



Publicidade

Comunicação

Cobertura vacinal e o papel dos influenciadores nas ações de saúde

Segundo relatório da Nova/SB, as redes sociais se tornaram o principal meio de informação sobre as campanhas de vacinação



-A +A

Renan Honorato

1 de agosto de 2023 - 6h05



Criado em 1986 por Darlan Rosa, o Zé Gotinha tornou-se símbolo nacional da vacinação infantil (Crédito: Divulgação)

Em 2023, completam-se 50 anos do Programa Nacional de Imunizações, primeiro programa de vacinação estruturado das Américas. Contudo, apesar da meia década de tradição, nos últimos quatro anos o número de pessoas vacinadas diminuiu.

Em São Paulo, por exemplo, as coberturas de vacinação contra gripe ficaram abaixo dos 45% da população, sendo 11.451.245 habitantes ao todo. O Núcleo de Integridade da Informação da agência Nova/SB demonstrou por meio do Relatório Check-up Fake News os impactos das campanhas de desinformação na imunização da população.

De acordo com os principais destaques da pesquisa, as redes sociais exercem influência no comportamento informativo das pessoas na medida em que se equiparam aos meios tradicionais de comunicação – como TV, jornais e rádios.

Além disso, o relatório ainda aponta que as mensagens difamatórias assumem caráter pseudocientífico ao invés de narrativas mais imaginárias, como “chips em vacinas”.

“Esse é um dado preocupante, porque se é um chefe de família – pai ou mãe – a consequência inteira para família pode ser grave”, diz o analista-chefe do núcleo de integridade da informação da Nova/SB, Marcus Di Flora.

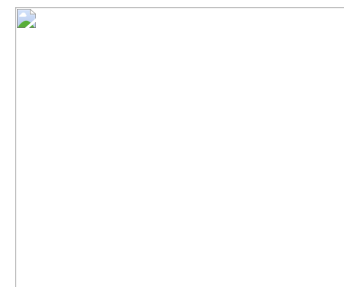
Todavia, o especialista pondera que a postura do governo brasileiro durante a pandemia não trabalhou a comunicação de forma adequada à necessidade do momento. “O que foi possível notar foi uma postura de negacionismo estatal, então, o governo perde a potência em prol da vacina”, ressalta.

“A gestão federal anterior atacou várias vezes as vacinas e os países que as produziam. Usou a TV, a imprensa e as redes sociais para espalhar dúvida e medo de reações totalmente infundadas aos imunizantes. A atual gestão tem investido em ações para a retomada da confiança das pessoas na segurança das vacinas”, diz Elisa Andries, chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Saúde.

Influência contra influenza

“Em que ponto uma pessoa que está voltando do trabalho, no ônibus lotado e com um fone de R\$ 20, está preparada educacionalmente, culturalmente e com disposição para ver um vídeo de muita qualidade de informação, mas cheio de tecnicidade”, instiga Luke Alencar.

Carioca e ator, Alencar deu vida ao personagem Zé Gotinha, criado em 1986 por Darlan Rosa na campanha contra o vírus Poliomielite. Desde de 2021, o personagem *Zé Gota da Silva* usa das plataformas digitais para divulgar não só campanhas vacinais do governo como temas relacionados a infecções Sexualmente Transmissíveis (ISTs) e saúde mental.



Publicidade

Recentes Mais lidas

01



Marcello Braga assume posto de CMO da JAC Motors Brasil

02



Meta destaca seus aplicativos em campanha de massa no Brasil

03



Quais veículos dão mais espaço aos temas e pautas ESG?

