
Literacia em saúde e literacia mediática: os elementos mais considerados nas informações sobre vacinação

Health literacy and media literacy: the elements most considered in vaccination information

Tâmela Grafolin*, Paulo Serra**, Valeriano Piñeiro-Naval*** e Fábio Giacomelli****



Edição electrónica

URL: <https://journals.openedition.org/cp/11342>

DOI: 10.4000/cp.11342

ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Edição impressa

ISBN: 2183-2269

ISSN: 16461479

Refêrencia eletrónica

Tâmela Grafolin*, Paulo Serra**, Valeriano Piñeiro-Naval*** e Fábio Giacomelli****, «Literacia em saúde e literacia mediática: os elementos mais considerados nas informações sobre vacinação», *Comunicação Pública* [Online], Vol.15 nº 29 | 2020, posto online no dia 15 dezembro 2020, consultado o 21 junho 2021. URL: <http://journals.openedition.org/cp/11342> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/cp.11342>

Este documento foi criado de forma automática no dia 21 junho 2021.



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

Literacia em saúde e literacia mediática: os elementos mais considerados nas informações sobre vacinação

Health literacy and media literacy: the elements most considered in vaccination information

Tâmela Grafolin*, Paulo Serra, Valeriano Piñeiro-Naval*** e Fábio Giacomelli******

NOTA DO EDITOR

Recebido: 14 de julho de 2020

Aceite para publicação: 30 de setembro de 2020

NOTA DO AUTOR

* Investigadora associada LabCom – Comunicação e Artes da Universidade da Beira Interior e doutoranda em Ciências da Comunicação pela mesma universidade. Graduada em jornalismo pela Universidade Federal do Pampa (Brasil) e Mestre em Jornalismo pela Universidade da Beira Interior.

**Professor catedrático do Departamento de Comunicação, Filosofia e Política da Universidade da Beira Interior, Presidente do Instituto Coordenador de Investigação (ICI) e investigador associado ao LabCom – Comunicação e Artes da Universidade da Beira Interior. Presidente da Direção da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação.

***Professor auxiliar no Departamento de Sociologia e Comunicação da Universidade de Salamanca (Espanha), onde faz parte do Observatório de los Contenidos

Audiovisuais. É também membro integrado do LabCom – Comunicação e Artes da Universidade da Beira Interior.

****Jornalista e Mestre em Jornalismo. Investigador associado LabCom – Comunicação e Artes da Universidade da Beira Interior e doutorando em Ciências da Comunicação pela mesma instituição. Bolseiro FCT SFRH/BD/143944/2019.

Introdução

- 1 A informação sempre foi a fonte que nutre aquilo a que historiadores e sociólogos chamam “instinto de conhecimento” dos seres humanos. Esse instinto é responsável pela nossa proteção, pelo estabelecimento de relações e pela análise de juízos de caráter do próximo (Kovach & Rosenstiel, 2004). Barreto (1994) aponta a informação como agente mediador na produção de conhecimento. O autor ainda complementa:

A distribuição ou transferência de informação, contudo, está condicionada por uma limitação contextual e cognitiva. Para intervir na vida social, gerando conhecimento que promove o desenvolvimento, a informação necessita ser transmitida e aceita como tal (Barreto, 1994, p. 4).
- 2 No entanto, os espaços sociais onde a informação deve ser difundida não são homogêneos como o processamento técnico feito pela mídia. As pessoas diferenciam-se de acordo com o grau de instrução, nível de renda, religião, etnia, acesso à informação, confiança no canal de transferência, codificação e decodificação do código linguístico comum, etc. (Barreto, 1994). Partindo desse pressuposto, os meios de comunicação social necessitam adotar estratégias de distribuição que viabilizem a aceitação do produto final da informação. Barreto defende que por muito tempo a mídia foi um dos principais motores de democratização da informação, um canal de adaptação para distribuição e alcance de diversos públicos. Entretanto, o meio que mais tem se mostrado democrático em relação ao alcance da informação é a Internet. Com maior acesso e alcance, é necessário que o indivíduo tenha condições de elaborar este insumo, transformando-o em conhecimento (Barreto, 1994).
- 3 Na área da saúde, a informação é ainda mais essencial. Cavaca, Silva, Emerich, Santos-Neto e Oliveira (2018) destacam o papel dos meios de comunicação social e das novas tecnologias da informação e comunicação como insumo de saúde para a comunidade na qual estão inseridos. São esses meios que, a partir da visibilidade midiática de um tema, atuam como dispositivos legitimadores de prioridades, ou seja, apontam que aspectos devem ser debatidos no âmbito das questões de saúde e como.
- 4 Perante uma oferta ilimitada de conteúdos, como o indivíduo seleciona o que vai consumir é uma das áreas de estudo da comunicação em saúde. De acordo com Oliveira, Martins e Toth (2020), até metade do século XX, os meios de comunicação de massa tradicionais eram as principais fontes de informação sobre saúde em uma sociedade. Para os autores, embora a crise de confiança nas instituições jornalísticas e científicas se tenha iniciado antes da popularização da Internet, foi com a modificação do modelo de consumo, provocado pelo desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação, voltado para a personalização das informações oferecidas, que fez aumentar a procura de conteúdos informativos tanto *online* quanto nas redes sociais digitais. Nesse sentido, Oliveira, Martins e Toth (2020) ainda acrescentam que o jornalismo e a ciência, já em fase de desconfiança perante a sociedade, passam a

disputar o lugar legítimo de fala com atores variados e muitas vezes sem o conhecimento necessário.

Para além da incapacidade da ciência de cumprir as promessas da modernidade de resolver as mazelas sociais, as mensagens dissonantes da própria ciência e as disputas epistemológicas dentro do campo científico percebido pelo público impulsionam sentimentos de desconfiança sobre as informações relacionadas à ciência. Junto a esses fatores, o declínio da confiança sobre a ciência tem sido observado ao longo das décadas sobretudo em função de uma percepção sobre conflitos de interesse e politização da ciência (Oliveira, Martins, & Toth, 2020, p. 96).

