



ENSINO, COMUNICAÇÃO e DEZINFORMAÇÃO

- Volume VII -

Experiências latino-americanas de combate à desinformação

Organizadores:

Gilson Pôrto Jr.

Sinomar Soares de Carvalho Silva



Observatório
Edições

Audiodescrição:

Capa de livro em formato vertical. Na parte superior, há uma composição abstrata com predominância das cores verde, amarelo, azul e branco. O fundo é verde-claro e sobre ele aparecem diversas formas geométricas, linhas retas, traços sobrepostos e elementos gráficos que lembram circuitos, mapas ou esquemas tecnológicos. Há também rabiscos em azul e áreas quadriculadas em azul-escuro e branco, criando um visual dinâmico e contemporâneo. Na parte central, uma faixa horizontal verde-escura traz o título em letras grandes e claras: "ENSINO, COMUNICAÇÃO e DESINFORMAÇÃO – Volume VII –". A palavra "DESINFORMAÇÃO" aparece em destaque, com o número "2" em amarelo substituindo a letra "S", formando visualmente "DESINFORMAÇÃO". Abaixo, em uma faixa verde mais clara, lê-se: "Experiências latino-americanas de combate à desinformação". Na parte inferior da capa, sobre fundo branco, aparecem os organizadores: Gilson Pôrto Jr. e Sinomar Soares de Carvalho Silva". À direita, está o logotipo da editora "Observatório Edições", composto por um símbolo gráfico com formas curvas em amarelo e verde, acompanhado do nome da editora em letras pretas. Fim da audiodescrição.

Gilson Pôrto Jr.
Sinomar Soares de Carvalho Silva
(Org.)

**ENSINO, COMUNICAÇÃO E
DESINFORMAÇÃO: vol. 7 –
experiências latino-americanas de
combate à desinformação**

Observatório Edições
2026

Diagramação/Projeto Gráfico: Gilson Pôrto Jr./ Sinomar Silva
Arte de capa: Adriano Alves.
Publicado em: Fevereiro/2026.

O padrão ortográfico e o sistema de citações e referências bibliográficas são prerrogativas de cada autor. Considerando as legislações nacionais e internacionais de ética em pesquisa, de propriedade intelectual e de uso de imagens, os autores de cada trabalho são plenamente responsáveis por todo seu conteúdo (inclusive pelos textos, figuras e fotos nele publicadas), isentando os organizadores de qualquer responsabilidade em todas as possíveis situações.



Todos os livros publicados pelo Selo Observatório/OPAJE estão sob os direitos da Creative Commons 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR

Dados Internacionais de Catalogação
Código de Catalogação Anglo-Americano AACR2

E59

Ensino, Comunicação e Desinformação: vol. 7 – Experiências latino-americanas de combate à desinformação [recurso eletrônico]. / Organização: Gilson Pôrto Jr. e Sinomar Soares de Carvalho Silva -- Palmas, TO: Observatório Edições, 2026.
166 p.

Contém bibliografia
ISBN 978-65-989351-8-4

1. Ensino. 2. Comunicação. 3. Comunicação – América Latina. 4. Desinformação. 5. Educação midiática. I. Pôrto Jr, Gilson. II. Silva, Sinomar Soares de Carvalho.

CDD 302.23098
CDU 37:316.776.23(7/8)
LCC PN4784.F27

Marcelo Diniz – Bibliotecário – CRB 2/1533. Resolução CFB 184/2017.

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Observatório Edições e/ou do OPAJE/UFT. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais. Todos os artigos passaram por avaliação dos pares.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS

REITORA
Profa. Dra. Maria Santana
Ferreira dos Santos

VICE-REITOR
Prof. Dr. Marcelo Leinerker
Costa

Pró-Reitor de Graduação
Profa. Dra. Valdirene de Jesus

Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação
Profa. Dra. Flávia Tonani

Pró-Reitor de Extensão e Cultura
Profa. M. Bruno Barreto

Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE-UFT)

Dra. Eliane Marques dos Santos
Dr. Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior
Dr. Fernando Rodrigues Peixoto Quaresma
Dr. José Lauro Martins
Dr. Nelson Russo de Moraes
Dr. Rodrigo Barbosa e Silva
Dra. Marli Terezinha Vieira

SELO EDITORIAL Observatório/OPAJE CONSELHO EDITORIAL

PRESIDENTE
Prof. Dr. José Lauro Martins

Membros:

Prof. Dr. Nelson Russo de Moraes
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP),
Brasil

Prof. Dr. Rodrigo Barbosa e Silva
Universidade do Tocantins (UNITINS), Brasil

Profa. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista
Universidade de Caxias do Sul; Universidade Federal do
Amazonas, Brasil

Profa. Dra. Thais de Mendonça Jorge
Universidade de Brasília (UnB), Brasil

Prof. Dr. Fagno da Silva Soares
Clio & MNEMÓSINE Centro de Estudos e Pesquisa em História
Oral e Memória – Instituto Federal do Maranhão (IFMA), Brasil

Prof. Dr. Luiz Francisco Munaro
Universidade Federal de Roraima (UFRR), Brasil

Prof. Dr. José Manuel Pelóez
Universidade do Minho, Portugal

Prof. Dr. Geraldo da Silva Gomes
Universidade Estadual do Tocantins, Brasil

Como Referenciar ABNT NBR 6023/2018

Documento no todo

PÔRTO JR, Gilson; SILVA, Sinomar Soares de Carvalho (org.). **ENSINO, COMUNICAÇÃO E DESINFORMAÇÃO: vol. 7 – Experiências latino-americanas de combate à desinformação**. Palmas, TO: Observatório Edições, 2026. 166 p. ISBN 978-65-989351-8-4.

Nos Capítulos

SOBRENOME, Nome; SOBRENOME, Nome. Título do capítulo. //: PÔRTO JR, Gilson; SILVA, Sinomar Soares de Carvalho (org.). **ENSINO, COMUNICAÇÃO E DESINFORMAÇÃO: vol. 7 – Experiências latino-americanas de combate à desinformação**. Palmas, TO: Observatório Edições, 2026.

SUMÁRIO

PREFÁCIO / 09

Gilson Pôrto Jr. e Sinomar Soares de Carvalho Silva

CAPÍTULO 1 - DESINFORMAÇÃO NA AMÉRICA LATINA: entre desigualdades digitais e resistências cidadãs / 15

Júnior Rafael

CAPÍTULO 2 - MAPEAMENTO CRÍTICO DAS INICIATIVAS DE FACT-CHECKING NA AMÉRICA LATINA: ecossistema, limitações e a questão decolonial no enfrentamento da desinformação / 45

Isaque Carvalho José e Júnior Rafael

CAPÍTULO 3 - HASHTAGS, ALGORITMOS E DISCURSOS DE ÓDIO: a articulação entre desinformação, gênero e migração no Instagram / 73

Raquel Tarullo e Yanina Frezzotti

CAPÍTULO 4 - ARQUITETURA DO NEGACIONISMO CLIMÁTICO COMO DESINFORMAÇÃO SISTÊMICA NO CONTEXTO BRASILEIRO / 99

Bianca Maria da Silva Melo, Daphane Leilane da Silva e Priscila Muniz de Medeiros

CAPÍTULO 5 - TEM VACINA PARA A DESINFORMAÇÃO? Análise sobre o personagem zé gotinha na comunicação pública digital / 129

Rafael de Araújo Melo e Juciano de Sousa Lacerda

ÍNDICE REMISSIVO / 155

SOBRE OS AUTORES E ORGANIZADORES / 161

Falar em desinformação na América Latina é, antes de tudo, reconhecer que não estamos diante de um fenômeno isolado, recente ou meramente tecnológico. Trata-se de um processo histórico, social e político que se reinscreve, com novas roupagens, em estruturas antigas de desigualdade, exclusão e assimetria de poder que marcam profundamente o continente. Este volume, **Ensino, Comunicação e Desinformação – Vol. 7: Experiências Latino-Americanas**, nasce justamente dessa compreensão ampliada: a de que compreender a desinformação exige ir além da denúncia do “conteúdo falso” e enfrentar os modos pelos quais informação, poder, cultura e educação se articulam na produção das realidades sociais.

A América Latina constitui um território singular para essa análise. Sua história é atravessada por processos coloniais, autoritários e dependentes que moldaram sistemas educacionais frágeis, ecossistemas midiáticos concentrados e democracias frequentemente tensionadas.

Nesse contexto, a circulação da informação nunca foi neutra. Ao contrário, sempre esteve vinculada a disputas simbólicas, interesses políticos e econômicos e à produção de silêncios estratégicos. A emergência das plataformas digitais e das redes sociais não rompeu com essa lógica; em muitos casos, apenas a intensificou, ampliando o alcance e a velocidade da desinformação, ao mesmo tempo em que aprofundou desigualdades já existentes.

É nesse cenário que se insere o **Capítulo 1 – Desinformação na América Latina: entre desigualdades digitais e resistências cidadãs**, no qual **Júnior Rafael** desenvolve uma leitura abrangente e crítica do fenômeno, articulando dimensões históricas, políticas e culturais. O autor evidencia como a desinformação se estrutura a partir da combinação entre dinâmicas algorítmicas, ausência de políticas consistentes de alfabetização midiática e contextos de desigualdade socioeconômica, afetando de maneira desproporcional populações vulnerabilizadas. Ao mesmo tempo, o capítulo destaca a emergência de resistências cidadãs, protagonizadas por iniciativas comunitárias, experiências educativas e práticas jornalísticas independentes, apontando caminhos possíveis para o fortalecimento da democracia e da participação social no continente.

Os capítulos reunidos neste livro partem de uma premissa fundamental: a desinformação não pode ser compreendida dissociada das condições materiais, culturais e educacionais de quem produz, circula e consome informação. Assim, o volume se afasta de leituras tecnicistas ou moralizantes, que reduzem o problema à irresponsabilidade individual dos usuários ou à suposta neutralidade das tecnologias. Em seu lugar, propõe análises críticas que situam a desinformação como um fenômeno estrutural, atravessado por desigualdades digitais, lógicas algorítmicas, modelos de negócio das plataformas e fragilidades institucionais.

Essa abordagem crítica se aprofunda no **Capítulo 2 – Mapeamento crítico das iniciativas de fact-checking na América**

Latina: ecossistema, limitações e a questão decolonial no enfrentamento da desinformação, de **Isaque Carvalho José e Júnior Rafael**. Os autores realizam um mapeamento sistemático das principais iniciativas de checagem de fatos na região, analisando suas estratégias de atuação, seus públicos-alvo e seus limites estruturais. O capítulo problematiza a centralização geográfica, linguística e epistemológica dessas iniciativas, discutindo seus desafios para alcançar comunidades indígenas, rurais e populações historicamente marginalizadas. Ao adotar uma perspectiva decolonial, o texto questiona a reprodução de modelos hegemônicos de verificação e propõe a necessidade de práticas mais contextualizadas, culturalmente sensíveis e socialmente inclusivas.

A dimensão discursiva e identitária da desinformação é explorada de forma contundente no **Capítulo 3 – *Hashtags, algoritmos e discursos de ódio: a articulação entre desinformação, gênero e migração no Instagram***, de **Raquel Tarullo e Yanina Frezzotti**. As autoras analisam como as plataformas digitais, em especial o Instagram, operam como espaços de amplificação de discursos de ódio e narrativas desinformativas que afetam diretamente mulheres e populações migrantes. O capítulo evidencia o papel dos algoritmos na visibilização seletiva de conteúdos, demonstrando como práticas aparentemente neutras de engajamento reforçam estigmas, desigualdades e violências simbólicas, ao mesmo tempo em que dificultam estratégias de enfrentamento e responsabilização.

A relação entre ciência, política e desinformação ganha centralidade no **Capítulo 4 – *Arquitetura do negacionismo climático como desinformação sistêmica no contexto brasileiro***, de **Bianca Maria da Silva Melo, Daphane Leilane da Silva e Priscila Muniz de Medeiros**. As autoras examinam o negacionismo climático como um fenômeno organizado, estrutural e estrategicamente articulado, que ultrapassa a simples negação de dados científicos. O capítulo demonstra como discursos negacionistas se constroem a partir de

redes políticas, econômicas e midiáticas, impactando políticas públicas, percepções sociais e processos educativos. Ao tratar o negacionismo como forma de desinformação sistêmica, o texto contribui para compreender seus efeitos duradouros sobre a democracia e a sustentabilidade.

Encerrando o volume, o **Capítulo 5 – *Tem vacina para a desinformação? Análise sobre o personagem Zé Gotinha na comunicação pública digital***, Rafael de Araújo Melo e Juciano de Sousa Lacerda, propõem uma reflexão instigante sobre comunicação pública, saúde e confiança social. A partir da análise do personagem Zé Gotinha no ambiente digital, os autores discutem os limites e as possibilidades da comunicação institucional no enfrentamento da desinformação, especialmente em contextos de crise sanitária. O capítulo evidencia como símbolos historicamente associados à saúde pública podem tanto fortalecer estratégias de educação e engajamento quanto ser apropriados, distorcidos ou esvaziados em ambientes digitais marcados pela polarização e pela circulação de narrativas enganosas.

No campo do ensino, o livro reforça a ideia de que educar para a informação não é apenas ensinar técnicas de checagem, mas formar sujeitos críticos, capazes de compreender os processos de produção de sentido, reconhecer interesses em disputa e atuar de forma consciente no espaço público. A educação midiática aparece, assim, como um campo estratégico de ação, que precisa ser articulado a políticas públicas, à valorização do jornalismo independente e à democratização do acesso às tecnologias digitais.

Este sétimo volume da coleção **Ensino, Comunicação e Desinformação** consolida um percurso coletivo de pesquisa, diálogo e compromisso acadêmico com os desafios contemporâneos da comunicação e da educação. Ao reunir diferentes vozes, abordagens e experiências latino-americanas, a obra reafirma que o enfrentamento da desinformação é, em última instância, um projeto

ético, político e pedagógico, comprometido com a justiça social, a pluralidade de saberes e o fortalecimento da democracia.

Que este livro sirva, portanto, como referência acadêmica e como convite à reflexão crítica e à ação coletiva.

Gilson Pôrto Jr. e
Sinomar Soares de Carvalho Silva
Palmas, Tocantins, verão de 2026

DESINFORMAÇÃO NA AMÉRICA LATINA: ENTRE DESIGUALDADES DIGITAIS E RESISTÊNCIAS CIDADÃS

Júnior Rafael

Introdução

A desinformação na América Latina configura-se como um fenômeno complexo e heterogêneo, atravessado por dimensões políticas, tecnológicas e sociais. Martins (2024) observa que as práticas de desinformação não se restringem à circulação de conteúdos falsos, mas integram estratégias coordenadas de manipulação discursiva, intensificadas por plataformas digitais que operam sob lógicas algorítmicas de segmentação e engajamento. Assim, a questão central que orienta este estudo é: de que forma a desinformação se manifesta em distintos contextos latino-americanos e quais iniciativas locais têm buscado enfrentá-la? Parte-se da hipótese de que a desinformação resulta da combinação entre ação de agentes estatais e privados, ausência de políticas eficazes de

alfabetização midiática e dinâmicas algorítmicas, mas que, simultaneamente, emergem estratégias locais de resistência e enfrentamento capazes de fortalecer práticas democráticas.

A relevância do estudo decorre de seus impactos em diferentes esferas da vida social. Na política e na democracia, a desinformação compromete a confiança institucional e intensifica a polarização, fragilizando processos deliberativos e eleitorais (Latinoamérica21, 2021). Na educação, o fenômeno afeta práticas de ensino crítico, pois estudantes e professores encontram-se expostos a bolhas informacionais e narrativas distorcidas que reduzem a credibilidade do conhecimento científico. No campo da cidadania, a circulação sistemática de conteúdos enganosos limita a participação pública informada e prejudica a capacidade de tomada de decisão consciente, sobretudo em populações com menor acesso a recursos digitais (Vogt, 2023).

