
A Checagem de Fatos em Redes Sociais On-Line no Combate à Desinformação sobre Mudanças Climáticas no Rio Grande do Sul

Fact-Checking on Online Social Networks in Combating Disinformation About Climate Change in Rio Grande do Sul

**Yago de Oliveira Costa (1),
Stefanie Gama de Nazaré (2),
Priscila do Socorro dos Santos Gomes (3),
Carla Gisely Furtado Matos (4),
Roberto Lopes dos Santos Junior (5)**

(1) Universidade Federal do Pará (UFPA), Brasil, yagodeoliver@gmail.com.

(2) stefanienazare@gmail.com, (3) priscila.gomes@icsa.ufpa.br

(4) carlagisely609@gmail.com, (5) robertolopes@ufpa.br



Resumo

As redes sociais on-line, como o Instagram, tornaram-se predominantes na disseminação de informações, mas também facilitam a propagação de desinformação. O objetivo desta pesquisa é analisar o perfil “Aos Fatos” e sua contribuição para a verificação de informações e o combate à desinformação sobre mudanças climáticas no Rio Grande do Sul, investigando a qualidade da informação disponível, identificando as ferramentas e recursos utilizados e analisando os principais desafios enfrentados pelo perfil. Metodologicamente, o estudo adota um estudo de caso, com análise de conteúdo qualitativa e avaliação quantitativa de métricas de engajamento, complementado por revisão bibliográfica sobre redes sociais on-line na disseminação de informações, o Instagram como fonte de pesquisa para obter informações desinformação, *fact-checking* e mudanças climáticas. Conclui-se que o perfil “Aos Fatos” atua de forma relevante na checagem de fatos e na educação informacional, contribuindo para a mitigação da desinformação climática e para o fortalecimento da confiança pública nas informações sobre mudanças climáticas.

Palavras-chave: Redes Sociais On-line; Desinformação; Mudanças Climáticas, Rio Grande do Sul.

COSTA, Yago de Oliveira; NAZARÉ, Stefanie Gama; GOMES, Priscila do Socorro dos Santos; MATOS, Carla Gisely Furtado; SANTOS JUNIOR, Roberto Lopes dos. A Checagem de Fatos em Redes Sociais On-Line no Combate à Desinformação sobre Mudanças Climáticas no Rio Grande do Sul. *Brazilian Journal of Information Science: research trends*, vol. 19, publicação contínua, 2025, e025040. DOI: <https://doi.org/10.36311/1981-1640.2025.v19.e025040>.

Abstract

On-line social networks, such as Instagram, have become predominant in the dissemination of information, but they also facilitate the spread of misinformation. However, the speed at which information is shared facilitates the spread of misinformation. The objective of this research is to analyze the profile of "Aos Fatos" given its contribution to the verification of information and the fight against misinformation about climate change in Rio Grande do Sul. The research is justified using on-line social networks for the dissemination of information and the need to combat misinformation. To this end, a case study was used as methodology, and a literature review on climate change, misinformation, dissemination, and quality of information on on-line social networks and data collection from the profile "Aos Fatos." It is concluded that the platform combats misinformation and has educational potential, highlighting the importance of fact-checking and the impacts of misinformation on society.

Keywords: On-line Social Networks; Disinformation; Climate Change, Rio Grande do Sul.

1 Introdução

Nos últimos anos, as redes sociais on-line tornaram-se plataformas predominantes para a disseminação de informações. Esses espaços virtuais possibilitam uma comunicação rápida, conectando pessoas de diferentes partes do mundo instantaneamente. Entre essas plataformas, o Instagram destaca-se não apenas como uma rede social de compartilhamento de imagens e vídeos, mas também como uma fonte de informações, desde tendências culturais até questões científicas.

Entretanto, a facilidade e a velocidade com que as informações são compartilhadas nas redes sociais on-line trazem também desafios consideráveis, especialmente no que diz respeito à disseminação de desinformação. Estima-se que cerca de 53% dos adultos nos Estados Unidos da América obtenham notícias através das redes sociais, mas 64% destes reconhecem que essas notícias são frequentemente imprecisas (Shearer; Mitchell, 2021).

As mudanças climáticas, por exemplo, são um tema de importância global que frequentemente sofre com a propagação de desinformação, afetando a compreensão pública e as ações políticas em relação ao meio ambiente. A partir disso, esta pesquisa busca responder à seguinte problemática: Como o perfil “Aos Fatos” no Instagram contribui para a verificação de informações e o combate à desinformação sobre mudanças climáticas no Rio Grande do Sul?

O “Aos Fatos” é uma agência de checagem de fatos (*fact-checking*) brasileira, independente e sem fins lucrativos, fundada em 2015. Seu objetivo principal é combater a desinformação e as

notícias falsas, verificando a veracidade de declarações públicas, dados e conteúdo que circulam na mídia e nas redes sociais on-line.

A escolha deste tema justifica-se pela crescente utilização das redes sociais on-line para a disseminação de informações e pela necessidade de combater a desinformação, especialmente em temas sensíveis como as mudanças climáticas. A atuação de perfis como “Aos Fatos” é importante para assegurar que o público receba informações verificadas e confiáveis, contribuindo para uma sociedade mais bem informada e consciente, na qual os usuários desenvolvam uma compreensão crítica sobre as fontes de informação e a maneira como estas são consumidas e compartilhadas.

Assim, este artigo tem como objetivos: (1) analisar o perfil “Aos Fatos” em relação à sua contribuição para a verificação de informações e o combate à desinformação sobre mudanças climáticas no Rio Grande do Sul; (2) investigar a qualidade da informação disponível no perfil; (3) identificar as ferramentas e recursos utilizados para verificar informações sobre mudanças climáticas; e (4) analisar os principais desafios enfrentados pelo perfil na verificação de informações sobre mudanças climáticas.

Metodologicamente, a pesquisa adota um estudo de caso sobre o perfil “Aos Fatos” no Instagram, complementado por uma revisão bibliográfica e pela análise de conteúdo das postagens publicadas durante o período das enchentes no Rio Grande do Sul, associando métodos qualitativos e quantitativos para compreender o alcance e a eficácia das ações de checagem.

2 As redes sociais on-line na disseminação de informações

Nas primeiras décadas do século XXI, as práticas de disseminação da informação desempenham papel considerável no avanço das atividades de pesquisa. De acordo com Dias (2005), esses serviços, consolidados na segunda metade do século XX, têm como propósito otimizar o empenho dos cientistas na busca e recuperação de informações pertinentes ao desenvolvimento de pesquisas no campo das ciências.

Nesse sentido, Barros (2003, p. 53) explica que o processo de disseminação de informações inclui duas características principais: “[...] o pressuposto de que há informações a serem

disseminadas e que o próprio processo envolve estratégias e técnicas de comunicação”. Por isso, a transferência de informação por meio desses serviços implica a vinculação direta às possibilidades de geração de conhecimento.

A análise da transferência de informação, seja em formato físico ou digital, envolvendo documentos e dados, revela que os benefícios dessa prática estão diretamente relacionados à produção de conhecimento. Caso contrário, ocorre uma divulgação unilateral que impacta a sociedade de forma desigual.

Considerando que o conhecimento está intrinsecamente ligado ao indivíduo, as ações de disseminação para transferência de informação devem atender aos requisitos que possibilitam a adaptação das informações e suas formas de acesso às diferentes ferramentas, serviços, públicos e contextos.