- 5 Sem dúvida o desenvolvimento dos meios de comunicação social e, especialmente, a popularização da Internet foram um marco na quantidade de informações disponíveis sobre saúde. Embora tenha sofrido um declínio de 7%, em quatro anos, como uma das principais fontes de informação em Portugal, a Internet, de acordo com o Digital News Report 2019 do Reuters Institute¹, ainda é a ferramenta mais utilizada por 79% dos portugueses. O estudo, que representa uma parcela da população portuguesa que utiliza a Internet de forma assídua, também refere que 57% das pessoas obtêm informações através das redes sociais digitais, das quais o Facebook é a que mais se destaca. O Facebook já aparecia como uma das principais fontes de informação *online* no estudo *Públicos e Consumos de Média: o consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais dez países*², realizado em 2015 pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), instituição portuguesa reguladora dos meios midiáticos. No relatório da ERC, 69% das pessoas apontaram “ler notícias de imprensa no Facebook”.
- 6 As informações mediadas pela Internet oferecem a oportunidade adicional de disseminação tanto para a comunicação massiva quanto para a comunicação interpessoal. Enquanto a televisão, a rádio, os jornais e as revistas disponibilizam artigos com certa variedade de opiniões e novidades da ciência, a Internet permite o acúmulo e o armazenamento infinito de informações e possibilita que as pessoas tenham acesso a esse conteúdo sem sair de casa. Além disso, as redes sociais digitais ainda fornecem ajuda com a interpretação e a avaliação das informações sobre saúde. (Brashers, Goldsmith, & Hsieh, 2002).
- 7 Além do empoderamento e do controle sobre aspectos da própria saúde, a Internet serve como uma poderosa ferramenta no auxílio social e psicológico das pessoas. Moretti et al.(2012) destacam que a interação *online*, além de possibilitar a troca de experiências, facilita o debate entre especialistas e enfermos, ou seja, pode ser considerada um meio estratégico para manejar diversas condições clínicas. “Além de benefícios como melhora no convívio social e no aprendizado, redução da desesperança, melhor enfrentamento das situações de vida, maiores conhecimentos sobre a doença, alívio emocional e melhora clínica” (Moretti et al. , 2012, p. 651).
- 8 Apesar dos benefícios é preciso considerar o modo como as pessoas gerenciam a qualidade das informações recebidas pelas mídias. Brashers, Goldsmith e Hsieh (2002) ainda complementam esta informação escrevendo que, para além do perfil do indivíduo que busca a informação, tem de se considerar o que essa pessoa faz do conteúdo recebido. O “gerenciamento da informação inclui atividades comunicativas e cognitivas, como procurar, evitar e interpretar esses estímulos ambientais”³ (Brashers et al., 2002, p. 259). É preciso ter mais atenção aos conteúdos disponibilizados na Internet, justamente pela facilidade de acesso às informações e de produção e disseminação destas. Um dos objetivos de nossa pesquisa é justamente entender o processo de obtenção de informações sobre saúde, especialmente sobre vacinação

infantil, das famílias que responderam aos questionários, assim como a administração dessas informações nas suas tomadas de decisão.

- 9 Na rádio, na televisão e na imprensa, o conteúdo produzido sobre saúde, na maioria das vezes, conta com uma rede de fontes especializadas, com o trabalho de profissionais da comunicação que têm compromisso com aspectos éticos e morais além da própria credibilidade. Já na Internet, todos podem publicar. Garbin, Guilam e Pereira Neto (2012) salientam alguns aspectos negativos das informações difundidas na Internet. Para eles a variedade a que os indivíduos estão expostos pode gerar confusão, ansiedade e ainda mais incerteza. Muitas vezes, as informações em saúde veiculadas na internet são incompletas, incorretas, excessivas, fraudulentas e oriundas de fontes não credíveis (Brashers et al., 2002; Garbin et al., 2012). Nesse sentido, buscamos verificar o papel da literacia midiática e em saúde na gestão das informações obtidas pelos participantes do nosso estudo.

1. Literacia em saúde e Literacia midiática

- 10 A Organização Mundial da Saúde (OMS)⁴ define saúde como um completo estado de bem-estar físico, mental e social. Podemos considerar esta a definição mais simples do termo, porém inúmeras são as críticas a esse conceito. Lunardi (1999) aponta que um estado de completo bem-estar é algo inalcançável, para além de remeter a algo que deve ser buscado constantemente e que não leva em consideração a individualidade de cada ser humano e coloca todos na busca de um lugar comum. O senso comum aceita a percepção de saúde como ausência de doença, como um estado de completo bem-estar. Quando se aborda a literacia em saúde é a definição da OMS a mais utilizada, pois, como veremos a seguir, a literacia é um “conjunto de conhecimentos, atitudes e habilidades necessárias para que os sujeitos, no exercício da cidadania, sejam donos de uma autonomia que lhes permita cumprir com seus deveres e exercer os seus direitos” (Vargas, Pinto, & Marinho, 2019, p. 84). A literacia tem por base três competências-chave elementares, que são a leitura, a escrita e o cálculo; reflete a nossa capacidade de utilizar essas matérias de forma crítica e reflexiva para a cidadania e para a participação na esfera pública (Lopes, 2013). Como competências, Perrenoud (2002) define:

(...) a aptidão para enfrentar uma família de situações análogas, mobilizando de uma forma correta, rápida, pertinente e criativa, múltiplos recursos cognitivos: saberes, capacidades, micro competências, informações, atitudes, esquemas de percepção, avaliação e raciocínio (Perrenoud, 2002, p. 19).

- 11 Na presente pesquisa, buscamos levantar uma questão há muito debatida sobre a influência do nível de escolaridade no desenvolvimento da literacia do indivíduo. Lopes (2013) salienta que o baixo nível de literacia das populações tem sido associado aos baixos níveis de escolaridade. No entanto, a investigadora afirma que pesquisas empíricas demonstram que, “por um lado, a escolaridade parece ser a principal determinante em questões de literacia, por outro, a elevada escolarização não corresponde de forma linear e absoluta a um nível superior de competências” (Lopes, 2013, p. 82). Uma das precursoras do estudo sobre literacia em Portugal, Ana Benavente, e seus colegas publicaram em 1996 um estudo intitulado *A Literacia em Portugal: Resultados de uma Pesquisa Extensiva e Monográfica*, no qual afirmam que não se pode traçar uma correspondência absoluta entre “níveis de instrução formal” e “níveis

de literacia” porque o conceito da última se traduz em um conhecimento processual que é dinâmico e funcional, por ser centrado no uso de competências.

- 12 No campo da saúde, a literacia se baseia nessa perspectiva de apropriação de saberes ao apontar para a necessidade de desenvolver nas pessoas uma série de habilidades para que elas acessem, entendam, critiquem e utilizem as informações sobre saúde (Vargas, Pinto, & Marinho, 2019). Para Nutbeam (2000), a literacia em saúde é uma das consequências da promoção da saúde, que se refere a uma série de ações públicas direcionadas para melhorar o controle das pessoas sobre todas as variáveis que influenciam na área. A promoção da saúde não inclui apenas comportamentos individuais, mas políticas públicas, condições de vida e trabalho que interferem indiretamente no comportamento das pessoas relacionado com a saúde.
- 13 O conceito de literacia midiática, de acordo com Potter (2010), não possui um consenso, pois é compreendida de forma diferente por membros tanto da comunidade acadêmica, quanto da sociedade. Em seu trabalho de revisão da literatura sobre o termo literacia midiática, o autor conclui que todos os conceitos se apoiam em três ideias: a literacia midiática é um *continuum*, porque se desenvolve em patamares; é multidimensional, porque inclui todos os tipos de informação; e o objetivo da literacia midiática é a obtenção de mais controle sobre as interpretações do mundo que nos chegam através dos meios de comunicação.
- 14 De acordo com um documento do Parlamento Europeu, criado por um grupo de peritos em literacia midiática e intitulado *Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões: Uma Abordagem Europeia da Literacia Mediática no Ambiente Digital*⁵, em 2007, a literacia midiática pode ser definida como “a capacidade de aceder aos media, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspectos dos media e dos seus conteúdos e de criar comunicações em diversos contextos”. Essa capacidade, ou essas competências, começam a ser desenvolvidas nos primeiros anos de vida e, uma vez adquiridas, são usadas ao longo da vida de forma quase automática (Potter 2010, citado por Lopes, 2013).
- 15 Essas competências, obtidas ainda no início da vida, são responsáveis pelo nosso primeiro nível de literacia midiática, que irá se desenvolver ao longo da vida conforme nosso interesse. Lopes (2013) explica que o nível mínimo de literacia midiática permite o reconhecimento de referentes e símbolos, além do reconhecimento de padrões e modelos e a associação de significados. Nesse sentido, as notícias falsas surgem como uma armadilha na avaliação dos padrões e modelos a que estamos habituados, conforme veremos no próximo ponto.

