

O impacto das informações falsas sobre as vacinas contra covid-19 nos Estados Unidos e no Reino Unido, Nature Human Behavior - Resumo por André Biernath

“O impacto das informações falsas sobre as vacinas contra covid-19 nos Estados Unidos e no Reino Unido”, Nature Human Behavior

<https://www.nature.com/articles/s41562-021-01056-1>

Esse estudo foi conduzido por especialistas do Imperial College London, da London School of Hygiene and Tropical Medicine, no Reino Unido, e da Universidade Washington, nos Estados Unidos.

O que eles fizeram foi medir o impacto que informações falsas podem ter na probabilidade de alguém se vacinar contra a covid-19.

Para isso, selecionaram 8.001 participantes, entre britânicos e norte-americanos. Todos passaram por entrevistas para saber o quanto eles estavam dispostos a receber ou não a vacina contra a covid-19 para proteger a si mesmos ou as pessoas ao redor.

Depois dessa primeira etapa, os participantes foram divididos em dois grupos. O primeiro, composto por 6.001 pessoas, foi submetido a um “regime” de informações falsas sobre as vacinas. O segundo, com 2.000 indivíduos, teve contato com fatos e informações verdadeiras sobre os imunizantes.

Na sequência, os cientistas repetiram as mesmas perguntas sobre a disposição para receber as vacinas contra a covid-19.

Os resultados: o número de participantes que “definitivamente” tomariam a vacina caiu 6,2% no Reino Unido e 6,4% nos Estados Unidos no grupo que recebeu informações falsas.

Isso indica, portanto, que isso pode ter um impacto direto na cobertura vacinal mínima necessária para atingir futuramente uma imunidade coletiva.

Outra observação interessante foi a de que as informações falsas que tinham um verniz “científico” eram mais críveis e aceitáveis para as pessoas.

Os autores também notaram que a influência das informações falsas pode variar bastante de acordo com o sexo, a faixa etária, a religião e a condição socio-econômica do indivíduo.

Por fim, outra descoberta interessante foi a de que mensagens sobre a vacinação que foquem em como essa atitude é capaz de proteger amigos e familiares têm mais ressonância e são mais convincentes em comparação com mensagens de proteção individual.

E isso, claro, pode fazer toda a diferença nas campanhas de comunicação necessárias para deslanchar a vacinação contra a covid-19 no mundo inteiro.