

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CIÊNCIAS DA SAÚDE DE PORTO ALEGRE**  
**CURSO DE GESTÃO EM SAÚDE**

**RAFAEL RAMIRES FREITAS**

**Campanhas de Vacinação COVID-19: Uma análise sobre suas ferramentas de  
comunicação**

**Porto Alegre**

**2023**

RAFAEL RAMIRES FREITAS

**Campanhas de Vacinação COVID-19:**

Uma análise sobre suas ferramentas de comunicação

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em 2023, pelo Curso de Gestão em Saúde da Universidade Federal de Ciências da Saúde

**Orientadora:** Prof.<sup>a</sup> Mariana Dewes

**Co-orientadora:** Prof<sup>a</sup> Alessandra Peres

Porto Alegre

2023

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CIÊNCIAS DA SAÚDE DE  
PORTO ALEGRE – UFCSPA

**Reitora**

Lucia Campos Pellanda

**Vice-Reitor**

Jenifer Saffi

**Chefe de Gabinete**

Magno Carvalho de Oliveira

**Pró-Reitora de Graduação**

Márcia Rosa da Costa

**Catálogo na Publicação**

RAMIRES FREITAS, RAFAEL

Campanhas de Vacinação COVID-19: : Uma análise sobre  
suas ferramentas de comunicação / RAFAEL RAMIRES  
FREITAS. -- 2023.

51 f. : il., tab. ; 30 cm.

Monografia (trabalho de conclusão de curso) --  
Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto  
Alegre, Curso de Gestão em Saúde, 2023.

Orientador(a): Mariana Dewes ; coorientador(a):  
Alessandra Peres.

1. Vacinas. 2. Vacinas contra COVID-19. 3. Programas  
de Imunização. 4. Vacinação. 5. Comunicação em Saúde. I.  
Título.

Sistema de Geração de Ficha Catalográfica da UFCSPA com os dados  
fornecidos pelo(a) autor(a).

**FOLHA DE APROVAÇÃO**

Rafael Ramires Freitas

**Campanhas de Vacinação COVID-19:**

Uma análise sobre suas ferramentas de comunicação

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em 2023, pelo Curso de Gestão em Saúde da Universidade Federal de Ciências da Saúde

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Mariana Dewes

Co-orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Alessandra Peres

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

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Mariana Dewes – UFCSPA  
Orientadora

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Alessandra Peres – UFCSPA  
Examinadora

---

Prof.<sup>a</sup> Dr. Marcelo Schenk de Azambuja – UFCSPA  
Examinador

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer a meus pais, Adriana e Luiz Antônio, pelo suporte ao longo desses anos de graduação. Agradeço também a minha namorada, Déborah, por todo apoio, amor e carinho durante este mais de 1 ano de namoro. Agradeço também o apoio de todos os demais membros da minha família e amigos que estiveram comigo durante esta jornada, em momentos bons e ruins, sempre buscando o melhor.

E agora agradecer especialmente dois amigos que tornaram este TCC possível: Helen e Lorenzo. Helen que me ajudou a dar um bom pontapé inicial com a estruturação da pesquisa e seguiu me auxiliando sempre que necessário. E Lorenzo que me deu a oportunidade de conhecer a prof<sup>a</sup> Alessandra Peres, uma excelente profissional que aceitou me co-orientar em um momento crítico e muito importante para que este trabalho ocorresse. Desta mesma forma, agradeço a prof<sup>a</sup> Mariana Dewes que aceitou este desafio com pouco tempo para a entrega final deste trabalho. Agradeço toda orientação que me deram durante esta jornada, nada disso seria possível sem o apoio direto de vocês.

E para os que não estão mais aqui, ainda assim agradeço a minha avó Maria Alda que não pôde viver até aqui para ver mais um de seus netos se graduar. Obrigado vó, por todo o amor, todos os ensinamentos e momentos maravilhosos que pude passar ao lado da senhora, espero que esteja me acompanhando daí de cima e que assista minha apresentação.

Obrigado de verdade a todos que participaram deste processo comigo até aqui, todos que me deram força, apoio, orientação e me colocaram de volta no lugar mesmo depois de todo esse tempo. Obrigado por me ajudarem a superar momentos difíceis que sem vocês não seria possível. Desde 2018 muita coisa aconteceu, o Rafael mudou bastante, mas para melhor. Agora em 2023, finalizo esta jornada que foi de muitos desafios, aprendizados e experiências.

*Talvez nada neste mundo  
seja por coincidência. É  
possível que tudo aconteça  
por um motivo. O destino  
funciona de maneiras  
misteriosas.*

**Silvers Rayleigh<sup>1</sup>**

---

<sup>1</sup> One Piece, episódio 522.

## RESUMO

A pandemia do COVID-19 foi a crise sanitária mais recente da história contemporânea. Para que as campanhas de vacinação obtivessem sucesso, foi necessário o emprego de diversas ferramentas de comunicação em saúde para orientar a população com as informações necessárias para prevenção da sua saúde. A comunicação em saúde é uma ferramenta crucial para toda campanha de imunização, levar em consideração as dores e emoções da população é fundamental para estabelecer os elementos necessários para a tomada de decisão nos processos (BOZZOLA, 2020). Tendo como obstáculos uma doença silenciosa e altamente contagiosa, desinformação nos meios de comunicação e o isolamento, a comunicação em saúde precisa atingir diversos grupos sociais diferentes para garantir a segurança dos indivíduos. Desta forma, o presente estudo objetiva entender quais as ferramentas de comunicação que foram utilizadas durante as campanhas de vacinação da COVID-19, analisando sua construção e função dentro do contexto das campanhas de vacinação. Através de uma revisão integrativa de literatura, procurou-se na bibliografia acadêmica exemplos e respostas para a pergunta de pesquisa: Quais as ferramentas de comunicação utilizadas nas campanhas de vacinação para a COVID-19? Assim, pode-se compreender o desenvolvimento das diversas ferramentas como métodos eficazes na comunicação em saúde. Tais quais letramento em saúde, utilizado para educar a população acerca da prevenção; comunicação de risco, planejamento para uma comunicação eficiente; as redes sociais, principal meio de comunicação virtual em que se pode ficar mais perto dos usuários e combater a desinformação. Desta forma, ao considerar os esforços necessários para uma campanha de vacinação eficiente, entende-se a importância da comunicação em saúde para o gestor em saúde. O profissional de gestão em saúde precisa entender como utilizar as ferramentas de comunicação a seu favor, assim garantindo o cuidado com os usuários do sistema de saúde e equipes profissionais.

**Palavras-chave:** Vacinas. Vacinas contra COVID-19. Programas de Imunização. Vacinação. Comunicação em Saúde.

## ABSTRACT

The COVID-19 pandemic was the most recent sanitary crisis in modern history. Aiming for the success of vaccination campaigns, it was necessary to deploy many health communication tools to guide the population with the necessary information to preserve their health. Health communication is a fundamental tool to support any immunization campaign, taking peoples' concerns and emotions into account is essential to establish the necessary elements for decision making (BOZZOLA, 2020). With obstacles such as a silent and highly contagious virus, disinformation in communication networks and isolation, health communication needs to reach many different social groups to guarantee their safety. Therefore, the present study aims to understand which communication tools were used during COVID-19 vaccination campaigns, analyzing their construction and function in the context of vaccination campaigns. Through an integrative literature review, academic bibliography was searched for examples and answers to the following research question: Which communication tools were utilized during COVID-19 vaccination campaigns? Thus, it is possible to comprehend the development of many tools such as health literacy, used to educate people about healthcare, risk communication, efficient communication planning, and social media, the main source for getting closer to the public and to combat misinformation, as effective methods in health communication. This way, when considering the necessary efforts for an efficient vaccination campaign, the importance of health communication can be understood by a health manager. The health management professional must understand how to use the communication tools in their favor, therefore ensuring safe care for patients in the public system and for the healthcare team.

**Keywords:** Vaccines. COVID-19 Vaccines. Immunization Programs. Vaccination. Health Communication.



**LISTA DE QUADROS**

<b>Quadro 1</b> – Descrição das plataformas de dados utilizadas para encontrar as fontes e sua respectiva abrangência.	20
<b>Quadro 2</b> – Descritores e palavras-chaves utilizadas nas buscas em português e inglês.	21
<b>Quadro 3</b> – Seleção final de artigos	25

**LISTA DE FIGURAS**

<b>Figura 1</b> – Fluxograma descritivo do processo de busca.....	23
---	----

## **LISTA DE SIGLAS E GILGAS**

OMS – Organização Mundial de Saúde

OPAS – Organização Pan-Americana de Saúde

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>12</b>
1.2 Delimitação do tema/problema	13
1.3 Problema	14
1.4 Objetivos	14
1.4.1 Objetivo geral	14
1.4.2 Objetivos específicos	15
1.5 Justificativa	15
1.6 Delimitação da Pesquisa	16
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	<b>17</b>
<b>3 Metodologia</b>	<b>20</b>
<b>4 Análise dos Resultados</b>	<b>24</b>
<b>5 Discussão</b>	<b>40</b>
<b>Considerações Finais</b>	<b>42</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>44</b>

## **Introdução**

Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a pandemia do coronavírus, COVID-19. Conforme relatado pela OMS (UNA-SUS; 2023), isso se deu pelo fato de que mais de 115 países declararam casos da doença, tendo em vista a alta disseminação do vírus em pouco tempo.

Assim, todos os países começaram a se mobilizar para reestruturar a sociedade considerando a nova ameaça à vida da população. O COVID-19 é um vírus que afeta não apenas um grupo determinado de indivíduos, como os pertencentes a grupos de risco, mas afeta a população de maneira geral, variando conforme idade, gênero ou localização geográfica. Quanto aos grupos de risco, conforme informado pela OMS (2020), são as populações portadores de doenças crônicas, indivíduos fumantes, acima de 60 anos, gestantes, puérperas e crianças menores de 5 anos (NÚCLEO DE TELESSAÚDE MATO GROSSO DO SUL; 2020).

A crise sanitária causada pelo coronavírus impactou mais da metade do mundo. No Brasil foram mais de 37 milhões de casos e 700 mil óbitos (Ministério da Saúde, 2023). A partir disso, pode-se entender que o impacto causado pela pandemia em nível nacional foi altíssimo. Para que os casos fossem controlados e a saúde da sua população protegida, o Brasil e as demais nações estabeleceram estratégias para manter as pessoas seguras e tranquilas durante um dos momentos mais perigosos da história moderna. Dentre estas estratégias encontrou-se a comunicação, ferramenta essencial para manter a relação entre os órgãos reguladores e as populações em contato durante um período em que a proximidade física era um risco. A comunicação se deu de diversas formas, desde as atualizações dos números de casos, recomendações para prevenção, tratamentos, situação dos hospitais e avanços da vacina. Assim, este trabalho visa analisar as diversas ferramentas utilizadas durante o período da pandemia do COVID-19 e entender de que forma ela afeta a sociedade brasileira.

Os desafios enfrentados pela saúde pública para conseguir informar o público foram além de uma comunicação precisa e direta apenas. O combate à desinformação também se mostrou como um fator importante para a divulgação de fontes científicas durante o período da pandemia. Uma pesquisa realizada em 2021 apresenta que, entre os mais de seis mil entrevistados, em países de língua portuguesa, 21% dos entrevistados não pretendiam se vacinar (SOUSA. et al, 2021). As críticas infundadas a respeito da vacinação do COVID-19

ter efeitos colaterais ou razões obscuras por trás de sua criação afetaram não somente os casos de COVID-19, mas também de diversas outras doenças que tiveram suas taxas de vacinação afetadas, como o caso do sarampo (SATO *et al* 2023).