2. Apropriação das características da notícia pelas informações difundidas na Internet

- 16 Até às duas últimas décadas do século XX, o jornalismo e os meios de comunicação tradicionais, como a rádio, a televisão e a imprensa escrita, eram os detentores do monopólio da fala com relação à divulgação de informações. A relação com o público consumidor era linear, e a participação de alguém de fora das redações era restrita às fontes utilizadas pelos profissionais da comunicação. Além das características do relacionamento entre consumidor e produtor, o material produzido pelos meios de comunicação possuía (e possui) aspectos estruturais, normativos e estéticos que

caracterizam o estilo jornalístico. Desde o surgimento do jornalismo, o gênero notícia é a razão de ser da instituição. De acordo com Traquina (2013), o gênero notícia pode ser caracterizado por três fatores: linguagem, forma e conteúdo. Linguagem porque o jornalismo é uma prática discursiva, com sua própria maneira de falar/escrever. Segundo Traquina (2013), uma das características desta linguagem é a sua qualidade de ser compreensível por todas as classes, com traços como frases curtas, parágrafos curtos, palavras simples, sintaxe direta e econômica, concisão e possibilidade de uso de metáforas para melhor compreensão do texto. No que se refere ao conteúdo das produções jornalísticas, o autor argumenta que diversos estudos chegaram à conclusão de que as notícias apresentam um “padrão” geral estável e previsível, que se deve à existência dos critérios de noticiabilidade, ou seja, à presença de valores-notícia compartilhados pelos membros da tribo jornalística. Embora seja importante referir estas características do trabalho jornalístico e como elas agiram na mente dos consumidores para o reconhecimento do que é uma notícia, na presente pesquisa compreendemos que traços tão específicos seriam difíceis de ser observados ou explicados pelas pessoas que responderam ao questionário; por esse motivo, utilizamos a percepção da estrutura geral de uma notícia, da organização textual e da estrutura composicional (explicadas no parágrafo a seguir) como forma de analisar a influência da literacia em saúde e da literacia midiática.

- 17 Nesse sentido, além de ser definida por um conteúdo específico, a notícia também se caracteriza pela sua organização textual ou estrutura composicional, que nos permite identificar e distinguir a notícia de outros textos, jornalísticos ou não. Van Dijk (1990) propõe categorias de superestruturas que identificam uma notícia; são elas: resumo (*headline* e *lead*), evento principal, *background*, consequências e comentários. Às categorias de Van Dijk, Silva e Silva (2012) acrescentam que a notícia-gênero possui um relato do tipo narrativo e um estilo verbal objetivo e simples, que ainda conta com recursos contextualizadores. Koch e Travaglia (2003) explicam que esses recursos são aqueles que “ancoram” o texto em uma situação comunicativa determinada. Eles podem ser contextualizadores propriamente ditos, como data, local, assinatura, elementos gráficos, ou contextualizadores perspectivos ou prospectivos, como título, autor, etc.
- 18 Essas características das notícias, na linguística, são consideradas *frames* evocados “para que a mente humana a compreenda (a notícia) como tal” (Barros, 2017, p. 630). Esse conjunto de frames é responsável pela compreensão dos gêneros de uma forma geral, e aqui especificamente do gênero notícia, e é considerado pelos linguistas um Modelo Cognitivo Idealizado (MCI). Logo, o MCI de uma notícia é formado por *frames* específicos de linguagem, formato, conteúdo e propósito. Do nosso ponto de vista, as notícias falsas também podem evocar os mesmos *frames* que uma produção jornalística ética e verdadeira.
- 19 Fante, Silva e Graça (2019) referem que as *fake news*, por exemplo, se apropriam de elementos do jornalismo, desde a estrutura narrativa até aos valores-notícia, para ganhar um *status* de acontecimento real. Para os autores, a produção das notícias falsas parte do jornalismo, tem como base o interesse comum em determinado tema, além do lugar (interesse geográfico e cultural) e da proximidade, mas se diferencia do jornalismo na presença de uma reafirmação/aproximação ideológica. Para Roxo e Melo (2018), um dos aspectos que impulsionaram o crescimento e a aceitação das *fake news* perante o público se deve justamente à apropriação da autoridade jornalística –

capacidade dos jornalistas de utilizar códigos de conhecimento coletivo – por outras áreas, ou seja, à “influência cultural do texto e de técnicas do jornalismo em outras produções – e que, em virtude dessa emergência, juntamente com mudanças tecnológicas que reduzem a assimetria entre jornalistas e sua audiência” (Roxo & Melo, 2018, p.4). Para além desses aspectos de apropriação do gênero notícia, as *fake news* também se aproveitam da crise de credibilidade enfrentada tanto pelo jornalismo como pela ciência. Conforme Roxo e Melo:

As notícias falsas divulgadas em redes sociais emulam o texto jornalístico para, com isso, também se apropriar do código social que legitima o trabalho jornalístico. No entanto, essa estratégia só tem condições de emergir (e ser mais ou menos bem-sucedida) porque há um enfraquecimento do pacto de credibilidade e, em consequência, da própria definição de notícia e de empresa jornalística (Roxo & Melo, 2018, p. 14).

- 20 Valero e Oliveira (2018) apontam que a credibilidade do jornalismo está em dúvida porque as informações inventadas ou distorcidas surgiram dentro da própria instituição. Os autores citam, como exemplo, as peças falsas publicadas em 1835 no jornal *New York Sun*, nos Estados Unidos, sobre uma possível existência de vida na Lua. Esse tipo de notícia, que apela ao sensacionalismo e transmite informações não verificadas, foi muito difundido no século XIX em um momento de crescimento dos jornais ajudado pelo avanço das tecnologias. Era o momento de vender mais e atrair anunciantes. Lazer et al. (2018) definem notícia falsa como uma informação fabricada que imita o conteúdo da mídia na forma, mas não no processo organizacional ou na intenção. No presente estudo, entendemos as *fake news* como artigos intencionalmente falsos, que se apropriam da forma das notícias reais e da sua legitimidade através do uso de bots de notícias, que imitam a onipresença do jornalismo, com a produção subsidiada por questões financeiras e ideológicas, e que têm o público como coconstrutor de suas narrativas (Allcott & Gentzkow, 2017; Tandoc, Lim & Ling, 2017).