Ao se abordar a informação como conceito, é notório que está presente nas atividades humanas, como trabalho, estudo e lazer. Por isso, é importante frisar que:

A informação é considerada um recurso fundamental que deve estar à disposição e a serviço de todos: sociedade, instituições e, na mesma extensão, indivíduos. Com características específicas e mensuráveis que pode ser transformada em produto, algo que pode ser capitalizado e oferecem uma variedade de alternativas (Dias; Pires, 2003, p. 25).

Por ser relacional, a informação advém de um acontecimento que impacta o ambiente, reestrutura, modifica e subverte a construção de sua utilização e dos elementos indeterminados que compõem determinado contexto. Nesse processo, a informação e a comunicação representam a alteridade, a multiplicidade e a heterogeneidade, que, ao interagir com o meio, encontram no ambiente digital um espaço fluido e fértil.

Nesse sentido, surgiram serviços informatizados, bancos e bases de dados com o objetivo de consolidar sistemas voltados à recuperação e disseminação da informação. Nessa direção, Santos (2004, p. 7) observa que:

Atualmente disseminar informação através do uso intensivo das novas tecnologias equivale a pensar na transmissão de bits. O formato digital da informação representa ao mesmo tempo uma nova maneira de apresentar

conteúdos antigos, como também, a partir desta combinação inteiramente nova de fontes, é criada a possibilidade para que um novo conteúdo venha a ter origem.

As tecnologias digitais constituem importante suporte de colaboração ao profissional da informação, funcionando como facilitadoras no acesso ao conhecimento. Nesse contexto, destaca-se que:

As tecnologias da informação e comunicação tendem a encontrar formas mais ágeis de expressar conteúdo, com informações mais concisas e orientadas para públicos específicos. Essa é a técnica da aceleração, motivada pelo advento da internalização. A inserção de informações na mídia digital provoca uma maneira de comunicar diferenciada. Ela é extensiva, mais global e dificilmente poderá ser totalmente monitorada (Simeão; Miranda, 2005, p. 35).

As redes sociais on-line ampliam os diálogos interpessoais, possibilitam a criação de comunidades e favorecem a aproximação entre pessoas (Meta, 2025). Nesse espaço, os indivíduos atuam como nós em uma rede de troca, construção e disseminação de informações. Tais redes configuram-se como serviços desenvolvidos por instituições e acessíveis por meio de *websites* e aplicativos, destinados a facilitar a comunicação e o relacionamento entre usuários (Rodrigues, 2017).

Com o advento da internet e o desenvolvimento da linguagem de marcação *Hyper Text Markup Language* (HTML), em 1989, surgiram sistemas de informação destinados a auxiliar e suprir a troca de dados nas redes de informação entre indivíduos, grupos e instituições, conhecidos como redes sociais on-line (Rodrigues, 2017).

As primeiras redes sociais emergiram em 1997, com a plataforma digital “*Sixdegrees*”, que possibilitava a criação de perfis personalizados. Posteriormente, no início dos anos 2000, redes como *Orkut* (2004) e *Facebook* (2004) marcaram uma nova era na comunicação digital, ao permitir conexões e compartilhamento de conteúdo de forma inédita (Relva, 2015).

O Instagram, criado em 2010, destacou-se como uma plataforma voltada ao compartilhamento de fotos e vídeos, ganhando popularidade rapidamente (Francisco Junior; Santos, 2024). A ideia inicial partiu de Kevin Systrom, que convidou Mike Krieger, colega e veterano da Universidade de Stanford, para ser cofundador do projeto (Vilicic, 2020).

A seção a seguir analisa a dinâmica informacional do Instagram, destacando a forma como dissemina conteúdos digitais e como essa plataforma atua e influencia os processos de comunicação e interação entre os usuários.

3 O Instagram como fonte de pesquisa para obtenção de informação

Esta pesquisa visa explorar as redes sociais on-line, considerando, como afirma Capra (2008, p. 17), que a *internet* se tornou em uma "expressiva rede de comunicação global". Nesse sentido, dentro deste ambiente virtual digital, os usuários atuam como receptores, produtores, mediadores, disseminadores e comunicadores.

Embora uma comunidade social esteja vinculada à percepção de um grupo social definido por sua composição, a “rede”, que geralmente permanece oculta, pois só se revela nas interações, os recursos sociais na internet conseguem tornar públicas e influenciar essas estruturas sociais a partir da rápida dinâmica informacional contida em seus canais de comunicação (Boyd; Ellison, 2007).

A evolução da *internet* mencionada anteriormente e a estabilização de serviços *web*, como as plataformas de Redes Sociais On-line, permitem que as trocas de informações que ocorrem no ciberespaço circulem entre as esferas pública e privada (Fonteles *et. al.*, 2024). Assim sendo, os serviços oferecidos pelas redes sociais on-line em sua maioria são entretenimento e disseminação da informação, proporcionando uma interatividade entre os indivíduos dentro do ciberespaço, e possuem uma característica identificadora de cada usuário.

O Instagram, citada no decorrer do texto, é uma plataforma de rede social on-line administrada pela empresa Meta, que desde 2021, sob sua marca corporativa, gerencia diversos serviços de mídia social on-line (Meta, 2024b). A Meta tem impulsionado a evolução dessas plataformas, aumentando a interatividade humana no ambiente digital, apesar de envolver algumas controvérsias e polêmicas nos últimos anos.

Originalmente concebido como uma plataforma de compartilhamento de fotos, o Instagram evoluiu significativamente seu *lay-out*, tornando-se uma ferramenta para buscas rápidas, pesquisa

e obtenção de informações. Por meio de sua interface interativa, a rede social on-line permite que usuários acessem uma vasta gama de conteúdos, que vão desde notícias e tendências até insights sobre comportamentos de consumo e opiniões públicas. A Interface de Programação de Aplicação (API) “[...] de exibição básica do Instagram permite que os usuários do seu *app* obtenham informações de perfil básicas, fotos e vídeos nas próprias contas do Instagram” (Meta, 2024a).

O Serviço engloba todos os produtos, funcionalidades, serviços, tecnologias e *softwares* do Instagram que estão disponíveis dentro da plataforma, para apoiar a missão da plataforma, que diz o seguinte: “fortalecer seus relacionamentos com as pessoas e com as coisas que você adora” (Meta, 2025). Os serviços do Instagram visam, “[...] oferecer oportunidades personalizadas de criar, conectar, comunicar, descobrir e compartilhar” (Meta, 2025).

Além disso, a possibilidade de interação direta com as postagens e os criadores de conteúdo, por meio de comentários e mensagens, pode potencializar e enriquecer a pesquisa, permitindo a obtenção de perspectivas variadas. Dessa forma, o Instagram se posiciona não apenas como uma ferramenta de entretenimento, mas também como um canal de coleta e análise de informações em tempo real.

Com a rapidez e excesso da circulação de informação nesses ambientes digitais, surgem pontos positivos como a democratização do acesso, mas existem pontos negativos que podem afetar a percepção e influenciar o meio social. Portanto, para Medeiros (2013) às redes sociais on-line ou também chamadas de mídias sociais, possibilitaram a participação política de indivíduos que são marginalizados e excluídos das decisões públicas; por meio dos dispositivos tecnológicos e as plataformas desenvolvidas, que mesmo de forma limitada permitem aproximação de representantes e representados. Por outro lado, essas plataformas também podem ser vetores de *fake news* ou polêmicas, potencializados principalmente por segmentos da extrema direita (Fisher, 2023).

A partir dessas ideias, e do uso das redes sociais em um contexto mais conectado e globalizado, surgem então fenômenos informacionais, como a exemplo da desinformação, que para Araújo (2021, p. 6) uma de suas “[...] características está o questionamento da ideia de

existência de uma verdade absoluta, única, ou seja, não existiria uma resposta absolutamente correta sobre o que cada elemento da realidade significa”.

