

“Vacina é vida”: a comunicação educativa audiovisual no combate à desinformação¹

Mayra Fernanda FERREIRA²

Universidade Estadual Paulista (Unesp), São Paulo, SP
Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio (CEUNSP), Salto, SP

Resumo

No contexto temeroso da desinformação, este artigo apresenta um debate acerca da comunicação educativa aliada à ciência para a difusão de informações de qualidade e embasadas em pesquisas e em fontes especialistas. Como objeto de estudo, tem-se a produção audiovisual “Vacina é vida”, uma parceria da Unesp com o Canal Futura, cujo objetivo é demonstrar a um público diverso e em múltiplas telas por meio de um conteúdo científico e em linguagem acessível a relevância da imunização como um serviço público em prol da saúde pública e do direito à saúde a todos, contrapondo aos discursos negacionistas sobre a importância da vacinação. Para a comunicação, tal objeto e debate tendem a ser uma referência no campo profissional de modo transversal, contribuindo para a promoção da educação, da saúde e da cidadania.

Palavras-chave: Comunicação educativa; Comunicação científica; Desinformação; Imunização.

Introdução

A sociedade contemporânea recebe denominações caracterizantes no campo da informação e da comunicação devido às múltiplas plataformas de acesso e de produção de mensagens, às autorias e às audiências relativas aos conteúdos. À metáfora da rede já preconizada por Castells (2002; 2013), somam-se à convergência e à conectividade (Jenkins, 2009; Ford; Green; Jenkins, 2014) que destacam como as informações, os produtos e os serviços estão em circulação e impactam a vida social, política, econômica e cultural.

Nesse contexto, a recente emergência de saúde pública de importância internacional da Covid-19 (OPAS, 2023), que acometeu a vida de cerca de 20 milhões de pessoas em todo o mundo, foi marcada pelo volume de informações e questionamentos sobre a doença, as políticas de enfrentamento, o papel da ciência e as vacinas. Em meio à

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa – Comunicação e Educação do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Doutora em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista (Unesp). Docente dos cursos de Comunicação do Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio (CEUNSP) e da Faculdade Metropolitana. Jornalista e coordenadora de conteúdo da TV Universitária Unesp. Coordenadora do Intercom Junior – Jornalismo. E-mail: mayrajornal@gmail.com

credibilidade do jornalismo profissional e dos institutos de pesquisa, o fenômeno da desinformação assolou a sociedade e assim o continua, gerando preocupações a quem se dedica aos estudos e práticas comunicacionais, balizando-se na ética e no papel formativo das informações para a tomada de decisões em nível individual e coletivo.

Uma dessas decisões diz respeito à vacinação da população. Enquanto um fenômeno social, cultural e científico, a imunização, que tem como princípios a prevenção e o controle de doenças graves há mais de 200 anos, já erradicou doenças como varíola e poliomielite, conta com campanhas para que a taxa de adesão às vacinas siga em patamares adequados para assegurar a saúde pública³. Nesse sentido, as informações corretas relativas à vacinação veiculadas pelas diversas plataformas de mídia, para além daquelas que são propagadas de modo geracional e familiar, são aliadas dos órgãos de saúde. Na contramão, estão as informações falsas, incoerentes com o que as vacinas representam cientificamente à vida de todos e todas, em especial para as crianças. É assim que se caracteriza a desinformação no contexto da imunização durante a pandemia de Covid:

Se os pais se negam a vacinar seus filhos por causa de crenças erradas, a saúde pública perde. Se as pessoas acreditam em teorias da conspiração sobre a COVID-19, a probabilidade de que elas cumpram as orientações do governo para controlar a pandemia diminui, colocando todo mundo em risco (Lewandowsky *et al.*, 2020, p. 05).