3. Metodologia

- 21 Realizou-se um questionário investigativo, entre os meses de abril e maio de 2019, com o objetivo de avaliar se há relação entre o nível de escolaridade e os elementos mais considerados nas informações sobre saúde pelas famílias com filhos em idade de vacinação contra o sarampo (12 meses aos cinco anos). Nossa hipótese de relação entre escolaridade e literacia midiática e em saúde tem como base os estudos de Lopes (2013), nos quais a escolaridade parece ser a principal determinante em questões de literacia. O surto de sarampo acometeu, em 2018, a região norte de Portugal, infectando 112 pessoas, e outra situação semelhante aconteceu no final de 2018, dessa vez na região de Lisboa, afetando 37 indivíduos. Além de Portugal, outros 46 países na Europa também enfrentaram surtos de sarampo em 2018, com 82 mil pessoas infectadas e 72 mortes no continente⁶.
- 22 A amostra foi formada por famílias da cidade da Covilhã, interior de Portugal, que têm os filhos matriculados no pré-escolar de instituições públicas vinculadas ao Agrupamento de Escolas Pêro da Covilhã. O agrupamento possui seis escolas com jardim de infância e um total de 150 alunos com até cinco anos de idade – faixa etária indicada para a segunda dose da vacina contra o Sarampo, de acordo com o calendário de vacinação português. Partimos desta amostra de conveniência para posteriormente alargarmos o estudo às demais regiões. Utilizámos como método de pesquisa o

questionário, por meio da aplicação de questionários junto aos 150 pais ou responsáveis⁷. Para a distribuição dos questionários, fomos até às escolas e contamos com o auxílio dos professores dos jardins de infância para o envio do material aos pais através dos alunos e, dos 150 questionários entregues, recebemos 89 válidos. As análises estatísticas utilizadas na presente pesquisa são de dois tipos: por um lado, análises descritivas univariáveis (frequências e percentagens de todas as variáveis) e, por outro lado, análises inferenciais bivariáveis (correlações de Pearson: r) para verificarmos se havia relação entre o nível de escolaridade dos indivíduos e a percepção dos mesmo sobre a estrutura da informação em termos de contextualizadores das superestruturas criadas por Van Dijk (1986) e complementadas por Koch e Travaglia (1990), conforme citado na secção anterior.

- 23 O questionário é formado por 25 perguntas, sendo sete de múltipla escolha, que envolvem características sociais da amostra, como idade, nível de escolaridade, número de membros por família, assim como hábitos de consumo de informação, como assinatura de jornais e revistas, assinatura de serviço de Internet e canais de televisão, conhecimento sobre vacinas, a opinião sobre a eficácia desse método de imunização, compreensão do calendário nacional de vacinação, busca de informações sobre o tema, etc., conforme é possível observar na Tabela 1.

Tabela 1: Variáveis utilizadas no estudo

Perguntas/Variáveis
Gênero: () Masculino () Feminino () S/R
Faixa Etária: () até 18 anos, () 19-29 anos, () 30-39 anos, () 40-49 anos, () mais de 50 anos, () S/R
Quantos filhos possui? () 1, () 2, () 3, () 4, () mais de 4, () S/R
Sua família é composta por quantas pessoas? () 2, () 3, () 4, () 5, () 6, () mais de 6, () S/R
Você conhece o calendário de vacinação português? () Sim, () Não, () S/R
Você possui todas as vacinas que constam no calendário de vacinação português? () Sim, () Não, () Não sabe, () S/R
Todos os membros da sua família receberam as vacinas indicadas no calendário de vacinação português? () Sim, () Não, () Não sabe, () S/R
Quantos dos seus filhos são vacinados? () Todos, () Nenhum, () Alguns, () S/R
Voçê é: () a favor da vacinação, () Contra a vacinação, () Nem contra, nem a favor, () S/R
Você acredita na eficiência das vacinas? () Sim, () Não, () S/R
Qual seu nível de escolaridade? () Até Pré-escolar, () Até Ensino Básico 1, () Até Ensino Básico 2, () Até Ensino Secundário, () Ensino Profissionalizante, () Licenciatura, () Mestrado, () Doutorado, () S/R

Costuma ler, ouvir e/ou assistir notícias? () Sim, () Não, () S/R
Em sua casa, você tem acesso à: (Pode assinalar mais de um item) () Televisão (canais abertos), () Televisão (canais por assinatura), () Linha telefónica, () Internet () Assinatura de jornais, () Assinatura de revistas, () Aparelho de rádio, () Outros, () S/R
Que meio de comunicação costuma utilizar para ter acesso às notícias? Pode assinalar mais de um item. () Jornal Impresso, () Revistas, () Rádio, () Televisão, () Internet, () Outros, () S/R
Que conteúdos costuma acompanhar quando tem contato com as notícias? Pode assinalar mais de um item. () Saúde e Ciência, () Economia, () Cultura, () Política, () Policial, () Entretenimento, () Desporto, () Religião e Espiritualidade, () Outros, () S/R
Se costuma utilizar a Internet, você possui perfil em alguma rede social (Facebook, Twitter, Instagram, etc.)? () Sim, () Não, () S/R
Caso tenha respondido SIM à pergunta anterior, em quais redes sociais você possui perfil/conta? Pode assinalar mais de uma opção. () Facebook, () Twitter, () LinkedIn, () Instagram, () Snapchat, () WhatsApp, () Outro, () S/R
Se costuma utilizar a Internet para ter acesso às notícias, tem acesso de que maneira? Pode assinalar mais de uma opção. () Através de <i>websites</i> de empresas jornalísticas () Através de páginas no Facebook de empresas jornalísticas () Através do Facebook, mas conforme o que surge na minha linha do tempo () Através do Twitter () Através do LinkedIn () Através do Instagram () Através do WhatsApp () Através do Snapchat () Através do e-mail () Outras Redes Sociais Digitais () Outros <i>websites</i> () S/R
Na sua opinião, TODA NOTÍCIA publicada ou partilhada na internet é VERDADEIRA? () Sim, () Não, () S/R