Assim, este trabalho visa analisar as diversas ferramentas utilizadas durante o período da pandemia do COVID-19 e entender de que forma ela afeta a sociedade brasileira. Desta forma, visa-se entender de que forma tais ferramentas foram utilizadas e de que forma impactaram os processos de vacinação.

O trabalho foca no cenário de pandemia que ocorreu no Brasil entre os anos de 2020 e 2023, conforme informado pela OMS e Ministério de Saúde (OPAS, 2023). A partir disso, do delineamento do período de análise, se parte para a análise das estratégias de comunicação utilizadas pelos órgãos de comunicação oficiais. Assim, pode-se compreender de que forma foram elaboradas e desenvolvidas com a população geral, para que as informações corretas e aplicáveis fossem entregues devidamente. Conforme definido pela Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS), a comunicação de riscos permite um diálogo nos dois sentidos entre as autoridades e as populações com o objetivo de provocar mudanças de comportamento. A gestão correta desse processo ajuda a melhorar a resposta emergencial e reforça a liderança das autoridades responsáveis e a confiança da população nelas e nas medidas estabelecidas (OPAS 2021). Ou seja, a comunicação é uma ferramenta vital para o funcionamento de todo o processo de cuidado, de forma a garantir a saúde deste processo, deve-se manter um olhar crítico acerca do que está sendo disseminado e quais informações estão chegando e suas fontes.

## 1.2 Delimitação do tema/problema

A partir do entendimento do assunto central do trabalho serem as ferramentas de comunicação utilizadas nas estratégias de comunicação durante a pandemia do coronavírus, entende-se que este trabalho não participa de momentos prévios ou após a pandemia de COVID-19 que ocorreu no Brasil, oficialmente conforme dados da OMS, entre 2020 e 2022. Assim, busca-se entender através de uma revisão integrativa de literatura e demais materiais de órgãos oficiais de comunicação em saúde, em nível nacional e internacional, quais as ferramentas utilizadas neste processo e o poder que elas exerceram dentro deste desafio sanitário global.

Por mais que o foco principal da atividade seja o Brasil por conta dos efeitos que a pandemia causou no território nacional, estudos internacionais e demais documentos

relevantes também foram levados em consideração por conta do seu apoio no entendimento de questões a respeito da comunicação estratégica em saúde. A complexidade das informações encontradas serão desenvolvidas ao longo do trabalho para que se entenda por completo suas utilidades, justificativas e importâncias.

A comunicação em saúde é uma ferramenta crucial para toda campanha de imunização, levar em consideração as dores e emoções da população é fundamental para estabelecer os elementos necessários para a tomada de decisão nos processos (BOZZOLA *et al* 2020). Sem entender o lado que está recebendo a informação, não se pode atingi-lo por completo.

### 1.3 Problema

A pergunta que norteia o presente estudo é: “Quais as melhores estratégias de comunicação para que as campanhas de vacinação alcancem a população?”. A partir deste questionamento, pode-se engajar na busca bibliográfica dos resultados que melhor atendam à necessidade do presente estudo.

Uma campanha de vacinação não chega à população necessária sem que uma estratégia seja realizada anteriormente. Os obstáculos encontrados na disseminação de informações seguras acerca das vacinas. Quais impedimentos existem para cada ferramenta e o que fazer para ultrapassar estas dificuldades.

### 1.4 Objetivos

#### 1.4.1 Objetivo geral

O presente estudo objetiva entender quais as ferramentas de comunicação que foram utilizadas durante as campanhas de vacinação da COVID-19. Assim, compreendendo o seu funcionamento, prática e importância para que as ações de imunização da população sejam efetivas. Através deste entendimento, pode-se sugerir melhorias no processo para que o contato entre o comunicador e o público-alvo seja mais adequado.

A pesquisa visa entender os métodos utilizados para as campanhas de vacinação de imunização contra o coronavírus, logo, demais campanhas não foram abordadas para fins de analisar suas ferramentas e contextos. Desta forma, as demais campanhas de vacinação que ocorrem em território nacional podem auxiliar na pesquisa em entender mais do cenário

brasileiro de saúde como um todo, a partir do entendimento geral de como ocorre a comunicação normalmente.

#### 1.4.2 Objetivos específicos

Quanto aos objetivos específicos, se pensou em questões que poderiam servir de guia nas buscas da temática da pandemia. Para Gil (2002), os objetivos específicos tentam descrever, nos termos mais claros possíveis, exatamente o que será obtido num levantamento. Desta forma, se determinaram os seguintes objetivos específicos:

- a) Determinar através da bibliografia as formas mais efetivas de melhorar a comunicação em campanhas de vacinação de COVID-19;
- b) Aprofundar o estudo das ferramentas e entender as estratégias da sua utilização;
- c) Propor ações gerenciais com embasamento teórico, visando a melhoria do processo de comunicação dos envolvidos.

Com estas questões em mente, pode-se determinar melhor os limites das pesquisas e os critérios de inclusão dos artigos. A busca pelo embasamento teórico necessário para compreender o processo de comunicação das campanhas de vacinação, buscando a sua melhoria, assim como o aprofundamento das ferramentas de comunicação utilizadas, conversam diretamente com o objetivo geral da pesquisa. Mantendo assim, uma conexão coerente entre as partes.

A partir da determinação clara dos objetivos, pode-se partir para as buscas com a orientação necessária para encontrar as informações essenciais para a pesquisa.

#### 1.5 Justificativa

Como razão da necessidade desta pesquisa se tem o campo da comunicação em saúde, uma ferramenta importantíssima para toda e qualquer estratégia ou planejamento em saúde. A comunicação entre as partes, órgãos de saúde e população, é o elo vital para que ambos os lados consigam manter uma relação de confiança e troca de informações relevantes sobre a saúde da comunidade. Não há forma de trabalhar uma campanha de vacinação sem ponderar a respeito das ferramentas de comunicação que serão utilizadas para a disseminação das ideias,



ações de planejamento, controles e demais informações relevantes para o processo de comunicação em saúde.

A saúde, como a entendemos hoje, ainda é um conceito bastante jovem, e há espaço para discussões e melhorias em seu processo de comunicação. Prevalece ainda a ideia de que a saúde se resume aos profissionais médico-assistenciais e de laboratórios que atuam no cuidado ao paciente. No entanto, existe uma equipe multidisciplinar de profissionais que trabalham para levar a qualidade deste cuidado às pessoas. Assim como vemos na Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSA) a presença do curso de Gestão em Saúde, área do presente estudo, entende-se a importância do profissional de gestão dentro do processo de gerenciamento da saúde. Desta forma, o gestor em saúde se torna um personagem vital na criação e adaptação de ferramentas de comunicação em saúde, para garantir que o trabalho de todos os profissionais seja devidamente reconhecido e divulgado da forma correta, para que tratamentos atinjam todas as pessoas, para que todos saibam a respeito de campanhas e movimentos que visam preservar as suas vidas.

Por mais que já existam diversos estudos dentro da área de comunicação em saúde, nem todas as suas frentes foram aprofundadas. A comunicação não pode ser apenas uma ferramenta pensada no momento em que algo precisa ser dito, ela precisa ser considerada de maneira estratégica desde o início em um programa para que, no futuro em que será utilizada, esteja conforme o planejamento para uma comunicação efetiva.

## 1.6 Delimitação da Pesquisa

Para avaliar a forma de uso e importância das ferramentas de comunicação utilizadas nas campanhas de vacinação, se desenvolveu esta pesquisa para analisar de que forma os processos ocorreram. Entende-se que, conforme determinado pela OMS, a pandemia do COVID-19 iniciou no primeiro semestre de 2020 e encerrou no ano de 2023 (OPAS, 2023), as buscas realizadas se resumem em estudos dentro deste período até o presente.

## 2 Fundamentação Teórica

Para Carvalho Teixeira (1996), pode-se entender a comunicação em saúde como o estudo e utilização de estratégias de comunicação para informar e influenciar as decisões dos indivíduos e das comunidades no sentido de promoverem a sua saúde. No contexto da pandemia COVID-19, pode-se entender que a comunicação visa informar a população acerca do planejamento de vacinação (locais, períodos e populações prioritárias), informações baseadas em evidências a respeito do medicamento, métodos de prevenção e cuidado na exposição durante a pandemia. Todas essas formas de se comunicar são empregadas de diversas formas, tais como através de noticiários, jornais, redes sociais e demais meios de comunicação modernos. A comunicação eficaz na saúde envolve práticas de tomada de decisões compartilhadas, entre profissionais de saúde e usuários, colaboram para decidir sobre opções de tratamento. Desta forma, pode-se afirmar que a comunicação eficaz é fundamental para melhorar a segurança do paciente (INSTITUTE OF MEDICINE, 2000). Epstein e Street (2011), em "Patient-Centered Communication in Cancer Care," destacam como a comunicação facilita escolhas informadas e alinha os objetivos do paciente com os profissionais de saúde. O senso de comunidade permite que haja mais adesão aos processos de prevenção à saúde, especialmente quando os usuários do sistema são qualificados com informações importantes para sua educação em saúde (NAIR, 2021). A comunicação desempenha um papel crucial na formação da educação em saúde. Autores como Nutbeam (2000) em "Health Literacy as a Public Health Goal: A Challenge for Contemporary Health Education and Communication Strategies," enfatizam como a comunicação clara e acessível é essencial para promover a literacia em saúde e o autocuidado. Adaptar a linguagem muitas vezes carregada de certo academicismo para uma comunicação mais coloquial permite que os usuários possam participar mais ativamente dos processos.

A comunicação é a base para o entendimento entre os pares. Como afirma Morin (2006), "A comunicação é a principal ferramenta para estabelecer conexões significativas entre as pessoas, possibilitando o compartilhamento de ideias, sentimentos e informações". Estabelecer elos de confiança entre as partes é um dos itens fundamentais para o desenvolvimento da comunicação em saúde, tendo em vista que se as instituições de saúde estiverem descredibilizadas, ficar mais próximo das pessoas se torna um desafio ainda maior (GARCINUÑO; GARCÍA 2020).

A área da saúde enfatiza a importância da tomada de decisões compartilhadas entre profissionais de saúde e pacientes (CHARLES *et al.* 1997). A comunicação eficaz é crucial para envolver os pacientes na tomada de decisões sobre seu tratamento (ELWYN *et al.* 2012). Pode-se compreender a importância da participação popular na comunicação em saúde e como o letramento em saúde é uma ótima forma de informar com segurança os pacientes (SAMPAIO; VASCONCELOS, 2023). Para o meio hospitalar também se encontra razões para investir em comunicação em saúde, tendo em vista que uma comunicação eficaz contribui para a melhoria da qualidade do atendimento ao paciente, incluindo a satisfação do paciente e melhores resultados clínicos (STEWART *et al.* 2000). O foco na comunicação é um elemento-chave do atendimento centrado no paciente, que reconhece as necessidades, valores e perspectivas dos pacientes (EPSTEIN *et al.* 2005). Entender o paciente é entender quais estratégias devem ser elaboradas para uma comunicação eficiente nos processos de campanhas de vacinação.