É nessa direção que este trabalho, ao considerar o papel da mídia profissional em ilustrar, informar, educar e formar, como nos coloca Bucci (2006), apresenta uma discussão sobre a comunicação educativa, nos moldes dos pressupostos de Kaplún (1999; 1983) e Orozco-Gómez (2014), em prol das informações de qualidade e embasadas na ciência acerca da vacinação por meio de uma proposta audiovisual, “Vacina é vida”, que alia às mensagens a ética e o conhecimento consolidado de fontes especialistas vinculados a instituições de pesquisa, a estética pertinente à circulação atrativa dos conteúdos em formato televisivo e seu potencial pedagógico (Vizeu, 2009) e a propagação em uma rede midiática que tem como mote a transformação social por meio da comunicação e da educação.

³ Essas afirmações constam do Programa Nacional de Imunização (PNI), reconhecido mundialmente pela sua sistemática e disponibilização gratuita de imunizantes a diferentes faixas etárias da população. Outras informações sobre o PNI estão disponíveis em <https://www.gov.br/saude/pt-br/acao-a-informacao/acoes-e-programas/programa-nacional-de-imunizacoes-vacinacao>.

Para além dessa experiência de comunicação educativa pela mídia ou como nos coloca o Instituto Palavra Aberta (2023), da educação midiática, o objetivo aqui também é problematizar a comunicação em meio à desinformação, demonstrando como a comunicação midiática deve ser aliada estratégica da ciência, da educação e da sociedade, visando à promoção da saúde, da educação e da cidadania.

Pressupostos da comunicação educativa

O teórico latino-americano Mario Kaplún é reconhecido pelo seu modelo de comunicação participativa e o método cassete-fórum (Kaplún, 1984; 1983) que propicia um ecossistema dialógico para que os sujeitos comunicantes assumam seu protagonismo e a troca de saberes a fim de fomentar uma ação social que beneficie a ambos. Antes, porém, dessa práxis e sua sistematização teórica, o autor nos fala sobre a comunicação educativa tendo como estratégias dialógicas a preocupação com os conteúdos midiáticos, a promoção da reflexão e discussão sobre as mensagens veiculadas e a democratização da comunicação (Kaplún *apud* AGUIRRE, 2006, p. 53).

O autor defende, portanto, que a comunicação educativa deve ser pensada primeiro em relação aos formatos dos meios, focando seu papel educativo e não o mero didatismo. É um caminho de certo modo pedagógico, uma vez que a prática comunicativa visa ao conhecimento, à sua difusão e à construção coletiva (Kaplún, 1999), mediada ou não pelas tecnologias. No bojo de tais objetivos comunicacionais em sua vertente educativa, o planejamento dos produtos, conteúdos e mensagens é fundamental para que haja eficiência junto aos receptores, em um primeiro momento vistos desse modo em um contexto midiático, e, conseqüentemente em suas práticas sociais.

No que tange à veiculação de informações confiáveis, o processo jornalístico de pesquisa, apuração, redação e edição (Traquina, 1993) tem essa responsabilidade e compromisso de interesse público. Ao se pensar, então, nas estratégias de comunicação educativa o zelo com o formato e a linguagem com que se reporta algo, ou melhor, transmite determinada informação é fundamental quando se tem a preocupação de cunho educativo. E, aos produtores em comunicação, é necessário o compromisso com a formação crítica do público.

Kaplún conclamava os educadores à eficácia, ou seja, à preocupação de que as mensagens não apenas cheguem ao destino, sejam entendidas e despertem o interesse dos sujeitos, mas que, principalmente, mobilizem interiormente a quem as recebe, levando-os a questioná-las, gerando diálogo e participação e alimentando um processo crescente de tomada de consciência. (BONA; CONTEÇOTE; COSTA, 2007, p. 182).

Na valorização de processo de tomada de consciência que leva a ações sociais, Orozco-Gómez (2014, p. 96) pontua o trabalho das mídias na “formação humana e democrática na atualidade” (OROZCO- GOMÉZ, 2014, p. 96) de modo que o agir social seja embasado em conhecimentos sedimentados sobre assuntos que diz respeito aos cidadãos. Há, nessa perspectiva, uma relação dialógica que permite a construção de mensagens para além dos veículos de comunicação e mídias digitais. São os indivíduos, sujeitos comunicantes, como produtores e receptores, que se inter-relacionam diante de problemáticas sociais, sobre as quais precisam se munir de informações para que as ações sejam conscientes e críticas.