Diante desse cenário, o objetivo do estudo é analisar práticas recorrentes de desinformação na América Latina, bem como iniciativas locais de enfrentamento, com ênfase nas desigualdades digitais e nas formas de resistência cidadã articuladas a partir de organizações comunitárias, iniciativas jornalísticas independentes e programas de educação midiática. Tal objetivo implica reconhecer que o problema não é apenas tecnológico, mas também social e político, exigindo um olhar crítico sobre como diferentes atores respondem a uma crise informacional que atravessa o continente (Martins, 2024).

Para alcançar esse objetivo, adota-se uma metodologia qualitativa de caráter exploratório, ancorada na hermenêutica. A abordagem qualitativa permite compreender o fenômeno da desinformação em sua complexidade, considerando os contextos culturais e políticos que moldam suas formas de circulação. O caráter exploratório justifica-se pelo estágio ainda em construção da pesquisa sobre desinformação no continente, que carece de delimitações rígidas e de análises empíricas mais amplas

(Latinoamérica21, 2021). Por fim, a hermenêutica sustenta a interpretação dos discursos e práticas relacionados à desinformação, permitindo compreender seus sentidos à luz de contextos históricos e sociais, o que possibilita identificar tanto os mecanismos de propagação quanto as resistências locais (Vogt, 2023). Este impacto é ainda mais severo para grupos historicamente marginalizados, como comunidades rurais, indígenas e mulheres na política, que enfrentam uma dupla vulnerabilidade: a exclusão digital e o *targeting*¹ por campanhas de desinformação que visam especificamente silenciá-las, como discutido adiante.

O corpus de análise que sustenta esta interpretação hermenêutica é composto por: (i) relatórios de organizações internacionais e institutos de pesquisa (ex: UNESCO, OII, Freedom House, etc); (ii) estudos de caso acadêmicos sobre países específicos; (iii) discursos de especialistas e representantes de entidades da sociedade civil; e (iv) a observação de enquadramentos midiáticos e narrativas de desinformação amplamente circulantes na região, tal como documentados pela literatura especializada.

Contexto histórico e social

A persistência dessas estruturas de poder ajuda a explicar por que, mesmo em ambientes digitais, a desinformação frequentemente replica velhos padrões de exclusão, servindo como uma ferramenta moderna de violência política e cultural. Como argumentam Levitsky e Ziblatt (2018), a erosão das normas democráticas é frequentemente um processo gradual, e a desinformação atua como um dos combustíveis desse processo,

¹ Targeting é um termo do marketing e da comunicação que se refere ao processo de segmentar e direcionar mensagens a públicos específicos, definidos por características demográficas, comportamentais ou de interesse. Quando combinado com dados digitais, permite um alto grau de personalização, como no microtargeting, em que cada indivíduo recebe conteúdos adaptados ao seu perfil.

normalizando a mentira e corroendo a confiança intergrupar, um fenômeno observável em vários contextos latino-americanos.

A comunicação política na América Latina possui raízes históricas profundamente marcadas por regimes autoritários e por mecanismos estruturais de censura que procuraram moldar o discurso público e restringir severamente o acesso à pluralidade informativa. Em países como Cuba, Nicarágua e Venezuela, governos utilizaram dispositivos legais e uma retórica de exceção para silenciar sistematicamente a imprensa crítica. Na Nicarágua, segundo Carlos Lauría², a imprensa independente foi praticamente desmantelada por meio de prisões, exílios e perseguições, estratégia que fortaleceu narrativas estatais e amplificou vozes de potências estrangeiras, como a russa (RT e Sputnik), para minar o livre fluxo de informação (Diálogo americas, 2025). Na Venezuela, campanhas de difamação e repressão seletiva a jornalistas visavam, sobretudo, destruir sua credibilidade pública e eliminar quaisquer críticas ao governo (Latam journalism review, 2025).

O advento da internet e das redes sociais redefiniu radicalmente os espaços de disputa informativa, mas também abriu novas frentes de controle. Tentativas oficiais de regular a desinformação podem, em contrapartida, ocultar agendas de censura e controle estatal. Carlos Jornet (2025), presidente da Sociedade Interamericana de Imprensa (SIP), adverte que “por trás de projetos que se apresentam com o propósito louvável de combater a desinformação, escondem-se frequentemente iniciativas que tendem à censura ou autocensura, para neutralizar o jornalismo investigativo ou silenciar oponentes”. Modelos autoritários tendem a usar essas mesmas plataformas digitais para exercer formas sutis e modernizadas de repressão, ao mesmo tempo em que degradam

² <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/para-jornalistas-nicaraguenses-exilio-e-a-perda-de-nacionalidade-sao-o-custo-de-reportar/>

progressivamente o ambiente público democrático (Levitsky; Ziblatt, 2018).

Para decifrar esta complexa teia, é fundamental recorrer ao arcabouço teórico de pensadores latino-americanos que focaram na intrincada relação entre mídia, cultura e poder. Jesús Martín-Barbero, em sua obra seminal, propõe uma mudança de paradigma ao afirmar que “não existe comunicação sem cultura, nem cultura sem comunicação”, ressaltando que os meios de comunicação devem ser compreendidos fundamentalmente como mediações culturais e não como meros veículos neutros de transmissão de informação (Martín-Barbero, 2009). Esta perspectiva permite analisar a desinformação não apenas como um conteúdo falso, mas como um produto de mediações culturais específicas e de conflitos de significação.

Germán Rey (2021) complementa essa perspectiva ao afirmar que os meios oferecem alternativas de leitura, caminhos de compreensão e de deciframento dos problemas de uma sociedade, mas podem reforçar distorções e fragmentações, com narrativas estereotipadas e descontextualizadas. Esta observação é crucial para entender como as plataformas digitais, herdeiras de certas lógicas midiáticas, podem simultaneamente informar e desinformar, construir e fragmentar o tecido social.

Néstor García Canclini, por sua vez, oferece uma análise contundente sobre a função política dos meios. Ele argumenta que o rádio, a imprensa e a televisão, em sua operação convencional, tendem a reproduzir a ordem social estabelecida e a editar ou silenciar vozes excluídas, preservando o status quo mesmo ao cobrir desigualdades (García Canclini, 1995). Esta lógica de exclusão não apenas persiste como se amplifica e se complexifica no ambiente digital.

Questões estruturais como a desigualdade socioeconômica e a exclusão digital intensificam dramaticamente a disseminação e o impacto da desinformação na região. O conceito de “incorporação digital adversa” (adverse digital incorporation), formulado por

Richard Heeks (2022), sublinha que ser incluído em sistemas digitais cujo design e operação favorecem primordialmente grupos mais privilegiados gera, na prática, mais desigualdade e exploração do que emancipação tecnológica. Isto é, a simples inclusão digital não é sinónimo de benefício; se operada sob lógicas perversas, pode reforçar vulnerabilidades preexistentes.

A profunda fragmentação cultural e linguística da América Latina constitui outro elemento central frequentemente negligenciado. Públicos diversificados — indígenas, afrodescendentes, grupos linguísticos minoritários — enfrentam obstáculos desproporcionais para uma produção e receção informativa verdadeiramente inclusiva. Esta pluralidade, que deveria ser uma riqueza, dificulta a circulação de narrativas minoritárias e, na prática, frequentemente favorece padrões hegemónicos de informação. A lógica algorítmica homogeneizante das plataformas globais tende a reduzir ainda mais essa representação, relegando grupos minoritários a espaços limitados e pouco visíveis (Colonialismo digital, 2025).

Assim, a desinformação também é utilizada como uma estratégia deliberada de violência política e cultural, com alvos muito específicos. Estudos indicam que mulheres, especialmente indígenas e afrodescendentes que ingressam na política, são alvo prioritário de campanhas coordenadas de difamação e violência digital, que hoje contam com o apoio de tecnologias de inteligência artificial para amplificar estereótipos de género e dificultar brutalmente a participação cidadã (Ríos Tobar, 2024). Este fenómeno evidencia de forma cristalina como a desinformação atua simultaneamente como censura, silenciamento e obstáculo à conquista de uma cidadania plena e igualitária.

Jovens e crianças, pela sua imersão digital precoce e em desenvolvimento, são outro grupo particularmente vulnerável. Um estudo recente descobriu que os americanos com menos de 25 anos eram os mais propensos a acreditar em informações erradas e isso

intensificou-se durante a pandemia da Covid-19 (Wardle; Derakhshan, 2017). A mudança geral no engajamento dos jovens com a informação – caracterizada pelo uso intensivo de mídias sociais digitais e pela exposição a grandes volumes de conteúdo, muitos não objetivos ou baseados em fatos – tem sido associada a impactos negativos na sua saúde mental, na construção de uma identidade positiva e no seu engajamento cívico. A exposição a conteúdos nocivos, o *cyberbullying*, discursos de ódio e a constante comparação social negativa intensificam sentimentos de insegurança e ansiedade, comprometendo a sua percepção positiva de si mesmos e dificultando o desenvolvimento de uma participação cidadã consciente e crítica.

Plataformas digitais e dinâmicas de desinformação

Na América Latina, a circulação de desinformação ocorre de modo diferenciado entre plataformas abertas e ambientes semipúblicos/privados, com destaque para *WhatsApp*, *Facebook*, *TikTok* e *X/Twitter*. Pesquisas comparativas em países de renda média que incluem Argentina, Brasil e México mostram prevalência elevada do *WhatsApp* como infraestrutura de comunicação cotidiana e informativa (Pew research center, 2024). No caso brasileiro e mexicano, a centralidade de aplicativos móveis e do acesso predominantemente por *smartphone* amplia o papel das redes como porta de entrada para conteúdos políticos e noticiosos (FREEDOM HOUSE, 2024; DATAREPORTAL, 2024).

O *WhatsApp* ocupa lugar singular nos fluxos desinformativos por combinar grande base de usuários com criptografia ponta a ponta e grupos numericamente expressivos. A literatura caracteriza esse ecossistema como de difícil observação: “*WhatsApp is a closed ecosystem due to its encrypted and peer-to-peer nature*” (Melo et al., 2019). Estudos empíricos no Brasil identificaram coordenação política e circulação de rumores e falsidades em períodos de mobilização e eleições (Evangelista, 2019; Resende et al., 2019). Em

paralelo, levantamentos globais de opinião indicam que usuários percebem a desinformação concentrada em redes sociais, seguida de “*groups on online messaging apps*” (Unesco/Ipsos, 2023), o que ajuda a situar a relevância de espaços fechados e semimediados por *gatekeepers* jornalísticos.

No *Facebook* e no *X/Twitter*, a visibilidade pública e a arquitetura de *trending/retweet* favorecem a amplificação coordenada por atores organizados. A literatura sobre propaganda computacional documenta a atuação de “*cyber troops*” — equipes partidárias, governamentais ou terceirizadas — em campanhas de manipulação que combinam automação, contas falsas e segmentação (Bradshaw; Howard, 2018; 2020). Como sintetiza o inventário do OII, há campanhas coordenadas de manipulação com objetivos eleitorais e de controle da agenda (Bradshaw; Howard, 2019). Esses achados dialogam com estudos regionais recentes que descrevem arranjos em Costa Rica, México, Argentina, Brasil e Venezuela, envolvendo atores políticos, econômicos e midiáticos em diferentes graus de organização e profissionalização (Renzullo, 2025).

O *TikTok* adiciona camadas próprias às dinâmicas de circulação por meio de um *feed* altamente mediado por recomendações algorítmicas e forte produção audiovisual curta. Os números de audiência mostram penetração massiva no Brasil e no México (Datareportal, 2024; Datareportal, 2025), o que implica potenciais efeitos de escala para conteúdos manipulados em formatos de vídeo, inclusive com técnicas de edição, recortes fora de contexto e sínteses automatizadas. Em resposta, autoridades eleitorais e reguladores na região passaram a discutir salvaguardas para uso de IA generativa e rótulos de conteúdo sintético, como nas regras adotadas pelo TSE para o ciclo de 2024 (Freedom House, 2024).

Quanto às estratégias de disseminação, estudos de caso em aplicativos de mensagens e plataformas abertas descrevem

repertórios recorrentes: (i) notícias fabricadas e boatos; (ii) manipulação de imagens e vídeos, incluindo remontagens, sobreposições gráficas e falsos contextos; (iii) mensagens padronizadas e reenviadas em massa por redes de grupos privados; (iv) coordenação de pautas com “*astroturfing*”³ e uso de *bots* para amplificação (Resende et al., 2019; Evangelista, 2019; Bradshaw; Howard, 2020). A combinação entre opacidade (em ambientes fechados), métricas de engajamento e incentivos econômicos informais cria condições para campanhas persistentes orientadas a controvérsias e controlo de enquadramentos noticiosos.

As diferenças de alcance e impacto entre áreas urbanas e rurais decorrem de assimetrias de acesso e capacidade de uso. Organismos regionais e multilaterais registram brechas persistentes: em países em desenvolvimento, a conectividade urbana supera amplamente a rural (UIT/ITU, 2020); na América Latina, diagnósticos setoriais reportam “*low connectivity in rural and remote areas*” e custos elevados que alargam a lacuna urbano-rural (Banco mundial, 2023). Essa divisão digital aprofunda a vulnerabilidade de comunidades rurais e periféricas. Um exemplo emblemático foi a circulação de teorias falsas sobre vacinas durante a pandemia de Covid-19 no Brasil. Conteúdos enganosos, que se espalhavam rapidamente pelo *WhatsApp* em áreas urbanas, frequentemente chegavam a comunidades rurais e indígenas com acesso limitado a informação de qualidade e serviços de saúde, através de grupos familiares ou comunitários. Nesses contextos, a desinformação deixou de ser apenas uma distorção factual para se tornar uma ameaça direta à saúde pública, demonstrando como as

³ *Astroturfing*: termo derivado de *AstroTurf* (marca de grama sintética), utilizado metaforicamente para designar práticas comunicacionais que simulam movimentos sociais “de base” (grassroots), mas que na verdade são artificiais, organizados e financiados por atores políticos ou corporativos

desigualdades digitais potencializam dramaticamente o dano causado pela desinformação.

Em recorte agrícola-rural para a região, estimativas apontam participação substancialmente menor de domicílios conectados fora dos centros urbanos (IICA, 2020). Essas desigualdades afetam a ecologia informacional: (a) menor diversidade de fontes acessadas; (b) maior dependência de canais móveis e grupos locais; (c) menor capacidade de verificação, o que pode intensificar a persistência de peças falsas em circuitos fechados.

O papel de atores políticos, econômicos e midiáticos manifesta-se na produção e na circulação. No plano político, a literatura mapeia estruturas profissionais de comunicação digital que operam contas coordenadas, micro-segmentação e campanhas de desinformação com financiamento público ou privado (Bradshaw; Howard, 2019; 2020). No plano econômico, empresas de marketing e firmas de comunicação estratégica ofertam serviços de manipulação de tráfego e tendências (Bradshaw; Howard, 2020).

Aplicativos de mensagens como WhatsApp, Signal ou Telegram são um meio importante por meio do qual indivíduos compartilham notícias e informações, coordenam atividades políticas e discutem política. No relatório deste ano, há evidências crescentes de campanhas de desinformação ocorrendo nesses aplicativos de mensagens. Observamos indícios de campanhas de manipulação em redes sociais realizadas por meio desses aplicativos em cerca de um quinto dos países de nossa amostra, muitos deles localizados no Sul Global, onde grandes grupos públicos em aplicativos de mensagens são um fenômeno amplamente

disseminado. As tropas cibernéticas governamentais utilizam uma variedade de táticas e técnicas, e cada campanha política recorre a um conjunto diferente de ferramentas para atingir seus objetivos. A maioria das tropas cibernéticas faz uso de comentaristas on-line e de contas falsas em redes sociais para disseminar mensagens pró-governo ou pró-partido junto às populações, tanto no âmbito doméstico quanto no exterior. *Bots* políticos são empregados para inundar *hashtags* com mensagens automatizadas que promovem ou atacam determinados políticos, ou ainda para simular uma base de seguidores nas redes sociais. Cada vez mais, eles também são usados para publicar estrategicamente certas palavras-chave, a fim de manipular algoritmos e fazer com que determinados conteúdos se tornem tendência. Além disso, bots têm sido utilizados para denunciar em massa conteúdos e contas legítimas, de modo que as plataformas de redes sociais suspendam automaticamente contas ou removam conteúdos até que possam ser revisados por um moderador humano. Suspeitamos que todos esses comportamentos subversivos continuarão a evoluir à medida que plataformas e governos adotem medidas legais e regulatórias para conter atividades disruptivas nas redes sociais. (Bradshaw; Howard, 2020c, pp. 6 e 7. Tradução nossa).