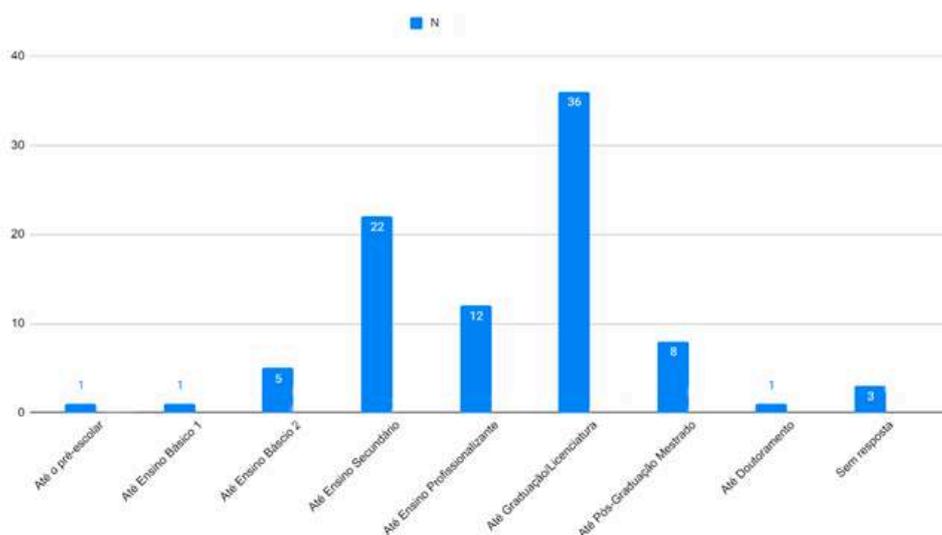
<p>Na sua opinião, para uma notícia ser considerada verdadeira quais características ela deve possuir?</p> <p><input type="checkbox"/> Assinatura da pessoa que escreveu/produziu a informação</p> <p><input type="checkbox"/> Ter o nome das fontes que deram as informações para a produção do conteúdo</p> <p><input type="checkbox"/> Ter fotografia</p> <p><input type="checkbox"/> Ter vídeo</p> <p><input type="checkbox"/> Ter áudio</p> <p><input type="checkbox"/> Ter sido veiculada por mais de um meio de comunicação social</p> <p><input type="checkbox"/> Ter sido partilhada na Internet por meios de comunicação social</p> <p><input type="checkbox"/> Ter sido partilhada na Internet por pessoas que você conhece</p> <p><input type="checkbox"/> Ter sido enviada para você por pessoas que você conhece</p> <p><input type="checkbox"/> Outros</p> <p><input type="checkbox"/> Não sabe</p> <p><input type="checkbox"/> S/R</p>
<p>Nas informações sobre saúde, você costuma acreditar no que lê na Internet? <input type="checkbox"/> Sempre, <input type="checkbox"/> Algumas vezes, <input type="checkbox"/> Nunca, <input type="checkbox"/> S/R</p>
<p>Quando recebe ou tem contato com algum tipo de informação sobre saúde, costuma verificar se esta informação é correta? <input type="checkbox"/> Sempre, <input type="checkbox"/> Algumas vezes, <input type="checkbox"/> Nunca, <input type="checkbox"/> S/R</p>
<p>Antes de vacinar seu filhos, buscou informações sobre as vacinas? <input type="checkbox"/> Sim, <input type="checkbox"/> Não, <input type="checkbox"/> S/R</p>
<p>Onde, ou com quem, você obteve informações sobre vacinação? Pode assinalar mais de uma opção.</p> <p><input type="checkbox"/> Centro de Saúde, <input type="checkbox"/> Hospital, <input type="checkbox"/> Médico de Família, <input type="checkbox"/> Outros profissionais de saúde, <input type="checkbox"/> Com sua família, <input type="checkbox"/> Escola, <input type="checkbox"/> Televisão, <input type="checkbox"/> Rádio, <input type="checkbox"/> Jornais, <input type="checkbox"/> Revistas, <input type="checkbox"/> Internet, <input type="checkbox"/> Outros, <input type="checkbox"/> Não sabe,</p> <p><input type="checkbox"/> S/R</p>
<p>Na sua opinião, qual – ou quais – o melhor lugar para obter informações corretas sobre vacinação?</p> <p><input type="checkbox"/> Centro de Saúde, <input type="checkbox"/> Hospital, <input type="checkbox"/> Médico de Família, <input type="checkbox"/> Outros profissionais de saúde, <input type="checkbox"/> Com sua família, <input type="checkbox"/> Escola, <input type="checkbox"/> Televisão, <input type="checkbox"/> Rádio, <input type="checkbox"/> Jornais, <input type="checkbox"/> Revistas, <input type="checkbox"/> Internet, <input type="checkbox"/> Outros, <input type="checkbox"/> Não sabe,</p> <p><input type="checkbox"/> S/R</p>

4. Resultados

4.1. Perfil da amostra

- 24 Dos 89 questionários que recebemos, podemos verificar que 76,4% das pessoas que responderam são do gênero feminino, têm idade entre os 30 e os 39 anos (46,1%) e têm dois filhos (44,9 %). Quanto ao nível de escolaridade, podemos observar no Gráfico 1 a maior incidência de familiares com licenciatura:

Gráfico 1 – Nível de Escolaridade

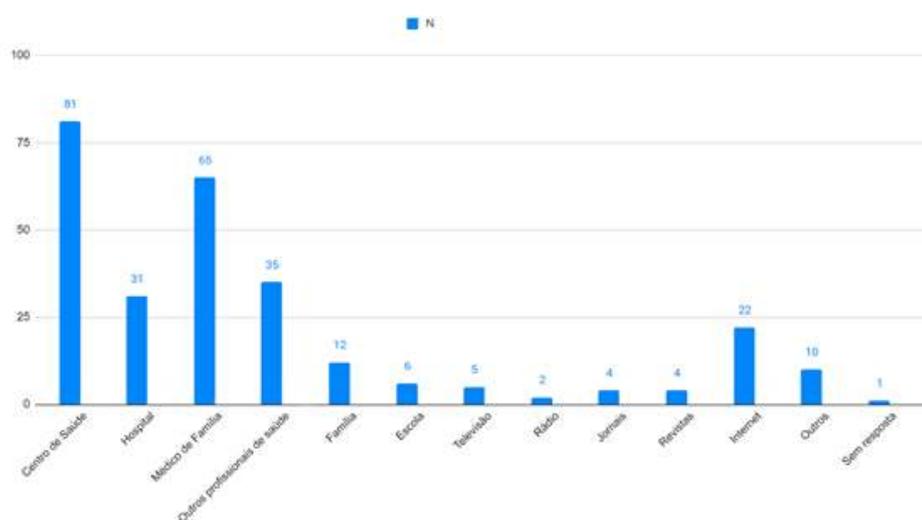


Fonte: Produção dos autores.

4.2. Vacinação

- 25 Verificou-se que 87,6% dos participantes afirmaram conhecer o calendário de vacinação português e 92,1% declararam confiabilidade na eficácia das vacinas. A maioria (69,7%) buscou informações sobre vacinas antes de decidir imunizar seus filhos. Essas informações foram acessadas principalmente no serviço de saúde, com profissionais e internet, como pode ser observado no Gráfico 2.

Gráfico 2 – Principais fontes de informação sobre vacinas

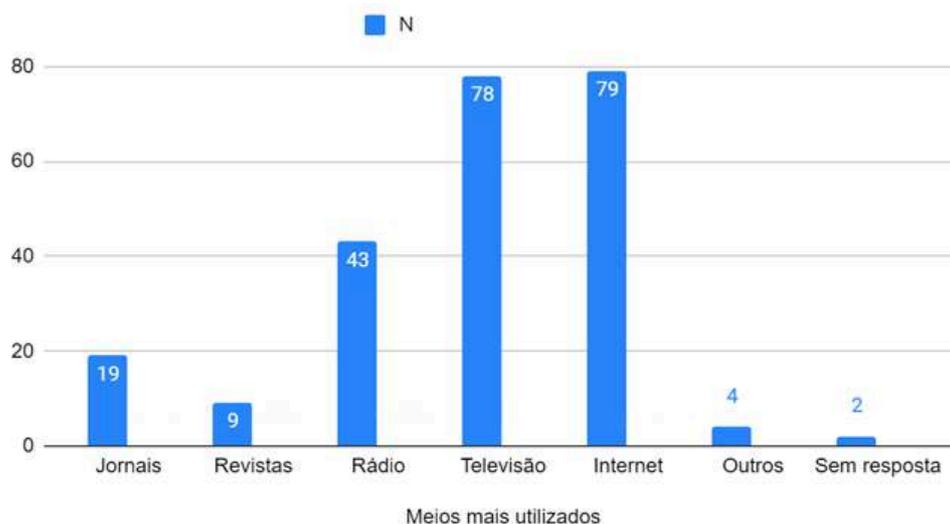


Fonte: Produção dos autores.