Na contramão da confiabilidade nessas informações e também nos agentes de comunicação em qualquer polo do ecossistema comunicativo e das mediações e interações nele realizadas, recuperando Martín-Barbero (2015), a desinformação é um fenômeno social marcado pela divulgação de informações falsas que traz a intenção de enganar quem recebe tais informações e, conseqüentemente, causar danos à sociedade. Pessoas mal informadas podem tomar decisões equivocadas e afetar o bem individual e o coletivo. “É importante proteger as pessoas, tornando-as resilientes a boatos e desinformações antes que o contato com a mensagem aconteça ou desmistificando a mensagem depois que a exposição ao conteúdo já ocorreu” (Lewandoswky *et al.*, 2020, p. 04).

A partir das estratégias de comunicação educativa, acredita-se que seja possível essa desmistificação neste momento de fluxos de desinformações que chegam de múltiplos atores em múltiplas plataformas de comunicação e até mesmo em mídias que se transvestem com as características do jornalismo clássico. Para além desse jornalismo, a produção de conteúdo no cenário convergente é volumosa e, muitas vezes, sem confiabilidade e sem processos de checagem diante de informações de diferentes temáticas que possam validar determinados dados, fatos e fontes.

É diante dessa problemática que aqui se coloca a questão da imunização e as informações falsas acerca de seus efeitos, eficácia e procedimentos de testes clínicos e laboratoriais. Como parte de um campo científico, o das ciências da saúde, as informações

sobre o mesmo, ao fornecerem informações valiosas, carecem de estratégias educativas que visem à formação dos públicos, potenciais agentes para a imunização, a fim de que a tomada de consciência seja em prol da vacinação individual e da promoção da saúde pública. O *case* apresentado a seguir é um modelo de conteúdo que pode multiplicar o potencial da comunicação educativa audiovisual em defesa da vacina e das vidas.

A proposta comunicativa e educativa em “Vacina é vida”

Diante do contexto da comunicação científica durante a pandemia de Covid-19, as universidades e os seus pesquisadores ganharam destaque em produtos midiáticos de modo a propagar informações embasadas na ciência e explicar conceitos e procedimentos à população. Contudo, algumas plataformas de comunicação propagaram – e ainda o fazem – informações falsas criando uma onda de desinformação sem checagem de fatos e fontes. No que concerne à vacinação, já se vivenciava uma onda de descredibilidade da importância das vacinas e as taxas de imunização, conforme o Programa Nacional de Imunizações do Ministério da Saúde no Brasil, já não correspondiam aos índices ideais de acima de 90% da população vacinada contra 60,7% em 2021 (Butantan, 2022).

Com a repercussão do desenvolvimento das vacinas para o enfrentamento à Covid-19, essa onda se avolumou e houve a necessidade de um reforço dos órgãos de saúde, de educação e de mídia para a sensibilização da população sobre a segurança e a eficácia dos imunizantes. Foi nessa perspectiva que a Universidade Estadual Paulista (Unesp) desenvolveu, em 2021, a campanha “Unesp pelas Vacinas” veiculada nas mídias oficiais da TV Universitária com a participação de pesquisadores da área e docentes da instituição⁴, visando ao combate à desinformação e à defesa da ciência.

⁴ A campanha “Unesp pelas Vacinas” está disponível em [youtube.com/tvunesp](https://www.youtube.com/tvunesp). São oito vídeos que rebatem informações falsas e trazem em linguagem coloquial as explicações pertinentes às temáticas sobre a produção, os efeitos e a validação das vacinas. No total, os vídeos contam com mais de oito mil visualizações, conforme consulta realizada nas métricas das mídias para este artigo.