A partir desse contexto, na próxima seção, abordaremos a desinformação sobre eventos climáticos no Rio Grande do Sul, com o objetivo de compreender a dinâmica informacional no Instagram e os possíveis prejuízos causados à qualidade da informação.

4 Desinformação e mudanças climáticas

A recente tragédia climática no Rio Grande do Sul ocorrida entre abril e maio de 2024, considerada a maior da história do estado, mobilizou a sociedade e chamou a atenção para a desinformação. Em meio ao caos, redes de desinformação proliferaram inúmeras notícias falsas, o que afetou diretamente o trabalho do governo e de entidades comprometidas com a causa climática (Vianna, 2024). Em eventos históricos, é comum que grandes volumes de desinformação surjam, uma vez que a apuração dos fatos ainda está em andamento. Enquanto a população busca por mais informações, algumas pessoas aproveitam a atenção gerada para opinar sobre assuntos que desconhecem, contribuindo involuntariamente para a desinformação; já outras, de forma deliberada, espalham mentiras com o objetivo de obter engajamento (Academia Brasileira de Ciências, 2024).

No Brasil, autores identificam que a luta contra a desinformação climática requer a auditabilidade dos algoritmos e a reintegração do debate ambiental ao campo científico, considerando o impacto negativo que opiniões contrárias à preservação ambiental podem gerar (Salles *et al.*, 2023). A desinformação climática vai além das distorções de percepção; ela compromete a adoção de práticas sustentáveis e políticas eficazes. É importante compreender também que:

[...] o negacionismo climático não pode ser compreendido somente como ‘desinformação’ ou ‘ignorância’. Por um lado, trata-se de ação planejada e estrategicamente aplicada por determinados grupos políticos. Por outro, representa uma visão de mundo daqueles que não compartilham da mesma realidade dos sujeitos políticos que defendem causas ambientais (Miguel, 2022, p. 312).

A desinformação, como um sistema informacional, age para moldar a opinião pública conforme seus interesses, fato que ganha força com a *internet* (Bezerra; Schneider; Capurro, 2022). Conforme Fallis (2015) e Wardle e Derakhshan (2017), a desinformação tem várias faces e se divide em três tipos conforme o seu disseminador e de acordo com seu objetivo: *misinformation*, quando informações incorretas são compartilhadas sem intenção de causar danos; *disinformation* a disseminação deliberada de conteúdos falsos com intuito de prejudicar algo ou alguém; e *malinformation* o uso de informações verdadeiras com o intuito de causar danos, deslocando-as da esfera privada para a pública. Esses conceitos mostram a disseminação de informações falsas, parcial ou totalmente descontextualizadas, são amplificadas pelas tecnologias de comunicação, especialmente redes sociais e aplicativos de mensagens (Bezerra, 2018).

Segundo Vosoughi, Roy e Aral (2018). As redes sociais on-line precisam ser responsabilizadas pelo monitoramento e mitigação da desinformação, além de estabelecer políticas claras que auxiliem na diminuição de conteúdo falso e assim, no campo ambiental, colaborar com especialistas para reduzir seus impactos negativos. Considerando os aspectos da desinformação, o pesquisador climático John Cook identificou cinco principais técnicas empregadas por negacionistas climáticos para disseminar desinformação:

Quadro 1 - Principais elementos que definem o negacionismo climático

Expressão	Conceito
<i>Fake Experts</i> (Falsos Especialistas)	Cientistas ou pesquisadores que, sem domínio do tema, posicionam-se contrários ao consenso científico, como no caso das mudanças climáticas, criando a falsa impressão de que ainda há debate. Eles frequentemente atacam os verdadeiros especialistas, acusando-os de corrupção.
<i>Logical Fallacies</i> (Falácias Lógicas)	Raciocínios defeituosos com teor persuasivo, como afirmar que o clima sempre mudou, portanto, as atuais mudanças também são naturais. Essas falácias conectam causa e efeito sem relação comprovada.
<i>Impossible Expectations</i> (Expectativas Impossíveis)	Negacionistas exigem da ciência certezas absolutas, algo inviável. Questionam previsões climáticas a longo prazo, gerando confusão, mesmo com o consenso científico sobre as mudanças climáticas.
<i>Cherry Picking</i> (Supressão de Evidências)	Divulgar apenas dados favoráveis à tese defendida, ocultando outros que compõem a realidade completa, resultando em uma visão distorcida da situação.
<i>Conspiracy Theories</i> (Teorias da Conspiração)	Atribuem interesses ocultos aos consensos científicos, como a ideia de que as mudanças climáticas são parte de uma conspiração comunista.

Fonte: Adaptado de Sordin (2024) baseado em Cook (2020).

Conforme o quadro as principais estratégias do negacionismo climático são organizadas pelas iniciais FLICC (*Fake Experts, Logical Fallacies, Impossible Expectations, Cherry Picking e Conspiracy Theories*). Essas táticas enfraquecem o debate público e dificultam a compreensão da gravidade das mudanças climáticas ao questionar o consenso científico. Os *Fake Experts* introduzem pessoas sem qualificação como supostos especialistas para contestar evidências consolidadas, enquanto *Logical Fallacies* simplificam de forma enganosa questões complexas, como atribuir mudanças climáticas atuais a causas exclusivamente naturais. As *Impossible Expectations* exigem da ciência certezas, ignorando a natureza probabilística do conhecimento científico. O *Cherry Picking* manipula a percepção ao apresentar apenas dados convenientes, omitindo informações cruciais, e as *Conspiracy Theories* desacreditam a ciência ao vinculá-la a interesses ocultos ou ideologias.

Quando verificamos um conteúdo desinformativo podemos perceber que ao menos uma destas estratégias são usadas nas redes sociais. Essas estratégias comprometem a adoção de políticas climáticas necessárias e geram confusão na população. Assim, tendo como base o quadro 1, identificar essas técnicas ajudam no combate à desinformação, pois possibilita o uso do método, o "*prebunking*". Esse método consiste em ações que preparam e antecipam as pessoas para a exposição potencial à desinformação, mostrando as estratégias dos desinformantes e como é construído esses conteúdos falsos (Cook; Lewandowsky; Ecker, 2017). Enfrentar a desinformação exige investimento em educação científica e comunicação, reforçando o papel das evidências no debate público sobre mudanças climáticas.

A partir das ideias apresentadas, a subseção seguinte abordará sobre a desinformação climática ocorrida na região Sul do Brasil, implicando em aspectos da disseminação das informações em redes sociais on-line.

5 A desinformação climática no Rio Grande do Sul

Em resposta a crescente propagação de desinformação sobre as enchentes, o governo do Rio Grande do Sul criou um *website* específico para combater a desinformação e disponibilizou um canal no *WhatsApp* para a divulgação de informações confiáveis. No entanto, essas iniciativas

COSTA, Yago de Oliveira; NAZARÉ, Stefanie Gama; GOMES, Priscila do Socorro dos Santos; MATOS, Carla Gisely Furtado; SANTOS JUNIOR, Roberto Lopes dos. A Checagem de Fatos em Redes Sociais On-Line no Combate à Desinformação sobre Mudanças Climáticas no Rio Grande do Sul. *Brazilian Journal of Information Science: research trends*, vol. 19, publicação contínua, 2025, e025040. DOI: <https://doi.org/10.36311/1981-1640.2025.v19.e025040>.

não são exclusivamente dedicadas à verificação de fatos, o que pode resultar na dispersão das notícias entre outras comunicações oficiais.