Pode-se afirmar que os algoritmos disseminam a desinformação e a manipulação, ao potencializar o engajamento nas plataformas e transformar esse processo em uma prática economicamente rentável. Em um contexto de baixa alfabetização digital, grande parte da sociedade desconhece as implicações da circulação de informações falsas, cujos efeitos podem comprometer a coesão social, impactar a estabilidade das instituições e afetar diretamente as relações familiares e comunitárias.

No plano midiático, ambientes de baixa sustentabilidade econômica para veículos locais e nativos digitais produzem incentivos a modelos de negócio baseados em cliques e a reuso de conteúdos virais sem verificação forte e concreta, o que amplia a exposição a falsidades e a conteúdos enganosos (Harlow, 2022). Contudo, o arranjo plataforma-atores-incentivos organiza a desinformação como prática transescalar⁴, cruzando redes privadas (*WhatsApp*) e públicas (*Facebook*, *X/Twitter*, *TikTok*), com impactos modulados por desigualdades digitais e por capacidades institucionais de resposta (Unesco/Ipsos, 2023; Freedom House, 2024).

Os meios de comunicação social são particularmente eficazes em alcançar diretamente um grande número de pessoas, ao mesmo tempo em que realizam microdirecionamento de indivíduos com mensagens personalizadas. (Bradshaw; Howard, 2018). Essa constatação ajuda a explicar por que redes abertas e mensagerias — com arquiteturas distintas — coexistem como vetores centrais de desinformação na região.

⁴ O conceito de *transescalar* designa processos comunicacionais e sociopolíticos que atravessam diferentes escalas (local, nacional, global), de modo que práticas, discursos ou mobilizações circulam, são reinterpretados e se reconfiguram conforme transitam entre contextos. A noção aparece em debates sobre globalização e circulação cultural (Escobar, 2001; Canclini, 2010), bem como em análises sobre cosmopolitismo e fluxos transnacionais (Ribeiro, 2014).

Tropas cibernéticas utilizam uma variedade de estratégias de comunicação para disseminar propaganda computacional nas plataformas digitais. Elas criam seu próprio conteúdo, incluindo vídeos falsos, *blogs*, *memes*, imagens ou *sites* de notícias. Essas estratégias de conteúdo vão além de simplesmente publicar comentários em fóruns ou responder a postagens de usuários reais, constituindo fontes importantes de notícias falsas e informações conspiratórias ou polarizadoras que podem sustentar campanhas mais amplas de manipulação. As estratégias de conteúdo também envolvem a remoção mal-intencionada de conteúdos ou contas legítimas. Além de amplificar certas mensagens, equipes de tropas cibernéticas usam estratégias de conteúdo para suprimir vozes on-line. Identificamos, de forma crescente, contas operadas por humanos e automatizadas sendo utilizadas para denunciar em massa conteúdos ou usuários legítimos, de modo que suas contas e postagens sejam temporariamente (e erroneamente) removidas pela plataforma até revisão humana. Em países como Armênia, China, Equador e Rússia, encontramos evidências desse tipo de denúncia mal-intencionada, empregada para sufocar a expressão individual e limitar a disseminação de conteúdos on-line (Bradshaw; Howard, 2018)

Cada vez mais, atores governamentais criam seus próprios aplicativos, portais ou forças-tarefas para enfrentar a ameaça das notícias falsas e das operações de influência estrangeira. Em alguns casos, essas forças-tarefas se concentram na checagem de informações compartilhadas nas redes sociais, ou permitem que cidadãos relatem esse tipo de conteúdo ao governo ou a órgãos de segurança. Por exemplo, a Colômbia iniciou uma iniciativa de checagem de fatos para conteúdos

compartilhados no WhatsApp, e, durante as eleições de 2018 na Itália, autoridades lançaram um portal que permitia aos cidadãos denunciar notícias falsas encontradas nas redes sociais. Embora muitos governos tenham respondido positivamente, tomando medidas iniciais para enfrentar a propaganda computacional, em outros casos esses aplicativos ou portais foram utilizados para legitimar censura ou lançar campanhas de *astroturfing*. No Brasil, no Equador, em Israel e na Sérvia, observamos tropas cibernéticas criando aplicativos ou portais para impulsionar campanhas desse tipo. Finalmente, outras evidências de estratégias de comunicação política identificadas envolvem o direcionamento de anúncios a segmentos específicos da população, utilizando informações demográficas ou dados sobre atitudes dos usuários, bem como a manipulação de algoritmos por meio de técnicas de otimização de mecanismos de busca (*SEO*), para fazer com que certos conteúdos apareçam em posições mais altas nos resultados de pesquisa. A gama de plataformas nas quais a desinformação é conduzida também está em expansão, havendo evidências de atividade de tropas cibernéticas em aplicativos de mensagens ou outras plataformas (Instagram, LINE, SnapChat, Telegram, Tinder, WeChat, WhatsApp) em 12 dos 48 países examinados.

(Bradshaw; Howard, 2020c, pp.12 e 13.
Tradução nossa).

Educação midiática e cidadania crítica

A educação midiática e a promoção da cidadania crítica consolidam-se como dimensões centrais no enfrentamento à desinformação na América Latina. Em um contexto de expansão das tecnologias digitais e de circulação de informações em múltiplos formatos, diversas iniciativas de alfabetização midiática buscam capacitar cidadãos para interpretar criticamente conteúdos midiáticos e digitais, fortalecendo processos democráticos e a participação social. Conforme argumenta Carlsson (2019), a educação midiática deve ser compreendida como um processo contínuo que integra competências de análise, avaliação e produção de informação, conferindo maior autonomia aos sujeitos perante os fluxos comunicacionais.

Na região, destacam-se experiências voltadas à inserção de práticas de educação digital em escolas e comunidades, com ênfase na formação crítica sobre os mecanismos de produção e circulação de notícias falsas e conteúdos manipulados. Tais projetos constituem um espaço de mediação entre sociedade civil, políticas públicas e plataformas digitais, visando à construção de competências que ultrapassem o consumo passivo da informação (Soares, 2021). Contudo, como observa o mesmo autor, o tema raramente alcança o status de política pública abrangente, permanecendo frequentemente restrito a iniciativas de ONGs, grupos isolados ou núcleos acadêmicos, como os programas da ONG Las Otras Voces, na Argentina, ou o projeto Nas Ondas do Rádio, no Brasil. Essa limitação é particularmente crítica para os grupos mais vulneráveis identificados anteriormente. Projetos de educação midiática em comunidades indígenas, por exemplo, precisam não apenas traduzir conteúdos, mas também levar em conta cosmovisões e formas próprias de produção e validação do conhecimento, algo que

iniciativas padronizadas frequentemente falham em fazer. A eficácia das resistências, portanto, está diretamente ligada à sua capacidade de serem cultural e socialmente contextualizadas.

Na América Latina, o tema não chegou a ganhar status de política pública, permanecendo restrito à iniciativa de indivíduos, grupos isolados ou instituições formadas por religiosos, educadores, acadêmicos ou ativistas políticos do Movimento Popular, sem nunca ter provocado um consenso sobre metas, objetivos ou metodologias. Merece destaque, contudo, o florescimento, em países como a Argentina, de programas de educação para os meios com resultados efetivos e abrangência nacional, como o implementado pela ONG Las Otras Voces. A exemplo do que ocorre na Argentina, igualmente no Brasil, a dedicação ao assunto tem sido encontrada com maior frequência no trabalho das organizações não governamentais e na ação de núcleos acadêmicos, tanto do campo da Educação quanto da Comunicação. E foi a partir da contribuição destas ONGs e da universidade – geradoras de novas orientações e metodologias de trabalho – que a questão da Educação Midiática começou a se aproximar das políticas públicas, como comprova o projeto Nas Ondas do Rádio (Prefeitura de São Paulo). Em outras palavras, a educação para uma recepção ativa e crítica

das mensagens midiáticas apesar de continuar sendo obra de pioneiros, avança com expectativas positivas para o futuro. (Soares, 2021, pp. 16 e 17).

Concomitantemente, o fortalecimento de iniciativas de *fact-checking* configura outro campo de resistência. Organizações como *Chequeado* (Argentina), Aos Fatos e Agência Lupa (Brasil) desenvolvem metodologias contundentes para verificar informações disseminadas em redes sociais e aplicativos de mensagens, atuando como agentes de intermediação entre o público e o ambiente digital. A UNESCO (2019) destaca que tais iniciativas são componentes fundamentais para uma ecologia informacional mais transparente, na medida em que contribuem para identificar padrões de desinformação e fortalecer práticas de responsabilização.

Não obstante, os processos de educação midiática na região enfrentam obstáculos estruturais significativos. Um dos principais desafios reside nas próprias desigualdades de acesso à informação confiável, em contextos onde a conectividade digital é marcada por assimetrias socioeconômicas e territoriais (CEPAL, 2020). Em áreas rurais, a escassez de infraestrutura tecnológica e a internet limitada reduzem drasticamente o alcance e a efetividade de projetos de educação digital e de *fact-checking*.

Outro aspecto crítico é a resistência cultural à prática de verificação da informação. Wardle (2018) observa que parte dos usuários tendem a confiar mais em redes de proximidade — como grupos de *WhatsApp* ou círculos familiares — do que em fontes jornalísticas ou verificadores independentes. Essa dinâmica evidencia a necessidade premente de iniciativas pedagógicas que considerem as dimensões culturais e relacionais da circulação da informação, integrando a alfabetização midiática a estratégias comunitárias de construção de confiança.

Dessa forma, a educação midiática e as práticas de *fact-checking* se configuram como dimensões complementares no enfrentamento da desinformação. No entanto, sua efetividade máxima depende de uma articulação sinérgica com políticas públicas, regulação democrática das plataformas e movimentos sociais. Como conclui Buckingham (2019), apenas a integração entre educação formal, iniciativas comunitárias e um ambiente digital regulado pode constituir uma base sólida para o fortalecimento de uma cidadania crítica verdadeiramente resiliente.

Resistências e perspectivas futuras

Os desafios para os grupos vulneráveis, no entanto, persistem. A regulação de plataformas, por exemplo, raramente é discutida a partir da perspectiva da exclusão digital ou da violência online de gênero. Da mesma forma, as iniciativas de *fact-checking*, em sua maioria, operam em centros urbanos e na língua majoritária, tendo dificuldade em alcançar e ser relevantes para populações rurais ou que falam línguas indígenas. Os desafios para consolidar uma comunicação democrática e inclusiva na região são múltiplos. Persistem a desigualdade no acesso à internet, a concentração midiática e a vulnerabilidade das instituições políticas.

As respostas à desinformação na América Latina têm se estruturado em múltiplas frentes, envolvendo desde políticas públicas até iniciativas da sociedade civil. Um dos caminhos mais debatidos diz respeito à regulação digital. No Brasil, a tramitação do chamado “Projeto de Lei das Fake News” (PL 2630/2020) busca estabelecer parâmetros de transparência e responsabilização das plataformas digitais. Para Paganotti (2023), a proposta reflete um esforço de equilibrar liberdade de expressão com a necessidade de conter abusos informacionais, ainda que enfrente críticas quanto a riscos de censura. De modo semelhante, outros países, como México e Chile, vêm discutindo marcos regulatórios voltados ao combate à

desinformação, mas com avanços desiguais e forte influência dos contextos políticos internos.

Além da regulação, as iniciativas da sociedade civil carregam papel preponderante. Organizações como *Chequeado*⁵, na Argentina, e Agência Lupa, no Brasil, consolidaram-se como referências regionais no *fact-checking*, atuando de forma independente na verificação de informações virais. Segundo Graves e Mantzarlis (2020), tais iniciativas fortalecem a transparência informacional ao criar pontes entre jornalistas, pesquisadores e cidadãos, ao mesmo tempo em que promovem práticas de literacia midiática. Projetos colaborativos transnacionais, como a LatamChequea⁶, mostram que a cooperação regional é uma estratégia fundamental para enfrentar redes de desinformação que atravessam fronteiras.

No campo da educação midiática, iniciativas voltadas à formação de uma cidadania crítica têm ganhado espaço. Para Carlsson (2019), a literacia midiática é um componente essencial para sociedades democráticas, pois amplia a capacidade dos

⁵ *Chequeado* (lit. Verificado) é uma plataforma online para a verificação de dados que visa melhorar a qualidade do debate público com base na revisão, promoção e abertura de dados. É responsável por verificar a coerência dos discursos dos políticos, economistas, empresários, personalidades públicas, meios de comunicação e outras instituições formadoras de opinião. Para tanto, acompanham os debates públicos - por exemplo, na televisão - publicando informações em tempo real sobre a veracidade dos dados citados ou os eventos mencionados. <https://latinno.wzb.eu/pt/case/1125/>

⁶ LatamChequea é uma rede de verificadores de fatos de toda a América Latina, Estados Unidos, Espanha e Portugal. Começou em 2014 como um encontro presencial e hoje reúne 48 veículos de comunicação de 21 países. Criada e liderada pelo *Chequeado*, a rede visa compartilhar experiências e ferramentas para ajudar a melhorar a qualidade do debate público e fomentar a colaboração entre diversas organizações de mídia da região, a fim de aumentar o impacto da verificação de fatos e do combate à desinformação em nosso continente. https://latamchequea.com/en/?utm_source=chatgpt.com

indivíduos de interpretar, avaliar e produzir conteúdos digitais de forma consciente. Nesse sentido, experiências de educação para a mídia em escolas e universidades latino-americanas, ainda incipientes, apontam para a necessidade de maior articulação entre políticas educacionais e práticas de comunicação cidadã (Soares; Amaral, 2021).

Como argumenta Martens et al. (2020), o futuro da resistência à desinformação depende menos de soluções exclusivamente tecnológicas e mais da construção de ecossistemas comunicativos que reforcem confiança, diversidade e participação social.

Considerações finais

Este trabalho analisou o fenômeno da desinformação na América Latina a partir de suas dimensões históricas, sociais, tecnológicas e de resistência. A investigação permitiu constatar que a desinformação na região não constitui um mero déficit informativo, mas opera como um mecanismo complexo de poder, profundamente enraizado em estruturas históricas de exclusão e amplificado pela arquitetura das plataformas digitais.

A análise demonstrou que a circulação de desinformação é modulada pelas especificidades de cada ecossistema digital. Em ambientes fechados, como o *WhatsApp*, a desinformação propaga-se através de redes de confiança interpessoal, dificultando seu monitoramento e contenção. Em plataformas abertas, como *Facebook*, *X* e *TikTok*, estratégias de manipulação em massa, incluindo a atuação de tropas cibernéticas e a amplificação algorítmica, favorecem a viralização de conteúdos falsos e divisivos. Esta dinâmica é agravada pelas profundas assimetrias no acesso e na qualidade da conectividade, que criam ecologias informacionais distintas entre áreas urbanas e rurais, tornando comunidades periféricas e grupos historicamente marginalizados – como populações indígenas, mulheres na política e jovens – particularmente vulneráveis aos seus efeitos.

Em resposta a esses desafios, identificou-se o surgimento de diversas frentes de resistência. Iniciativas de *fact-checking*, como as realizadas por organizações *including Chequeado, LatamChequea* e Agência Lupa, consolidaram-se como agentes cruciais para a verificação de fatos e a promoção da transparência. Paralelamente, projetos de educação midiática buscam desenvolver competências críticas para a recepção e produção de informação, embora seu alcance permaneça frequentemente limitado pela falta de políticas públicas abrangentes e pela própria fragmentação socioeconômica da região.