A comunicação desempenha um papel vital na disseminação de informações precisas e na educação do público sobre os riscos. A informação oportuna e precisa é essencial para orientar o comportamento e as medidas de prevenção (GLIK, 2007). A comunicação eficaz é necessária para a coordenação entre agências de saúde, governos e organizações de resposta à pandemia. A colaboração e o compartilhamento de informações são essenciais (GOSTIN; WILEY, 2020). Desta forma, a comunicação desempenha um papel na desmistificação de mitos e na abordagem de desinformação. A promoção de fontes confiáveis de informação ajuda a combater a disseminação de informações incorretas (KOUZY *et al.* 2020). A utilização da comunicação em saúde para combater a desinformação é essencial para preservar os indivíduos expostos à pandemia. A comunicação eficaz é essencial para educar e qualificar o público sobre a importância da vacinação (Opel *et al.* 2015).

Não se deve limitar a percepção de que a vacinação se trata de uma proteção individual para o sujeito, porque ela evita a propagação em massa de doenças que podem levar à morte ou a sequelas graves, comprometendo a qualidade de vida e saúde das pessoas vitimizadas, conforme afirma Britto (2022). Levar esta noção da importância da vacinação para a população geral é uma tarefa desafiadora para o sistema de saúde pública. A comunicação objetiva e transparente é essencial para ganhar a confiança do público nas campanhas de vacinação (WERNECK *et al.* 2021). O Brasil possui um longo histórico de combate às doenças evitáveis através da vacinação, tanto que nos anos de 2015 e 2016, o Brasil foi certificado internacionalmente pelo Comitê Internacional de Especialistas da OPAS pela erradicação da rubéola e sarampo, respectivamente (DANDE, 2022). Muitas doenças

comuns no Brasil e no mundo deixaram de ser um problema de saúde pública por causa da vacinação massiva da população, como o sarampo, por exemplo, que em 2016 a região das Américas recebeu o título de área livre de transmissão endêmica do sarampo (SATO *et al.* 2023). A vacinação protege o indivíduo e a população, pois evita que doenças imunopreveníveis se espalhem. A comunicação esclarece para a população e auxilia em tomar decisões informadas sobre a vacinação, considerando seus próprios riscos e benefícios (BROWN *et al.* 2010).

O Plano Nacional de Imunização (PNI) é uma das principais ferramentas utilizadas pelo governo brasileiro para atuar frente às necessidades de vacinação da população. O PNI tem uma função crucial no processo de imunização da população brasileira por ser carregado de toda a informação necessária para conduzir as campanhas de vacinação em território nacional. Atualmente, 48 imunobiológicos são distribuídos anualmente pelo PNI (vacinas, imunobiológicos especiais, soros e imunoglobulinas) (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2023).

A comunicação eficaz fornece informações baseadas em evidências sobre a segurança e eficácia das vacinas, ajudando a combater a desinformação e qualificando o conhecimento do público. (BETSCH *et al.* 2020). A comunicação transparente e contínua com o público é essencial para construir e manter a confiança durante as campanhas de vacinação (MACDONALD; DUBÉ, 2020). A confiança e credibilidade das campanhas são cruciais para seu sucesso.

### 3 Metodologia

A fim de alcançar os objetivos propostos no presente estudo, buscou-se analisar as ferramentas de comunicação nas campanhas de vacinação da COVID-19, optou-se pela revisão integrativa de literatura como abordagem metodológica. A revisão integrativa proporciona a síntese do conhecimento e a incorporação da aplicabilidade de resultados de estudos significativos na prática (SOUZA *et al* 2010). Ou seja, a revisão integrativa permite recuperar artigos científicos sobre o assunto da pesquisa com rigor metodológico. Para Souza *et al* (2010), uma revisão integrativa de literatura necessita apresentar alguns itens para que seja possível realizar a pesquisa: estabelecimento de uma pergunta norteadora, amostragem de literatura, coleta de dados, crítica dos estudos incluídos, discussão dos resultados e apresentação da revisão integrativa.

Para esta pesquisa, a pergunta norteadora foi “Quais as ferramentas de comunicação utilizadas nas campanhas de vacinação para a COVID-19?”. Assim, se partiu em busca de quais foram os métodos utilizados pelos órgãos responsáveis pela divulgação de informações oficiais acerca da pandemia. A pergunta de pesquisa é o ponto de partida de todo o processo de pesquisa. (GIL, 2002).

Quanto às buscas de artigos científicos, foram utilizadas bases de dados nacionais e internacionais, dispostos da seguinte forma:

**Quadro 1** – Descrição das plataformas de dados utilizadas para encontrar as fontes e sua respectiva abrangência.

Plataforma	Tipo de fonte	Abrangência
PubMed	Artigos científicos	Internacional e nacional
SciElo	Artigos científicos	Nacional
BVS	Artigos científicos	Nacional
ERIC	Artigos científicos	Internacional
Repositórios Acadêmicos	Artigos científicos e dissertações	Nacional
Google Acadêmico	Artigos científicos e documentos governamentais	Internacional e nacional

Assim como foi feito o uso de estudos em de repositórios acadêmicos das universidades brasileiras, desta forma, tendo maior contato com a pesquisa nacional na área da comunicação em saúde pública e juntando à pandemia COVID-19. Além das bases de dados mencionadas anteriormente, o Google Acadêmico foi utilizado para buscas gerais para descritores mais específicos, ou eventuais dúvidas pontuais.

Para a coleta de dados foram utilizadas as seguintes palavras-chaves, tanto em português quanto em inglês:

**Quadro 2** – Descritores e palavras-chaves utilizadas nas buscas em português e inglês.

<b>Palavras-chaves Português</b>	<b>Palavras-chaves Inglês</b>
Vacinas	Vaccines
Vacinas contra COVID-19	COVID-19 Vaccines
Programas de Imunização	Immunization Programs
Vacinação	Vaccination
Comunicação em Saúde	Health Communication
Comunicação em Saúde Pública	Public Health Communication
Abordagens de Comunicação	Communication Strategies
Táticas de Comunicação	Communication Tactics
Imunização em Pandemias	Immunization in Pandemics
Iniciativas de Vacinação	Vaccination Initiatives
Campanhas de Vacinação	Vaccination Campaigns
Plataformas de Comunicação	Communication Platforms
Redes Sociais	Social Media
Recursos de Divulgação	Communication Tools
Eficácia	Efficacy
Avaliação de Implementação	Implementation Analysis
Papel das Ferramentas	Role of Tools
Melhoria da Comunicação	Communication Improvement
Educação em Saúde	Health Education
Vacinação em Situações de Emergência	Vaccination in Emergency Situations
Comunicação Eficaz	Effective Communication
Programas de Vacinação	Vaccination Programs

Imunização contra COVID-19	COVID-19 Immunization
Avaliação da Comunicação	Communication Assessment

Foram analisadas publicações do período de 2019 a 2023, ressaltando a importância do conhecimento adquirido durante e após o período de pandemia. Embora nem todos os trabalhos selecionados para este estudo sejam propriamente referentes ao coronavírus ou às campanhas de vacinação, o tema da comunicação em saúde se apresenta em todos os artigos e demais materiais a fim de qualificar a jornada aqui estabelecida. Todos os materiais que participaram da montagem deste trabalho foram, de alguma forma, necessários para que a argumentação fosse compreendida e discutível.

Para considerar quais artigos poderiam ou não ser incluídos na lista final de seleção, se levou em consideração três perguntas iniciais do processo:

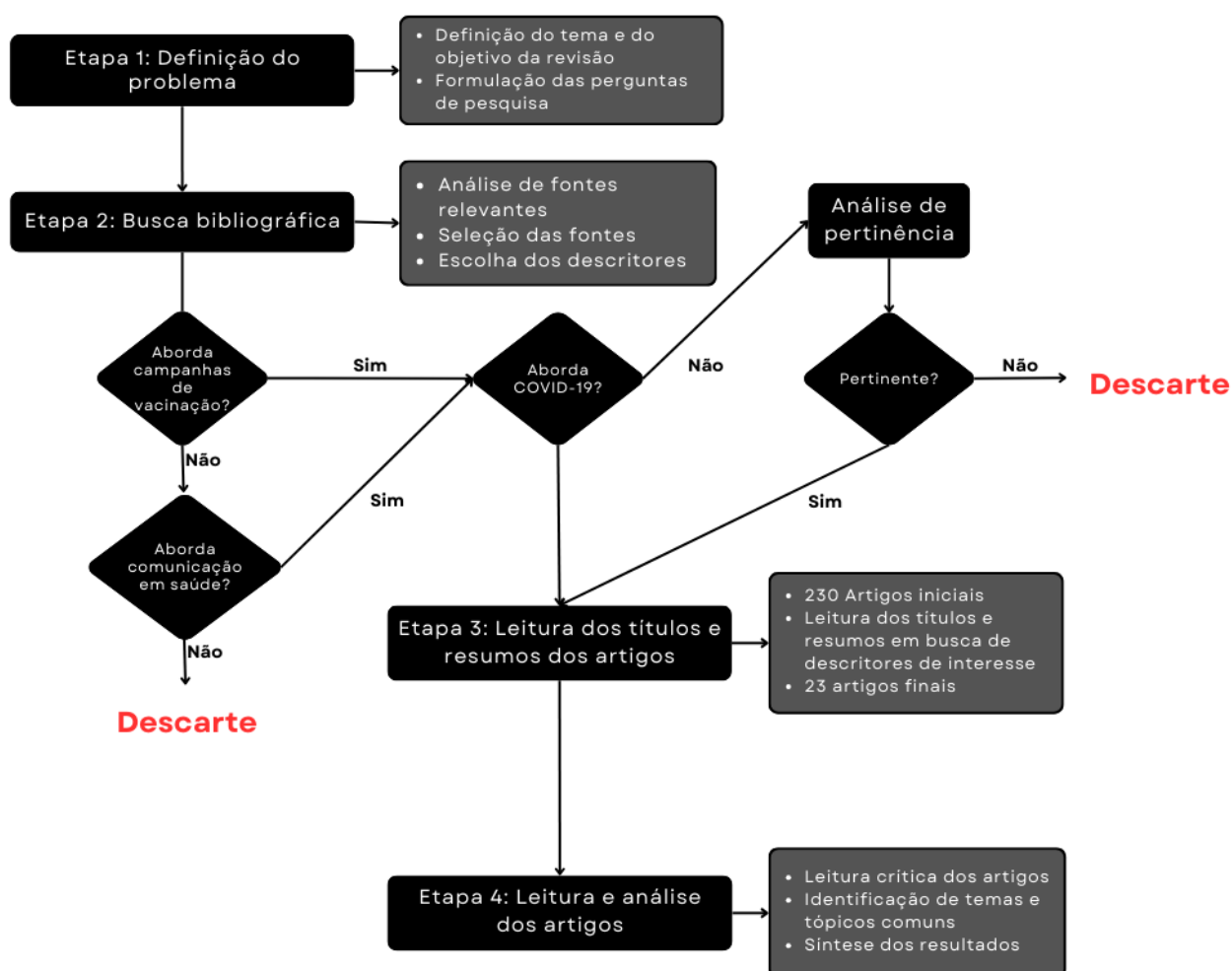
1. O estudo trata sobre a pandemia do COVID-19?
2. O estudo discute a respeito de campanhas de vacinação?
3. O estudo aborda a temática da comunicação em saúde?