Já o Instagram demonstrou um alto potencial de interação, conforme dados do Instituto Democracia em Xequê (2024), que registrou 1.126.963 interações entre 14 e 21 de maio de 2024, tornando-se a rede com maior engajamento sobre o tema das enchentes no Rio Grande do Sul. Entre 7 e 13 de maio, o assunto gerou 7,7 milhões de publicações nas redes sociais, incluindo *Facebook, Instagram, YouTube, X e TikTok*, das quais 4,3 milhões continham informações falsas. Esses dados reforçam a ação nessas redes sociais on-line, visto que muitos cidadãos as escolhem como meio para a obtenção de informação.

Como já alertado por pesquisadores, o sul do Brasil começaria a sentir os impactos das mudanças climáticas de forma mais intensa, com chuvas fortes e períodos de seca (Trentin, 2023). Entretanto, “[...] convencer a população sobre a realidade das mudanças climáticas permanece um desafio, agravado pela desinformação que dificulta a mobilização de recursos e a coordenação de ações de emergência [...]” (Aguiar; Monteiro; Batista, 2022, p. 69). Enquanto isso, a bancada política de extrema-direita e influenciadores se aproveitam dessas tragédias, utilizando a desinformação para minimizar os efeitos das mudanças climáticas e promover seus próprios interesses (Laboratório de Estudos de Internet e Sociais, 2024, p. 5).

Nesse contexto, o “Aos Fatos” destaca-se como uma organização jornalística. O “Aos Fatos” é uma organização jornalística independente, criada em 2015 com recursos próprios e registrada como sociedade limitada. Sua independência é reforçada pela ausência de vínculos com ONGs, partidos políticos ou esferas públicas, além de rejeitar publicidade programática para evitar interferências editoriais. Sustenta-se financeiramente por meio do licenciamento de conteúdos, prestação de serviços tecnológicos, patrocínios de projetos inovadores e um programa de membros.

Sob a direção de Tai Nalon, fundadora e diretora executiva, o Aos Fatos se destaca no combate à desinformação, seguindo rigorosos padrões éticos e consolidando-se como referência em jornalismo transparente e apartidário. Dedicada à investigação de campanhas de desinformação

e à checagem de fatos. Fundada em 2015, essa iniciativa atua em diversas plataformas digitais para mitigar e desmentir desinformações, especialmente em situações críticas, como as enchentes no Rio Grande do Sul (Escóssia, 2024).

Por conseguinte, a prática de *fact-checking* busca garantir que as informações divulgadas por figuras públicas, especialmente políticos, sejam verdadeiras. Esse método ganhou relevância durante as eleições presidenciais a partir de 2014, quando a disseminação de desinformação se tornou uma preocupação central no cenário político (Borcezi; Moraes, 2024).

Além disso, as agências de *fact-checking* geralmente utilizam o método de "*debunking*", ou seja, atuam desmascarando desinformação, assim:

O *debunking*, [...] é o conjunto de ações e estratégias de desmascarar ou desmentir informações falsas, enganosas ou incorretas já difundidas. Seu objetivo é esclarecer a verdade, apresentar evidências verídicas e desfazer os mitos e equívocos criados pela desinformação. Pode ser realizado por jornalistas, especialistas, organizações de verificação de fatos e outros meios de comunicação confiáveis (Academia Brasileira de Ciência, 2024, p. 8).

O aos “Aos Fatos” se concentra em verificar os posts com mais visualizações e temas em destaque, trabalhando para “[...] promover a verdade e combater a desinformação com transparência e inovação [...]” (Aos Fatos, 20[-]).”

Diante desse cenário, é evidente que a atuação de organizações especializadas na verificação de fatos pode reduzir o impacto da desinformação em emergências climáticas. Dessa forma, ao fornecer análises rigorosas, desmentir conteúdos falsos e promover a circulação de informações confiáveis, iniciativas como o perfil do “Aos Fatos” contribuem para qualificar o debate público, fortalecer a resposta institucional e apoiar a tomada de decisão da população em momentos de crise.

6 Procedimentos Metodológicos

A metodologia desta pesquisa foi desenvolvida com o objetivo de examinar de forma o perfil "Aos Fatos" no Instagram, especialmente no que diz respeito às práticas de verificação de informações e ao enfrentamento da desinformação relacionada às mudanças climáticas no Rio

Grande do Sul. Para isso, adotou-se um estudo de caso método, seguidos de uma revisão bibliográfica e de uma análise de conteúdo para realizar a coleta dos dados.

Inicialmente, realizou-se uma revisão bibliográfica para compreender o papel das redes sociais on-line na disseminação de informações e, posteriormente, entender o Instagram como fonte de pesquisa. Por fim, foram examinados estudos nacionais e internacionais sobre mudanças climáticas, desinformação, alfabetização midiática e mecanismos de checagem de fatos em ambientes digitais. Essa etapa permitiu construir o marco teórico da pesquisa, bem como identificar categorias analíticas relevantes para orientar a etapa empírica.

Na sequência, procedeu-se à coleta de dados a partir da análise de conteúdo das publicações do perfil "Aos Fatos" no Instagram, no período de 6 a 29 de maio de 2024. Utilizou-se um protocolo de seleção baseado em critérios temáticos: foram incluídas apenas as postagens que tratavam diretamente da temática das mudanças climáticas ou de conteúdos associados à desinformação sobre as enchentes no Rio Grande do Sul. Cada postagem foi registrada e analisada individualmente.

A análise do conteúdo seguiu procedimento sistematizado, composto por três etapas:

1. Identificação e categorização temática, classificando os conteúdos segundo tipos de desinformação e qualidade da informação.
2. Validação informacional, comparando as afirmações presentes nas postagens com dados de fontes oficiais, bases científicas e organizações especializadas em mudanças climáticas, a fim de verificar a precisão, consistência e confiabilidade das informações.
3. Avaliação comunicacional e engajamento, mediante o exame de indicadores quantitativos como curtidas, comentários, compartilhamentos e alcance estimado. Esses dados permitiram inferir o potencial das postagens para ampliar a conscientização pública e influenciar a circulação de informações verificadas.

Os dados coletados foram analisados por meio de uma abordagem qualitativa-quantitativa. A análise qualitativa buscou identificar padrões discursivos, estratégias comunicacionais utilizadas pelo perfil e elementos que caracterizam a abordagem do *fact-checking* no contexto das redes

sociais on-line. Já a análise quantitativa permitiu observar tendências de engajamento, alcance e repercussão das postagens, complementando a interpretação crítica dos resultados.

Por fim, os achados empíricos foram discutidos à luz do referencial teórico, permitindo compreender o papel desempenhado pelo perfil "Aos Fatos" na mitigação da desinformação climática e refletir sobre a contribuição das redes sociais para a circulação responsável de informações em emergências ambientais.

7 Apresentação e Discussão dos Resultados

Conforme citado, o perfil "Aos Fatos" no Instagram, @aosfatos, é uma plataforma jornalística dedicada à investigação de campanhas de desinformação e à checagem de fatos. Desde sua criação, o perfil já contabiliza 3.252 publicações, utilizando o método de checagem Radar. Essa ferramenta de monitoramento automático permite a detecção em tempo real de desinformações no Brasil, iniciando processos de verificação que envolvem análise de dados, consulta a fontes confiáveis e colaboração com especialistas. Isso facilita uma resposta rápida e precisa da plataforma.

Com uma base de 307 mil seguidores e 269 perfis seguidos, o "Aos Fatos" compartilha imagens, vídeos e infográficos para desmentir *fake news* e corrigir informações errôneas. No caso das mudanças climáticas no Rio Grande do Sul, o perfil demonstrou um rigoroso processo de verificação das informações.

