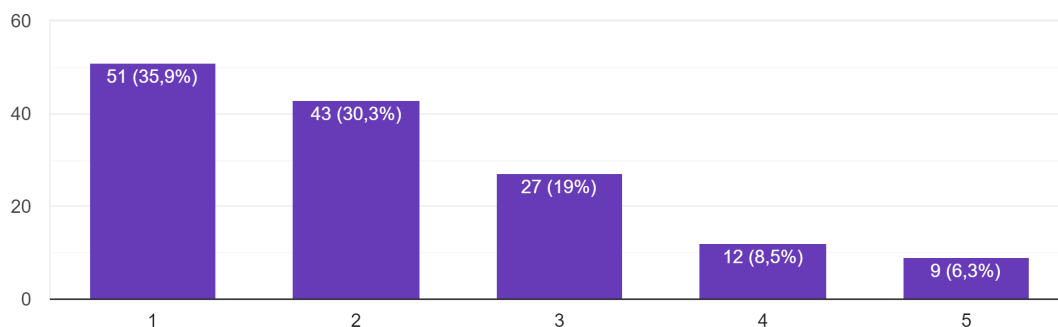
1 2 3 4 5

Não são um empecilho      São um grande empecilho

(c)

O quanto você se preocupa com os efeitos colaterais da vacina?

142 respostas



1 2 3 4 5

Nada preocupado      Extremamente preocupado

Fonte: Formulários Google a partir das respostas ao questionário (2021)

## 7. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

De acordo com os resultados coletados na análise de conteúdo, percebemos que a comunicação pública brasileira nas instâncias municipal, estadual e federal focou em aumentar a percepção de eficácia da vacina. De acordo com o EPPM, essa decisão foi algo relevante no contexto do começo da vacinação, quando a percepção de ameaça era alta e precisava ser contrabalanceada.

No entanto, os dados coletados indicam que nos meses de outubro e novembro, quando o formulário elaborado foi respondido, a percepção de eficácia era superior à de ameaça. Dessa forma, com a eficácia alta, muitas pessoas passam a desconsiderar o risco e a mensagem.

As necessidades comunicacionais mudam constantemente e é importante que se avalie com frequência as percepções da população para adaptar a mensagem ao contexto. Atualmente, com a vacinação já avançada e esforços sendo feitos para promover a adesão à segunda e à terceira doses, reforçar a percepção de ameaça poderia ser útil para lembrar da seriedade e probabilidade de contaminação da doença e, portanto, estimular que todos completem seu esquema vacinal com todas as doses disponíveis.

Ademais, cada instância usou estratégias, abordagens e focos diferentes e não há uma unidade na comunicação. Caso houvesse um objetivo coletivo, os canais de cada uma poderiam ter sido usados em conjunto para um propósito maior de forma mais efetiva.

## **8. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Vivemos um dos momentos mais críticos em termos sanitários, mas também no quesito comunicacional. Apenas com uma campanha vacinal eficiente, que promova a adesão da população, conseguiremos superar essa crise.

Utilizando o EPPM como referência, percebemos que, mesmo em instâncias diferentes, todos os órgãos envolvidos garantiram o aumento da percepção de eficácia por meio de suas publicações; por outro lado, não abordaram com frequência significativa a percepção de ameaça, naturalmente alta devido ao momento vivenciado. Apesar disso, ainda existem muitas dúvidas, especialmente relacionadas à auto-eficácia na instância municipal. Dessa forma, o poder público paulistano deveria se empenhar de forma a sanar as dúvidas dos cidadãos presentes nos comentários das publicações analisadas. Além disso, há um foco grande na autopromoção governamental, buscando evidenciar os esforços que têm sido empreendidos, o que, apesar de ser importante de um ponto de vista de assessoria política, não beneficia a adesão à vacinação.

Apesar de existir uma divergência temporal entre o sentimento geral da população no início da vacinação, retratado pelo Datafolha, e aquele detectado em outubro pelos respondentes da pesquisa, o questionário elaborado indicou que a

percepção de eficácia predominava sobre a de ameaça. Talvez no estágio atual da pandemia, as comunicações vacinais poderiam reforçar que a doença ainda é séria e está circulando, mesmo que numa escala menor, para incentivar a imunização, especialmente no que diz respeito à segunda dose, assim como à dose adicional.

## 9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADESÃO à vacina chega a 94% e atinge recorde no Brasil. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 13 jul. 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2021/07/adesao-a-vacina-chega-a-94-e-atinge-recorde-no-brasil.shtml>>. Acesso em: 4 nov. 2021.

COMPETIÇÃO política e vacinação. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 25 jan. 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/por-que-economistas-em-bom-portugues/2021/01/competicao-politica-e-vacinacao.shtml?origin=folha>>. Acesso em: 4 nov. 2021.

CRUZ, Ruleandson do Carmo. **Redes sociais virtuais: premissas teóricas ao estudo em ciência da informação**. Campinas: Transformação, 2010.

DATAFOLHA: 79% dos brasileiros acham que pandemia está fora de controle e 82% temem ser contaminados. **G1**, 18 mar. 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2021/03/18/79percent-dos-brasileiros-acham-que-pandemia-esta-fora-de-controle-e-82percent-temem-ser-contaminados.ghtml>>. Acesso em: 8 nov. 2021

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. **Zé Gotinha**. Disponível em: <<https://www.bio.fiocruz.br/index.php/br/comunicacao/casa-ze-gotinha?highlight=WjYXNhliwiY2FzYSciLCJkbylsInplliwiZ290aW5oYSIsImNhc2EgZG8iLCJjYXNhIGRvIHpplliwiZG8gemUiLCJkbyB6ZSBnb3RpbmhhlwiemUgZ290aW5oYSJd>>. Acesso em: 3 nov. 2021.

MERTON, Robert; LAZARFELD, Paul. Comunicação de Massa, Gosto Popular e a Organização da Ação Social. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

PACHECO PEREIRA, Maria. **SARS-CoV-2: Comunicação de risco e crise em emergência**. Porto, 2021.

WITTE, Kim. **Putting the fear back into fear appeals: Reconciling the literature**. Communication Monographs, v. 59, 1992.

WITTE, Kim. **Generating Effective Risk Messages: How Scary Should Your Risk Communication Be?** Annals of the International Communication Association, 1995.