As descobertas principais deste trabalho: a) a desinformação como produto de históricas assimetrias de poder; b) a atuação diferenciada das plataformas; c) a dupla vulnerabilidade de grupos marginalizados; d) o papel crucial, porém limitado, das resistências via educação midiática e *fact-checking*.

Conclui-se, portanto, que o enfrentamento eficaz da desinformação na América Latina exige uma abordagem complexa e abrangente. É necessária a promoção de marcos regulatórios que priorizem a proteção dos direitos humanos e a *accountability* das plataformas, evitando medidas que possam ser instrumentalizadas para a censura. Igualmente imperativo é o investimento em iniciativas de alfabetização midiática digital que sejam cultural e linguisticamente contextualizadas, capazes de alcançar os grupos mais vulneráveis. Portanto, o fortalecimento do jornalismo independente e a promoção de maior inclusão digital representam pilares essenciais para a construção de um ecossistema informacional mais resiliente e democrático.

Como direção para pesquisas futuras, recomenda-se a investigação empírica contínua sobre o impacto de novas tecnologias, como a inteligência artificial generativa, nos fluxos desinformativos regionais, bem como a avaliação sistemática da eficácia das iniciativas de combate à desinformação, especialmente junto a populações em situação de vulnerabilidade social e digital.

Referências

BANCO MUNDIAL. **Digital solutions can fuel growth, inclusion and better services in Latin America and the Caribbean**. 4 out. 2023. Disponível em: <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2023/10/04/conectividad-digital-impulsa-crecimiento-inclusion-perspectivas-america-latina-caribe>. Acesso em: 13 ago. 2025.

BENKLER, Yochai; FARIS, Robert; ROBERTS, Hal. **Network propaganda: manipulation, disinformation, and radicalization in American politics**. New York: Oxford University Press, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/oso/9780190923624.001.0001>.

BID. Banco Interamericano de Desenvolvimento. **Exclusão social e exclusão digital, dois lados da mesma moeda**. Somos Iberoamérica, 1 fev. 2023. Disponível em: <https://www.somosiberoamerica.org/pt-br/temas/desigualdad-pt-br/exclusao-social-e-exclusao-digital-dois-lados-da-mesma-moeda>. Acesso em: 27 ago. 2025.

BRADSHAW, Samantha; HOWARD, Philip N. **Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation**. Oxford: Oxford Internet Institute, 2018. Disponível em: <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2018/07/ct2018.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2025.

BRADSHAW, Samantha; HOWARD, Philip N. **Industrialized Disinformation: 2020 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation**. Oxford: Oxford Internet Institute, 2020. Disponível em: <https://www.oii.ox.ac.uk/news-events/reports/industrialized->

disinformation-2020-global-inventory-of-organized-social-media-manipulation/. Acesso em: 22 ago. 2025.

BRADSHAW, Samantha; HOWARD, Philip N. **The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation**. Oxford: Oxford Internet Institute, 2019. Disponível em: <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2025.

BUCKINGHAM, David. **The Media Education Manifesto**. Cambridge: Polity Press, 2019.

BUCKINGHAM, David. **The Media Education Manifesto**. Cambridge: Polity Press, 2019.

CANCLINI, Néstor García. **A sociedade sem relato: antropologia e estética da iminência**. São Paulo: EDUSP, 2010

CARLSSON, Ulla. **Understanding Media and Information Literacy (MIL) in the Digital Age: A Question of Democracy**. 2019. Disponível em: https://webarchive.unesco.org/web/20201009042827/https://en.unesco.org/sites/default/files/gmw2019_understanding_mil_ulla_carlsson.pdf. Acesso em: 24 ago. 2025.

CEPAL. Comissão Econômica para América Latina e o Caribe. **Transformação digital e desenvolvimento regional**. 6 nov. 2024. Disponível em: <https://www.cepal.org/pt-br/comunicados/transformacao-digital-real-efetiva-pode-ajudar-america-latina-o-caribe-superar>. Acesso em: 27 ago. 2025.

CEPAL. **La nueva revolución digital: de la internet del consumo a la internet de la producción**. Santiago: CEPAL, 2020. Disponível em: <https://www.calameo.com/read/005818168bcd153f9904d>. Acesso em: 28 ago. 2025.

COLONIALISMO DIGITAL: o algoritmo como ferramenta de poder na Era Trump. **Vermelho**, 26 mar. 2025. Disponível em: <https://vermelho.org.br/2025/03/26/colonialismo-digital-o-algoritmo-como-ferramenta-de-poder-na-era-trump/>. Acesso em: 27 ago. 2025.

DATAREPORTAL. **Digital 2024: Brazil**. 23 fev. 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>. Acesso em: 28 ago. 2025.

DATAREPORTAL. **Essential TikTok Stats**. 12 mar. 2025. Disponível em: <https://datareportal.com/essential-tiktok-stats>. Acesso em: 22 ago. 2025.

DIÁLOGO AMERICAS. **Liberdade de imprensa na América Latina e o papel maligno da China e Rússia**. Diálogo Americas, 2025. Disponível em: <https://dialogo-americas.com/pt-br/articles/liberdade-de-imprensa-na-america-latina-e-o-papel-maligno-da-china-e-russia/>. Acesso em: 27 ago. 2025.

ESCOBAR, Arturo. **Culture sits in places: reflections on globalism and subaltern strategies of localization**. Political Geography, v. 20, n. 2, p. 139–174, 2001

EVANGELISTA, Rafael. WhatsApp and political instability in Brazil. **Internet Policy Review**, v. 8, n. 4, 2019. Disponível em: <https://policyreview.info/pdf/policyreview-2019-4-1434.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2025.

FOLHA DE S. PAULO. ACOSTA, Pablo. Deficiências no acesso digital dificultam os avanços na América Latina e Caribe. **Folha de S.Paulo**, 12 ago. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/pablo-acosta/2021/08/deficiencia-no-acesso-digital-dificulta-avanco-na-america-latina-e-caribe.shtml>. Acesso em: 27 ago. 2025.

FREEDOM HOUSE. **Freedom on the Net 2024 – Brazil**. 2024. Disponível em: <https://freedomhouse.org/country/brazil/freedom-net/2024>. Acesso em: 03 set. 2025.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

GRAVES, Lucas; MANTZARLIS, Alexios. **The rise of the constructive article: A novel format and its potential for news**. In: NEWMAN, Nic (Ed.). Reuters Institute Digital News Report 2020. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2020. p. 62-63. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf. Acesso em: 2 set. 2025.

HARLOW, Summer. A new people's press? Understanding digital-native news sites in Latin America as alternative media. **Digital Journalism**, v. 10, n. 8, p. 1322–1341, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1907204>. Acesso em: 25 ago. 2025.

HEEKS, Richard. **Digital inequality beyond the digital divide: exploring the digital realm through the lens of adverse digital incorporation**. 2022. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02681102.2022.2068492#abstract>. Acesso em: 27 ago. 2025.

IDEA INTERNACIONAL. RÍOS TOBAR, Marcela. **A violência política na esfera digital está afetando as mulheres na América Latina, de acordo com a IDEA International.** El País, 2024. Disponível em: <https://elpais.com/chile/2024-11-28/la-violencia-politica-en-la-esfera-digital-se-ensana-contras-las-mujeres-en-america-latina-segun-idea-internacional.html>. Acesso em: 27 ago. 2025.

IICA – INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERAÇÃO PARA A AGRICULTURA. **Conectividad rural en América Latina y el Caribe.** 2020. Disponível em: <https://repositorio.iica.int/bitstreams/f6c86c09-4c8d-4ac9-8fb4-55c4f6780010/download>. Acesso em: 28 ago. 2025.

LATAM JOURNALISM REVIEW. **O estado da censura.** LatAm Journalism Review, 2025. Disponível em: <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/do-descredito-a-censura-o-que-acontece-quando-o-poder-ataca-a-imprensa-na-america-latina/>. Acesso em: 27 ago. 2025.

LATINOAMÉRICA21. **As consequências da desinformação na sociedade.** Latinoamérica21, 2021. Disponível em: <https://latinoamerica21.com/pt-br/as-consecuencias-da-desinformacao-na-sociedade/>. Acesso em: 22 ago. 2025.

LATINOAMÉRICA21. FIGUEIREDO, Mayara. Influencers, TikTok e desinformação: relatório expõe a força das redes sociais na América Latina. **DPL News**, 20 jun. 2025. Disponível em: <https://dplnews.com/influencers-tiktok-e-desinformacao-relatorio-expoe-a-forca-das-redes-sociais-na-america-latina/>. Acesso em: 27 ago. 2025.

LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. **Como as democracias morrem.** 2018.

MARTENS, Hans et al. Digital Media Literacy and Civic Engagement: A Review of the Evidence. **European Journal of Communication**, v. 35, n. 3, p. 213–229, 2020. Disponível em: <https://core.ac.uk/reader/56696416>. Acesso em: 23 ago. 2025.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MARTINS, R. Narrativas de desinformação na América Latina: padrões e operações de influência no ecossistema digital. **Pensamiento Iberoamericano**, 2024. Disponível em: <https://pensamientoiberoamericano.org/tercer-trimestre-2024-pt/narrativas-de-desinformacao-na-america-latina-padroes-e-operacoes-de-influencia-no-ecossistema-digital/>. Acesso em: 27 ago. 2025.

MELO, Pedro et al. **WhatsApp Monitor: A Fact-Checking System for WhatsApp**. 2019. Disponível em: https://gvrkiran.github.io/content/Whatsapp_monitor.pdf. Acesso em: 20 ago. 2025.

PAGANOTTI Ivan. de. **O Projeto de Lei das Fake News e os Desafios da Regulação Digital no Brasil**. Revista Brasileira de Políticas de Comunicação, v. 13, n. 2, p. 45–62, 2023. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/28037/15355. Acesso em: 20 ago. 2025.

PEW RESEARCH CENTER. **WhatsApp and Facebook dominate the social media landscape in middle-income nations**. 22 mar. 2024. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2024/03/22/whatsapp-and-facebook-dominate-the-social-media-landscape-in-middle-income-nations/>. Acesso em: 28 ago. 2025.

RENZULLO, Ilaria. **Digital Disinformation Trends in Latin America (DigiTraL Policy Study 05)**. Hamburg: GIGA, 2025. Disponível em: https://www.giga-hamburg.de/tracked/assets/pure/53387773/DigiTraL_Policy_Study_05-Renzullo.pdf. Acesso em: 22 ago. 2025.

RESENDE, Gustavo et al. Analyzing Textual (Mis)Information Shared in WhatsApp Groups. In: ACM CONFERENCE ON WEB SCIENCE, 10., 2019. **Proceedings** [...]. New York: ACM, 2019. p. 225–234. Disponível em: <https://homepages.dcc.ufmg.br/~fabricio/download/websci2019-whatsapp.pdf>. Acesso em: 24 ago. 2025.

REY, Germán. **Batalhas públicas: a disputa por narrativas e direitos**. São Paulo: Editora Sesc, 2021. E-book. Disponível em: <https://rhhj.anpuh.org/RHHJ/article/view/531>. Acesso em: 27 ago. 2025.

RIBEIRO, Gustavo Lins. **O que faz o Brasil, Brazil: jogos de escala, antropologia transnacional e cosmopolitismos**. Horizontes Antropológicos, v. 20, n. 42, p. 17–48, 2014.

SIP – SOCIEDADE INTERAMERICANA DE IMPRENSA. JORNET, Carlos. **11 leis e projetos de lei contra desinformação na América Latina: penas de prisão e risco de censura**. Sindjorce, 2025. Disponível em: <https://www.sindjorce.org.br/11-leis-e-projetos-de-lei-contradesinformacao-na-america-latina-penas-de-prisao-e-risco-de-censura/>. Acesso em: 27 ago. 2025.

SOARES, Ismar de Oliveira. Educação midiática e o fortalecimento da cidadania na América Latina. **Comunicação & Educação**, v. 26, n. 2, 2021. Disponível em:

<https://revistas.usp.br/comueduc/article/view/72037>. Acesso em: 01 set. 2025.

SOARES, Ismar de Oliveira; AMARAL, Adriana. Educomunicação e Literacia Midiática na América Latina: **Caminhos e Desafios. Comunicação & Educação**, v. 26, n. 1, p. 9–25, 2021. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-27022014-111812/publico/RosePinheiroCorrigida.pdf>. Acesso em: 01 set. 2025.

UIT/ITU. **Brecha urbano-rural de conectividad en países en desarrollo (citado em CADE, 2024)**. 2020. Disponível em: <https://cadeproject.org/resource/latam-case-study-2024/>. Acesso em: 02 set. 2025.

UNESCO. **Media and Information Literacy: Policy and Strategy Guidelines**. Paris: UNESCO, 2019. Disponível em: <https://cetic.br/media/docs/publicacoes/8/225606e.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2025.

UNESCO; IPSOS. **Survey on the impact of online disinformation and hate speech** 2023. Disponível em: https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2023/11/unesco_ipsos_survey.pdf. Acesso em: 13 ago. 2025.

VOGT, K. Democracia e direitos cívicos ameaçados pela desinformação. **Instituto Humanitas Unisinos (IHU)**, 2023. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/619580-a-democracia-e-os-direitos-civicos-estao-ameacados-pela-desinformacao-entrevista-especial-com-katya-vogt>. Acesso em: 27 ago. 2025.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy**

making. Strasbourg: Council of Europe, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>. Acesso em: 01 set. 2025.

MAPEAMENTO CRÍTICO DAS INICIATIVAS DE FACT-CHECKING NA AMÉRICA LATINA: ECOSSISTEMA, LIMITAÇÕES E A QUESTÃO DECOLONIAL NO ENFRENTAMENTO DA DESINFORMAÇÃO

Isaque Carvalho José
Júnior Rafael

Introdução

A desinformação tornou-se um dos maiores desafios para a democracia, a saúde pública e a coesão social no século XXI. O ambiente digital, especialmente as plataformas de redes sociais e aplicativos de mensagens, ampliou exponencialmente o alcance de notícias falsas, teorias da conspiração e narrativas manipuladas. Neste contexto, a América Latina enfrenta um contexto de desinformação caracterizado pela circulação de informações falsas em redes sociais, o que intensifica a polarização política. As iniciativas de fact-checking surgem como resposta a essa realidade, com o propósito de conferir veracidade às declarações públicas e conter a disseminação de conteúdo enganoso (Riera, 2018; Echt,

2016). O crescimento dessas iniciativas ocorre em cenários marcados pela dificuldade de acesso a dados públicos confiáveis, concentração da mídia e ambientes institucionais opacos (Echt, 2016; Riera, 2018).

Mapear aplicativos e plataformas de fact-checking na América Latina justifica-se pela necessidade de compreender como essas iniciativas operam em contextos de vulnerabilidade, sobretudo para populações indígenas, rurais ou de baixa renda. O levantamento permite identificar abordagens, canais de atuação e formas de engajamento com comunidades menos acessadas pela mídia tradicional. Contribui ainda para avaliar os impactos dessas ferramentas na mitigação da desinformação nessas populações (Moro-Gil; Ramon; Rodríguez-Martínez, 2021).

O problema de pesquisa consiste em determinar de que forma os aplicativos e iniciativas de fact-checking na América Latina atuam em contextos de desinformação e quais efeitos possuem na circulação de informações falsas em comunidades vulneráveis. O objetivo geral é mapear tais iniciativas na região e analisar criticamente seus efeitos sobre a desinformação em grupos vulnerabilizados. Objetivos específicos incluem: (a) identificar aplicativos, plataformas ou programas de fact-checking ativos na América Latina; (b) caracterizar suas estratégias de comunicação, canais e público-alvo, com atenção a comunidades indígenas ou marginalizadas; (c) avaliar impactos observáveis na redução da desinformação nesses grupos.