Entre 6 e 29 de maio de 2024, foram identificadas 39 postagens relacionadas a desinformações sobre as enchentes no estado. Dessas, 32 se concentraram em desmentir informações falsas sobre doações, negação de ajuda governamental, declarações incorretas de figuras internacionais sobre a tragédia, e questões relativas à importação de arroz, dado que o Rio Grande do Sul é a principal fonte desse alimento no Brasil.

A seguir, apresenta-se o Quadro 2, que detalha quantitativamente as 32 postagens, com informações sobre data, total de posts, tipo de desinformação/*fake news*, correção feita e o impacto gerado.

Quadro 2 - Postagens com desinformações sobre as enchentes no Rio Grande do Sul identificadas pelo perfil "Aos Fatos" em maio de 2024

Data	Nº de Posts	Tipo de Desinformação	Correção Realizada	Impacto Gerado
06/05/2024	3	Vídeo antigo de enchente no México atribuído ao RS; alegação de bloqueio de doações por falta de nota fiscal; uso político de resgates.	Identificação da origem real do vídeo; esclarecimento de que doações não foram barradas; monitoramento apontou tentativas de desacreditar o governo.	Disseminação descontrolada de conteúdos; desconfiança em relação ao governo; fortalecimento de discursos ideológicos.
07/05/2024	2	Suposto impedimento de voluntários com jet skis e barcos; alegação de que apenas a Starlink fornecia internet.	Brigada Militar e governo negaram fiscalização; operadoras confirmaram funcionamento.	Expansão da crise e mobilização civil; promoção de marca em meio à tragédia.
08/05/2024	3	Golpes com Pix falsos; anúncios fraudulentos de doações pagos à Meta; vídeos com dublagens falsas de celebridades.	Publicação de guia de prevenção; identificação de anúncios fraudulentos; verificação de manipulação em vídeos.	Oportunidade para fraudes; falta de regulação da publicidade digital; sensacionalismo e engajamento em fake news.
09/05/2024	3	Formulário falso da Defesa Civil; vídeo de retroescavadeira alegadamente destruindo donativos; suposto bloqueio de caminhões com doações.	Esclarecimento da Secretaria de Desenvolvimento Social; Prefeitura de Encantado explicou que máquina organizava donativos; SBT confirmou fiscalização, sem bloqueio.	Necessidade de informação confiável; reaproveitamento de vídeos fora de contexto; uso político da crise.
10/05/2024	2	Múltiplas fake news circulando; alegação de envio de alimentos vencidos pelo governo federal.	Checagem de informações falsas; notícia descontextualizada de 2023.	Amplificação da desinformação; desconfiança no governo.
11/05/2024	2	Teoria de “armas climáticas” como causa da chuva; falsa promoção da Havan.	Especialistas destacaram causas climáticas; empresa desmentiu promoção.	Teorias conspiratórias em ascensão; tentativas de fraude em meio à crise.
12/05/2024	1	Governo Lula teria enviado mais alimentos a Cuba do que ao RS.	Correção dos dados: 387 toneladas para o RS e 125 para Cuba.	Uso político da tragédia.
13/05/2024	2	Golpes financeiros em doações; suposta	Alerta sobre perfis falsos; desmentidos sobre atuação militar.	Exploração da solidariedade; frustração popular.

COSTA, Yago de Oliveira; NAZARÉ, Stefanie Gama; GOMES, Priscila do Socorro dos Santos; MATOS, Carla Gisely Furtado; SANTOS JUNIOR, Roberto Lopes dos. A Checagem de Fatos em Redes Sociais On-Line no Combate à Desinformação sobre Mudanças Climáticas no Rio Grande do Sul. *Brazilian Journal of Information Science: research trends*, vol. 19, publicação contínua, 2025, e025040. DOI: <https://doi.org/10.36311/1981-1640.2025.v19.e025040>.

Data	Nº de Posts	Tipo de Desinformação	Correção Realizada	Impacto Gerado
		inatividade do Exército nos resgates.		
14/05/2024	2	Prefeitura de Canoas teria reembalado cestas com logotipos federais; postagens negando a gravidade das enchentes.	MDS e Prefeitura desmentiram reembalagem; especialistas confirmaram agravamento por fatores climáticos.	Desconfiança sobre doações; desinformação climática prejudicando a resposta.
15/05/2024	2	Vídeo falso sobre agressão ao prefeito de Canoas; alegação de doação de R\$ 17 milhões por Bolsonaro.	Vídeo era de reunião sindical no Ceará; checagem confirmou inexistência da doação.	Instigação de revolta; criação de falsas expectativas financeiras.
16/05/2024	2	Supostas medidas autoritárias do governo; link falso de doações redirecionando a cassino.	Identificação de imagens antigas e dados distorcidos; Google removeu a maioria dos links.	Polarização política e pânico; exposição a fraudes.
17/05/2024	1	Alegações falsas sobre libertação de presos, purificadores de água, jet skis e Defesa Civil de SP.	Esclarecimentos oficiais confirmaram transferências, liberação de equipamentos e atuação das equipes.	Pânico, desconfiança na segurança pública e deslegitimação de resgates.
20/05/2024	1	Suposto desvio de doações pelo governo.	Alegação desmentida.	Dificulta arrecadação e distribuição.
21/05/2024	1	Governador teria ignorado alertas meteorológicos; alegação sobre proteção ao Pampa pelo Código Ambiental.	Esclarecimento de que norma complementar não havia sido publicada.	Minimiza responsabilidade da gestão pública; desinformação ambiental.
22/05/2024	1	Importação de “arroz sintético” da China.	Alegação desmentida.	Pânico sobre abastecimento alimentar.
23/05/2024	1	Suposta doação de R\$ 17 milhões por Bolsonaro; alegação de proibição de doações usadas.	Checagem confirmou falsidade das duas alegações.	Narrativas políticas enganosas; dificuldade na mobilização de ajuda.
24/05/2024	1	Suposta falta de arroz devido às enchentes.	Informação corrigida: impacto limitado na colheita.	Pânico econômico e polarização.
27/05/2024	1	Alerta falso de evacuação em Canoas.	Exército negou risco de rompimento.	Pânico e desconfiança nas autoridades.

Data	Nº de Posts	Tipo de Desinformação	Correção Realizada	Impacto Gerado
29/05/2024	1	Alegações de que famosos ignoraram a tragédia; MST não ajudou nos resgates.	Informações desmentidas; movimento atuou com ajuda humanitária.	Polarização política e deslegitimação da solidariedade.
TOTAL	32			

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

De acordo com o Quadro 2, os dias com maior número de postagens de *fake news* ou desinformação foram 6, 8 e 9 de maio de 2024, cada um registrando três postagens. Esse aumento pode ser explicado pelo contexto da crise das enchentes no Rio Grande do Sul, que atingiu seu momento mais crítico nesse período. A intensa circulação de conteúdos nas redes sociais, aliada à necessidade urgente de informações e ao impacto emocional coletivo, criou um ambiente propício para a disseminação de desinformação.

Entre as 39 postagens analisadas, os principais tipos de *fake news* identificados incluem a manipulação de vídeos e imagens, com registros antigos ou fora de contexto usados para gerar pânico; a desinformação sobre ações do governo, como alegações falsas de impedimentos na entrega de doações e censura à ajuda voluntária; teorias da conspiração, como a afirmação de que as chuvas teriam sido causadas por "armas climáticas"; fraudes e golpes financeiros, envolvendo doações falsas e chaves Pix fraudulentas; além da desinformação política, em que a tragédia foi instrumentalizada para reforçar narrativas favoráveis ou contrárias a determinadas figuras públicas.

