DUPLICADO - PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS DO FACEBOOK SOBRE A CAMPANHA DE VACINAÇÃO CONTRA COVID-19 DURANTE A PANDEMIA

Autor(res)

Francisco Braz Milanez Oliveira
Bianca Helena Araújo Portela
Mylla Thaís Felix Dos Santos
Victória Valentina Ferreira Costa
Karen Manuela Paiva De Oliveira
Bianka Albuquerque De Sousa
George Augusto Estrela Garrido

Categoria do Trabalho

2

Instituição

FACULDADE PITÁGORAS

Introdução

No final de 2019, o surgimento do SARS-CoV-2 em Wuhan, China, provocou uma pandemia global de COVID-19, declarada oficialmente pela Organização Mundial da Saúde em março de 2020. A rápida disseminação do vírus levou à adoção de medidas restritivas e ao desenvolvimento acelerado de vacinas, viabilizado por colaborações internacionais e avanços biotecnológicos. A vacinação tornou-se uma das principais estratégias de controle, embora a eficácia reduzida contra variantes tenha exigido doses de reforço. Campanhas informativas, foram fundamentais para conscientização da população, mas a desinformação propagada nas redes sociais, especialmente no Facebook, comprometeu a adesão vacinal. No Brasil, apesar do histórico de sucesso em campanhas de imunização, a politização da vacina - especialmente em um contexto de crise política, o discurso antivacina e a alta vinculação de fake news nas redes sociais, levaram a uma alta resistência vacinal por parte da população.

Objetivo

Analisar a percepção dos usuários do Facebook sobre a campanha de vacinação contra a COVID-19 durante a pandemia, identificando os fatores que contribuíram para a aceitação ou para a resistência á vacinação.

Material e Métodos

Trata-se de um estudo documental, descritivo, com abordagem de métodos mistos, que combina análises qualitativas e quantitativas. A pesquisa foi realizada a partir de publicações de perfis brasileiros no Facebook. A amostra foi não probabilística, por conveniência, composta por postagens publicadas entre dezembro de 2020 e setembro de 2023 que abordavam a vacinação contra a COVID-19. Foram excluídas postagens de outras redes sociais. O estudo ocorreu em duas etapas: na primeira, utilizou-se o Google Trends; na segunda, foi realizada a coleta de comentários das postagens com maior engajamento, considerando três eventos-chave da vacinação no

Brasil. A análise qualitativa dos comentários foi conduzida por meio da Classificação Hierárquica Descendente (CHD), com o uso do software IRAMUTEQ. A pesquisa respeitou os princípios éticos conforme a Resolução n° 466/12, com aprovação pelo Comitê de Ética sob CAAE n° 70811923.4.0000.8007.

Resultados e Discussão

Foram analisados 76 comentários, categorizados via Classificação Hierárquica que resultou em cinco categorias principais: (1) Negacionismo, com discursos que negam a gravidade da pandemia e a necessidade da vacina; (2) Politização, marcada pela influência de ideologias no julgamento sobre a vacinação e instituições científicas; (3) Reações adversas, com foco em experiências individuais negativas ou temores frente aos possíveis efeitos colaterais das vacinas; (4) Fé e ciência, que evidencia o conflito ou a integração entre crenças religiosas e orientações científicas; e (5) Desinformação, refletida na circulação de fake news, teorias conspiratórias e distorções sobre a eficácia ou composição das vacinas. Observou-se a presença de sentimentos ambíguos, como medo, desconfiança, esperança e gratidão. O estudo reforça a necessidade de estratégias comunicacionais baseadas em evidências, valorização da ciência e enfrentamento à desinformação para ampliar a adesão vacinal.

Conclusão

A análise dos resultados demonstra que a campanha de vacinação contra a COVID-19 foi permeada por uma polarização de sentimentos contraditórios, variando entre negacionismo, politização, preocupação com reações adversas, esperança na ciência e desinformação. A compreensão dessas percepções é essencial para futuras campanhas de imunização, visando estratégias eficazes para combater fake news, aumentar a adesão e fortalecer a confiança pública na ciência.

Agência de Fomento

FUNADESP-Fundação Nacional de Desenvolvimento do Ensino Superior Particular

Referências

ARORA, Vishal S.; MCKEE, Martin; STUCKLER, David. Google Trends: Opportunities and limitations in health and health policy research. Health Policy, v. 123, n. 3, p. 338-341, mar. 2019.

BORGES, Luana Cristina Roberto et al. Adesão à vacinação contra a Covid-19 durante a pandemia: influência de fake news. Revista Brasileira de Enfermagem, v. 77, p. e20230284, 2024.

COUNTED, V. et al. Hope and well-being in vulnerable contexts during the COVID-19 pandemic: does religious coping matter? The journal of positive psychology, v. 17, n. 1, p. 70–81, 2022.

GALHARDI, C. P., FREIRE, N. P., FAGUNDES, M. C. M., MINAYO, M. C. de S., & CUNHA, I. C. K. O. (2022). Fake news e hesitação vacinal no contexto da pandemia da COVID-19 no Brasil. Ciencia & saude coletiva, 27(5), 1849–1858.

LEVINTHAL, David J. Now Trending: Using Google Trends to Complement Traditional Epidemiological Methods Used for IBS Research. Digestive Diseases and Sciences, 18 jun. 2020.