Para operacionalizar a pesquisa, este estudo adotou uma abordagem metodológica mista, dividida em duas fases sequenciais. A fase 1 consistiu em um Mapeamento Sistemático do Ecossistema de fact-checking. O processo foi guiado por critérios de inclusão que selecionaram iniciativas dedicadas primordialmente à verificação de fatos, ativas e com atuação reconhecida em países da América Latina, abrangendo desde iniciativas jornalísticas independentes e veículos tradicionais até consórcios colaborativos e projetos comunitários. A identificação dessas iniciativas deu-se por meio de uma triangulação

de fontes, que incluiu: (1) a consulta a redes formais, como a LatamChequea; (2) a pesquisa em bancos de dados de organizações internacionais, como UNESCO e IFCN; (3) a revisão de literatura acadêmica e de artigos em veículos especializados em jornalismo, como o *LatAm Journalism Review* e o *MediaTalks*, e (4) a busca direta por termos-chave como "*fact-checking [país]*", "checagem de fatos" e "*verificación de datos*" em mecanismos de busca. Para cada iniciativa identificada, foram coletadas variáveis específicas—país de origem, ano de criação, tipo de iniciativa, vínculo institucional, fontes de financiamento, públicos-alvo declarados e canais de distribuição prioritários—que foram subsequentemente compiladas no quadro 1.

Findado o mapeamento, deu-se início à fase 2, dedicada à Análise Crítica Qualitativa. Esta fase fundamentou-se em três eixos analíticos principais. Primeiramente, realizou-se uma análise de conteúdo dos sites e materiais publicados pelas iniciativas, com o objetivo de identificar suas estratégias de comunicação, escolhas linguísticas e abordagem editorial. Em seguida, procedeu-se a uma extensa revisão da literatura secundária sobre *fact-checking*, desigualdade digital e teorias decoloniais, permitindo o cruzamento dos casos mapeados com o debate acadêmico para identificar padrões, limitações e contradições no ecossistema.

Por fim, uma análise comparativa contrastou as características das iniciativas, sintetizadas no quadro 1, com os parâmetros teóricos estabelecidos, avaliando criticamente seu potencial e seus limites para operar em contextos de vulnerabilidade e superar assimetrias epistemológicas. Esta fase analítica foi fundamental para a construção do quadro 2 e para o desenvolvimento da discussão teórica profunda que caracteriza este estudo.

Desinformação e desigualdade digital na América Latina

A desinformação é definida como o compartilhamento deliberado de informações falsas com o propósito de causar dano. Wardle e Derakhshan (2017) distinguem três categorias de desordem informacional: *misinformation*, quando a informação falsa é compartilhada sem intenção de causar dano; *disinformation*, quando a falsidade é difundida de forma intencional; e *malinformation*, quando informações verdadeiras são utilizadas de forma prejudicial, geralmente por meio da retirada de contexto ou exposição indevida. Essa tipologia é fundamental para compreender a complexidade do ecossistema informacional contemporâneo, no qual diferentes formas de distorção se entrelaçam e produzem efeitos sociais distintos.

Na América Latina, a desinformação adquire contornos específicos devido à desigualdade digital e ao baixo letramento midiático. Essas condições estruturais tornam mais difícil a distinção entre conteúdos confiáveis e manipulativos, sobretudo em contextos marcados por limitações de infraestrutura tecnológica e baixos níveis de escolaridade (Arellano, 2000). Castells (1996; 2000) descreve esse cenário a partir da noção de sociedade em rede, em que os fluxos informacionais são determinantes para a organização social. Contudo, quando a difusão tecnológica se dá de forma desigual, acentua-se a exclusão de populações marginalizadas e aumenta-se a vulnerabilidade à manipulação discursiva.

Nesse sentido, Zuboff (2019) argumenta que o capitalismo de vigilância, baseado na coleta sistemática de dados para previsão e modelagem de comportamentos, reforça assimetrias de poder e de acesso à informação. As arquiteturas digitais de controle e monitoramento tornam o ambiente informacional mais propenso ao uso estratégico da desinformação, sobretudo em regiões onde a capacidade crítica de interpretação de conteúdos digitais é reduzida. As comunidades vulneráveis, como povos indígenas, populações periféricas e migrantes, sofrem de forma mais intensa os efeitos da

desigualdade digital. Essas comunidades, frequentemente situadas em contextos de menor conectividade e menor acesso à formação educacional, enfrentam barreiras adicionais, incluindo dificuldades linguísticas e culturais. O resultado é uma exposição desproporcional a narrativas desinformativas, seja como alvo ou como vetor de sua circulação.

Além disso, Sorj (2008) argumenta que a inclusão digital não se restringe ao acesso à tecnologia, mas exige políticas públicas de educação, capacitação e participação social, sob pena de reproduzir desigualdades históricas no espaço digital.

A análise acima é particularmente pertinente ao contexto latino-americano. Embora a região tenha avançado no acesso a dispositivos e à internet, o simples fornecimento de infraestrutura não garante inclusão digital plena. Persistem fortes desigualdades sociais, econômicas e educacionais que se refletem no espaço virtual. Sem políticas consistentes de educação tecnológica, capacitação profissional e incentivo à participação cidadã nas redes digitais, corre-se o risco de reproduzir ou até aprofundar as exclusões históricas presentes na América Latina, como as relacionadas à pobreza estrutural, às desigualdades regionais e à marginalização de povos indígenas e comunidades periféricas. Nesse sentido, a inclusão digital deve ser vista não apenas como acesso a equipamentos, mas como um projeto de transformação social que assegure aos grupos historicamente excluídos condições para produzir conhecimento, participar das decisões públicas e exercer plenamente seus direitos na era digital.

Outro fator relevante é a desigualdade digital. Embora o acesso à internet tenha crescido na região, ele permanece desigual entre áreas urbanas e rurais, entre diferentes classes sociais e grupos étnicos. Segundo a CEPAL (2022), cerca de 32% da população latino-americana não possui acesso regular à internet, e mesmo entre os conectados, as condições de qualidade, velocidade e letramento digital variam significativamente. Essa disparidade cria

"cidadãos de primeira e segunda classe" no espaço digital, afetando diretamente sua capacidade de distinguir informações confiáveis de conteúdos manipulados (Oecd, 2021).

Nesse caso, a desigualdade digital funciona como multiplicador da desinformação: usuários com acesso precário dependem mais de aplicativos baratos ou gratuitos, onde os mecanismos de checagem são fracos e a circulação de fake news é intensa. Sem educação midiática, essas pessoas têm mais dificuldade para identificar conteúdo enganoso.

Para enfrentar esse desafio, especialistas recomendam políticas públicas voltadas para a universalização do acesso à internet, educação midiática crítica e regulamentação transparente das plataformas digitais. O combate à desinformação não se limita ao policiamento de conteúdos falsos, mas envolve também o fortalecimento das instituições democráticas e o incentivo a uma cultura de informação responsável e inclusiva (Mendes; Ribeiro, 2022).

Na mesma linha encontramos algumas políticas e iniciativas: Educação midiática e literária digital: programas escolares para avaliação crítica de fontes e uso de ferramentas de checagem. Regulação das plataformas digitais: maior transparência nos algoritmos e responsabilidade sobre conteúdo eleitoral e desinformação sanitária Acesso digital inclusivo: investimentos em fibra óptica, subsídios e políticas para reduzir o custo de Fortalecimento de iniciativas de fact-checking: agências locais e regionais ajudam a verificar informações em linguagem acessível e contexto cultural apropriado (Montaña-Niño et al., 2023).

Assim, a desinformação e desigualdade digital são fenômenos interligados na América Latina. A conectividade por si só não garante uma esfera pública saudável; é preciso qualidade no acesso, educação midiática e regulação justa das plataformas. Combinando infraestrutura, educação e políticas inclusivas, é

possível reduzir a vulnerabilidade à desinformação e fortalecer a democracia e os direitos na região.

O ecossistema de fact-checking na América Latina

O ecossistema de fact-checking latino-americano desenvolveu-se a partir do início da década de 2010, com iniciativas pioneiras que se replicaram e diversificaram em toda a região. Na Argentina, o Chequeado foi fundado em 2010 como o primeiro portal de checagem de fatos dedicado ao discurso público, servindo de modelo e coordenação para redes posteriores (Ceron et al, 2020). No Brasil, os primeiros projetos surgiram em meados da década, com o Mentirômetro e o Promessômetro, seguidos pelo lançamento, em 2015, da plataforma permanente Aos Fatos e, pouco depois, da Agência Lupa, ambas com foco em verificações sistemáticas (Aos Fatos, s.d.; Ceron et, 2020)

Outros países também desenvolveram iniciativas próprias. No Chile, há o Mala Espina Check, voltado à checagem jornalística regional (Ceron et al, 2020). Na Colômbia, destacam-se o Colombiacheck e o Detector de Mentiras (Fact-checking in Latin America..., 2018; Verificação de fatos..., 2025) LSE Blogs. No México, funcionam o El Sabueso, vinculado ao Animal Político; Checa Datos; e o consórcio eleitoral Verificado (Verificação de fatos..., 2025).

No Peru, operam plataformas como Ojo Público, Ojo Biónico e o coletivo especializado em saúde Salud con Lupa (Fact-checking in Latin America..., 2018; Salud con lupa, 2025) LSE Blogs. A Bolívia Verifica, com o projeto Repartiendo Verdades, atua de modo colaborativo via WhatsApp (Jornalismo inovador..., 2024) Mediatalks . No Uruguai, há o UYCheck, e na Guatemala, Con Pruebas (Verificação de fatos..., 2025). Na Venezuela, a checagem é realizada pelo Efecto Cocuyo (Ceron et al, 2020) PMC , e também por Cotejo.info (LatAm Journalism Review..., 2025) LatAm Journalism Review .

Outras iniciativas importantes incluem Reverso (Argentina), Estadão Verifica e UOL Confere (Brasil), e outros veículos como Agência Pública – Truco no Congresso, Boatos.org, E-farsas e É isso Mesmo? (O Globo) (List of fact-checking websites..., 2025). Na Costa Rica, destaca-se o Doble Chek (List of fact-checking websites..., 2025). Também existem redes colaborativas como a LatamChequea, fundada em 2014 e coordenada pelo Chequeado, que reúne cerca de 48 organizações de 21 países de língua espanhola ou portuguesa e promove colaboração em checagens regionais (LatamChequea).

Quanto às tipologias, o ecossistema agrupa iniciativas jornalísticas (Agência Lupa, Estadão Verifica), independentes (Aos Fatos, Chequeado, Colombia Check), colaborativas ou institucionais (Projeto Comprova, Verificado, LatamChequea), e aquelas com apoio de ONGs ou financiamento internacional (Salud con Lupa com prêmio IFCN; MediaFact Latam com apoio de Google News Initiative) Wikipedia Chequeado.

Por fim, destaca-se uma crítica essencial: a dependência dessas iniciativas em plataformas digitais e algoritmos, sobretudo Facebook, WhatsApp e Instagram. O programa Third-Party Fact-Checkers da Meta proporcionou credenciamento e alcance, mas seu recente cancelamento nos EUA em janeiro de 2025 coloca em risco a sustentabilidade de organizações como Animal Político, Chequeado, Aos Fatos e Agência Lupa (Wired, 2025).

Quadro 1 – Ecossistema de Fact-checking na América Latina

País	Iniciativa	Ano de criação	Tipo	Vínculo institucional	Nota
Argentina	Chequeado	2010	Independente	Chequeado.org	[1] ⁷

⁷ Fonte: Adaptado de COVID-19 fake news diffusion across Latin America. PubMed Central, 2020. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8132282/>

Argentina	Reverso	2019	Colaborativa	Rede de veículos argentinos	[1] ⁸
Brasil	Mentirômetro	2014	Jornalístico	Iniciativa eleitoral	[2] ⁹
Brasil	Promessômetro	2014	Jornalístico	Iniciativa eleitoral	[2] ¹⁰
Brasil	Aos Fatos	2015	Independente	Startup de mídia	[2] ¹¹
Brasil	Agência Lupa	2015	Jornalístico	Grupo Folha	[2]
Brasil	Estadão Verifica	2018	Jornalístico	Estadão	[2]
Brasil	UOL Confere	2018	Jornalístico	UOL	[2] ¹²
Brasil	Truco (Agência Pública)	2014	Investigativo	Agência Pública	[2] ¹³
Brasil	Projeto Comprova	2018	Colaborativo	Consórcio de veículos	[2] ¹⁴
Brasil	Boatos.org	2013	Independente	Site independente	[2] ¹⁵

⁸ https://chequeado.com/nace-reverso-informacion-contra-la-desinformacion/?utm_source=chatgpt.com

⁹ <https://www.aosfatos.org/noticias/fact-checking-nao-e-censura/>

¹⁰ https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/bbc/2014/09/06/salasocial-12-ferramentas-online-para-acompanhar-e-cobrar-seus-candidatos.htm?utm_source=chatgpt.com

¹¹ <https://www.aosfatos.org/> ou

<https://www.pucsp.br/sites/default/files/download/rede-check/download/aos-fatos.pdf>

¹² https://noticias.uol.com.br/confere/?utm_source=chatgpt.com

¹³ https://apublica.org/chechagem-truco/?utm_source=chatgpt.com

¹⁴ https://projeto comprova.com.br/?utm_source=chatgpt.com

¹⁵ https://www.boatos.org/?utm_source=chatgpt.com

Brasil	E-farsas	2002	Independente	Site independente	[2] ¹⁶
Brasil	É isso mesmo? (O Globo)	2016	Jornalístico	Grupo Globo	[2] ¹⁷
Chile	Mala Espina Check	2017	Independente	Coletivo independente	[3] ¹⁸
Colômbia	Colombiacheck	2016	Independente	Fundación para la Libertad de Prensa	[4] ¹⁹
Colômbia	Detector de Mentiras	2017	Jornalístico	Veículos locais independentes	[4] ²⁰
México	El Sabueso (Animal Político)	2015	Jornalístico	Animal Político	[5] ²¹
México	Checa Datos	2016	Jornalístico	Independente	[5]
México	Verificado	2018	Colaborativo	Consórcio de veículos	[5]

¹⁶ https://www.e-farsas.com/?utm_source=chatgpt.com

¹⁷ https://www.poynter.org/fact-checking/2017/fact-checking-booms-in-brazil/?utm_source=chatgpt.com

¹⁸ <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8132282/>

¹⁹ Fonte: Adaptado de Fact-checking in Latin America: features and challenges. LSE Polis, 2018. Disponível em: <https://blogs.lse.ac.uk/polis/2018/03/08/features-and-challenges-of-latin-american-fact-checkers/>; e Verificação de fatos na América Latina: um campo em crescimento. LatAm Journalism Review, 2025. Disponível em: <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/rede-latino-americana-checagem-alerta-tempestade-perfeita/>

²⁰ https://www.lasillavacia.com/detector-de-mentiras/?utm_source=chatgpt.com

²¹ https://animalpolitico.com/verificacion-de-hechos/fact-checking/?utm_source=chatgpt.com

Peru	Ojo Público	2014	Investigativo	Ojo Público	[6] ²²
Peru	Salud con Lupa	2018	Especializado (Saúde)	Rede de saúde global	[6] ²³
Bolívia	Bolivia check	2018	Independente	ONGs e jornalistas	[7] ²⁴
Uruguai	UYCheck	2016	Independente	Site independente	[8] ²⁵
Guatemala	Con Pruebas	2018	Independente	Coletivo independente	[8] ²⁶
Venezuela	Efecto Cocuyo	2015	Jornalístico	Efecto Cocuyo	[9] ²⁷
Venezuela	Cotejo.info	2016	Independente	Site independente	[9] ²⁸
Costa Rica	Doble Chek	2018	Jornalístico	La Nación CR	[10] ²⁹

Fonte: autores, 2025

²² https://ojo-publico.com/?utm_source=chatgpt.com

²³ https://saludconlupa.com/?utm_source=chatgpt.com

²⁴ <https://colombiacheck.com/>

²⁵ https://aldeadeperiodistas.com/falsas-noticias-cada-vez-hay-mas-detectores-en-el-mundo/?utm_source=chatgpt.com

²⁶ <https://www.plazapublica.com.gt/category/tipo-de-nota/conpruebas>

²⁷ https://efectococuyo.com/cocuyo-chequea/cocuyo-chequea-ifcn/?utm_source=chatgpt.com

²⁸ https://transparenciave.org/plataformas-de-fact-checking-se-unen-en-venezuela-verifica-para-combatir-el-impacto-de-la-desinformacion-en-el-contexto-electoral/?utm_source=chatgpt.com

²⁹ https://semanariouniversidad.com/universitarias/doble-check-es-el-primer-medio-de-costa-rica-en-ingresar-a-la-red-internacional-de-fact-checking/?utm_source=chatgpt.com

Mapeamento crítico dos aplicativos de fact-checking

Os aplicativos de fact-checking constituem ferramentas essenciais na verificação de informações e no combate à desinformação. Esses aplicativos apresentam diversidade significativa quanto a financiamento, público-alvo, alcance geográfico e recursos tecnológicos. O financiamento provém de diferentes fontes, incluindo organizações internacionais, fundações privadas e programas públicos de apoio à mídia e à transparência. Por exemplo, o Ama Llulla, iniciativa peruana, é apoiada pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e pela Agência Espanhola de Cooperação Internacional para o Desenvolvimento (AECID), voltada principalmente para populações vulneráveis e comunidades indígenas falantes de Asháninka e Quechua (OjoPúblico, 2021). Outras organizações, como Meedan, recebem doações privadas e estabelecem parcerias com organizações jornalísticas e ONGs para atuação internacional (Meedan, 2021). Já PolitiFact e FactCheck.org, ambas com base nos Estados Unidos, dependem de doações e parcerias institucionais para atingir um público nacional mais amplo, voltado principalmente para cidadãos e jornalistas (PolitiFact, 2021; FactCheck.org, 2021). Iniciativas europeias, como Full Fact, também combinam financiamento público e privado, visando o público britânico (Full Fact, 2021). Na América Latina, Chequeado, com financiamento de fundações e parcerias com veículos de mídia, se concentra no público hispanofalante da região (Chequeado, 2021).