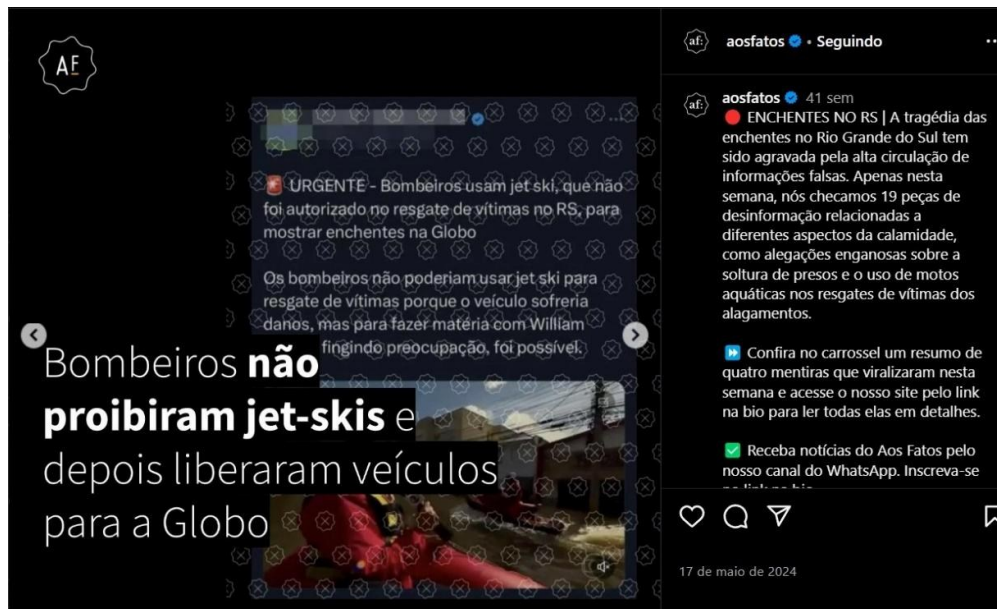
Diversos fatores explicam essa tendência de desinformação. O primeiro é o oportunismo político e ideológico, que leva grupos amoldarem narrativas conforme seus interesses. Além disso, o engajamento digital impulsiona a disseminação de *fake news*, pois conteúdos alarmantes tendem a viralizar rapidamente, ampliando visualizações e interações.

A dificuldade de checagem imediata também contribui para esse cenário, uma vez que, em momentos de crise, o grande volume de informações circulando faz com que muitas sejam compartilhadas sem verificação. Por fim, a vulnerabilidade emocional da população, sensibilizada pela tragédia, torna os conteúdos alarmistas mais críveis, favorecendo sua rápida propagação.

Assim, enquanto a crise das enchentes mobilizou amplas ações de solidariedade, também se tornou um terreno fértil para a proliferação de desinformação em diferentes frentes.

Entre os casos analisados, destaca-se uma publicação compartilhada no perfil do Instagram “Aos Fatos” em 17 de maio de 2024, mencionada no Quadro 2. A postagem verificava a alegação de que o Corpo de Bombeiros do Rio Grande do Sul teria proibido o uso de *jet-skis* no resgate às vítimas das enchentes, mas os teria utilizado para a gravação de uma reportagem do Jornal Nacional. A Figura 1 apresenta a postagem do perfil “Aos Fatos”, com o recorte da chamada e a imagem da *fake news* que circulava no Facebook. Além disso, destaca-se o trabalho da página na verificação de informações sobre as enchentes no estado.

Figura 1 – Postagem sobre o uso de *jet-skis* em operações de resgate



Fonte: Aos Fatos (2024a).

Em resposta às alegações que circulavam sobre a suposta proibição do uso de *jet-skis* nos resgates no Rio Grande do Sul, o Corpo de Bombeiros declarou ao "Aos Fatos" que nunca impediu a utilização desse equipamento. A corporação afirmou que, desde o início da operação, foi realizado um planejamento específico para o emprego das motos aquáticas nas áreas afetadas. Além disso, o perfil oficial da instituição divulgou vídeos que mostram o trabalho realizado nas

buscas pelas vítimas das enchentes, reforçando sua posição e combatendo possíveis desinformações sobre sua atuação.

Outro exemplo analisado na pesquisa, retirado do perfil do "Aos Fatos" e mencionado no quadro 2, refere-se a um vídeo editado e descontextualizado que circulou em redes sociais como *WhatsApp*, *Facebook* e *TikTok*. O conteúdo sugeria de forma enganosa que o ex-presidente Jair Bolsonaro teria doado R\$ 17 milhões à população gaúcha. Em 15 de maio de 2024, o "Aos Fatos" fez a checagem da informação, desmentindo a alegação e demonstrando como conteúdos manipulados podem distorcer a realidade e impactar a percepção pública (Figura 2).

Figura 2 – Recorte da publicação do vídeo ficcional de uma doação não existente



Fonte: Aos Fatos (2024b).

A checagem revelou que a alegação era falsa. O vídeo circulado apresentava uma fala de um homem que fez a afirmação de forma enganosa. No entanto, o vídeo original, publicado no *YouTube*, deixava claro que se tratava de uma situação fictícia e uma crítica ao ex-presidente e seus apoiadores. Não há registros de qualquer doação do tipo, seja por Bolsonaro ou por sua família. O recorte do vídeo utilizado para espalhar a informação falsa foi isolado, dando a falsa

impressão de uma doação real, demonstrando como a manipulação de contextos pode influenciar a opinião pública.

Além disso, foi realizada uma análise de uma das publicações do perfil "Aos Fatos", destacada na Figura 3, que permite analisar a interação de alguns perfis de usuários no Instagram. Essa análise evidencia, de forma concisa, as reações de contentamento e descontentamento em relação às informações fornecidas pela empresa "Aos Fatos" sobre as enchentes no Rio Grande do Sul.

Figura 1 – Recorte da publicação e da interação com o público.



Fonte: Aos Fatos (2024c).

Assim sendo, na Figura 3, observa-se que o PERFIL A comenta: “Vcs são essenciais demais! Obrigada por isso!”. O PERFIL B acrescenta: “obrigada por isso!!! Post mt necessário!!!”. Por outro lado, o PERFIL C crítica: “Eu acho que vocês precisam verificar melhor o que estão dizendo, carretas foram barradas sim. Tem vídeos da emissora SBT e Record mostrando, investiguem antes de postar”.

Dessa forma, o teor dos comentários feitos pelos dois primeiros perfis na publicação destaca a relevância do trabalho realizado pelo “Aos Fatos”, evidenciando a necessidade de esclarecer as informações de forma parcial, jornalística e investigativa.

No entanto, no comentário referente ao último perfil, foi observado um descontentamento baseado em suposições, alimentado por vídeos que circulam sobre veículos que teriam sido barrados pela fiscalização enquanto transportavam doações, tendo ainda uma suposta relação com emissoras midiáticas divulgando essas informações, alertando para uma investigação antes de postar algo relacionado as enchentes. Com isso, as pessoas acabam corroborando com o agravamento do problema devido ao ocultamento de informações.

Comparado a outras iniciativas de checagem de fatos, como “*FactCheck*” e “*Lupa*”, “Aos Fatos” se destaca pelo uso de ferramentas avançadas, como o Radar, e pela atuação em diversos meios de comunicação. Seu diferencial está na agilidade e precisão das verificações, tornando-o uma referência confiável no combate à desinformação.