A partir da análise do título do artigo procedeu-se da leitura de seu resumo e, através da exploração do conteúdo ali presente, se avaliou se o conteúdo de fato era relevante. Para tratar a relevância do estudo analisado se considerou as perguntas iniciais do processo e seu envolvimento com o assunto como um todo ou por partes de interesse. Por exemplo, se um artigo fala sobre comunicação em saúde conceitualmente, mas não aborda diretamente as temáticas de campanhas de vacinação, pode ser que após a leitura de seu resumo ele se mostre interessante por enriquecer o debate de ideias com pontos aplicáveis ao presente estudo.

Desta forma, as etapas metodológicas da pesquisa estão descritas conforme a Figura 1, em que pode se entender a forma que a revisão integrativa foi conduzida. Em um primeiro momento, se procurou definir o problema de pesquisa com a definição da temática e objetivo da presente pesquisa, juntamente à formulação das perguntas de pesquisa para iniciar o mapeamento do que se deseja estudar. Seguindo, buscou-se em fontes relevantes da área da saúde, tanto nacionais quanto internacionais, onde se buscou artigos e demais materiais acadêmicos ou oficiais que apresentassem as temáticas principais da pesquisa de forma direta. Ainda neste espaço, se definiu quais os melhores descritores para encontrar os resultados necessários. A partir deste ponto, se dá início às primeiras perguntas guia: trata de campanhas de vacinação? Aborda comunicação em saúde? Aborda COVID-19? Assim como uma análise posterior de determinados materiais que possam se tornar relevantes com uma análise mais

aprofundada, para este primeiro momento. Já na terceira etapa da busca, encontrou-se o resultado de 230 artigos. Após a análise de seus títulos, para avaliar se eles apresentam os assuntos desejados objetivamente, seguindo para a leitura de seus resumos para avaliação mais direta de seus conteúdos. Após estas análises serem completadas, restaram 23 artigos para conduzir a revisão. Os itens restantes foram analisados em sua integralidade de forma crítica para avaliar sua aplicabilidade na pesquisa. Finalizando assim a síntese dos resultados.

**Figura 1** – Fluxograma descritivo do processo de busca



Fonte: Elaborado pelo autor, 2023.



#### **4 Análise dos Resultados**

Conforme exibido no fluxograma anterior, foram encontrados 230 artigos científicos a partir das palavras chaves utilizadas nas pesquisas dentro das diversas plataformas selecionadas. Ao tratar estes estudos com as perguntas de filtragem, acerca da abordagem da pandemia, tratar de uma campanha de vacinação ou de se encontrar na área da comunicação em saúde, se chegou no resultado final de 23 artigos para análise. O quadro 1 apresenta quais foram estes artigos e detalhes que os compõem.

Quadro 3 – Seleção final de artigos

Título do artigo	Autor	Ano de publicação	País	Objetivo	Campanha de Vacinação?	COVID-19?
Global Measles Epidemic Risk: Current Perspectives on the Growing Need for Implementing Digital Communication Strategie	BOZZOLA, Elena; SPINA, Giulia; TOZZI, Alberto Eugenio; VILLANI, Alberto.	2020	EUA	Entender os impactos da comunicação digital na promoção e combate à desinformação sobre as campanhas de vacinação de sarampo.	Sim	Sim
Reasons for Taking the COVID-19 Vaccine by US Social Media Users	BENIS, Arriel; SEIDMANN, Abraham; ASHKENAZI, Shai.	2021	EUA	Identificar características sócio demográficas e as razões das atitudes tomadas pelos 1644 participantes da vacinação	Sim	Sim
COVID-19 Communication Campaigns for Vaccination: An Assessment with Perspectives for Future	QUINN, Alexandra; WHITE, Alexandre; ABBATANGELO-GRAY, Jodie <i>et al.</i>	2023	EUA	Análise de 15 campanhas relacionadas ao COVID-19 baseado em 6 critérios (inteligibilidade, acessibilidade, praticidade, credibilidade, relevância e prazo) identificados com sucesso, incluindo campanhas	Sim	Sim

Equity-Centered Public Health Efforts				alinhadas com as estratégias de comunicação da OMS.		
Social media, vaccine hesitancy and trust deficit in immunization programs: a qualitative enquiry in Malappuram District of Kerala, India	NAIR, Anoop T.; NAYAR, Kesavan Rajasekharan; KOYA, Shaf Fazaludeen <i>et al.</i>	2021	Índia	Análise de fatores responsáveis por gerar e perpetuar a desconfiança com a vacinação e as interações com influencers digitais	Sim	Não
Facebook HPV vaccine campaign: insights from Brazil	VEIGA, Cássia Rita Pereira da.; SEMPREBON, Elder; SILVA, Jacqueline Laurindo da. <i>et al.</i>	2020	Brasil	Estudo sobre um post feito pelo Ministério da Saúde.	Sim	Não
[Analysis of communication in social networks of the influenza vaccine campaign in Spain]	GARCINUÑO, M <sup>a</sup> Isabel Cano; GARCÍA, Sergio Arce.	2020	Espanha	Entender como se deu a comunicação no Twitter durante a campanha da influenza em 2018	Sim	Não

Promoting immunization resiliency in the digital information age	MACDONALD, Noni E.; DUBÉ, Eve.	2020	Canadá	Identificar as melhores práticas de promoção de vacinas	Sim	Não
Exploring the Chinese Public's Perception of Omicron Variants on Social Media: LDA-Based Topic Modeling and Sentiment Analysis	WANG, Han; SUN, Kun; WANG, Yuwei.	2022	China	Explorar a percepção pública chinesa a respeito da variante Omicron nas redes sociais	Sim	Sim
'Getting the vaccine makes me a champion of it': Exploring perceptions towards peer-to-peer communication about the COVID-19 vaccines amongst Australian adult	KARRAS, Joshua; HARRISON, Mia; SEALE, Holly.	2022	Austrália	Entender a percepção dos australianos (vacinados ou não) a respeito da comunicação digital da vacina	Sim	Sim

Second Edition of Special Issue “Strategies and Evidence in Health Communication: Evidence and Perspectives”	CASTIGLIA, Paolo; DETTORI, Marco.	2022	Suíça	Aumentar as evidências e observações da literatura internacional em Estratégias e Evidências na Comunicação em Saúde	Sim	Sim
The lived experiences of a COVID-19 immunization programme: vaccine hesitancy and vaccine refusal	CHAN, Nee Nee; WEI, Khang Ong; SIAU, Ching Sin <i>et al.</i>	2022	Malásia	Explorar as experiências vividas por malásios acerca da dúvida e recusa da vacinação COVID-19	Sim	Sim
Threat of COVID-19 Vaccine Hesitancy in Pakistan: The Need for Measures to Neutralize Misleading Narratives	KHAN, Yusra Habib; MALLHI, Tauqeer Hussain; ALOTAIBI, Nasser Hadal <i>et al.</i>	2020	Paquistão	Entender a narrativa conspiratória antivacina no país	Sim	Sim

A importância da vacinação como promoção e prevenção de doenças: uma revisão integrativa	ARAÚJO, Gabriela Marques; SILVA, Daysla Cindy Guimarães da.; CARNEIRO, Tatiane Alves <i>et al.</i>	2022	Brasil	Apresentar a importância da vacinação como um meio de promoção e prevenção de doenças, e que a não adesão à vacinação pode-se tornar um problema de saúde pública.	Sim	Sim
Fake news no contexto da pandemia de COVID-19 : considerações a partir da cultura política	CASTILLO, Vizcarra; SANTOS, Sofia Isabel; CASTRO, Débora de Oliveira <i>et al.</i>	2020	Brasil	Análise das Fake News sobre COVID-19 a partir da perspectiva da cultura política.	Sim	Sim
A comunicação de risco no Brasil em tempos de Covid-19 : uma revisão bibliográfica	GONÇALVES, Matheus Filipe Ribeiro.	2022	Brasil	compreender como a literatura científica em saúde tem concebido a comunicação de risco como prática de saúde coletiva, especificamente para fins do combate à pandemia de COVID-19 no Brasil.	Não	Sim
Teoria da conspiração e saúde coletiva: desinformações checadas na pandemia de COVID-19	MENDES, Maria Clara Gomes.	2022	Brasil	aborda a relação entre teoria da conspiração e saúde pública na pandemia de Covid-19 no Brasil, por meio de, principalmente, desinformações checadas no período.	Não	Sim

A publicidade em saúde no Brasil: uma análise das campanhas nacionais de dengue dos últimos cinco anos	RUMPF, Raíssa Monnerat.	2019	Brasil	Este trabalho visa abordar parte da questão, no que tange o campo da comunicação e mais especificamente, o da publicidade.	Sim	Não
Medidas comportamentais de prevenção à COVID-19 e letramento em saúde	SAMPAIO, Helena Alves de Carvalho; VASCONCELOS, Cláudia Machado Coelho Souza de.	2023	Brasil	Discutir o impacto que um baixo letramento em saúde da população tem na compreensão e adesão às orientações relativas à prevenção da SARS-CoV-2.	Não	Sim
Vacinação do sarampo no Brasil: onde estivemos e para onde vamos?	SATO, Ana Paula Sayuri; BOING, Alexandra Crispim; ALMEIDA, Rosa Livia Freitas de. <i>et al.</i>	2023	Brasil	analisar a CV, a homogeneidade das CV e os casos de sarampo no Brasil de 2011 a 2021, com enfoque no período da pandemia de COVID-19, sua tendência temporal, distribuição espaço-temporal e fatores associados aos aglomerados de menor CV. CV = Cobertura vacinal	Sim	Sim

Estratégias de comunicação adotadas pela gestão do Sistema Único de Saúde durante a pandemia de Covid-19 – Brasil	SANTOS, Mariana Olívia Santana dos; PEIXINHO, Bianca Cardoso; CAVALCANTI, Ana Marília Correia <i>et al.</i>	2021	Brasil	Análise das principais estratégias de comunicação desenvolvidas pelos três níveis de gestão do Sistema Único de Saúde (SUS) para o enfrentamento de Covid-19 no Brasil.	Não	Sim
COVID-19, as fake news e o sono da razão comunicativa gerando monstros: a narrativa dos riscos e os riscos das narrativas	VASCONCELLOS-SILVA, Paulo R.; CASTIEL, Luis David.	2020	Brasil	Entender a narrativa antivacina	Não	Sim
O impacto do marketing promocional na decisão da população de João Pessoa em tomar a vacina da Covid-19	ALVES, Sidney Davince da Silva.	2022	Brasil	analisar o impacto do marketing promocional na decisão da população de João Pessoa em tomar a vacina da Covid-19.	Sim	Sim



A partir da leitura dos artigos selecionados, pode-se buscar responder aos objetivos desta pesquisa. Os materiais selecionados focam tanto na realidade brasileira como também exploram algumas situações internacionais, para melhor compreender os fenômenos que ocorreram em diversos países, a partir da visão da comunicação em saúde.