Figura 1 – Frames de um dos vídeos “Unesp pelas vacinas”



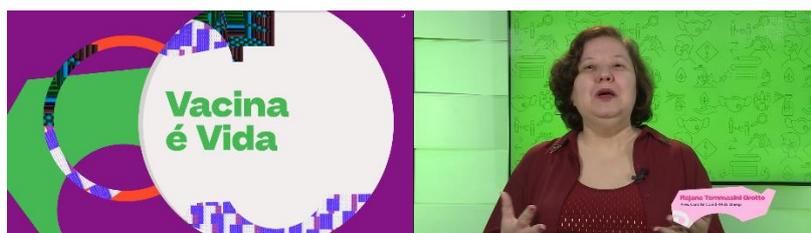
Fonte: Arquivo TV Unesp

Dois anos dessa iniciativa que teve um alcance representativo, em especial nos grupos de pesquisadores e estudantes da área, e mantendo os mesmos objetivos e ampliando-os para além da imunização contra a Covid-19, a Unesp se alia ao Canal Futura⁵ para uma nova campanha de comunicação educativa, denominada “Vacina é vida”. Tendo em vista a parceria da Universidade com a rede do Canal com mais de 80 instituições de educação do País e alinhados à missão de promover a transformação social por meio da comunicação e da educação, foi articulada a produção de 13 vídeos de até três minutos com a participação de especialistas da área da saúde, além de pesquisadores e docentes também atuantes no atendimento a pacientes no Hospital das Clínicas de Botucatu, município do interior do estado de São Paulo distante cerca de 230 km da capital, onde está a Faculdade de Medicina da Unesp, para veiculação nas mídias digitais e nos canais das emissoras (Canal Futura e sua rede e TV Universitária Unesp) em todo o território nacional de modo a potencializar o alcance das mensagens a diferentes audiências e em múltiplas telas como defende a contemporaneidade da mediação comunicativa nas palavras do já mencionado latinoamericano Orozco-Gómez (2014).

⁵ “O Futura é uma experiência pioneira de comunicação para transformação social que, desde 1997, opera a partir de um modelo de produção audiovisual educativa, participativa e inclusiva” (FUTURA, 2023).

Considerando a preocupação com a queda do número de imunizados na população brasileira e a presença da desinformação como um fenômeno da contemporaneidade, os vídeos visam esclarecer de modo didático e acessível a um público amplo e diverso a importância das vacinas para a proteção individual e coletiva. Com o mote “vacina é vida” e “ciência é vida”, os temas abordados em programetes⁶ audiovisuais trazem explicações sobre: o que é a vacina; como se faz uma vacina; quais tipos de vacinas disponíveis; combate a doenças históricas por meio da vacinação; queda no número de vacinados; importância da carteirinha de imunização em dia; vacinação na infância; vacinação nos idosos; vacinas no Sistema Único de Saúde; tecnologias e pesquisas no desenvolvimento de vacinas; efeitos adversos das vacinas; saúde mental e vacinas; e, combate à desinformação sobre as vacinas.

Figura 2 – Frames de um dos programetes “Vacina é vida”



Fonte: elaborado pela autora.

A partir de uma análise descritiva, de caráter qualitativa, dos programas “Vacina é vida”, e sua interlocução com as diretrizes de combate à desinformação (Lewandowsky *et al.*, 2020), observa-se que a credibilidade de informações perpassa a autoridade das fontes, que mesmo sem a experiência no audiovisual e na comunicação midiática, são porta-vozes de informações científicas e de práticas educativas como docentes e pesquisadores em uma instituição pública de ensino superior. Ao mesmo tempo, deve-se considerar que as etapas de checagem de informação antes de sua veiculação ocorrem de modo espontâneo tendo em vista o domínio teórico e pragmáticos de tais fontes.