O Radar do perfil “Aos Fatos” é uma ferramenta automatizada de monitoramento de desinformação que identifica, coleta e analisa conteúdos de baixa qualidade informacional circulando em múltiplas redes sociais-online. Dessa forma, o sistema utiliza algoritmos de processamento de linguagem natural, técnicas de ciência de dados e reconhecimento óptico de caracteres (OCR) para detectar padrões de engano em textos, imagens e vídeos, além de estimar o potencial de viralização das publicações monitoradas. Segundo a metodologia oficial, o Radar analisa publicações nas redes sociais para encontrar conteúdo desinformativo com base em aspectos de qualidade da informação (Aos Fatos, 2020).

Entretanto, desafios permanecem, como a velocidade com que *fake news* se espalham nas redes sociais e as limitações das ferramentas automatizadas na detecção de nuances em conteúdos desinformativos. A rapidez com que as informações incorretas se disseminam continua a ser um obstáculo significativo. Além disso, embora o Radar seja eficaz, ele não é infalível e pode enfrentar dificuldades em capturar o contexto completo de algumas postagens.

Além de corrigir informações falsas, o perfil "Aos Fatos" também atua na educação do público sobre como identificar e evitar a propagação de desinformação. A promoção da alfabetização midiática se torna um complemento essencial às suas atividades de checagem, ajudando a formar um público mais crítico e consciente.

Em suma, "Aos Fatos" se consolidou como um perfil que não apenas corrige erros, mas também contribui para a formação de um público mais crítico e informado nas redes sociais, combatendo a desinformação de forma eficaz e educativa.

8 Considerações finais

Pode-se constatar a importância do perfil "Aos Fatos" na verificação de informações e no combate à desinformação sobre mudanças climáticas no Rio Grande do Sul, oferecendo, mesmo de forma localizada, na manutenção da confiança do público nas instituições e promovendo maior compreensão dos desafios ambientais enfrentados.

A análise do perfil "Aos Fatos" revela que o combate à desinformação, especialmente em contextos de crises climáticas, exige uma abordagem multifacetada, que vai além da simples correção de informações falsas. Ao utilizar tecnologias avançadas como o Radar e adotar uma metodologia rigorosa na verificação de fatos, o "Aos Fatos" contribui para a disseminação de informações confiáveis, dando suporte a formação de uma consciência coletiva mais crítica sobre o tema ambiental.

Percebeu-se também que esses dados podem ser expandidos para análises sobre a continuidade da desinformação ao longo de 2024 e como o perfil a desmentiu neste período. Além disso, a identificação de dados comparativos com outros perfis de *fact-checking* e com perfis "oficiais" que propagaram desinformação pode enriquecer a investigação. Outra possibilidade de análise é o inter-relacionamento entre o perfil e o Instagram, considerando se a plataforma exerce algum tipo de interferência em seu funcionamento

Portanto, o trabalho realizado pelo "Aos Fatos" destaca a relevância crítica das iniciativas de *fact-checking* em detrimento a constante de desinformação muitas vezes ocorrida no Instagram,

assegurando que o público possa receber informações precisas diante dos desafios das crises climáticas.

No entanto, o combate à desinformação climática deve ser entendido como uma luta contínua. As estratégias de manipulação da informação estarão em constante mudança, exigindo que plataformas como "Aos Fatos" se adaptem de forma contínua suas ferramentas e metodologias.

Por fim, a pesquisa pretende, com esses resultados, oferecer discussões sobre como as redes sociais on-line podem ser utilizadas de forma eficiente para disseminar informações corretas e combater a desinformação, ressaltando a importância de iniciativas de *fact-checking* e a necessidade de plataformas como “Aos Fatos” atuante em diferentes redes sociais on-line.

Referências

- Academia Brasileira de Ciências. Desafios e estratégias na luta contra a desinformação científica. Rio de Janeiro: ABC, 2024. Disponível em: https://www.abc.org.br/wp-content/uploads/2024/06/Livro_-Desinformacao-Cientifica_-ABC_Junho2024.pdf. Acesso em: 04 jul. 2024.
- Aguiar, Claudio Gustavo Borges de; Monteiro, Patricia Ortiz; Batista, Andréia Jayme. Negacionismo e mudanças climáticas. Revista Ciências Humanas, [S. l.], v. 15, n. 3, 2022. Disponível em: <https://www.rchunitau.com.br/index.php/rch/article/view/922>. Acesso em: 4 jul. 2024.
- Aos Fatos. Postagem sobre o uso de jet-skis em operações de resgate [Instagram]. 17 maio 2024a. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/falso-bombeiros-proibiram-jet-skis-em-resgates-liberaram-globo/>. Acesso em: 10 jul 2024.
- Aos Fatos. Recorte da publicação do vídeo ficcional de uma doação não existente [Instagram], 15 de mai 2024b. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/gravacao-bolsonaro-dooou-17-milhoes-rs-ficcional/>. Acesso em: 10 jul 2024.
- Aos Fatos. Mentiras sobre enchentes no Rio Grande do Sul ocultam informações essenciais, atrasam socorro e ampliam crise [Instagram], 6 de mai 2024c. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C6pMOaGu2MX/?img_index=. Acesso em: 10 jul 2024.
- Aos Fatos Impacto. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/impacto/>. Acesso em: 1 jul. 2024d.
- Aos Fatos. Radar Aos Fatos: metodologia de redes. Out. 2020. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/radar/>. Acesso em: 1 dez. 2025.

- Araújo, Carlos Alberto Ávila. Infodemia, desinformação, pós-verdade: o desafio de conceituar os fenômenos envolvidos com os novos regimes de informação. *The International Review of Information Ethics*, Edmonton, Canada, v. 30, n. 1, 2021. Disponível em: <https://informationethics.ca/index.php/iric/article/view/405>. Acesso em: 1 jul. 2024.
- Barros, Maria Helena Toledo Costa. Disseminação da informação: entre a teoria e a prática. Marília: [s.n.], 2003.
- Bezerra, Arthur Coelho. Vigilância e cultura algorítmica no novo regime de mediação da informação. *Perspectivas em Ciência da Informação*, [s.l.], v. 22, n. 4, p. 68-81, out./dez. 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/zxgymJJ9DrB6xCKWtRfNHwq/>. Acesso em: 1 jul. 2024.
- Bezerra, Arthur Coelho; Schneider, Marco; Capurro, Rafael. O arco teleológico da ética da desinformação: dos pomadistas de Machado de Assis aos negacionistas da pandemia. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde*, [s.l.], v. 16, n. 2, p. 1-2, 30 jun. 2022. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/3250>. Acesso em: 21 ago. 2024.
- Borcezi, Daniela; Morais, Carlos Willians Jaques. Um olhar teórico e metodológico das pesquisas de fact-checking em jornalismo. *Cadernos de Comunicação*, [s. l.], v. 24, n. 1, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/ccomunicacao/article/view/35245>. Acesso em: 03 jul. 2024.
- Boyd, Danah M.; Ellison, Nicole B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, [s. l.], v. 13, n. 1, p. 210-230, 2007. Disponível em: <https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062?login=false>. Acesso em: 05 fev. 2023.
- Capra, Fritjof. **Vivendo redes**. O tempo das redes. São Paulo: Perspectiva, 2008.
- Cook, John. A history of FLICC: the 5 techniques of science denial. *Skeptical Science*. Disponível em: <https://skepticalscience.com/history-FLICC-5-techniques-science-denial.html>. Acesso em: 12 jan. 2025.
- Dias, Simone Lopes. A disseminação da informação mediada por novas tecnologias e a educação do usuário na biblioteca universitária. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Estadual Paulista. Marília, 2005. Disponível em: https://www.marilia.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/CienciadaInformacao/Dissertacoes/dias_sl_me_mar.pdf. Acesso em: 05 fev. 2023.
- Dias, Maria Matilde Kronka; Pires, Daniela. Formação e desenvolvimento de coleções de serviços de informação. São Carlos: EDUFSCAR, 2003.
- Escóssia, Fernanda da. Por que espalhar desinformação sobre as enchentes agrava a crise no Rio Grande do Sul. *Aos Fatos*, [s. l.], 08 maio 2024. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/desinformacao-tragedia-rio-grande-do-sul/>. Acesso em: 04 jul. 2024.