No que diz respeito aos limites tecnológicos, destaca-se a barreira linguística, que restringe o acesso a públicos diversos quando os aplicativos operam apenas em inglês ou espanhol. Diante disso, iniciativas como Ama Llulla incorporam idiomas indígenas, ampliando a inclusão de comunidades historicamente marginalizadas. A acessibilidade digital também se apresenta como desafio, sendo necessário o cumprimento de diretrizes internacionais, como as recomendações da Lei dos Americanos com

Deficiências (ADA), para garantir que pessoas com diferentes capacidades físicas e cognitivas possam utilizar os aplicativos (ADA, 2024). Além disso, os recursos de usabilidade — interface intuitiva, navegação simplificada e ferramentas interativas — influenciam diretamente a efetividade das verificações de fatos, impactando o engajamento do usuário. Pesquisas demonstram que diferenças nas práticas de verificação entre plataformas, como Snopes, PolitiFact e Logically, afetam significativamente a experiência do usuário e a confiabilidade percebida (Lee, 2023).

Quadro 2: síntese comparativa das principais características dos aplicativos de fact-checking

Aplicativo	Financiamento Principal	Público-Alvo	Idiomas Suportados	Alcance Geográfico
Ama Llulla ³⁰	PNUD, AECID	Populações vulneráveis	Asháninka, Quechua, Espanhol	Nacional (Peru)
Meedan ³¹	Doações privadas, parcerias	Jornalistas, ONGs	Multilíngue	Internacional
PolitiFact ³²	Doações, parcerias com	Cidadãos dos EUA	Inglês	Nacional (EUA)

³⁰ https://www.undp.org/es/peru/publicaciones/ama-llulla-primera-red-de-medios-para-la-verificacion-de-informacion-en-el-peru?utm_source=chatgpt.com

³¹ https://meedan.com/about-us?utm_source=chatgpt.com ou https://meedan.com/post/meedan-wins-press-forward-grant-to-pilot-new-software?utm_source=chatgpt.com

³² https://www.poynter.org/fact-checking/2017/politifact-raised-105000-in-20-days-through-its-newly-launched-membership-program/?utm_source=chatgpt.com ou https://www.politifact.com/who-pays-for-politifact/?utm_source=chatgpt.com

	organizações			
FactCheck.org ³³	Fundações, doações	Público geral	Inglês	Nacional (EUA)
Full Fact ³⁴	Doações, financiamento público	Público britânico	Inglês	Nacional (Reino Unido)
Chequeado ³⁵	Parcerias com mídia, financiamento público	Público latino-americano	Espanhol	Regional (América Latina)

Fonte: autores, 2025.

A análise dessas características evidencia a complexidade do ecossistema de fact-checking, destacando como diferentes estratégias de financiamento, escolhas linguísticas e recursos tecnológicos impactam a disseminação da informação verificada e o engajamento do público.

Impactos nas comunidades vulneráveis

O acesso aos serviços de verificação de fatos permanece condicionado por desigualdades estruturais que afetam comunidades vulneráveis. A disponibilidade de ferramentas digitais de fact-checking não garante, por si só, sua utilização ampla, visto que fatores como conectividade limitada, letramento digital insuficiente e níveis diferenciados de confiança nas instituições de

³³ https://www.factcheck.org/2025/01/our-partnership-with-meta-is-ending/?utm_source=chatgpt.com

³⁴ https://fullfact.org/about/funding/?utm_source=chatgpt.com

³⁵ https://chequeado.com/funding/?utm_source=chatgpt.com

mídia determinam quem realmente consegue usufruir desses recursos (Mourão; Robertson, 2019).

A questão da conectividade é central. Em regiões periféricas e áreas rurais da América Latina e da África, a limitação de infraestrutura de internet restringe a circulação de conteúdos de verificação e, portanto, limita sua eficácia (Donoso; Vargas, 2021). Além disso, o letramento digital representa um obstáculo relevante: a compreensão de como funcionam os mecanismos de checagem, bem como a habilidade para identificar fontes confiáveis, exige competências que não estão igualmente distribuídas entre grupos sociais (Guess; Nyhan; Reifler, 2020).

A desigualdade no acesso à internet em regiões periféricas ou rurais não é apenas um problema técnico, mas uma barreira estrutural que limita o exercício da cidadania digital. Sem infraestrutura adequada, os conteúdos de verificação não chegam ao público-alvo, enfraquecendo sua capacidade de combater a desinformação. A concentração de redes e plataformas nas áreas urbanas cria um “vazio informacional” no interior e nas periferias, reforçando desigualdades já existentes. Isso significa que quem mais precisaria de informações verificadas (para combater boatos, fraudes, discursos de ódio etc.) é justamente quem menos as recebe. Não basta ter acesso físico à internet: é necessário compreender como funcionam os mecanismos de busca, as plataformas e os critérios de verificação. O baixo nível de letramento digital amplia a vulnerabilidade de grupos sociais à desinformação e reduz sua capacidade de participar criticamente do debate público. Para que o fact-checking seja realmente eficaz, é preciso investir não apenas em infraestrutura de internet, mas também em educação digital e programas de formação continuada. Somente assim os mecanismos de verificação podem alcançar públicos diversos e promover cidadania informacional.

A confiança em instituições de mídia também exerce papel determinante. Estudos indicam que, em contextos de polarização

política, parte significativa das populações vulneráveis tende a desconfiar de organizações jornalísticas ou de iniciativas apoiadas por atores internacionais, o que limita a efetividade das checagens (Humprecht; Esser; Van Aelst, 2020). Essa desconfiança é reforçada quando tais iniciativas não dialogam com linguagens locais ou deixam de considerar repertórios culturais específicos.

Casos empíricos ilustram esses limites. No Peru, a rede de verificação Ama Llulla, criada durante as eleições de 2021, buscou atuar em comunidades indígenas e rurais. Apesar do esforço, estudos apontam que a ausência de materiais em línguas originárias e a dependência de plataformas digitais dificultaram o alcance junto a parcelas significativas da população (Ojopúblico, 2021). Na Nigéria, pesquisas demonstraram que a penetração das checagens realizadas por iniciativas como Africa Check é restrita em áreas de baixa escolaridade e acesso precário à internet, o que mantém comunidades periféricas mais expostas à desinformação (Umar; Ugwu; Obayi, 2021).

O acesso às ferramentas de fact-checking reflete, igualmente, desigualdades estruturais presentes nas sociedades contemporâneas. No Brasil, pesquisas apontam que a conectividade digital é profundamente desigual, variando conforme renda, região e etnia (Agência Brasil; Idec, 2025; IBGE, 2024). Essa desigualdade limita a quem, de fato, pode utilizar recursos de verificação de fatos, visto que o acesso precário à internet permanece como barreira para comunidades periféricas, rurais e povos indígenas (Cunha et al., 2023).

Outro fator relevante refere-se ao letramento digital. Dados oficiais indicam que 70% dos brasileiros não possuem competências digitais suficientes para navegar de forma crítica no ambiente informacional (Ministério das Comunicações, 2024). Essa lacuna restringe a apropriação de iniciativas de checagem, já que compreender a dinâmica das plataformas de verificação, identificar

conteúdos suspeitos e acessar bases de dados confiáveis requer habilidades que não estão distribuídas de forma homogênea.

Estudos internacionais confirmam esses padrões. Seo et al. (2021), ao analisar populações idosas em situação de vulnerabilidade nos Estados Unidos, identificaram que limitações de conectividade e letramento digital comprometem a avaliação crítica da informação online. De modo semelhante, em países da América Latina, iniciativas como Ama Llulla enfrentaram barreiras ao alcançar comunidades indígenas, em razão da ausência de materiais em línguas originárias e da dependência de redes sociais digitais (Ojopúblico, 2021).

Portanto, embora o fact-checking seja reconhecido como estratégia central no enfrentamento à desinformação, sua efetividade é condicionada por barreiras de acesso, competências digitais e confiança institucional. Sem políticas públicas voltadas para inclusão digital e letramento midiático, tais iniciativas correm o risco de reforçar exclusões já existentes, em vez de reduzi-las.

Debates e críticas teóricas

Aplicando uma lente crítica ao ecossistema mapeado, percebe-se uma clivagem fundamental entre a retórica de inclusão e a prática epistemológica das iniciativas de fact-checking. O modelo tradicional, aqui denominado “vertical” – em que especialistas verificam e transmitem os resultados ao público – não apenas pode limitar o papel ativo das comunidades no processo de verificação (Vinhas; Bastos, 2023), como também opera, frequentemente, sob uma lógica expertocrática de produção da verdade, ancorada em padrões jornalísticos ocidentais. Iniciativas majoritárias como Chequeado, Lupa e Colombiacheck, embora essenciais, veem seu trabalho potencialmente limitado por esta estrutura. Seu financiamento por fundações internacionais e parcerias com gigantes tecnológicas como a Meta as insere em uma rede de dependência que pode, paradoxalmente, distanciá-las das realidades locais que pretendem servir.

O caso do Ama Llulla no Peru emerge como um contraponto tentador, ao incorporar línguas indígenas. No entanto, questiona-se até que ponto a iniciativa apenas traduz checagens concebidas em espanhol para um paradigma cultural quéchua ou asháninka, ao invés de co-criar os processos e critérios de verificação a partir desses saberes. Este é o risco do 'paternalismo epistemológico' (Fregoso Bailón; De Lissovoy, 2019): incluir vozes subalternas sem ceder poder sobre a estrutura do conhecimento. Esta análise inicial conduz a um debate teórico mais profundo.

Como alternativa, emergem propostas de fact-checking comunitário ou colaborativo, como no caso da plataforma Birdwatch do Twitter e das "Community Notes" em redes sociais. Estudos mostram que essas iniciativas podem ampliar a escala e velocidade da verificação, mas enfrentam dificuldades quanto à pluralidade de percepções sobre a verdade, polarizações internas e necessidade persistente de referências a fontes confiáveis validadas por especialistas (Pröllochs, 2021; Augenstein et al., 2025).

No plano teórico, o debate sobre colonialidade do saber destaca como o modelo dominante de produção de conhecimento digital está enraizado em uma epistemologia eurocêntrica que hierarquiza saberes e marginaliza epistemologias periféricas. Segundo Quijano (2000; 2007), Mignolo (2014) e Santos (2009), a colonialidade do saber implica na imposição de um padrão de conhecimento baseado em racionalidade instrumental, que define quem é o sujeito epistemológico válido e invisibiliza outras formas de conhecimento. Essa estrutura epistemológica se mantém em plataformas digitais e práticas de fact-checking, onde predominam critérios válidos segundo o paradigma eurocentrado (Mignolo; Walsh, 2018; Santos; Meneses, 2009).

Uma crítica fundamental vem da obra de Boaventura de Sousa Santos, que identifica a racionalidade dominante como "pensamento abissal", capaz de separar o que é considerado existente ou não, real ou irrelevante. Essa lógica oculta

epistemologias subalternas e legitima a exclusão epistemológica e social, exigindo resistência epistêmica para construir pensamento alternativo (Santos; Meneses, 2009).

No campo da educação e da produção do conhecimento, Fregoso Bailón e De Lissovoy (2019) problematizam o paternalismo epistemológico implícito nas práticas de tradução e representação de saberes indígenas por não-indígenas, argumentando que autores indígenas articulam formas de enunciação própria que desafiam a dominação epistemológica ocidental.

Dessa forma, o fact-checking pode ser compreendido como instrumento democrático, por fortalecer a transparência informacional e responsabilização pública; contudo, quando praticado de forma vertical e sem diálogo com epistemologias subalternas, pode funcionar como ferramenta limitada, reproduzindo a colonialidade do saber.

A reflexão final convida a repensar profundamente os modos tradicionais de verificação da informação, propondo a construção de modelos horizontais de validação que não se limitem à autoridade técnica ou institucional. Em vez de manter um fluxo vertical, centrado em especialistas e em parâmetros homogêneos, trata-se de incorporar saberes locais, experiências comunitárias e epistemologias diversas que historicamente foram invisibilizadas ou deslegitimadas. Ao reconhecer e valorizar esses conhecimentos, abre-se espaço para processos de validação mais autônomos e participativos, nos quais as próprias comunidades possam definir critérios, metodologias e prioridades. Essa perspectiva não apenas descentraliza o poder de definir o que é “verdadeiro” ou “falso”, mas também desloca o fact-checking de uma lógica estritamente expertocrática para uma prática de mídia cidadã plural, inclusiva e anticolonial, fortalecendo a democracia informacional e promovendo uma comunicação mais justa e enraizada nas realidades sociais.

Considerações finais

O mapeamento crítico realizado evidencia que o *fact-checking* na América Latina consolidou-se como uma ferramenta relevante, porém paradoxal, no enfrentamento à desinformação. Se, por um lado, é uma resposta necessária à crise informacional, por outro, é atravessado por tensões estruturais que espelham as próprias assimetrias que busca combater. A análise demonstra que a eficácia e legitimidade dessas iniciativas estão intrinsecamente ligadas à superação de suas amarras epistemológicas (o modelo vertical e colonial de produção da verdade) e financeiras (a dependência de plataformas e financiamento internacional)

As análises comparativas mostraram que a sustentabilidade financeira dessas iniciativas depende majoritariamente de financiamentos internacionais e fundações privadas, o que levanta questões sobre autonomia e legitimidade junto a comunidades locais. Do ponto de vista tecnológico, aspectos como idioma, acessibilidade e usabilidade limitam o alcance de ferramentas digitais, sobretudo em regiões onde a conectividade é precária e o letramento digital permanece desigual.

Os impactos nas comunidades vulneráveis confirmam que a presença de serviços de fact-checking não se traduz, automaticamente, em acesso efetivo. A conectividade restrita, a falta de competências digitais e a desconfiança em relação às instituições de mídia funcionam como barreiras que reduzem a eficácia das iniciativas, em especial entre populações periféricas, rurais, indígenas e grupos marcados por desigualdades socioeconômicas. Casos empíricos, como a experiência da rede Ama Llulla no Peru ou os limites de penetração do Africa Check em áreas de baixa escolaridade na Nigéria, ilustram esse cenário.