Desta forma, a partir das referências escolhidas, pode-se entender a relevância e o valor da comunicação em saúde dentro do planejamento das campanhas de vacinação. Para Santos et al. (2021), a definição de estratégias de comunicação diante das crises em saúde pública deve produzir engajamento comunitário para disponibilizar evidências e construir ações coletivas de enfrentamento e mitigação de danos, contribuindo na inserção das populações vulnerabilizadas. Desta forma, pode-se garantir que a informação chegue em todos os indivíduos e fomenta a busca por fontes oficiais. Para o SUS, a população precisa participar do processo de informação, tendo em vista que o meio é um direito fundamental do Sistema Único de Saúde (SANTOS *et al.* 2021). Não é possível que a comunicação ocorra sem que ambos os lados estejam participando, desta forma, é indispensável a participação social na comunicação em saúde pública. A eficácia da comunicação em saúde se realiza porque proporciona informações aos cidadãos que os orientam sobre como se comportar em relação à doença infecciosa provocada pelo coronavírus, porque emite mensagens para promover a saúde e, assim, reduz os riscos (GONÇALVES, 2022).

Deve-se entender que estratégias e planejamentos para campanhas de vacinação não ocorrem da mesma forma, mesmo com a repetição dos fenômenos. Rumpf (2019), por exemplo, analisa o caso das campanhas de combate à dengue e exibe que mesmo tratando da doença em diversas campanhas e períodos distintos, as estratégias se modificam para atender ao novo objetivo. Ou seja, para combater uma pandemia como a do COVID-19 é necessário estabelecer claramente qual o objetivo final da comunicação. Pode-se comunicar diversos fatores, mas de que forma e qual o foco da ação, são passos essenciais do processo.

Ao falar sobre estratégias de comunicação, Quinn et al. (2023) fizeram um levantamento importante a respeito do planejamento das campanhas de vacinação:

Ao planejar futuras campanhas de saúde pública, ou na gestão de crises atuais como no caso da saúde mental, é essencial garantir que os recursos necessários para desenvolver e direcionar as campanhas para seu público alvo; para utilizar, monitorar e gerenciar as redes sociais e sua desinformação; além de incluir e depender de divulgadores científicos confiáveis (ex: equipe de saúde comunitária, pediatras e líderes religiosos) que possam elaborar a comunicação e compartilhar com seus pacientes, parceiros e comunidade. (QUINN *et al.*, p 8, 2023)

Desenvolver a participação popular como uma ferramenta de comunicação é uma estratégia inclusiva e não impositiva. Tendo em vista que os conteúdos de saúde necessários serão desenvolvidos pelos próprios participantes das comunidades, pode-se ver o valor do incentivo à união popular para o bem-estar das populações locais.

Ainda na linha de estudo a respeito da ferramenta das redes sociais, na Índia, Nair et al. (2021) concluíram que múltiplos fatores afetam a confiança das famílias na vacinação, contudo a religião não se encontra entre estes fatores. Desta forma, repensar a importância do desenvolvimento de grupos comunitários para divulgação correta das informações, aproveitando a aproximação natural das pessoas dentro de grupos religiosos, se mostra uma boa oportunidade de educação em saúde para combater a COVID-19. Desenvolver materiais que possam ser facilmente compartilhados em redes sociais sem perder o conteúdo valioso da mensagem de saúde é uma das prioridades quando se trata da maior utilização das redes sociais para a divulgação científica (NAIR *et al.* 2021). Muitas vezes, por conta da linguagem acadêmica, artigos e pesquisas científicas são entendidos como materiais de difícil acesso e compreensão. Um exemplo prático da utilização de uma linguagem coloquial para a divulgação de campanhas de vacinação foi a análise de publicações feitas em redes sociais pelo Ministério da Saúde para o HPV, em que se optou por uma abordagem amigável, polida, simpática e autoritária para dar ênfase em partes importantes (VEIGA *et al.* 2020).

Muitas vezes, ao tratar de saúde pública, se pensa mais nos sintomas e efeitos da doença na saúde física da pessoa. Em 2022, a OPAS divulgou uma pesquisa científica que relatava um aumento de até 25% nos casos de ansiedade de depressão por conta do período de pandemia (OMS, 2022). Mesmo não sendo afetado diretamente pela infecção, o indivíduo se encontra em uma situação isolada e desconfortável. Wang et al. (2022) conduziu uma pesquisa em fóruns *online* chineses para entender quais impressões os indivíduos compartilham nas redes sociais. Concluiu-se que é necessário considerar também estratégias de contingência para dar apoio psicológico em consonância com os demais métodos de prevenção (WANG *et al.* 2022). Vale a pena ressaltar que para a Organização Mundial da Saúde a saúde é definida como: um estado de completo bem-estar físico, mental e social e não apenas a ausência de doença (OMS). Para comunicar e divulgar saúde não se pode esquecer das demais esferas do bem-estar do indivíduo. Deve-se sim focar na prevenção da enfermidade, foco da campanha, mas nunca abandonar o cuidado total.

As pesquisas apontam que a desinformação se dissemina por conta da falta de conhecimento dos indivíduos afetados pela propaganda e pela especulação do seu medo. Na Espanha, durante uma campanha de vacinação contra a gripe, monitorou-se atividades em

redes sociais e se concluiu que o medo dos usuários gira em torno da desconfiança com a indústria farmacêutica, descredibilidade dos órgãos públicos de vacinação e do posicionamento neutro (em relação à posição a favor ou contra a vacinação) de influenciadores (GARCINUÑO; GARCÍA, 2020). Em 2020, um estudo conduzido no Canadá concluiu que a desinformação se torna uma parte intrínseca das redes sociais, e para combatê-la será necessária uma estratégia cada vez mais complexa dos grupos de saúde (MACDONALD; DUBÉ, 2020). É necessário compreender porquê a desinformação e as notícias falsas se tornam tão interessantes para o público e como pode-se usar este interesse e curiosidade a favor da ciência (MACDONALD; DUBÉ, 2020). Para Castiglia e Dettori (2022), o maior desafio para a saúde contemporânea é a desinformação. Alianças multidisciplinares entre profissionais da saúde, desenvolvimento da comunicação em saúde e atividades educativas com a finalidade de preparar a população a identificar informações sem embasamento e não disseminar desinformação são algumas das estratégias possíveis de se prever (CASTIGLIA; DETTORI, 2022).

Quando a comunicação não ocorre de forma plena na população, a cobertura vacinal insuficiente acaba causando outros problemas de saúde evitáveis, como o caso do sarampo, por exemplo. Para Sato et al. (2023), a reemergência de doenças, particularmente as imunopreveníveis, em contexto de queda das coberturas vacinais (CV), vem sendo documentada em vários países, sendo acentuada com a pandemia de COVID-19. Uma pesquisa realizada nos Estados Unidos, por exemplo, demonstra como fatores de comunicação afetam a percepção do público sobre dados científicos divulgados para o público. Bozzola et al. (2020) apresenta que a qualidade das evidências não influencia somente as atitudes da população em relação aos tratamentos de saúde, mas também na credibilidade da pesquisa. Em um cenário em que a desinformação percorre todos os meios sociais e redes de comunicação, a credibilidade e confiabilidade dos órgãos de saúde é vital para que a comunicação seja realizada da melhor forma. Estabelecer uma relação de confiança se mostra um fator vital para o sucesso da campanha, conforme pode-se observar na literatura.

A comunicação em saúde não deve apenas se limitar a informar a população sem o fim de educá-la a respeito da sua saúde, é necessário que haja responsabilidade ao comunicar os fatos. Assim, uma das primeiras ferramentas de comunicação que deve-se prestar atenção é o letramento em saúde, definido como o conhecimento, motivação e competências das pessoas para acessar, compreender, avaliar e aplicar informação em saúde, de forma a fazer julgamentos e tomar decisões no dia a dia no que tange ao cuidado da saúde, prevenção de doenças e promoção da saúde, para manter ou melhorar a qualidade de vida individual e da

população (SAMPAIO; VASCONCELOS, 2023). Auxiliar o público a desenvolver uma visão crítica sobre as informações que chegam até elas pelas diversas fontes que existem nos dias de hoje é uma tarefa importante, para assim, proteger os indivíduos da desinformação recorrente. Um dos efeitos mais impactantes para os órgãos de saúde no mundo foi a crescente desinformação que passou a surgir com a pandemia do COVID-19 (VASCONCELLOS-SILVA; CASTIEL, 2020). Em 2022, Karras et al. (2022) conduziu um estudo na Austrália que buscou entender a importância da comunicação entre os indivíduos como meio de divulgação científica. Uma das observações foi que não é efetivo apenas influenciar as pessoas a serem divulgadores científicos, é necessário prepará-las para a atividade (KARRAS *et al.* 2022). Desta forma, se garante a não ocorrência de ruídos de informação que causem um efeito rebote, ou seja, os indivíduos selecionados para fazer divulgação científica se tornam agentes da desinformação. Agentes de segurança em saúde pública precisam ser responsáveis por preparar os usuários do seu sistema para que possam cuidar de si mesmos e também compartilhar seu conhecimento de maneira responsável com os demais. Um dos pontos positivos da divulgação entre indivíduos é a maior proximidade das pessoas, do que com órgãos públicos e grandes empresas. Para Karras et al. (2022), a comunicação de pessoa a pessoa permite uma maior permeabilidade da ciência na comunicação das pessoas, permitindo assim que informações corretas e de valor atinjam grupos extremistas contra a vacinação, e, por se tratar de informações vindas de pessoas conhecidas e não conglomerados de mídia, os indivíduos podem se sentir mais confortáveis em ouvir sobre a campanha baseada em evidências (KARRAS *et al.* 2022).

A comunicação efetiva, uma ferramenta utilizada pelas equipes de saúde pública para estabelecer vínculos e fortalecer o acesso da comunidade aos serviços, colabora para o desenvolvimento de ações de promoção da saúde e a prevenção de riscos e agravos, e também pode contribuir com a construção de práticas educativas (ARAÚJO *et al.* 2022). A comunicação efetiva se mostra como um bom método para garantir que exista confiança no processo de comunicação entre as partes envolvidas. Conforme define a Comissão Permanente de Protocolos de Atenção à Saúde da SES-DF (Secretaria de Saúde do Distrito Federal), a comunicação efetiva, que seja oportuna, precisa, completa, sem ambiguidade e compreendida pelo receptor, reduz a ocorrência de erros e resulta na melhoria da segurança do paciente. De acordo com a Portaria SES-DF nº 31/2019, a comunicação pode ser eletrônica, verbal ou escrita. Desta forma pode-se compreender que a efetividade da informação dada à população não perde permeabilidade e valor quando desenvolvida através dos mais diversos meios de comunicação disponíveis. Qualificar líderes comunitários para divulgação científica

é uma boa estratégia para mitigar os danos das falsas informações que circulam pelas comunidades (CHAN *et al.* 2022). Além disso, para Chan et al. (2022) é importante que as estratégias de comunicação levem em consideração a cultura local em que determinada propaganda seria veiculada. Tendo em vista que a pandemia da COVID-19 ocorre em torno de uma doença que pode infectar grande parte da população, as publicidades gerais podem gerar efeito em massa, contudo, é necessário se atentar para quando se fala com grupos específicos tais como os grupos prioritários de risco. Não se pode comunicar de forma homogênea, e até mesmo pelos mesmos meios de comunicação, para grupos sociais distintos. A mensagem necessita ser utilizada dentro do contexto que melhor seria aproveitada.