- Fallis, Don. What is disinformation? *Library Trends*, [s. l.] v. 63, n. 3, 2015. Disponível em: <https://www.ideals.illinois.edu/items/92058>. Acesso em: 04 jul. 2024.
- Fisher, Max. **A Máquina do caos**: como as redes sociais reprogramaram nossa mente e nosso mundo. São Paulo: Editora Todavia, 2023.
- Fonteles, Débora Matni [et al.]. Potenciais riscos à privacidade de dados pessoais em Serviços de Redes Sociais Online: uma Revisão Sistemática de Literatura, classificada a partir da Taxonomia da Privacidade. *Ciência da Informação em Revista*, [s. l.], v. 11, p. e15480, 2024. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/cir/article/view/15480>. Acesso em: 25 jun. 2024.
- Francisco Junior, Wilmo Ernesto; Santos, Mayra Kalliane Silva dos. Ciência no mundo digital: o que nos diz o Instagram? **Ciência & Educação (Bauru)**, v. 30, p. e24002, 2024.
- Instituto democracia em xeque. Narrativa e desinformação no contexto da crise climática do Rio Grande do Sul. [S.l.]: Institutodx, 2024. Disponível em: https://institutodx.org/wp-content/uploads/jet-form-builder/d117dca133c64bf78a4b7696dd007189/2024/05/DX-Narrativas-e-desinformacao-no-contexto-da-crise-climatica-do-Rio-Grande-do-Sul-2-22_05-1.pdf. Acesso em: 04 jul. 2024.
- Laboratório de estudos de internet e sociais. Enchentes no Rio Grande do Sul: uma análise da desinformação multiplataforma sobre o desastre climático. Rio de Janeiro: Netlab UFRJ, 2024. Disponível em: <https://netlab.eco.ufrj.br/post/enchentes-norio-grande-do-sul-uma-an%C3%A1lise-da-desinforma%C3%A7%C3%A3o-multiplataforma-sobre-o-desastre-clim%C3%A1ti>. Acesso em: 04 jul. 2024.
- Medeiros, Jackson da Silva. Considerações sobre a esfera pública: redes sociais na internet e participação política. *TransInformação*, Campinas, v. 25, n. 1, jan./abr. 2013, p. 27-33. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tinf/a/55V8ZbVsCHtdP6CCRRxgbWB/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 25 jun. 2024.
- Meta. Instagram Basic Display API Facebook for Developers, 2024. Disponível em: <https://developers.facebook.com/docs/instagram-platform>. Acesso em: 25 jun. 2024a.
- Meta. Company Info, 2024 Disponível em: <https://about.meta.com/company-info/>. Acesso em: 27 jun. 2024b.
- Meta, Company Info, 2025 Central de ajuda do Instagram. Disponível em: https://help.instagram.com/581066165581870/?helpref=hc_fnav. Acesso em: 20 jan. 2025.
- Miguel, Jean Carlos Hochsprung. A “meada” do negacionismo climático e o impedimento da governamentalização ambiental no Brasil. *Sociedade e Estado*, [s. l.] v. 37, n. 1, p. 293–315, jan. 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/se/a/wCDHY4RdNWSBZC5m6Q7fpBx/#>. Acesso em: 25 jun. 2024.

- Relva, Vitor. A partilha de informação e a aquisição de conhecimento nas Redes Sociais: a utilização do Facebook e do Google+ pelos estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. 100 f. Dissertação (Mestrado em Informação, Comunicação e Novos Media) — Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coimbra, 2015.
- Rodrigues, Fernando de Assis. Coleta de dados em redes sociais: privacidade de dados pessoais no acesso via Application Programming Interface. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade Estadual Paulista. Marília, 2017. Disponível em: https://www.marilia.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/CienciadaInformacao/Dissertacoes/rodrigues_fa_dr_mar-1.pdf. Acesso em: 1 jul. 2024.
- Salles, Débora [et al.]. The Far-Right Smokescreen: environmental conspiracy and culture wars on brazilian youtube. *Social Media + Society*, [s. l.], v. 9, n. 3, jul. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/205630512311968>. Acesso em: 1 jul. 2024.
- Santos, Paula Xavier. A dimensão política da disseminação da informação através do uso intensivo das tecnologias de informação e comunicação: uma alternativa à noção de impacto tecnológico. *DataGramaZero - Revista de Ciência da Informação* - [s. l.], v. 5, n. 4, 2004. Disponível em: <https://cip.brapci.inf.br/download/5649>. Acesso em: 25 jun. 2024.
- Simeão, Elmira; Miranda, Antônio. O texto virtual e os sistemas de informação. Brasília: Thesaurus, 2005.
- Shearer, Elisa; Mitchell, Amy. News use across social media platforms in 2021. Pew Research Center, [s. l.], 2021. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/journalism/2021/09/20/news-use-across-social-media-platforms-in-2021/>. Acesso em: 13 jun 2024.
- Sordin, Jaqueline. Como se espalham as ‘fakes news’ do clima, que prejudicam até a ajuda ao Rio Grande do Sul: tática de desvincular eventos climáticos extremos da ação humana nasce na indústria durante os anos 1970 e se incorpora ao discurso da extrema direita. Samaúma. Rio Grande do Sul, 2024. Disponível em: <https://sumauma.com/como-se-espalham-as-fake-news-do-clima-que-prejudicam-ate-a-ajuda-ao-rio-grande-do-sul/>. Acesso em: 25 jun. 2024.
- Trentin, Iran Carlos Lovis. A crise da agropecuária e as mudanças climáticas no Rio Grande do Sul-Brasil. *REVISTA FOCO*, [s. l.], v. 16, n. 11, p. e3361, 2023. Disponível em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/download/3361/2510/7917>. Acesso em: 4 jul. 2024.
- Viana, Natalia. A desinformação sobre desastres como do RS veio pra ficar: mas há como combatê-la. Pública. [s. l.], 14 maio 2024. Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/apublica.org/2024/05/a-desinformacao-sobre-desastres-como-do-rio-grande-do-sul-veio-pra-ficar-mas-ha-como-combate-la/%3famp>. Acesso em: 4 jul. 2024.
- Vilicic, Filipe. **O clique de 1 bilhão de dólares**: a incrível história do brasileiro Mike Krieger, fundador do Instagram. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2020.

Vosoughi, Soroush; Roy, Deb; Aral, Sinan. The spread of true and false news online. *Science*, [s. l.] v. 359, n. 6380, p.1146-1151, 2018. Disponível em:

<https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559>. Acesso em: 4 jul. 2024.

Wardle, Claire; Derakhshan, Hossein. Information Disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. [s. l.]: Council of Europe, 2017. Disponível em:

<https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>. Acesso em: 04 jul. 2024.

Copyright: © 2024 COSTA, Yago de Oliveira; NAZARÉ, Stefanie Gama; GOMES, Priscila do Socorro dos Santos; MATOS, Carla Gisely Furtado; SANTOS JUNIOR, Roberto Lopes dos. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons CC Attribution-ShareAlike (CC BY-SA), which permits use, distribution, and reproduction in any medium, under the identical terms, and provided the original author and source are credited.

Submetido: 19/06/2025

Aceito: 28/12/2025