O estudo também destacou críticas teóricas ao modelo “vertical” de checagem, no qual especialistas produzem conhecimento a ser consumido pelo público, frequentemente sem mediação cultural ou linguística adequada. Perspectivas decoloniais

(Mignolo, 2005; Quijano, 2000; Santos; Meneses, 2009) ajudam a problematizar como certas iniciativas podem reproduzir a colonialidade do saber digital, reforçando hierarquias epistemológicas ao invés de abrir espaço para práticas plurais de produção de verdade.

Entre os limites desta pesquisa, destaca-se a dificuldade de acesso a dados atualizados sobre financiamento, impactos mensuráveis e estratégias de adaptação local de plataformas de verificação. Além disso, as análises concentram-se em estudos secundários e em casos documentados na literatura, o que restringe a possibilidade de mensurar empiricamente o uso efetivo dos aplicativos em comunidades específicas.

Como caminhos futuros, aponta-se a necessidade de promover iniciativas de checagem comunitária, baseadas em repertórios culturais e linguísticos locais, capazes de ampliar a legitimidade das verificações. A inclusão digital deve ser tratada como política pública prioritária, associada ao fortalecimento do letramento midiático, a fim de democratizar não apenas o acesso à informação, mas também as capacidades críticas para a avaliar. Por fim, a integração entre organizações de fact-checking, movimentos sociais e instituições de ensino pode contribuir para superar a lógica verticalizada e consolidar modelos mais horizontais e participativos de combate à desinformação.

Referências

ADA. Fact Sheet: **New Rule on the Accessibility of Web Content**. 2024. Disponível em: <https://www.ada.gov/resources/2024-03-08-web-rule/>. Acesso em: 4 set. 2025.

AGÊNCIA BRASIL; INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (IDEC). **Pesquisa aponta desigualdade da conexão**

digital no país. 3 set. 2025. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2025-09/pesquisa-aponta-desigualdade-da-conexao-digital-no-pais>. Acesso em: 4 set. 2025.

AOS FATOS. O que é checagem de fatos — ou fact-checking? Disponível em: <https://www.aosfatos.org/checagem-de-fatos-ou-fact-checking/>. Acesso em: 4 set. 2025.

ARELLANO, J. P. **Desafíos de la sociedad de la información en América Latina y Europa**. Santiago: Unicom; Ediciones LOM, 2000.

AUGENSTEIN, Isabelle et al. Community Moderation and the New Epistemology of Fact Checking on Social Media. *arXiv*, 26 maio 2025. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2505.18891>. Acesso em: 4 set. 2025.

CASTELLS, M. **The Rise of the Network Society**. 2. ed. Oxford: Wiley-Blackwell, 2000.

CHEQUEADO. Chequeado: El primer medio digital de fact-checking en español. 2021. Disponível em: <https://chequeado.com>. Acesso em: 4 set. 2025.

CEPAL. Estado da banda larga na América Latina e no Caribe. **Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe**, 2022.

CERON, Wilson; SANSEVERINO, Gabriela Gruszynski; LIMA-SANTOS, Mathias-Felipe de; QUILLES, Marcos G. COVID-19 fake news diffusion across Latin America. **Revista Panamericana de Salud Pública**, v. 45, n. e44, 2021. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8132282/>. Acesso em: 4 set. 2025.

CUNHA, João Paulo de Resende Cunha et al. Abismo digital: desigualdades e privações no acesso à internet no Brasil. **Itaú Cultural**, 9 jun. 2023. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/secoes/observatorio-itaucultural/abismo-digital-desigualdades-acesso-internet-brasil>. Acesso em: 4 set. 2025.

DONOSO, Sebastián; VARGAS, Claudio. Digital inequality and the challenges of information access in Latin America. **Journal of Information, Communication and Ethics in Society**, v. 19, n. 4, p. 593-608, 2021.

ECHT, I. Lack of access to information is driving Latin America's fact-checking boom. **Poynter**, 30 jun. 2016. Disponível em: <https://www.poynter.org/fact-checking/2016/lack-of-access-to-information-is-driving-latin-americas-fact-checking-boom/>. Acesso em: 3 set. 2025.

FACTCHECK.ORG. FactCheck.org: **A project of the Annenberg Public Policy Center**. 2021. Disponível em: <https://www.factcheck.org>. Acesso em: 4 set. 2025.

Fact-checking in Latin America: features and challenges. **LSE Polis**, 8 mar. 2018. Disponível em: <https://blogs.lse.ac.uk/polis/2018/03/08/features-and-challenges-of-latin-american-fact-checkers/>. Acesso em: 4 set. 2025.

FREGOSO BAILÓN, Raúl Olmo; DE LISSOVOY, Noah. Against coloniality: Toward an epistemically insurgent curriculum. **Educational Philosophy and Theory**, v. 51, n. 1, p. 3-16, 2019.

FULL FACT. Full Fact: **The UK's independent fact-checking charity**. 2021. Disponível em: <https://fullfact.org>. Acesso em: 4 set. 2025.

GUESS, Andrew; NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. Exposure to untrustworthy websites in the 2016 U.S. election. **Nature Human Behaviour**, v. 4, n. 5, p. 472-480, 2020.

HUMPRECHT, Edda; ESSER, Frank; VAN AELST, Peter. Resilience to online disinformation: A framework for cross-national comparative research. **The International Journal of Press/Politics**, v. 25, n. 3, p. 493-516, 2020.

IBGE. **Acesso à internet e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2023**. Rio de Janeiro: IBGE, 2024. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41024-internet-foi-acessada-em-72-5-milhoes-de-domicilios-do-pais-em-2023>. Acesso em: 4 set. 2025.

Jornalismo inovador: **conheça 10 projetos da América Latina**. MediaTalks UOL, 7 jan. 2024. Disponível em: <https://mediatalks.uol.com.br/2024/01/07/conheca-dez-projetos-de-jornalismo-inovadores-e-criativos-que-causaram-impacto-na-america-latina-em-2023/>. Acesso em: 4 set. 2025.

LatAm Journalism Review. Checadores latino-americanos se juntam à petição para que YouTube tome medidas efetivas contra desinformação, 2025. Disponível em: <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/checadores-latino-americanos-se-juntam-a-peticao-para-que-youtube-tome-medidas-efetivas-contra-desinformacao/>. Acesso em: 4 set. 2025.

LatamChequea. **Sobre nós**. Disponível em: <https://latamchequea.com/pt/sobre-nos/>. Acesso em: 4 set. 2025.

LEE, Sian. Fact-checking fact checkers: A data-driven approach. **Misinformation Review**, 2023. Disponível em:

<https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/fact-checking-fact-checkers-a-data-driven-approach/>. Acesso em: 4 set. 2025.

LICHTERMAN, J.; GALARZA-MOLINA, R.; ARCE TERCEROS, B. **How 90 outlets are working together to fight misinformation ahead of Mexico's elections**. Nieman Lab, 2018. Disponível em: <https://www.niemanlab.org/2018/05/how-90-outlets-are-working-together-to-fight-misinformation-ahead-of-mexicos-elections/>.

Acesso em: 3 set. 2025.

MEEDAN. **Strengthening journalism and digital literacy**. 2021. Disponível em: <https://meedan.com>. Acesso em: 4 set. 2025.

MENDES, J., RIBEIRO, T. "Fake news e democracia na América Latina: desafios contemporâneos". **Revista de Estudos Latino-Americanos**, v. 2, n. 34, p. 45-63, 2022.

MIGNOLO, Walter D. **Desobediencia epistémica: retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad**. Buenos Aires: Ediciones del Signo, 2010.

MIGNOLO, Walter D.; WALSH, Catherine E. **On Decoloniality: Concepts, Analytics, Praxis**. Durham: Duke University Press, 2018.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES (Brasil). **Falta letramento digital para 70% dos brasileiros**. 8 nov. 2024. Disponível em: <https://proximonivel.claro.com.br/falta-letramento-digital-para-70-dos-brasileiros/>. Acesso em: 4 set. 2025.

MONTAÑA-NIÑO, S. et al. Fact checking the pandemic in the Global South: **Correction strategies by Latin American meta fact checkers**. AoIR SPIR. 2023.

MORO-GIL, V.; RAMON, X.; RODRÍGUEZ-MARTÍNEZ, R. Fact-Checking Interventions as Counteroffensives to Disinformation Growth:

Standards, Values, and Practices in Latin America and Spain. **Media and Communication**, v. 9, n. 1, p. 299-311, 2021.

MOURÃO, Rachel R. de Souza; ROBERTSON, Craig T. Fake news as discursive integration: An analysis of sites that publish false, misleading, hyperpartisan and sensational information. **Journalism Studies**, v. 20, n. 14, p. 2077-2095, 2019.

OJOPÚBLICO. Ama Llulla: **Una cruzada de medios contra la mentira en la campaña electoral del 2021**. 2021. Disponível em: <https://ojo-publico.com/autor/red.amallulla>. Acesso em: 4 set. 2025.

OECD. **Bridging the Digital Divide in Latin America**. Organisation for Economic Co-operation and Development. 2021.

POLITIFACT. PolitiFact: **A project of the Poynter Institute**. 2021. Disponível em: <https://www.politifact.com>. Acesso em: 4 set. 2025.

PRÖLLOCHS, Nicolas. **Community-Based Fact-Checking on Twitter's Birdwatch Platform**. arXiv, 15 abr. 2021. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2104.07175>. Acesso em: 4 set. 2025.

QUIJANO, Aníbal. Coloniality of Power, Eurocentrism, and Latin America. **Nepantla: Views from South**, v. 1, n. 3, p. 533-580, 2000.

QUIJANO, Aníbal. Questioning "Race". **Socialism and Democracy**, v. 21, n. 1, p. 45-53, 2007.

RIERA, Pedro. La verificación de datos en América Latina. In: _____. (Org.). **Periodismo de precisión en la era digital**. Madrid: **Editorial Síntesis**, 2018. p. 145-162.

SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula (Orgs.). **Epistemologias do Sul**. Coimbra: Almedina, 2009.

SEO, Hyunjin; BLOMBERG, Matthew; ALTSCHWAGER, Darcey et al. Vulnerable populations and misinformation: A mixed-methods approach to underserved older adults' online information assessment. **New Media & Society**, v. 23, n. 5, p. 1-19, 2021.

SORJ, Bernardo. Brasil@povo.com: A luta contra a desigualdade na sociedade da informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.; Brasília: **UNESCO**, 2003.

UMAR, Bello; UGWU, Chinedu; OBAYI, Paul. Fact-checking and misinformation in Nigeria: Limits and possibilities of Africa Check. **African Journalism Studies**, v. 42, n. 1, p. 59-77, 2021.

UNESCO. Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios: **informe global 2021/2022**. Paris: UNESCO, 2021.

VINHAS, Otávio; BASTOS, Marco. The WEIRD governance of fact-checking and the politics of content moderation. **Journal of Communication**, v. 73, n. 4, p. 322-331, 2023.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking**. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

WIRED en Español. **Latin American Fact-Checkers Brace for Meta's Next Moves**, jan. 2025. Disponível em: <https://www.wired.com/story/hispanic-fact-checkers-react-meta-disinformation/>. Acesso em: 4 set. 2025.

ZUBOFF, S. **The Age of Surveillance Capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power**. New York: **PublicAffairs**, 2019.

HASHTAGS, ALGORITMOS E DISCURSOS DE ÓDIO: a articulação entre desinformação, gênero e migração no Instagram³⁶

Raquel Tarullo
Yanina Frezzotti

Introdução

Com o uso crescente das redes sociais como espaço privilegiado para o consumo de notícias, a circulação de desinformação transformou-se em um fenômeno central do ecossistema comunicativo contemporâneo. Diversos estudos demonstram que a cidadania recorre cada vez mais às plataformas digitais para se informar, ao mesmo tempo em que cresce a desconfiança em relação aos meios de comunicação tradicionais (Bennett & Livingstone, 2018). Esse duplo movimento — a expansão do consumo digital e o enfraquecimento da confiança nos meios

³⁶ Financiamento: Esta investigação foi realizada no âmbito de dois projetos de investigação: (1) o projeto de I+D Dimensão cívica da diáspora latino-americana em Espanha (CIGE2023/48), financiado pela Conselleria de Educação, Cultura, Universidades e Emprego da Generalitat Valenciana (Espanha), sob a coordenação da PI Raquel Tarullo; e (2) o projeto Cultura digital, narrativas e representações (Exp. 5636/2025), financiado pelo Subsídio de Pesquisa Bianual da UNNOBA, sob a coordenação da PI Yanina Frezzotti.

convencionais — abre espaço para que a desinformação se consolide como uma estratégia eficaz de reforço de adesões ou resistências ideológicas (Tucker et al., 2018).

Nesse contexto, as redes sociais funcionam como espaços onde grupos com afinidades políticas ou ideológicas se reúnem, potencializados por algoritmos que tendem a reforçar câmaras de eco e bolhas informacionais (Innerarity & Colomina, 2020). Assim, a polarização e a desinformação alimentam-se mutuamente em um circuito de retroalimentação difícil de romper (Soares & Recuero, 2021). Entre as táticas de desinformação mais visíveis nesses ambientes digitais, o uso de hashtags adquiriu relevância especial. Estratégias como as “batalhas de hashtags” (Soares & Recuero, 2021) ou o *hashjacking* — a apropriação de etiquetas criadas por um grupo para disseminar mensagens opostas (Darius & Stephany, 2022) — mostram como os símbolos linguísticos e performativos das redes são instrumentalizados para difundir narrativas desinformativas.

Os estudos sobre desinformação aumentaram nos últimos anos (Calvo & Aruguete, 2020; Aruguete & Calvo, 2021), paralelamente ao debate social e político sobre a manipulação digital. No entanto, as pesquisas sobre *hashtivism* no país ainda são escassas e têm se concentrado majoritariamente em experiências de ativismo feminista e progressista (Tarullo & García, 2020). Diante disso, torna-se necessário analisar como setores negacionistas e conservadores também se apropriam dessas ferramentas para difundir conteúdos enganosos e questionar consensos sociais consolidados. Um caso paradigmático na Argentina é o negacionismo em torno do número de pessoas desaparecidas durante a última ditadura militar (1976–1983). Por meio de etiquetas como #NoFueron30000 ou #NoFueron30mil, circulam no Instagram publicações que disputam a memória histórica e buscam instaurar versões alternativas aos relatos respaldados por organismos de direitos humanos, como evidencia o trabalho de Tarullo e Frezzotti (2022).

Ao mesmo tempo, na América Latina e em outras regiões, observa-se como a desinformação se entrelaça com discursos de ódio relacionados a gênero, migração e diversidade cultural (Sierra-Caballero & Sola-Morales, 2020; Gamir-Ríos et al., 2021). Esses fenômenos exigem marcos teóricos capazes de compreender as tipologias da desinformação, o papel dos algoritmos e a instrumentalização de símbolos digitais — como os hashtags — para fins políticos.

Este trabalho propõe-se, em primeiro lugar, a aprofundar a análise do problema da desinformação nas redes sociais e suas conexões com a polarização política, focalizando o uso do *hashtivism* como estratégia digital e a especificidade das narrativas desinformativas associadas ao gênero e à migração, sob uma perspectiva transnacional.

Marco teórico

Desinformação na era digital

O conceito de desinformação tem sido amplamente debatido nas ciências sociais e da comunicação. Enquanto algumas abordagens a definem como a produção intencional de notícias falsas com o objetivo de prejudicar um indivíduo, grupo ou instituição (Wardle & Derakhshan, 2017), outras enfatizam sua complexidade prática, na qual se combinam manipulação, exagero, omissão e enquadramento enviesado (Reilly, 2012; Tandoc et al., 2018).