Na construção das narrativas audiovisuais destes programetes, as fontes foram consultadas para que pudessem unir o conhecimento de uma área específica do campo

⁶ Programete é um termo utilizado pelas emissoras para se referir a conteúdos de curta duração que são utilizados de modo temático e seriado na grade de programação, com uma determinada identidade visual que fideliza a atenção e o interesse dos espectadores para além do vínculo temático. Devido a não temporalidade e interdependência sequencial entre as edições de dado programete, os vídeos podem ser utilizados dispersos na grade em um número maior de exibições ao longo das 24h de programação.

das imunizações a uma linguagem audiovisual preconizada pela coloquialidade a fim de dialogar com os espectadores e seu repertório acerca da temática central, “vacina é vida”. Com a didática adquirida na formação e na docência, os especialistas convidados elaboraram suas mensagens e a apresentavam em frente às câmeras, momento no qual adaptações e improvisações foram feitas de modo a garantir a eficiência da mensagem e sua adequação ao formato.

No que consiste ao formato e à linguagem audiovisuais, os programetes partiram de um planejamento condizente com as características de conteúdos para o meio TV e suas telas em mídias digitais que também apresentam material em vídeo. Em relação ao formato, foi estabelecido um padrão para a gravação em duas câmeras e microfone de lapela em enquadramentos em plano médio e primeiro plano para que houvesse opções de cortes na edição audiovisual. Como cenário, foi adaptada a identidade visual da campanha do Comitê Unesp Covid-19⁷ em uma tela de TV para também fazer referência ao meio de propagação de informações. Cabe mencionar ainda que o cenário, à exceção da arte em movimento na tela, faz parte da estrutura de estúdios da Coordenadoria de Desenvolvimento Profissional e Práticas Pedagógicas (CDeP3) presentes em 22 dos 24 *campi* da Unesp que foram construídos em meio à pandemia de Covid-19 para atender às necessidades do ensino remoto na instituição. Por fim, como parte da linguagem audiovisual, foi estabelecido o padrão da identidade visual dos programetes do Canal Futura, reforçando o título que dá nome a esta série “Vacina é vida”.

Para além dessa dimensão técnica que se relaciona à atratividade do material audiovisual e sua coerência com seu meio de propagação, o objetivo dos vídeos dialoga com a construção e a apresentação das mensagens com um foco educativo, uma vez que visam sensibilizar sobre a importância da vacinação com dados e explicações correspondentes ao cotidiano dos espectadores, especialmente embasados no passado recente devido à Covid-19. Há uma interlocução com um público amplo que tende a vivenciar no seu dia a dia a demanda de vacinas, desde a gestação ao nascimento de crianças e ao período da velhice, bem como a presença de doenças em circulação ainda mais em um contexto de mundo global e a emergência de desenvolvimento de tratamentos e métodos de prevenção às mesmas.

⁷ No mês de janeiro de 2023, o Comitê Unesp Covid-19 realizou uma campanha educativa sobre o uso de máscaras e a importância da vacinação para a proteção de todos. Informações estão disponíveis em <https://www2.unesp.br/portal#!/noticia/37134/campanha-reforca-papel-da-vacina-e-da-mascara-contra-a-covid-19>

É nesse sentido que aqui se insere a comunicação educativa como forma de planejamento e execução de produtos de mídias com foco na educação de públicos, ao mesmo tempo em que se articula com necessidades e interesses informacionais que se referem à realidade social, ao bem-estar individual e coletivo. Além disso, vale retomar o caráter educativo e de objetivo de transformação social que movimenta as produções dos agentes autores dessa proposta e também de seus realizadores docentes e pesquisadores que visam à transformação por meio da educação e do conhecimento. Na troca de conhecimentos, por meio de informações confiáveis, é que reside o diálogo para a construção de uma mensagem coletiva: “vacina é vida”. Este é o slogan que deve se fixar nas atitudes e nas falas dos cidadãos, mesmo bombardeados por outras informações acerca do tema e que divergem da ciência.