Uma das ferramentas de comunicação à disposição dos órgãos de saúde são as redes sociais. As redes sociais permitem um contato mais próximo da população, contudo surgem grandes desafios relacionados à abundância de informações, sejam elas precisas ou não, que dificultam o acesso das pessoas a fontes e orientações confiáveis, prejudicando a eficácia da resposta à saúde pública (ONU, 2020). Quando se pensa em todo o fluxo do processo da campanha da vacinação, desde o planejamento das unidades, compra dos insumos e organização dos grupos prioritários, é preciso que todo o processo seja comunicado de forma clara e objetiva para mitigar as dúvidas e possibilidades de distorção dos fatos. Um exemplo de utilização das redes sociais para divulgação de informações embasadas cientificamente foi o presidente da Academia Americana de Pediatria, que procurou parcerias com o Google, Facebook e Pinterest para garantir que os conteúdos presentes nas redes fossem cientificamente verídicos (BOZZOLA *et al.* 2022).

Benis et al. (2021), apresenta uma pesquisa conduzida nos Estados Unidos para avaliar a utilidade das redes sociais como ferramentas de comunicação para divulgar informações científicas. Vislumbra-se um grande potencial nas redes pela sua permeabilidade social; os aplicativos e sites de comunicação são fóruns para a difusão das mais diversas informações; inserir conhecimento de qualidade nestes meios permite que a ciência chegue para a população. Como conclusão do experimento estadunidense, se entendeu a importância de considerar as redes sociais nas estratégias de comunicação, especialmente focando nos indivíduos contrários à vacinação, para assim estimular no público a busca pela vacina (BENIS *et al.* 2021). Ainda assim, vale ressaltar que a população favorável à vacinação não deve ser desassistida nas práticas comunicativas, devem seguir sendo estimuladas na busca pela prevenção da COVID-19 (BENIS *et al.* 2021), manter o desenvolvimento de uma relação de confiança para preservar a credibilidade da pesquisa científica na área da saúde.

A internet como um todo pode ser uma ferramenta valiosa quando se trata da disseminação das informações necessárias de conhecimento público. Durante a pandemia do COVID-19, diversos sites informativos foram criados pelo Ministério da Saúde para se manter mais próximo dos indivíduos, assim como aplicativos de informação e atualizações em outras aplicações para manter a proximidade na notificação da importância das infecções (SANTOS *et al.* 2021). Para Mendes (2022), tendo em vista o declínio das mídias tradicionais, as redes sociais emergiram como uma fonte de informação e de notícias. Uma vez que o ciberespaço é repleto de supostos portais de notícias, torna-se difícil ao usuário médio discernir a legitimidade de cada link que chega até ele pelas mídias sociais (MENDES, 2022). De acordo com Benis et al. (2021), a abundância de desinformação sobre as vacinas COVID-19 é um grande risco na recusa da vacinação. Assim, pode-se observar a importância das tendências presentes na comunicação do público para determinar quais ações devem ser tomadas e qual a melhor forma de comunicar para certos grupos sociais, obtendo-se assim maior adesão às vacinas por conta do combate às informações falsas (BENIS *et al.* 2021). Pode-se compreender a importância de ocupar espaços digitais e estar presente na informação da população, assim mantendo-se mais próximo das populações e permitindo maior permeabilidade das informações corretas.

Mesmo assim, não se pode assumir que os meios de comunicação anteriores às redes sociais perderam sua capacidade de disseminação de ideias. De acordo com uma pesquisa conduzida em 2022, dos 107 entrevistados, 60% apontaram que se mantiveram informados a respeito da vacinação contra a COVID-19 a partir de telejornais (ALVES, 2022). Ou seja, assim como as redes sociais, as mídias televisivas e demais meios de informação, como jornais e programas de rádio, devem ser mantidos no mapeamento das estratégias de comunicação das campanhas de vacinação. Khan et al. (2020) fazem questão de mencionar a importância da mídia tradicional manter uma posição responsável ao notificar sobre eventos como a pandemia COVID-19. Tendo em vista que manchetes e posicionamentos alarmistas podem causar pânico, desinformação e prejudicar a construção de estratégias e ferramentas utilizadas pela saúde pública para que a prevenção e a saúde sejam divulgadas corretamente, não se pode permitir uma postura insensível ou exagerada dos profissionais do jornalismo (KHAN *et al.* 2020).

Para Gonçalves (2022), os processos de informação e comunicação em saúde têm importância crítica e estratégica no combate à pandemia porque podem influenciar significativamente a avaliação que os usuários fazem da qualidade dos cuidados de saúde, a

adaptação psicológica à doença e os comportamentos de adesão medicamentosa e comportamental.

Dentre os resultados encontrados na pesquisa, pode-se observar o alerta de diversos autores a respeito da crescente onda de desinformação que ocorreu durante a pandemia. A busca por medicamentos como cloroquina, hidroxiclороquina e ivermectina foram incentivadas pelas notícias falsas circulando nos meios de comunicação (CASTILLO *et al.* 2020). Villela e Almeida (2013) apontaram que notícias falsas, apresentadas como verdadeiras, são equivalentes às notícias científicas verdadeiras ao olhar do público.

Um item de grande importância para o processo de elaboração da estratégia de comunicação durante a campanha de vacinação é a Política Nacional de Promoção da Saúde, uma das ferramentas essenciais quando se fala sobre comunicação em saúde no cenário brasileiro. Dentre seus objetivos estão: informação, educação, comunicação e sustentabilidade da população (Ministério da Saúde, 2010). Políticas como esta são vitais para que o letramento da população ocorra da forma mais eficiente, através desta ferramenta pode-se fomentar o letramento em saúde brasileiro (SAMPAIO; VASCONCELOS, 2023).

Uma ferramenta importante no combate a eventos de calamidade na saúde como a pandemia COVID-19, é indispensável a utilização da comunicação de risco como ferramenta de comunicação em saúde. O propósito da comunicação de risco é que todas as pessoas em risco possam tomar decisões para mitigar os efeitos da ameaça, como um surto de doença ou outro evento de saúde pública, e tomar medidas preventivas e de proteção (OPAS, 2022). Desta forma, a comunicação com a população mais atingida pela pandemia é efetivada, permitindo uma conexão com informações valiosas para a prevenção e segurança dos indivíduos. Contudo, para a OPAS, uma comunicação de risco efetiva necessita de um plano de implantação robusto, com 4 principais etapas: preparação, início da emergência, controle e recuperação. Dessa forma, através da definição das ações de contingência, começo das divulgações a respeito do que está ocorrendo, comunicação preventiva para garantir a segurança da população e retorno gradual ao cotidiano anterior ao evento, pode-se concretizar um caminho sustentável para o combate e superação da pandemia (OPAS, 2022). Para Villela (2016), a comunicação de risco objetiva auxiliar os indivíduos a fazerem suas próprias escolhas de maneira consciente, fornecendo conhecimento sobre algo que já ocorreu e apresentando possíveis desfechos negativos e riscos à saúde (GONÇALVES, 2022).

## **5 Discussão**

A partir da análise dos resultados da pesquisa, pode-se compreender a complexidade que a comunicação em saúde possui em suas diversas maneiras de ser implementada e demais características que precisam de atenção no momento de planejamento das estratégias de comunicação. Os artigos encontrados dialogam entre si e trazem a temática da comunicação em destaque, provando assim sua importância dentro do processo de comunicação nas campanhas de vacinação. Pode-se entender que grande parte deste trabalho visa garantir a segurança da saúde dos indivíduos, tendo em vista que o COVID-19 pode ser uma doença letal e silenciosa, fazendo com que muitas vezes a transmissão passe despercebida até ser tarde demais. A comunicação efetiva vai ao encontro da necessidade de apoiar os indivíduos em se prevenir e encorajar a busca por atendimento quando necessário. Importante ressaltar também a definição clara de objetivos que possam ser alcançados e trabalhados através da comunicação em saúde. Não se pode comunicar algo sem planejamento ou sem entender qual o público-alvo. Compreender os anseios dos indivíduos é uma parte essencial do processo



para garantir que a campanha possa dialogar com as pessoas, informando e trazendo elas para estarem mais próximas da saúde pública.

Entender de que forma as ferramentas de comunicação podem ser utilizadas da melhor forma se mostra um desafio tanto para o sistema de saúde brasileiro quanto nos casos internacionais selecionados para este estudo. A partir do estudo de pesquisas realizadas acerca da percepção popular acerca da vacinação, pode-se ficar mais próximo de como determinados grupos sociais entendem a vacina. Compreender as inseguranças e preocupações da população é uma parte importante na pesquisa para desenvolver políticas públicas tangíveis. Se os interesses, realidades e medos do seu público-alvo não estão claros para os agentes públicos, não é possível desenvolver programas de imunização aplicáveis.

A forma que os estudos apresentam o letramento em saúde e a capacitação dos usuários do sistema de saúde pública como agentes transformadores é bastante interessante. Utilizando redes sociais para divulgar informações importantes sobre os programas de vacinação, métodos eficazes de prevenção e as formas corretas de tratamento se mostra como uma ótima oportunidade de divulgar a ciência de forma responsável e informal. Como dito anteriormente, a linguagem acadêmica da pesquisa científica pode se configurar como uma barreira à procura e ao acesso a materiais importantes mesmo para aqueles que se encontram fora da academia. Adaptar estes materiais para uma linguagem mais simplificada, focando na preservação das informações importantes, com terminologias mais simples, se mostra uma proposta interessante para a divulgação científica para o grande público. Deixar a comunicação mais coloquial e simplificada, contudo responsável e completa nos detalhes necessários, se mostra como uma característica vital para que se propague o embasamento científico almejado pelas campanhas. Transformar o indivíduo em sujeito ativo e capaz de transformar o ambiente é uma qualidade importante para a sustentabilidade da comunicação em saúde.

Ao analisar as ferramentas em saúde e as realidades em que foram implantadas, o aspecto dos riscos à saúde mental é algo que pode ser mitigado através do uso das ferramentas de comunicação em saúde. O período de isolamento foi difícil para muitas pessoas, separou famílias e amigos em um momento que este apoio e carinho era crucial para suportar as dificuldades. Mas o meio digital foi uma forma de estar perto, mesmo estando longe. Situações como esta ilustram a necessidade da presença do cuidado nos meios digitais, em redes sociais para estar próximo daqueles que estão necessitando de apoio, não se pode esperar que as pessoas busquem algum tipo de tratamento de forma objetiva em momentos

assim. É necessário desenvolver um planejamento delicado que considere estas dificuldades para que consiga atingir os indivíduos sem desconsiderar seus medos e preocupações.

Construir uma comunicação em saúde embasada cientificamente, que possa ser mais facilmente interpretada e presente na vida cotidiana é uma atividade importante para preparar a população na prevenção tanto contra as enfermidades quanto a desinformação existente.

A comunicação de risco se mostrou uma ferramenta crucial para o desenvolvimento de determinadas temáticas na literatura. A construção de uma estratégia de comunicação em etapas exhibe o cuidado em relação à implantação de uma campanha responsável. Resgatando as características determinadas pela OPAS (2022), pode-se entender que: A preparação é o estágio inicial do projeto, em que se procura criar planos e estratégias de comunicação de risco que incluam o impacto pertinente à campanha; no início da emergência, segundo passo, deve-se mostrar a preocupação com a situação e expressar a total empatia com as dores dos indivíduos, a publicidade precisa ser antes de tudo humana. Elaborar as ações preventivas através da educação sobre os riscos em questão é outro tópico indispensável; no controle, terceiro passo, se mantém o público informado daquilo que é pertinente à calamidade em questão, ou seja, se noticia a pandemia do COVID-19 de forma objetiva e com uma postura coerente sem exageros. Controlar a narrativa se encontra em poder dos órgãos reguladores; por fim, a recuperação é o momento de fechamento do movimento com a reflexão das ações e avaliação dos impactos (OPAS, 2022). A comunicação de risco para se tornar efetiva necessita de um bom planejamento que possa ser desenvolvido, implantado e monitorado. Preservar a cultura do cuidado é essencial para preservar também a saúde de todos.