4.3. Hábitos de consumo midiático

- 26 A maioria costuma consumir algum tipo de notícia veiculada por meio da televisão e da Internet (Gráfico 3).

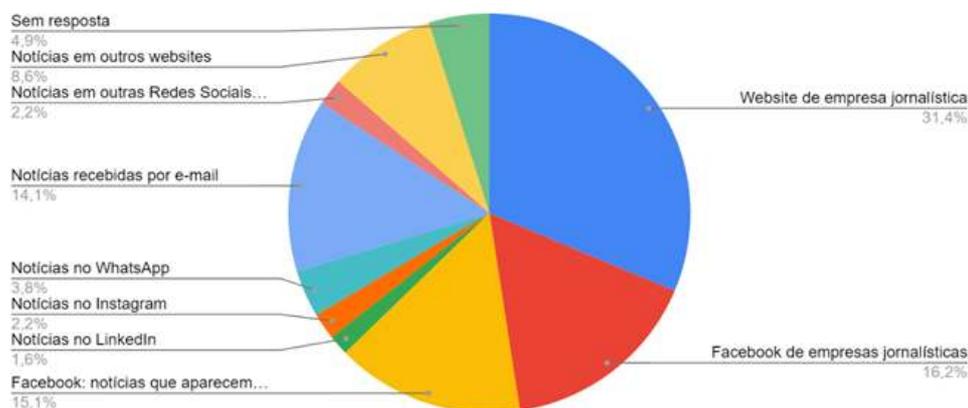
Gráfico 3 – Meios mais utilizados para obter informações



Fonte: Produção dos autores.

- 27 A análise da relação entre nível de escolaridade⁸ e o hábito de consumo de notícias, considerando a correlação de Pearson, não indicou significância estatística [$r(84) = -0,100; p = 0,359$].
- 28 Como podemos perceber através do Gráfico 3, a Internet é o principal meio utilizado por nossos inquiridos para aceder às notícias e informações de todos os tipos. Por esse motivo, questionámo-los também, enquanto na Internet, sobre como costumam consumir informações, as respostas podemos verificá-las no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Meios de informação mais utilizados na Internet

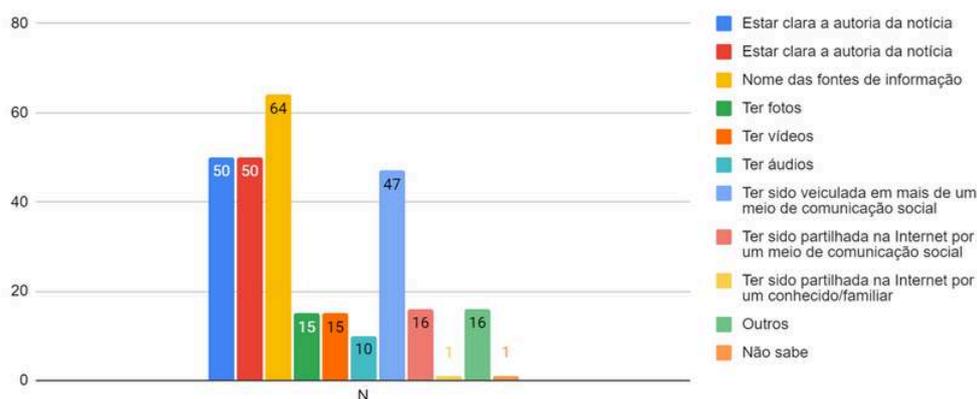


Fonte: Produção dos autores.

4.4. Consumo de informação: características e credibilidade

- 29 Um dos principais objetivos do nosso estudo foi verificar quais as características mais observadas pelos familiares nas informações para estas serem consideradas confiáveis. Partimos da questão “Toda notícia publicada e partilhada na Internet é verdadeira?”, na qual 91% dos inquiridos responderam que não, para, então, perguntarmos aos nossos inquiridos quais características consideram importantes e quais consideram dar credibilidade a uma notícia.

Gráfico 5 – Características da informação (em frequência)



Fonte: Produção dos autores.

- 30 O Gráfico 5 nos mostra que as principais características de uma notícia consideradas pelos inquiridos são a presença da autoria, ou seja, o nome da pessoa que produziu a informação, e também estar claro o nome das fontes que contribuíram para que aquela peça pudesse ser produzida. Para verificarmos se existe uma relação entre o nível de escolaridade e a avaliação das características da informação, utilizámos novamente o *software* SPSS e obtivemos o seguinte resultado: a correlação que existe entre o nível de escolaridade e a capacidade para interpretar a característica das notícias quanto à autoria é estatisticamente significativa [$r(84) = 0,381; p < 0,001$].
- 31 Quanto à presença do nome das fontes de informação utilizadas, a correlação que existe entre o nível de escolaridade e a capacidade para interpretar a característica das notícias quanto à presença do nome das fontes de informação também é estatisticamente significativa [$r(84) = 0,334; p < 0,01$].
- 32 Já no que refere ao meio de divulgação das notícias, os inquiridos, na sua maioria, responderam que, quanto mais meios de comunicação social veicularem a notícia, maior será a credibilidade da mesma. No entanto, não existe correlação entre o nível de escolaridade e a capacidade para considerar que, quanto mais meios de comunicação divulgarem uma informação, maior será a credibilidade dessa informação, pois a correlação não é estatisticamente significativa [$r(84) = 0,096; p = 0,380$].

Discussão dos Resultados

- 33 Como foi possível observar, nossa amostra é formada por pais ou familiares com uma faixa etária prevalente entre os 30 e os 39 anos e, na sua maioria, possuem licenciatura, além de terem declarado ter o hábito de consumir notícias, principalmente pela

Internet e pela televisão. Estamos cientes de que a amostra de nosso estudo apresenta uma predominância de inquiridos com ensino superior, o que limita a compreensão acerca dos demais públicos. No entanto, trata-se de um estudo exploratório que terá continuidade com uma amostra mais representativa. Mesmo assim, é importante destacar que o consumo de notícias por meio de jornais e revistas não é priorizado pelos indivíduos que participaram da nossa pesquisa, assim como a utilização da rádio. Também se verifica a tendência dos portugueses de utilizar a Internet como principal fonte de informação, com destaque para o uso de redes sociais digitais, especialmente o Facebook. Por se tratar de um estudo em fase de ampliação – sendo essa a primeira fase –, os dados aqui apresentados estão, ainda, limitados aos representantes educacionais de alunos de um dos Agrupamentos Escolares da cidade. Mas, para obtermos uma amostra que pudesse ser representativa, escolhemos o maior deles. A partir do contato com os professores responsáveis por cada turma, recebemos e classificamos como respostas válidas quase 60% dos questionários aplicados. Um número alto, dado a complexidade do Estudo em questão.

