marie claire

Publicado em 12/12/2022 - 07:57

Mães são o principal alvo da propaganda antivacina

Pesquisa mostra que a maternidade é estrategicamente evocada em conteúdos que disseminam os riscos de se vacinar

Por Talita Fernandes

O medo de colocar em risco a vida da família foi o que fez a diarista Raquel Ferreira Santos Piedade, de 46 anos, não vacinar nenhum dos dois filhos adolescentes contra a covid-19. “Vacinas sérias demoram anos de pesquisas, essa não demorou nem um ano para ficar pronta. As próprias fabricantes não iriam se responsabilizar pelas reações adversas que poderiam ocorrer”, afirma.

Ela mesma decidiu não se imunizar pelo receio de possíveis efeitos adversos. Como argumento, diz ter pessoas próximas com sequelas. Raquel atribui à vacinação contra o novo coronavírus alguns problemas como um infarto de um irmão, uma trombose em um sobrinho e sopro no coração do pai. Questionada sobre se tomaria o imunizante após alguns anos, respondeu que não vê necessidade por já ter contraído a doença duas vezes.

Raquel se soma ao grupo de mães que, embora tenham vacinado seus filhos de acordo com o Programa Nacional de Imunizações (PNI), entendem que os imunizantes desenvolvidos para pôr fim à pandemia da covid-19 não são confiáveis.

Para a microbiologista e criadora do Instituto Questão de Ciência, Natalia Pasternak, o caso de Raquel não é uma mera coincidência. Ela explica que as mulheres são o principal alvo da propaganda antivacina: “É estruturado, direcionado para elas. É cruel porque pega a culpa e a responsabilidade do medo de errar”. A microbiologista leva em conta os dados levantados por uma pesquisa feita pelos estudiosos Stephanie Baker, da Universidade de Londres, e Michael James Walsh, da Universidade de Camberra, na Austrália. Os pesquisadores acompanharam mensagens publicadas por 13 influenciadores em língua inglesa entre janeiro de 2020 e julho de 2021 pelo Instagram. “Nossas descobertas revelam que a maternidade é estrategicamente evocada no conteúdo antivacina ao apelar para três tipos ideais que se inter-relacionam: a mãe protetora, a mãe intuitiva e a mãe amorosa”, escrevem os autores.

Apesar desse endereçamento da propaganda, outro estudo, conduzido pelo Instituto SoU_Ciência, na Universidade Federal de São Paulo (Unifesp) em parceria com o Ideia Big Data, mostra que as mulheres são as que menos resistiram a se vacinar no Brasil contra a covid-19. Entre elas, a vacinação completa corresponde a 89% das respondentes, enquanto apenas 71% dos homens se disseram imunizados. Quando são levados em conta dados raciais, 87% das pessoas negras disseram ter se vacinado contra 71% dos brancos. Já quando a renda é analisada, a taxa de vacinação é de 86% entre as pessoas que recebem até um salário mínimo, contra 59% entre os que têm ganho acima de seis salários mínimos.

“Mulheres foram fortemente afetadas pela violência, pelo desemprego e também um grande número de mulheres tiveram a doença grave porque os maridos e companheiros trouxeram a covid-19 para casa”, explica a professora Soraya Smaili, uma das coordenadoras do Centro de Estudos. A pesquisadora diz ainda que a pandemia afetou de forma diferente as pessoas a depender de sua classe socioeconômica. “Para as mulheres negras e pobres essa tragédia tem proporções maiores. Foi a pandemia que escancarou as desigualdades. Mulheres mais pobres foram mais atingidas também porque tiveram menos acesso a hospital e aos cuidados nos momentos de crise e de pico da pandemia.” Soraya afirma também que, por outro lado, pessoas com mais alternativas se sentiram menos motivadas a buscar a vacinação.

A pesquisa mais recente do SoU_Ciência também aponta que há um fator ideológico e político ligado à resistência à vacinação: 90% dos eleitores do presidente eleito Luiz Inácio Lula da Silva afirmaram terem se vacinado, contra 63% dos eleitores de Jair Bolsonaro. A pesquisa foi feita por telefone entre julho e agosto deste ano, com 1.200 respondentes levando em conta dados da Pnad 2021 e do Censo de 2010, além das proporções para regiões do país, idade, grau de escolaridade, gênero, raça, renda e classe social.

Questionada sobre se o movimento de desconfiança em relação à vacina de covid-19 pode afetar as demais imunizações no país, ela diz que sim. “Isso ganhou força porque a gente tem um governo que deu espaço para esses movimentos, para um kit covid, para não usar máscara, para a não vacinação. No momento em que o governo não só não valoriza [a vacinação], mas faz pouco-caso e propaganda contrária, isso é um reforço para esses movimentos.”

Copyright © Clipclap 2026.

Embora o movimento antivacina no Brasil tenha ficado marcado durante a pandemia, essa tendência parece ter se estendido para outras doenças, como a poliomielite, que era considerada erradicada no fim dos anos 1980. A baixa cobertura vacinal para a doença – de 35% de crianças de 1 a 5 anos este ano – e uma suspeita da doença no Pará acendem um alerta.

Segundo Natalia, para entender a piora é importante considerar que houve um enfraquecimento do PNI durante a gestão do presidente Jair Bolsonaro. “A gente não pode atribuir a queda da cobertura somente ao crescimento da hesitação vacinal. Ela é multifatorial e um dos fatores é certamente a falta de campanhas que tinha antes pelo PNI. Campanha exige financiamento, planejamento e publicidade, e isso o Brasil não tem feito há quatro anos.”

https://revistamarieclaire.globo.com/saude/vacinacao/noticia/2022/12/maes-sao-o-principal-alvo-da-propaganda-antivacina.ghtml

Veículo: Online -> Site -> Site Revista Marie Claire

Copyright © Clipclap 2026.