A literatura mostrou diversas aplicações práticas, através da pesquisa, das ferramentas de comunicação utilizadas em campanhas de vacinação COVID-19. Entender desde a percepção do público até o desenvolvimento de agentes transformadores é a união dos fatores mais importantes no sucesso do combate à pandemia. A elaboração de um plano de contingência deve avaliar de que forma isso seria comunicado ao público, pois dependendo de sua recepção e reação, a campanha pode fracassar em alcançar os seus objetivos.

Sem o auxílio dos órgãos públicos de monitoramento e controle da comunicação em saúde, a população se encontra desassistida para combater a desinformação. É necessário que o espaço tomado por boatos e mentiras seja preenchido pela ciência, por isso a importância da elaboração de estratégias robustas que utilizem as diversas ferramentas de comunicação apresentadas durante a pandemia do COVID-19.

## **Considerações Finais**

Com a pesquisa bibliográfica realizada no presente trabalho, foi possível ampliar o conhecimento sobre as ferramentas de comunicação utilizadas nas campanhas de vacinação. Como se pode observar, grande parte das fontes traziam diversas informações importantes sobre a temática central do trabalho, a pandemia COVID-19. Além disso, em publicações de quase todas as bases (com exceção das bases anteriores a 2020) a pandemia apareceu como causa ou efeito de alguma calamidade. A literatura selecionada permitiu um maior conhecimento dos diversos fatores que foram afetados pela pandemia, desde métodos estratégicos para elaborar comunicações efetivas até questões relacionadas aos sentimentos dos indivíduos em situação de isolamento. Compreender os medos do público auxilia na desmistificação das informações falsas que percorrem os meios de comunicação, que como foi possível averiguar, se baseiam muito na insegurança e falta de informação da população

Os objetivos da pesquisa foram atingidos com êxito. A partir da identificação das ferramentas de comunicação utilizadas em campanhas de vacinação durante a pandemia COVID-19, pode-se aprofundar o estudo em seu funcionamento para melhor compreender sua importância e aplicabilidade para as campanhas de imunização. A partir desta análise, foi possível determinar formas efetivas de implantar essas ferramentas na comunicação em saúde da população, assim determinando de que forma tais ferramentas podem ser aplicadas e utilizadas da melhor forma, sem perder o seu valor pela falta de conhecimento. Importante ressaltar o valor desta pesquisa para o desenvolvimento da visão crítica do gestor em saúde sobre a comunicação em saúde e de que forma ela ocorre. É necessário entender como aplicar as ferramentas efetivamente e assegurar a prevenção da saúde dos indivíduos.

Para uma boa estratégia de comunicação em saúde nas campanhas de vacinação, é necessário um aprofundamento nas redes sociais. Tendo em vista o seu uso cotidiano na vida dos indivíduos, se manter presente no espaço virtual é uma tarefa necessária para que a saúde e a ciência estejam sempre mais próximas do público. Preservar o elo entre as partes pode garantir a qualificação da credibilidade e confiança entre os envolvidos no processo, assim, mitigando ainda mais os efeitos da desinformação.

O presente estudo abordou a temática da comunicação em saúde e suas ferramentas dentro do contexto da pandemia do COVID-19. É possível que, por conta do limitado período de tempo em que ocorreu a crise sanitária do coronavírus, algumas ferramentas não tenham sido consideradas na análise, tendo em vista que não foram implementadas juntamente às

campanhas de vacinação da COVID-19. Estudos futuros podem, portanto, abordar outras possíveis ferramentas de comunicação.

Utilizar ferramentas de comunicação para estabelecer uma comunicação mais pragmática quando necessário noticiar os riscos à saúde pública, uma comunicação adequada para o compartilhamento em redes sociais, o trabalho educativo desenvolvido por equipes de saúde para a formação de pessoas de referências nas comunidades são alguns exemplos de atitudes responsáveis elaboradas pelos órgãos reguladores da saúde.

Desenvolver a comunicação em saúde é essencial no trabalho de um gestor em saúde. Sem uma comunicação efetiva, o gerenciamento das atividades e equipes entra em colapso rapidamente. A análise das ferramentas de comunicação em saúde pode ser, futuramente, trabalhada em diferentes áreas da gestão para garantir um maior aprofundamento e desenvolvimento na área de comunicação em saúde, tendo em vista o embasamento em ferramentas implementadas na prática. Entender quais ferramentas de comunicação devem ser utilizadas e quais momentos são mais apropriados para seu fim são expertises necessárias no olhar sistemático do gestor em saúde. Crises de saúde como a pandemia COVID-19 aparecem de forma rápida; logo, estar atento às tendências da saúde, movimentos, surtos e casos surgindo rapidamente são importantes fatores para o gestor em saúde estar sempre atento.

Desenvolver pesquisas a respeito das demais campanhas de vacinação que ocorrem no Brasil, tendo em vista as diversas campanhas que ocorrem anualmente para diversas faixas etárias, se mostra bastante interessante para futuros estudos. O gestor em saúde precisa ter conhecimento das diversas ferramentas à sua disposição para sempre entregar os melhores resultados na sua comunicação.

As ferramentas de comunicação das campanhas de vacinação devem ser utilizadas com o fim de preservar a vida da população. A comunicação em saúde é efetiva quando ela garante que uma vida foi salva, quando a mensagem mais importante de prevenção foi difundida para uma comunidade.

## REFERÊNCIAS

A importância da vacinação não está somente na proteção individual, mas porque ela evita a propagação em massa de doenças que podem levar à morte ou a sequelas graves. **INCQS**.

Disponível em:

<[https://www.incqs.fiocruz.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1721:a-importancia-da-vacinacao-nao-esta-somente-na-protecao-individual-mas-porque-ela-evita-a-propagacao-em-massa-de-doencas-que-podem-levar-a-morte-ou-a-sequelas-graves&catid=114&Itemid=166](https://www.incqs.fiocruz.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1721:a-importancia-da-vacinacao-nao-esta-somente-na-protecao-individual-mas-porque-ela-evita-a-propagacao-em-massa-de-doencas-que-podem-levar-a-morte-ou-a-sequelas-graves&catid=114&Itemid=166)>. Acesso em: 04 nov. 2023.

BRITTO, José Augusto Alves de. A importância da vacinação não está somente na proteção individual, mas porque ela evita a propagação em massa de doenças que podem levar à morte ou a sequelas graves. **Com a palavra**, 2022. Disponível em:

<<https://www.incqs.fiocruz.br/images/stories/incqs/noticias/2022/maio/entrevista-jose-augusto-completa.pdf>>. Acesso em: 05 nov. 2023.

CASTILLO, Vizcarra; SANTOS, Sofia Isabel; CASTRO, Débora de Oliveira *et al.* Fake news no contexto da pandemia de COVID-19 : considerações a partir da cultura política. **Rizoma**, v.8, n.1, p.158, 2020.

ALVES, Sidney Davince da Silva. O impacto do marketing promocional na decisão da população de João Pessoa em tomar a vacina da Covid-19. 2022. 60 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em administração) - Instituto Federal de Educação da Paraíba, 2022.

ARAÚJO, Gabriela Marques; SILVA, Daysla Cindy Guimarães da.; CARNEIRO, Tatiane Alves *et al.* A importância da vacinação como promoção e prevenção de doenças: uma revisão integrativa. **Revista Eletrônica Acervo Enfermagem**, v. 19, 2022. Disponível em: <<https://acervomais.com.br/index.php/enfermagem/article/view/10547>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

BENIS, Arriel; SEIDMANN, Abraham; ASHKENAZI, Shai. Reasons for Taking the COVID-19 Vaccine by US Social Media Users. **Vaccines**, v. 9, ed. 4, 2021. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8067223/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

BETSCH, Cornelia; SPRENGHOLZ, Philipp; KORN, Lars *et al.* Attitude toward a mandatory COVID-19 vaccination policy and its determinants: Evidence from serial cross-sectional surveys conducted throughout the pandemic in Germany. **Vaccine**, v. 40, p. 7370–7377, 2022. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35153092/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

BOZZOLA, Elena; SPINA, Giulia; TOZZI, Alberto Eugenio; VILLANI, Alberto. Global Measles Epidemic Risk: Current Perspectives on the Growing Need for Implementing Digital Communication Strategies. **Risk Management and Healthcare Policy**, v. 13, p. 2819-2826, 2020. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7725071/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

BROWN, Katrina F.; KROLL, J Simon; HUDSON, Michael J. *et al.* Factors underlying parental decisions about combination childhood vaccinations including MMR: a systematic

review. **Vaccine**, v. 28, e. 6, p. 4235-48, 2010. Disponível em:  
<<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/20438879/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

CASTIGLIA, Paolo; DETTORI, Marco. Second Edition of Special Issue “Strategies and Evidence in Health Communication: Evidence and Perspectives”. **Int J Environ Res Public Health**, v. 19, ed. 3, p. 1460, 2023. Disponível em:  
<<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8835614/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

CHAN, Nee Nee; WEI, Khang Ong; SIAU, Ching Sin *et al.* The lived experiences of a COVID-19 immunization programme: vaccine hesitancy and vaccine refusal. **BMC Public Health**, v. 22, 2022. Disponível em:  
<<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8842982/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

CHARLES, C.; GAFNI, A.; WHELAN, T. Shared decision-making in the medical encounter: what does it mean? (or it takes at least two to tango). **Soc Sci Med**, v. 44, ed. 5, p. 681-92, 1997. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/9032835/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

DANDE, Grazieli Miranda Siqueira; JÚNIOR, Sinézio Inácio da Silva; MARTINEZ, Maria Regina. Histórico da Vacinação no Brasil e o atual cenário em decorrência da pandemia da COVID-19. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, v. 15 n. 11, 2022. Disponível em:  
<<https://acervomais.com.br/index.php/saude/article/view/11346>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

DOMINGUES, Carla Magda Allan Santos; MARANHÃO, Ana Goretti K.; TEIXEIRA, Antonia Maria *et al.* 46 anos do Programa Nacional de Imunizações: uma história repleta de conquistas e desafios a serem superados. **Cadernos de saúde pública**, p. 01-17, 2020. Disponível em:  
<<https://www.scielo.br/j/csp/a/XxZCT7tKQjP3V6pCyywtXMx/abstract/?lang=pt>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

ELWYN, Glyn; FROSCH, Dominick; THOMSON, Richard *et al.* Shared Decision Making: A Model for Clinical Practice. **J Gen Intern Med**, v. 27, ed. 10, 2012. Disponível em:  
<<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3445676/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

EPSTEIN, Ronald M.; STREET, Richard L. Patient-Centered Communication in Cancer Care: Promoting Healing and Reducing Suffering. **NIH Publication No**, 2007. Disponível em: <[https://cancercontrol.cancer.gov/sites/default/files/2020-06/pcc\\_monograph.pdf](https://cancercontrol.cancer.gov/sites/default/files/2020-06/pcc_monograph.pdf)>. Acesso em: 04 nov. 2023.