- 34 Embora uma grande parte dos inquiridos tenha afirmado que suas principais fontes seguem sendo os Médicos de Família e o próprio Centro da Saúde, chama a atenção, entre os dados coletados, a insignificante diferença entre televisão e a Internet no que tange ao meio de comunicação preferido para coleta de informações acerca das vacinações em Portugal. Visto que a faixa etária de maior resposta aferida pelos questionários se concentra nos 30-39 anos, e por essa classificação ser associada a uma Geração Y totalmente já adaptada às conexões em rede, surpreendeu-nos a taxa elevada de consumo televisivo, deixando as outras plataformas, como jornais, rádio e revistas, quase relegadas nesse quesito.
- 35 Outro dado a ser considerado diz respeito à pesquisa Digital News Report 2019, supracitada nesta investigação, que diz que o Facebook e o Facebook Messenger são as redes sociais digitais com maior volume de acesso e troca de mensagens entre os portugueses, fato que se comprova também quando o assunto é a vacinação, com mais de 31% dos inquiridos a responderem que buscam neste espaço esclarecimentos sobre o tema, seja em perfis de empresas jornalísticas, seja em publicações que acabam por surgir na linha do tempo a partir do algoritmo.
- 36 Apesar de ter nessa Rede Social Digital um grande espaço de consumo dessas informações, mais de 90% dos pais que participaram desta pesquisa responderam estar cientes de que nem toda publicação disponível nestes espaços pode ser tratada como informação verídica, estando a grande maioria de acordo que toda e qualquer informação deve vir acompanhada do nome do autor, ter clarificadas suas fontes, bem como ser referenciada por um meio de comunicação social. O número se relaciona com os 47,6% dos pais que responderam que, ao utilizar a Internet, buscam o conteúdo nos sites das empresas jornalísticas ou nos perfis destas empresas. Mesmo que tais dados representem uma pequena parcela da sociedade local, são dados que nos interessam a ponto de continuar com a investigação, pois tais números referem a força que a Comunicação Social ainda exerce entre as pessoas e ser essa uma parceira para a diminuição constante da propagação de desinformação.
- 37 Em relação ao desenvolvimento da literacia midiática, o que podemos retirar das respostas dos participantes de nossa pesquisa é que o nível e a evolução da literacia midiática têm mais relação com hábitos de consumo do que propriamente os níveis de escolaridade – conclusões que já haviam sido apontadas em estudos anteriores, como os

de Benavente et al. (1996) e Perrenoud (2002). Embora nossa amostra não seja suficiente para refletir resultados de abrangência nacional, por exemplo, compreendemos que se enquadra no grupo de estudos do sujeito em contexto. Quanto à literacia em saúde, quando começamos a pesquisa acreditávamos em um papel maior dos meios de comunicação social no desenvolvimento de conhecimentos sobre saúde na população. No entanto, o que observamos nos questionários aplicados foi a predominância dos profissionais da saúde como principais fontes de conhecimento acerca da vacinação e, no que se refere ao consumo pela Internet, as páginas de empresas jornalísticas ainda são as mais procuradas, o que demonstra um grau avançado no que Brashers et al. (2002) apontam como gerenciamento da informação através de atividades comunicativas e cognitivas.

Conclusão

- 38 O objetivo do nosso estudo foi verificar se o nível de escolaridade interfere na percepção do que o indivíduo considera características importantes para fiabilidade e credibilidade em uma informação sobre saúde, assim como os seus meios de divulgação. Nesse aspecto, muitas pesquisas divergem e até apontam distanciamentos entre o nível de escolaridade de um indivíduo e a literacia desenvolvida pelo mesmo. Sendo a literacia um conjunto de conhecimentos, atitudes e habilidades necessárias para o exercício da cidadania, ela é desenvolvida ao longo da vida tanto nos primeiros ensinamentos passados pela família, quanto nos transmitidos na escola, no local de trabalho, com os artefactos com que temos contato, e na sociedade na qual estamos incluídos.
- 39 Lopes (2013) nos diz que o nível mínimo de literacia midiática permite o reconhecimento de referentes, símbolos, padrões e modelos e a associação de significados; nesse sentido, também questionamos se a exposição frequente aos meios de comunicação sociais ou o uso destes nos torna mais capacitados para detetar a veracidade das informações. No entanto, no que toca ao consumo de notícias, não tendo relação com o nível de escolaridade, notámos que, das três características da informação mais assinaladas pelos inquiridos, apenas a presença da autoria da peça e do nome das fontes de informação têm relação significativa com o nível de escolaridade.
- 40 Neste estudo, após análise dos questionários, podemos considerar que o nível de escolaridade do indivíduo não interfere de maneira significativa nos seus hábitos de consumo de informação, assim como não tem relação com a sua percepção dos elementos da informação. Notámos que, para as pessoas que fazem parte da nossa amostra, as fontes, assim como sua credibilidade, são os fatores mais importantes no que se refere à obtenção de notícias ou de conteúdos sobre saúde. Dessa forma, a percepção da estrutura da narrativa ou a presença de elementos contextualizadores, como fotografia, áudio ou vídeo, pouco teve que ver com a confiança depositada pelos participantes desta pesquisa nas informações sobre a vacinação infantil.

BIBLIOGRAFIA

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Barreto, A. A. (1994). A questão da informação. *São Paulo em perspectiva*, 8(4), 3-8.
- Barros, L. (2017). Notícias da Internet, gênero em (Trans)formação: uma perspectiva cognitiva sobre notícias falsas no meio digital. *Anais do VIII Seminário dos Alunos dos Programas de Pós-Graduação do Instituto de Letras da UFF – Estudos de Linguagem* (vol. 1, pp. 625-640).
- Benavente, A., Rosa, A., Costa, A. F., & Ávila, P. (1996). *A literacia em Portugal: Resultados de uma pesquisa extensiva e monográfica*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Brashers, D., Goldsmith, D., & Hsieh, E. (2002). Information seeking and avoiding in health contexts. *Human Communication Research*, 28(2), 258-271.
- Cavaca, A., Silva, P., Emerich, T., Santos-Neto, E., & Oliveira, A. (2018). ‘Valor-saúde’: Critérios epidemiológicos potenciais para a comunicação e saúde. *Reciis – Revista Eletrônica de Comunicação Informação e Inovação em Saúde*, 12(1), 26-42.
- Correia, J. C. (2006). A representação jornalística da doença: Mecanismo de controlo social e espaço de mediação entre a ciência e a vida quotidiana. *BOCC*. Disponível em: <https://bityli.com/IOajH> (Consultado a 12 de janeiro de 2020).
- Dutta-Bergman, M. (2004). Primary sources of health information: Comparisons in the domain of health attitudes, health cognitions and health behaviors. *Health Communication*, 16(3), 273-288.
- Fante, A., Silva, T., & Graça, V. (2019). Fake news e Bakhtin: Gênero discursivo e a (des)apropriação da notícia. *Atas do VI Congresso Internacional de Ciberjornalismo*. Disponível em: <https://bityli.com/g1X1H> (Consultado a 26 de maio de 2020).
- Garbin, H., Guilam, M. C., & Neto, A. P. (2012). Internet na promoção da saúde: Um instrumento para o desenvolvimento de habilidades pessoais e sociais. *Physis*, 22(1), 347-363.
- Koch, I.V., & Travaglia L.C. (1992). *A coerência textual*. São Paulo: Contexto.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2004). *Os elementos do jornalismo - O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*. Porto: Porto Editora.
- Lazer, D., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ..& Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
- Lefevre, F., Lefevre, A. M., & Figueiredo, R. (2010). Comunicação em saúde e discurso do sujeito coletivo: Semelhanças nas diferenças e diferenças nas diferenças. *Boletim do Instituto de Saúde*, 12(1).
- Lopes, P. C. (2013). *Literacia mediática e cidadania: Práticas e competências de adultos em formação na Grande Lisboa*. (Tese de Doutoramento não publicada). ISCTE-IUL- Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, Portugal.
- Lunardi, V. (1999). Problematizando conceitos de saúde a partir do tema de governabilidade dos sujeitos. *Revista Gaúcha de Enfermagem*, 1(1), 25-40.
- Moretti, F., Oliveira, V., & Silva, E. (2012). Acesso a informação de saúde na internet: Uma questão de saúde pública? *Revista da Associação Médica Brasileira*, 38(6) 650-658.