04

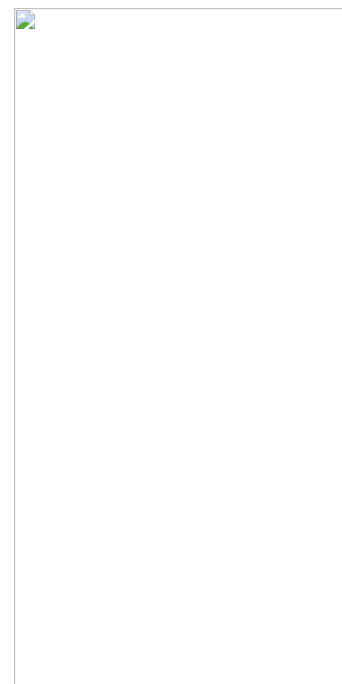


Corona patrocina segunda edição do Primavera Sound São Paulo

05



Audiovisual brasileiro pede regulação do streaming



Publicidade

Control your privacy

AdOpt

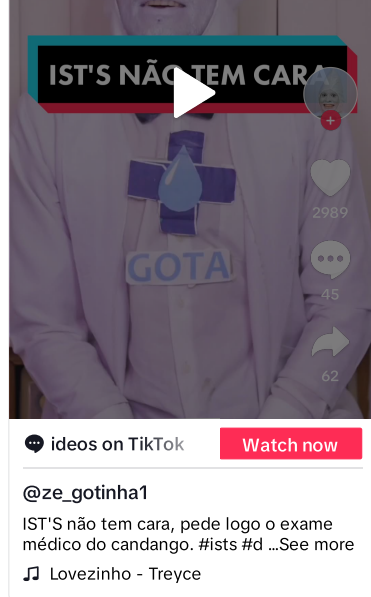
Our website uses cookies to improve navigation.

[Privacy Policy](#) - [Terms of use](#) - [Opt-Out](#)

My options

Reject

Accept



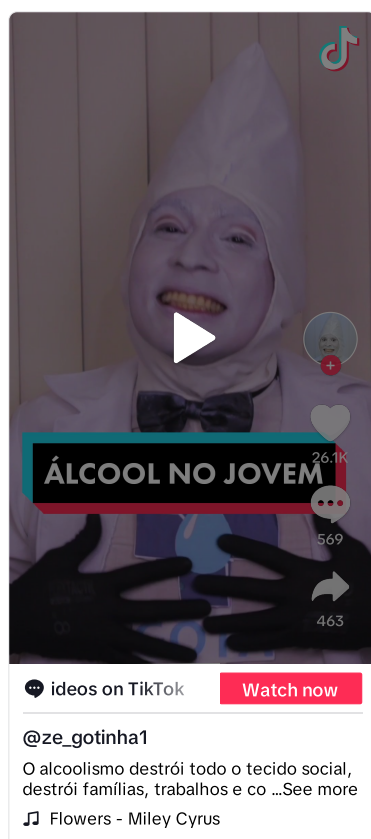
O ator não tem nenhum vínculo com a medicina. Para ele, a oportunidade de encarnar esse personagem surgiu durante a pandemia em meio ao cenário de desinformação e com o crescimento dos movimentos antivacinas. “O Zé Gota vem para combater essa força da linguagem da mentira, da meia-verdade que ganhou na internet, nos grupos de WhatsApp e Telegram”, diz. De acordo com o relatório da Nova/SB, cerca de 17% das pessoas se informam principalmente pelo WhatsApp.

“O que me parece de diferente é a criação, durante a pandemia, de um ambiente favorável à simplificação. Porque o discurso da negação é sempre mais simplificado que o discurso da afirmação, pois é preciso explicar. Hoje as pessoas vêm a explicação científica como algo elitizado, mesmo como figuras populares como o Drauzio Varella”, ressalta. Segundo dos dados disponibilizados pela Secretaria de Comunicação Social pela Lei de Acesso à Informação, durante a pandemia, figuras como Sikêra Junior, Zezé Di Camargo e Patati e Patatá trabalharam na divulgação de campanhas vacinais. Todavia, a atual gestão disse não ter contratado influenciadores para campanhas em voga.

