

Desinformação sobre vacinas no Brasil — quem compartilha e por quê?¹

Wladimir Ganzelevitch Gramacho²
Universidade de Brasília - UnB

Resumo

Este estudo investiga os fatores associados ao compartilhamento de desinformação sobre vacinas no Brasil, com foco na eficácia de intervenções baseadas em nudges de precisão da informação. Utilizando um experimento online com 3.793 participantes, testamos se nudges reduzem a intenção de compartilhar notícias falsas. Os resultados indicam que menor escolaridade, baixa renda, uso intenso de WhatsApp e TikTok, atitudes críticas às vacinas e apoio ao governo Bolsonaro aumentam a propensão ao compartilhamento. Por outro lado, assistir ao Jornal Nacional está associado à menor intenção de compartilhar desinformação. As intervenções com accuracy prompts, no entanto, não produziram efeitos estatisticamente significativos. Concluímos que, em contextos polarizados, intervenções leves podem ser insuficientes, sendo necessário investir em outras estratégias para conter a desinformação vacinal.

Palavra-chave: desinformação; informações falsas; vacinas; intervenções; nudges

Introdução

A disseminação de desinformação sobre vacinas representa um desafio global. Este estudo investiga os determinantes do compartilhamento de notícias falsas sobre vacinas, com foco na eficácia de intervenções baseadas em nudges de precisão da informação (accuracy prompts), utilizando um experimento online com 3.793 participantes. O objetivo foi verificar se tais intervenções reduzem a intenção de compartilhar desinformação vacinal.

Fundamentação Teórica

Três hipóteses explicam o compartilhamento de desinformação: (1) Confusão — pessoas compartilham por dificuldade em distinguir informação verdadeira e falsa (Pennycook et al., 2021); (2) Partidarismo — compartilhamento para reforçar identidades políticas e sociais (Kahan, 2017); (3) Falta de atenção — o design das plataformas reduz a atenção à veracidade do conteúdo (Pennycook et al., 2020).

¹ Trabalho apresentado no GP03 Comunicação e Desinformação, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² PhD em Ciência Política pela Universidade de Salamanca (Espanha). Professor Adjunto na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília – UnB. Membro do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da mesma instituição. E-mail: wggramacho@unb.br.

Eficácia dos Accuracy Prompts

Apesar de amplamente testados, os accuracy prompts têm efeitos inconsistentes. Uma meta-análise (Pennycook; Rand, 2022) indica que podem reduzir o compartilhamento de fake news em cerca de 10%, mas esses efeitos são menos robustos quando o tema é vacinação. Além disso, o uso da variável "discernimento de compartilhamento" tem limitações metodológicas, e a validade ecológica dos experimentos também é questionada (Roozenbeek et al., 2021).

Hipóteses

O estudo testa variáveis associadas à confusão (nível de informação, uso de mídia, escolaridade, renda e gênero), partidarismo (atitudes vacinais, apoio ao governo Bolsonaro e religião evangélica), desatenção (exposição aos nudges), e idade (variável de controle).

Método

O experimento foi conduzido entre julho e agosto de 2023. Os participantes foram expostos a 12 manchetes (6 falsas, 6 verdadeiras) e alocados aleatoriamente em três grupos: controle, nudge recente (que recebeu o prompt logo antes da bateria de questões sobre compartilhamento) e nudge distante (que o recebeu muito antes no questionário). A variável dependente do estudo é o número de notícias falsas que os indivíduos disseram que compartilhariam (com valores de 0 a 6).

Resultados

As análises mostram que o compartilhamento de desinformação vacinal no Brasil está significativamente associado ao uso frequente de *WhatsApp* e *TikTok*, menor escolaridade, menor renda e atitudes críticas às vacinas. A exposição ao Jornal Nacional associou-se à menor intenção de compartilhar, enquanto o Jornal da Record teve efeito oposto. O apoio ao governo Bolsonaro também se correlacionou positivamente com o compartilhamento de fake news. Em contraste, nenhuma das condições de accuracy prompt produziu efeitos estatisticamente significativos, nem na redução da intenção de compartilhar desinformação, nem na inibição de comportamentos de superdisseminação.

Superdisseminadores

Cerca de 13% dos participantes foram classificados como superdisseminadores (compartilharam quatro ou mais notícias falsas). Este grupo também se caracterizou por menor nível educacional, maior uso de *WhatsApp/TikTok*, atitudes críticas à vacinação e menor renda. Os accuracy prompts não se mostraram eficazes para reduzir a probabilidade de pertencer a esse grupo.

Discussão

Os resultados sugerem que intervenções como accuracy prompts, embora escaláveis e de baixo custo, não têm efeito significativo em contextos polarizados e com forte componente identitário, como o brasileiro. Outras estratégias devem ser testadas, mais especificamente com públicos com menor escolaridade e renda. Para grupos com motivações políticas ou ideológicas, intervenções sutis como nudges podem ser insuficientes.

Conclusão

Este estudo reforça que a propagação de desinformação vacinal está enraizada em fatores estruturais e atitudinais, e que intervenções leves como accuracy prompts não são suficientes para conter esse fenômeno no Brasil. Reforça-se a necessidade de desenvolver estratégias mais robustas e adaptadas aos diferentes perfis de disseminadores, incluindo os superdisseminadores (Grinberg et al., 2019).

Referências

- GRAMACHO, W. et al. (2021). **Political preferences, knowledge, and misinformation about COVID-19: The case of Brazil.** *Frontiers in Political Science*, 3, 646430. <https://doi.org/10.3389/fpos.2021.646430>
- PENNYCOOK, G. et al. (2021). **Shifting attention to accuracy can reduce misinformation online.** *Nature*, 592, 590–595. <https://doi.org/10.1038/s41586-021-03344-2>
- PENNYCOOK, G. & RAND, D. G. (2022). **Accuracy prompts are a replicable and generalizable approach for reducing the spread of misinformation.** *Nature Communications*, 13(1), 2333. <https://doi.org/10.1038/s41467-022-30073-5>

ROOZENBEEK, J. et al. (2021). **How accurate are accuracy-nudge interventions? A preregistered direct replication of Pennycook et al.** Psychological Science, 32(7), 1169–1178. <https://doi.org/10.1177/09567976211024535>

GRINBERG, N. et al. (2019). **Fake news on Twitter during the 2016 US presidential election.** Science, 363(6425), 374-378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>