- Nutbeam, D. (2000). Health literacy as a public goal: A challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century. *Health Promotion International*, 15(3) 259-267.
- Oliveira, T., Martins, R., & Toth, J. (2020). Antivacina, fosfoetanolamina e Mineral Miracle Solution (MMS): Mapeamento de fake sciences ligadas à saúde no Facebook. *RECIIS . Revista Eletrônica de Comunicação Informação e Inovação em Saúde*, 14(1), 90-111.
- Perrenoud, P. (2002). *Aprender a negociar a mudança em educação: Novas estratégias de inovação*. Porto: Edições Asa.
- Potter, W. J. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4) 675-696.
- Roxo, M. A., & Melo, S. (2018). Hiperjornalismo: Uma visada sobre fake news a partir da autoridade jornalística. *Revista FAMECOS*, 25(3).
- Silva, P. & Silva, M. (2012). Notícia: a fluidez de um gênero. *Anais do SIELP, Uberlândia/MG: EDUFU*, 01-13.
- Tabakman, R. (2013). *A saúde na mídia: Medicina para jornalistas, jornalismo para médicos*. São Paulo: Summus Editorial.
- Tandoc, E., Lim, Z., & Ling, R. (2017). Defining “fake news”. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153.
- Tomaél, M. I., (Org.) (2012). *Compartilhamento da informação*. Londrina: Eduel.
- Tomaél, M. I., Catarino, M.E., Valentim, M.L. P., Almeida Júnior, O.F., Silva, R.E., ... & Almeida, C.C. (2001). Avaliação de fontes de informação na Internet: Critérios de qualidade. *Informação & Sociedade*, 11(2), 13-35.
- Traquina, N. (2013). *Teorias do jornalismo: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional* (vol. II). Florianópolis: Insular.
- Valero, P., & Oliveira, L. (2018). Fake news: Una revisión sistemática de la literatura. *OBS* - Observatório*, 54-78.
- Vargas, J. R., Pinto, M., & Marinho, S. (2019). Desafios da comunicação na prática da literacia em saúde. In Z. Pinto-Coelho, S. Marinho & T. Ruão (Eds.), *Comunidades, participação e regulação. VI Jornadas Doutorais, Comunicação & Estudos Culturais* (pp. 84-96). Braga: CECS.
- Van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura e producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- Vasconcelos, A. (2005). Jornalismo de saúde-evidências de um processo de especialização. *Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura*, 5/6, 247-251. Disponível em: <https://bityli.com/szQU5> (Consultado a 11 de janeiro de 2020).
- Zhao, Y., & Zhang, J. (2017). Consumer health information seeking in social media: A literature review. *Health Information & Libraries Journal*, 34(4), 268-283.

NOTAS

1. Digital News Report 2019, disponível em <https://bityli.com/oMKpI>.
2. Públicos e Consumos de Média: o consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais dez países, disponível em <https://bit.ly/2S7Bs9F>.

3. Tradução dos autores para “*Information management includes communicative and cognitive activities such as seeking, avoiding, appraising, and interpreting those environmental stimuli*” (Brashers et al., 2002, p.259).
 4. Disponível em <https://bityli.com/LLArN>.
 5. Disponível em <https://bityli.com/hU4Wf>.
 6. Notícia publicada no *website* Observador.pt no dia 7 de fevereiro de 2019. Texto completo disponível em: <https://bityli.com/6wC33>.
 7. A aplicação dos questionários em escolas públicas teve a autorização da Direção-Geral da Educação, através do departamento de Monitorização de Inquéritos em Meio Escolar com número de registo 0650300002.
 8. Para a realização da *correlação de Pearson* foi necessário codificar a variável “Escolaridade” de forma diferente. Tivemos de alterar a variável de ordinal, com etiquetas hierárquicas, para uma variável de razão, quantitativa. A partir desta recodificação, utilizando variáveis *dummy* (0 = não e 1 = sim), fizemos a correlação com cada característica de forma distinta.
-

RESUMOS

A vacinação foi tema constante nos meios de comunicação social em Portugal, durante o primeiro semestre de 2018, devido ao surto de sarampo que acometeu a região norte do país e afetou 112 pessoas. Esse surto trouxe o debate sobre a vacinação de volta à mídia. Para avaliar o papel da informação na tomada de decisão dos familiares acerca da vacinação, realizou-se um questionário investigativo com pais, ou responsáveis, dos estudantes das escolas de ensino pré-escolar na cidade da Covilhã, Portugal. O objetivo foi avaliar se há relação entre o nível de escolaridade, o hábito de consumo de informações e a percepção dos elementos que mais são apreciados em uma informação sobre saúde. A amostra de conveniência foi constituída por 89 familiares. Como resultado de nossa pesquisa, podemos considerar que o nível de escolaridade do indivíduo não interfere de maneira significativa nos seus hábitos de consumo de informação, assim como não possui relação com as características mais apontadas como importantes em uma informação sobre saúde.

Vaccination was a constant theme in the social media in Portugal, during the first half of 2018, due to the measles outbreak that affected the northern region of the country and affected 112 people. This outbreak brought the vaccination debate back to the media. To assess the role of information in the decision making of family members about vaccination, an investigative survey was conducted with parents, or guardians, of pre-school students in the city of Covilhã, Portugal. The objective was to assess whether there is a relationship between the level of education, the habit of consuming information and the perception of the elements that are most appreciated in health information. The convenience sample consisted of 89 family members. As a result of our research, we can consider that the individual's level of education does not significantly interfere with their information consumption habits, as well as having no relation to the characteristics most pointed out as important in health information.

ÍNDICE

Keywords: media literacy, health literacy, information consumption, vaccination

Palavras-chave: literacia mediática, literacia em saúde, consumo de informações, vacinação

AUTORES

TÂMELA GRAFOLIN*

LabCom – Comunicação e Artes
Universidade da Beira Interior
Convento de Stº António
6201-001 Covilhã
tamela.grafolin@ubi.pt

PAULO SERRA**

LabCom – Comunicação e Artes
Universidade da Beira Interior
Convento de Stº António
6201-001 Covilhã
pserra@ubi.pt

VALERIANO PIÑEIRO-NAVAL***

OCA – Observatorio de los Contenidos Audiovisuales
Universidad de Salamanca
Paseo de Francisco Tomás y Valiente, s/n. 37007
Salamanca - España
vale.naval@usal.es

FÁBIO GIACOMELLI****

LabCom – Comunicação e Artes
Universidade da Beira Interior
Convento de Stº António
6201-001 Covilhã
fabio@ubi.pt