Publicidade consciente

Alencar conta que o processo de pesquisa é fundamental para produção dos seus conteúdo, sobretudo, pelo histórico de ator. “Como não tenho o decoro da formação, tenho que fazer uma pesquisa três vezes mais metucioso. Minha apuração é sempre feita pelos sites oficiais de órgãos e entidades, assim como pesquisas acadêmicas. Não piso em áreas em que a tecnicidade domina, pelo contrário, me ocupo do lugar em um professor de colégio falaria”, explica.

Para Di Flora, **os influenciadores exercem dois papéis essenciais neste cenário na fortificação das redes sociais**. Primeiro, os influenciadores de massa que tem grande capilaridade no cunho social e, num segundo momento, os replicadores de conteúdo. Esse último, diz, são comuns ao cenário da internet, já que as redes sociais funcionam a partir da lógica do compartilhamento. “Somos satélites da informação, porque a TV, o cinema e o rádio chegam até um lugar, o Zé Gota consegue ir em outros espaços. O benefício de estar na rede social é conseguir falar com os jovens, de 14, 15, 16 anos, uma galera em que a TV não chega”, opina Alencar.



Estratégia Vacinal

Neste ano, a campanha de publicidade de vacinação foi dividida em três fases. A primeira, envolve a divulgação do lançamento do Movimento Nacional pela Vacinação e aplicação da vacina bivalente contra a Covid-19. Criada pela agência Nacional, a campanha teve veiculação em todo o País, com ênfase em regiões com menor cobertura vacinal em 2022. Em seguida, o Ministério da Saúde deu início a temporada de vacina contra a gripe, utilizando das mesmas estratégias.

“A terceira fase, que será lançada em agosto, teve criação da De Brito, e acompanha a estratégia do PNI, que pactuou com cada estado e seus municípios períodos específicos de vacinação local”, explica Elisa. Para isso foram produzidas 27 versões de filmes de 30 segundos e uma versão genérica de 60 segundos, além de spots de rádio e anúncios regionalizados. A Nova/SB assinou as campanhas com o Ministério da Saúde para **doação de leite materno**, em 2023. No ano passado, a agência criou o jingle e a **campanha para o combate ao mosquito Aedes Aegypti**, ainda em veiculação.

Control your privacy AdOpt

Our website uses cookies to improve navigation.
[Privacy Policy](#) - [Terms of use](#) - [Opt-Out](#)

[My options](#)

Reject

Accept

PARTILHE



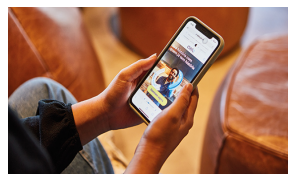
Veja também

Meta destaca seus aplicativos em campanha de massa no Brasil

Desenvolvida pela AlmapBBDO, campanha "Tá na sua mão" reforça a participação dos aplicativos da big tech na transformação da vida de seus usuários

Sobrecarga e transparência são desafios na relação entre agências e marcas

Profissionais de atendimento dividem os principais obstáculos e os mandamentos para um bom relacionamento com os clientes



POST PATROCINADO

O encontro entre tecnologia e criatividade

Com área de martech, AlmapBBDO investe no desenvolvimento de algoritmos e tecnologia de ponta para impulsionar o negócio de seus clientes

Por Almap



POST PATROCINADO

Anúncios imersivos em gaming

O formato DOOH está ganhando destaque como anúncio de game imersivo, escalável e engajador

Por Equativ



Informa, inspira e conecta.

Assine já >

meio&mensagem



Comunicação Marketing Mídia Gente Opinião Vídeos Acervo Portfólio Assine Renove Anuncie Política de privacidade Fale Conosco

Copyright 2010 - 2023 • Meio & Mensagem - Todos os direitos Reservados Rua Catequese, 227 - 5º Andar - Butantã - São Paulo - SP - CEP: 05502-020

Control your privacy AdOpt

Our website uses cookies to improve navigation. [Privacy Policy](#) - [Terms of use](#) - [Opt-Out](#)

My options