FERRAZ, Sara. **Comunicação de riscos e participação comunitária para Emergências de Saúde**: Aspectos práticos. 2023. PPT. Disponível em:  
<[https://www.paho.org/pt/file/123305/download?token=b\\_LcYv1Q](https://www.paho.org/pt/file/123305/download?token=b_LcYv1Q)>. Acesso em: 04 nov. 2023.

GARCINUÑO, M<sup>a</sup> Isabel Cano; GARCÍA, Sergio Arce. Análisis de la Comunicación en Redes Sociales de la Campaña de la Vacuna de Gripe en España. **Rev Esp Salud Pública**, v. 94, p. 1-10, 2020. Disponível em:  
<[https://www.sanidad.gob.es/biblioPublic/publicaciones/recursos\\_propios/resp/revista\\_cdrom/VOL94/ORIGINALES/RS94C\\_202003008.pdf](https://www.sanidad.gob.es/biblioPublic/publicaciones/recursos_propios/resp/revista_cdrom/VOL94/ORIGINALES/RS94C_202003008.pdf)>. Acesso em: 04 nov. 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em:

<[https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo\\_C1\\_como\\_elaborar\\_projeto\\_de\\_pesquisa\\_-\\_antonio\\_carlos\\_gil.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf)>. Acesso em: 04 nov. 2023.

GLIK, Deborah C. Risk communication for public health emergencies. **Annu Rev Public Health**, 2007. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/17222081/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

GONÇALVES, Matheus Filipe Ribeiro. **A comunicação de risco no Brasil em tempos de Covid-19: uma revisão bibliográfica**. 2022. 24 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Saúde Coletiva) – Universidade de Brasília, Brasília, 2022. Disponível em: <<https://bdm.unb.br/handle/10483/33090>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

GOSTIN, Lawrence O.; WILEY, Lindsay F. Governmental Public Health Powers During the COVID-19 Pandemic: Stay-at-home Orders, Business Closures, and Travel Restrictions. **Jama**, v. 323, n. 21, 2020. Disponível em:

<<https://jamanetwork.com/journals/jama/fullarticle/2764283>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

Guia para formular uma estratégia de comunicação de riscos com relação às vacinas contra a COVID-19. **OPAS**. Disponível em:

<[https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53313/OPASIMSFPLCOVID-19210009\\_por.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53313/OPASIMSFPLCOVID-19210009_por.pdf?sequence=5&isAllowed=y)>. Acesso em: 04 nov. 2023.

Histórico da pandemia de COVID-19. **OPAS**. Disponível em:

<<https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

KARRAS, Joshua; HARRISON, Mia; SEALE, Holly. ‘Getting the vaccine makes me a champion of it’: Exploring perceptions towards peer-to-peer communication about the COVID-19 vaccines amongst Australian adults. **Health Expect**, v. 26, ed. 4, p. 1505–1513, 2023. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10349257/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

KHAN, Yusra Habib; MALLHI, Tauqeer Hussain; ALOTAIBI, Nasser Hadal *et al.* Threat of COVID-19 Vaccine Hesitancy in Pakistan: The Need for Measures to Neutralize Misleading Narratives. **Am J Trop Med Hyg**, v. 103, ed. 2, p. 603–604, 2020. Disponível em:

<<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7410483/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

KOHN, Linda T.; CORRIGAN, Janet M.; DONALDSON, Molla S. **To Err is Human: Building a Safer Health System**. Washington (DC): National Academies Press (US), 2000. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/25077248/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

KOUZY, Ramez; JAOUDE, Joseph Abi; KRAITEME, Afif *et al.* Coronavirus Goes Viral: Quantifying the COVID-19 Misinformation Epidemic on Twitter. **Cureus**, v. 12, ed. 3, 2020. Disponível em:

<<https://www.cureus.com/articles/28976-coronavirus-goes-viral-quantifying-the-covid-19-misinformation-epidemic-on-twitter#!/authors>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

MACDONALD, Noni E.; DUBÉ, Eve. Promoting immunization resiliency in the digital information age. **Can Commun Dis Rep**, v. 46, ed. 1, 2020. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6941923/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

MENDES, Maria Clara Gomes. **Teoria da conspiração e saúde coletiva: desinformações checadas na pandemia de Covid-19**. 2022. 70 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Jornalismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/17573>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

Ministério da Saúde lança calendário digital de vacinação. **Ministério da Saúde**, 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2023/novembro/ministerio-da-saude-lanca-calendario-digital-de-vacinacao#:~:text=Atualmente%2C%2048%20imunobiol%C3%B3gicos%20s%C3%A3o%20distribu%C3%ADdos,13%20soros%20e%204%20imunoglobulinas>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

LORENZO, Cláudio. O Método 6: ética. **Ciênc. saúde coletiva**, v. 13, ed. 2, 2008. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/csc/a/C8PbRmGB9XTYMvCHgvpZn8s/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

NAIR, Anoop T.; NAYAR, Kesavan Rajasekharan; KOYA, Shaf Fazaludeen *et al.* Social media, vaccine hesitancy and trust deficit in immunization programs: a qualitative enquiry in Malappuram District of Kerala, India. **Health Res Policy Syst**, v. 19, 2021. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8356375/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

NUTBEAM, Don. Health literacy as a public health goal: a challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century. **Health Promotion International**, v. 15, ed. 3, p. 259-267, 2000. Disponível em: <<https://academic.oup.com/heapro/article/15/3/259/551108>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

OMS declara fim da Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional referente à COVID-19. **OPAS**, 2023. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/noticias/5-5-2023-oms-declara-fim-da-emergencia-saude-publica-importancia-internacional-referente>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

OPEL, Douglas J.; HERITAGE, John; TAYLOR, James A. *et al.* The architecture of provider-parent vaccine discussions at health supervision visits. **Pediatrics**, v. 132, ed. 6, p. 1037-46, 2013. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24190677/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

Pandemia de COVID-19 desencadeia aumento de 25% na prevalência de ansiedade e depressão em todo o mundo. **OPAS**, 2022. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/noticias/2-3-2022-pandemia-covid-19-desencadeia-aumento-25-na-prevalencia-ansiedade-e-depressao-em>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

Plano de Comunicação Vacinação COVID-19. **Secretaria da saúde**, 2021. Disponível em: <<https://repositorio.ifpb.edu.br/handle/177683/2273>  
<<https://www.saude.df.gov.br/documents/37101/80151/Plano-de-Comunicacao-Vacinacao-COVID-1.pdf>>. Acesso em: 04 nov. 2023.



Programa Nacional de Imunizações -Vacinação. **Ministério da Saúde**. Disponível em: <<https://www.gov.br/saude/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/programa-nacional-de-imunizacoes-vacinacao>>.

QUINN, Alexandra; WHITE, Alexandre; ABBATANGELO-GRAY, Jodie *et al.* COVID-19 Communication Campaigns for Vaccination: An Assessment with Perspectives for Future Equity-Centered Public Health Efforts. **Journal of Health Communication**, v. 28, p. 54–66, 2023. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10810730.2023.2208529>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

RUMPF, Raíssa Monnerat. **A publicidade em saúde no Brasil**: uma análise das campanhas nacionais de dengue dos últimos cinco anos. 2019. 103 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) – Universidade de Brasília, Brasília, 2018. Disponível em: <<https://bdm.unb.br/handle/10483/26007>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

SAMPAIO, Helena Alves de Carvalho; VASCONCELOS, Cláudia Machado Coelho Souza de. Medidas comportamentais de prevenção à COVID-19 e letramento em saúde. **Cad. Saúde Colet.**, v. 31, ed. 1, 2023. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/cadsc/a/wJk3gXDYKPsWwMyTQ9wtcSn/?lang=pt#>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

SANTOS, Mariana Olívia Santana dos; PEIXINHO, Bianca Cardoso; CAVALCANTI, Ana Marília Correia *et al.* Estratégias de comunicação adotadas pela gestão do Sistema Único de Saúde durante a pandemia de Covid-19 – Brasil. **Brasil. Interface**, v. 25, ed. 1, 2021. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/icse/a/sRZcRPfpNtT8xTxKf4Q6WS/?lang=pt#>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

SATO, Ana Paula Sayuri; BOING, Alexandra Crispim; ALMEIDA, Rosa Livia Freitas de. *et al.* Vacinação do sarampo no Brasil: onde estivemos e para onde vamos?. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 28, ed. 2, p. 351-362, 2023. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/csc/a/J668gWXsNPfWMFbBNSGp75j/?lang=pt#>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

SOUZA, Marcela Tavares de.; SILVA, Michelly Dias da.; CARVALHO, Rachel de. Revisão integrativa: o que é e como fazer. **Einstein**, n.8, p. 102-6, 2010. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/eins/a/ZQTBkVJZqcWrTT34cXLjtBx/?lang=pt&%3A~%3Atext=A%20#>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

STEWART, M.; BROWN, J. B.; DONNER, A. *et al.* The impact of patient-centered care on outcomes. **J Fam Pract**, v. 49, ed. 9, p. 796-804, 2000. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/11032203/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

TEIXEIRA, José A. Carvalho. Comunicação em saúde: Relação Técnicos de Saúde – Utentes. **Análise Psicológica**, v. 22, ed. 3, p. 615-620, 2004. Disponível em: <<https://repositorio.ispa.pt/handle/10400.12/229>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

VASCONCELLOS-SILVA, Paulo R.; CASTIEL, Luis David. COVID-19, as fake news e o sono da razão comunicativa gerando monstros: a narrativa dos riscos e os riscos das

narrativas. **Cad. Saúde Pública**, v. 36, ed. 7, 2020. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/csp/a/d6ZXNpddtmjgNjRtKMDY4bR/?lang=pt#>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

VEIGA, Cássia Rita Pereira da.; SEMPREBON, Elder; SILVA, Jacqueline Laurindo da. *et al.* Facebook HPV vaccine campaign: insights from Brazil. **Hum Vaccin Immunother**, v. 16, ed. 8, p. 1824–1834, 2020. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7482753/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

WANG, Han; SUN, Kun; WANG, Yuwei. Exploring the Chinese Public's Perception of Omicron Variants on Social Media: LDA-Based Topic Modeling and Sentiment Analysis. **Int J Environ Res Public Health**, v. 19, ed. 14, 2022. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9319145/>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

WERNECK, Guilherme Loureiro; FAERSTEIN, Eduardo. Disposição para vacinar contra influenza A (H1N1)pdm09 entre funcionários técnico-administrativos universitários: estudo de coorte Pró-Saúde. **Rev. Bras. Epidemiol**, v. 24, 2021. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbepid/a/sSsVYsQwXznJwJ3YHs4zbWD/?lang=en>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

**World Health Organization (OMS)**. Disponível em: <<https://www.who.int/pt/about>>. Acesso em 16 nov. 2023.

05/8 – Dia Nacional da Saúde. **Biblioteca Virtual em Saúde**. Disponível em: <<https://bvsmis.saude.gov.br/05-8-dia-nacional-da-saude/#:~:text=Em%201.947%20a%20Organiza%C3%A7%C3%A3o%20Mundial.apenas%20a%20aus%C3%A2ncia%20de%20doen%C3%A7as%20E2%80%9D>>. Acesso em: 04 nov. 2023.