Considerações

O debate aqui realizado é uma das interfaces entre o campo da comunicação e da educação a partir de produtos midiáticos em diversos formatos e linguagens e para mídias diversas e convergentes, visando à formação crítica do público sobre um tema tão sensível à realidade e à vida de todos. Enquanto direitos individuais e sociais, como à vida, à educação, à sociedade e ao livre acesso de informações, o “Vacina é vida” se apresenta como uma possibilidade de unir expertises em audiovisual e em comunicação e divulgação científicas para promover um movimento em prol da vida de todos por meio dos estudos e experiências validadas cientificamente em vacinação.

Além do selo de agências de saúde mundo afora, as vacinas são instrumentos sociais da saúde pública e da coletividade e resultado de muito investimento científico para garantir sua eficácia, longevidade e proteção à vida. Desse modo, a produção de conteúdo, por meio de elementos comunicativos, e o alcance de sua propagação em múltiplas telas são uma estratégia midiática aliada à ciência e ao compromisso com a informação de qualidade e à vida das pessoas. Como um bem social, a vida tende a ser cara aos indivíduos e, por isso, em palavras coloquiais, também de quem faz ciência há décadas, como um dos participantes do projeto, “proteja você e quem você ama, pois, vacina é vida”. Esta é a mensagem educativa mais significativa desta experiência que se espera que seja uma dentre tantas que já foram realizadas e que virão a ser tendo como

foco a contribuição social e midiática no combate à desinformação e na promoção da educação, da saúde e da cidadania.

Referências

AGUIRRE, Jesús Maria. Kaplún, pesquisador ultrapassando a pesquisa-denúncia. In: MELO, J.M.; et al (Orgs.). **Educomídia, alavanca da cidadania: o legado utópico de Mario Kaplún**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2006, p.47-62.

BONA, Nívea; CONTEÇOTE, Marcelo Luis; COSTA, Laílton. Kaplún e a Comunicação Popular. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**, São Bernardo do Campo, Ano 11, n.11, p. 169-184, jan/dez. 2007.

BUCCI, Eugênio. O papel da mídia na sociedade digital. BUCCI, Eugênio; BASILE, Sidnei. **Jornalismo sitiado**. São Paulo: Log On Editora Multimídia, 2006.

BUTANTAN. **Queda nas taxas de vacinação no Brasil ameaça a saúde das crianças**. Portal do Butantan. 07 mar. 2022. Disponível em <https://butantan.gov.br/noticias/queda-nas-taxas-de-vacinacao-no-brasil-ameaca-a-saude-das-criancas>. Acesso em 10 jul. 2023.

CANAL FUTURA. **Quem somos**. Disponível em <https://futura.frm.org.br/quem-somos>. Acesso em 10 jul. 2023.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede – A era da informação: economia, sociedade e cultura**. Volume 1, 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

FORD, Sam; GREEN, Joshua; JENKINS, Henry. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. Tradução de Patricia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. Tradução de Suzana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KAPLÚN, Mario. Processos educativos e canais de comunicação. **Revista Comunicação & Educação**, São Paulo: Moderna, Ano V, n. 14, p. 68-75, jan-abr. 1999.

KAPLÚN, Mario. **Comunicación entre grupos: el método del cassette-foro**. Ottawa: CIId, 1984.

KAPLÚN, Mario. **Hacia una comunicación participativa: entrevista a Mario Kaplún**. Quito: Aler, 1983.

LEWANDOWSKY, Stephan; et al. **O Manual da Desmistificação 2020**. Tradução de Aldo Fernandes; et al. 2020. Disponível em: <https://sks.to/db2020>. Acesso em: 19 maio 2022.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. ¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy?. **Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación**, Quito, n. 128, p. 13-29, abr.-jul. 2015.

OPAS. **Folha informativa sobre COVID-19**. Disponível em <https://www.paho.org/pt/covid19>. Acesso em 10 jul. 2023.

OROZCO-GÓMEZ, Guillermo. **Educomunicação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania**. Tradução de Paulo Valério. São Paulo: Paulinas, 2014.

TRAQUINA, Nelson. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

VIZEU, Alfredo. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. **Famecos**, Porto Alegre, n. 40, dez. 2009, p. 77-83.