Na América Latina, autores como Calvo e Aruguete (2020) demonstraram como a desinformação funciona como uma arma política utilizada por atores de direita e extrema direita para influenciar o debate público no Twitter e em outras plataformas.

A desinformação não deve ser confundida com a *misinformation*, que se refere à circulação de informações falsas sem a intenção deliberada de causar dano (Wardle & Derakhshan, 2017). Na desinformação, há uma intencionalidade clara, que pode ter fins

eleitorais, ideológicos, econômicos ou simbólicos. No caso argentino, por exemplo, os debates sobre o número de desaparecidos inscrevem-se em estratégias que buscam deslegitimar o consenso social construído em torno da memória histórica, com implicações políticas profundas (Feierstein, 2016).

O ecossistema digital potencializa a circulação dessas narrativas por meio de algoritmos que favorecem o *engagement*, priorizando conteúdos polêmicos, emocionais e polarizadores (Sunstein, 2017; Tucker et al., 2018). Dessa forma, a desinformação encontra nas redes sociais um terreno fértil para se amplificar e se naturalizar em determinados grupos sociais.

Tipologias da desinformação

Diversos estudos propuseram classificações para analisar as formas assumidas pela desinformação:

- Wardle e Derakhshan (2017) distinguem sete tipos de engano, que vão desde a sátira e a paródia até a fabricação total de conteúdos falsos.
- Tandoc et al. (2018) identificam seis modalidades — sátira informativa, paródia informativa, fabricação, manipulação, propaganda e publicidade — que combinam diferentes níveis de veracidade e engano.
- Salaverría et al. (2020) propõem uma tipologia centrada em quatro categorias: brincadeira, exagero, descontextualização e engano.

Mais do que classificações rígidas, a literatura enfatiza que as campanhas de desinformação raramente consistem em notícias completamente fabricadas. Frequentemente, manipulam fatos reais, recontextualizam imagens ou utilizam a sátira para instalar narrativas enganosas (Reilly, 2012; Gamir-Ríos et al., 2021). Assim, as campanhas negacionistas sobre a ditadura na Argentina, por exemplo, muitas vezes se apoiam em documentos oficiais parciais

ou em testemunhos isolados que são amplificados fora de contexto para semear dúvidas sobre o número de desaparecidos.

Hashtags, hashtivismo e estratégias digitais

As etiquetas, para além de sua função classificatória, desempenham um papel central como dispositivos de mobilização no espaço digital. Yang (2016) conceitua o *hashtivismo* como o uso de etiquetas para visibilizar causas, articular comunidades afetivas e convocar ações coletivas. Na América Latina, etiquetas como #NiUnaMenos ou #AbortoLegalYa demonstraram o potencial do ativismo digital feminista para incidir na agenda pública (Tarullo & García, 2020).

No entanto, essas mesmas ferramentas também são empregadas por movimentos conservadores e reacionários. Soares e Recuero (2021) descrevem as “batalhas de hashtags” ocorridas no Brasil durante o governo de Jair Bolsonaro, nas quais as etiquetas se transformam em campos de disputa entre setores ideológicos opostos. Na Argentina, embora os estudos sobre *hashtivismo* conservador ainda sejam incipientes (Tarullo & Sampietro, 2022), as etiquetas negacionistas sobre a ditadura evidenciam que esse fenômeno está em expansão. Ao utilizar hashtags como #NoFueron30000, setores de direita conseguem instalar mensagens alternativas em um espaço digital que originalmente havia sido colonizado por narrativas de direitos humanos e memória histórica.

Desinformação e gênero

A literatura recente tem demonstrado como os discursos desinformativos se articulam com narrativas de ódio e estigmatização contra mulheres e dissidências sexuais. Gamir-Ríos e colegas (2021) documentam o uso da sátira e do humor para difundir mensagens antifeministas e homofóbicas na Espanha. Nos Estados Unidos e na Europa, Farkas e Schou (2020) observam que a extrema

direita instrumentaliza a desinformação para atacar o feminismo e associá-lo a agendas “globalistas” ou “elitistas”.

Na Argentina, o movimento #NiUnaMenos não apenas foi alvo de contra-narrativas misóginas, como também sofreu campanhas de desinformação destinadas a minimizar a magnitude da violência de gênero ou a questionar a legitimidade de suas portavozes. Esses conteúdos viralizam por meio de estratégias semelhantes às utilizadas na política partidária: uso de hashtags depreciativas, memes satíricos e vídeos manipulados.

Desinformação e migração

Outro campo em que a desinformação se manifesta com força é o da migração. Estudos europeus evidenciam como narrativas falsas associam pessoas migrantes à criminalidade, à sobrecarga dos serviços públicos ou à perda de identidade nacional (Wodak, 2015). Na América Latina, pesquisas recentes indicam que a migração venezuelana e centro-americana tem sido alvo de campanhas desinformativas que vinculam os migrantes ao crime ou à “invasão” (Sierra-Caballero & Sola-Morales, 2020).

Na Argentina, embora os estudos específicos ainda sejam menos numerosos, alguns trabalhos apontam que certos setores políticos e midiáticos contribuíram para consolidar discursos xenofóbicos, especialmente em torno da migração boliviana, paraguaia e venezuelana (Domenech, 2020). Nas redes sociais, essas narrativas são amplificadas pelo uso de hashtags que criminalizam migrantes ou questionam seus direitos, em consonância com tendências globais de desinformação.

Métodos

Este trabalho analisa publicações com conteúdo desinformativo associadas a hashtags antifeministas e antimigração no Instagram, plataforma da empresa Meta, cujo conteúdo é essencialmente visual. Na aba identificada com o ícone de lupa, a

rede permite a busca por contas de pessoas ou empresas, músicas, lugares e hashtags, que são agrupadas em conversas passíveis de serem seguidas. A partir desse recurso, foram coletadas publicações com conteúdo desinformativo incluídas nos hashtags mais populares relacionados a contas conservadoras e de direita que promovem consignas contrárias ao feminismo e à imigração.

O corpus é composto por publicações com material desinformativo publicadas no Instagram sob as principais etiquetas que veiculam mensagens antifeministas e antimigração. Em um primeiro momento, foram pesquisados hashtags com palavras-chave como: *feminismo*, *feminazi*, *imigrantes*, *fronteiras*, *aborto*, *gênero*, *violência*, *Educação Sexual Integral (ESI)* e outras similares sugeridas pelo algoritmo. Após essa primeira aproximação, selecionaram-se os hashtags com o maior número de publicações (ver QUADRO 1), dos quais foram analisados os mais populares em cada uma das duas temáticas — feminismo e migração.

A extração dos dados foi realizada manualmente pelas autoras entre 12 de setembro e 6 de outubro de 2025. Como as publicações exibidas variavam diariamente, procedeu-se à captura de tela das nove primeiras postagens que apareciam em cada hashtag (com o respectivo link), armazenadas para posterior análise descritiva.

Para a seleção dos posts, realizou-se uma codificação inicial de variável única dicotômica, distinguindo entre aqueles com ou sem material visual desinformativo, conforme as classificações de Salaverría et al. (2020) e Tandoc et al. (2018).

Em seguida, aplicou-se uma análise quantitativa de conteúdo (Igartua-Perosanz, 2006), complementada por uma análise qualitativa. Foi elaborado um livro de códigos com as seguintes variáveis, obtidas a partir de um processo de aproximação indutiva e dedutiva que permitiu tratar o material visual coletado:

- Data da publicação

- Formato (fotografia, carrossel, infográfico, meme, vídeo, captura de tela de publicações em redes sociais)
- Temática da publicação
- Tipo de desinformação, segundo as categorias:
 - a) *Brincadeira*: conteúdo falso difundido com finalidade de sátira ou zombaria;
 - b) *Exagero*: material desinformativo que amplia algum aspecto da realidade;
 - c) *Descontextualização*: desinformação que manipula as condições em que um fato ocorreu;
 - d) *Engano*: falsificação completa dos fatos (Salaverría et al., 2020);
 - e) *Manipulação hiperpartidária ou enviesada* (Tandoc et al., 2018).

A codificação foi realizada pelas autoras.

QUADRO 1. Hashtags antifeministas e antimigração com maior número de publicações no Instagram em 15/09/2025

Hashtags antifeministas	Publicaciones	Hashtags antiinmigración	Publicaciones
#provida	358.000	#nomásinmigrantes	20.600
#noalaborto	169.000	#cierredefronteras	17.400
#antifeminismo	86.800	#inmigracionilegal	4.076
#salvem os las dos vidas	79.100	#chileparaloschilenos	3.338
#conmishijosnotemetas	57.800	#inmigrantesilegales	3.084
#feminazis	56.400	#primerochile	1.689
#antifeministas	50.308	#primeroargentina	1.479
#noalaideologiadegenero	22.400	#chileprimero	1.062
#aviolencianotienegenero	10.500	#argentinaprimero	865

RESULTADOS

Hashtags desinformativos contra o feminismo

Diversas contas conservadoras apresentam os estudos de gênero como uma agenda estrangeira que retira direitos dos homens (por exemplo, por meio de #RechazoAgenda2030),

ignorando as evidências sobre seu papel na redução da violência de gênero. O feminismo é também estigmatizado como um movimento “extremista” que ameaça valores tradicionais, sendo responsabilizado pela crise da família e associado ao suposto “doutrinação” infantil nas escolas — como se observa no uso do hashtag #conmishijosnotemetas (ver IMAGEM 1), que vincula a Educação Sexual Integral à pedofilia.

Além disso, o feminismo é retratado como uma “guerra contra os homens”, negando as evidências da violência machista e apresentando os estudos de gênero como uma forma de “lavagem cerebral” que ignora a “biologia natural”. Observa-se, ainda, a inversão de papéis vitimários, alegando-se que o feminismo gera “toxicidade feminina” e corrói a “humanidade masculina”, em contradição com estudos que demonstram os benefícios da equidade de gênero.

IMAGEM 1. Captura de tela de publicações com o hashtag #conmishijosnotemetas no Instagram (15/09/2025)
<https://www.instagram.com/explore/search/keyword/?q=%23conmishijosnotemetas>



Hashtags antifeministas mais populares no Instagram

Os hashtags antifeministas mais populares no Instagram reproduzem consignas contrárias ao aborto (#provida, #noalaborto, #salvemoslascasosvidas) e à educação com perspectiva de gênero (#conmishijosnotemetas, #noalaideologiadegenero, #laviolencianotienegenero), além de críticas clássicas ao feminismo (#feminazis, #antifeminismo, #antifeministas).

Os mecanismos de difusão do Instagram utilizam esses hashtags antifeministas como porta de entrada para contranarrativas de contas conservadoras, com consequências que incluem o retrocesso de políticas públicas inclusivas, a polarização e o incremento da violência simbólica e discursiva.

O hashtag #provida é o mais utilizado, com aproximadamente 359 mil publicações em 04/10/2025, seguido de #noalaborto, com 169 mil publicações na mesma data. Ambos apresentam alta atividade, com várias postagens mensais, de modo

que a maioria das publicações exibidas em primeiro plano corresponde ao ano de 2025 — algumas repetidas em ambos os grupos. As contas argentinas predominam, seguidas pelas chilenas.

Entre as temáticas e formatos mais frequentes destacam-se as fotografias de marchas contra o aborto, seguidas por carrosséis com infográficos que tentam explicar, com vocabulário pseudo-científico, aspectos relacionados à biologia ou à história.

Por exemplo, a conta @genvida publica o seguinte texto:

"O que é o aborto farmacológico? O aborto com pílula, conhecido como aborto farmacológico, é realizado nas primeiras semanas da gestação, antes da sétima semana. Consiste em tomar dois comprimidos:  *Mifepristona* (RU-486): bloqueia o hormônio progesterona, essencial para manter a gravidez.  *Misoprostol* (Cytotec): provoca contrações para expulsar o bebê. Esse método põe fim à vida do bebê em uma etapa em que seus órgãos vitais — como o coração, o sistema digestivo e o circulatório — já estão se formando.   Antes da sétima semana, o coração do bebê já bate, e todo o seu corpo começa a se desenvolver.  É importante informar com verdade e compaixão o que implica esse procedimento. Cada vida conta, desde o primeiro batimento. #GeneraciónVida #ProVida #ApologéticaProVida #SíALaVida #AbortoNoEsSalud #DefiendeLaVida #CulturaDeLaVida #LatidoEsVida"

(<https://www.instagram.com/p/DKaByR-MZGQ/>)

Por sua vez, a conta @prolifearmycoahuila compara o aborto a um genocídio e afirma:

"A história nos ensina que, quando se desumaniza uma pessoa, abre-se a porta para a injustiça e o sofrimento. A

eugenia, o aborto e outras práticas que negam a dignidade humana têm um denominador comum: a ideia de que alguns seres humanos são mais valiosos que outros. Não podemos permitir que se normalize a ideia de que a vida de alguns é descartável.

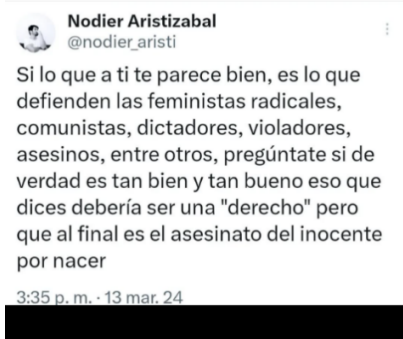
#GeneraciónVida #ProVida #ApologéticaProVida #SíALaVida
#AbortoNoEsSalud #DefiendeLaVida #CulturaDeLaVida
#LatidoEsVida”

(ver IMAGEM 2, *foto 2*.
<https://www.instagram.com/p/DKfm58Fz1Ge/>)

Em terceiro lugar, após as fotos e os carrosséis, aparecem memes que ridicularizam feministas e socialistas. Também se observam publicações com capturas de tela de postagens ou simulações de notícias supostamente publicadas por meios de comunicação, porém apresentadas sem contexto (ver IMAGEM 2, *foto 1*).

Nos dois hashtags analisados, os tipos de desinformação predominantes são descontextualização e viés, seguidos de exagero. Quanto às emoções mobilizadas, nota-se que a maioria das postagens apela, em primeiro lugar, à ira, seguida pelo asco e pelo medo, com uma clara caracterização das feministas como assassinas — entre outros adjetivos como *comunistas*, *ditadoras*, etc. (ver IMAGEM 2, *foto 3*: <https://www.instagram.com/p/C4d9Uuvug2p/>) — e uma comparação do aborto com o genocídio (ver IMAGEM 2, *foto 1*: <https://www.instagram.com/p/DMyqwjtU8VE/> e *foto 2*).

IMAGEM 2. Captura de tela de publicações que associam o aborto ao genocídio e as feministas a assassinas (#provida e #noalaborto)



Hashtag #antifeminismo

O hashtag #antifeminismo reúne cerca de 86.800 publicações, em sua maioria datadas de 2021, provenientes de contas diversas, sem referências claras ao país de origem. Diferentemente dos casos anteriores, aqui predominam os memes, seguidos por placas com frases. Com isso, a principal estratégia desinformativa gira em torno da brincadeira e do exagero.

Entre as temáticas mais recorrentes destacam-se as críticas ao socialismo e às diversidades sexo-genéricas, com alusões à biologia ou mediante a ridicularização da aparência corporal.

Como exemplo, a conta @eljoker.facho publicou duas fotos da atriz e cantora Demi Lovato com a legenda: *"Demi Lovato passou a ser Demi el Vato xd"* (ver IMAGEM 3, *foto 1*).

Em todos os casos analisados, observa-se também o uso de descontextualização e viés. O principal engano identificado corresponde a uma frase falsamente atribuída à comedianta e ativista Malena Pichot, amplamente replicada sem verificação por parte dos usuários. Trata-se de uma placa publicada pela conta @noticiasprovida, que mostra a foto de Pichot acompanhada da frase:

"Nós, feministas, não temos tempo para ler."

A postagem é acompanhada do texto:

"Isso explica muitos dos argumentos do #feminismo na hora de pedir #aborto e por que ficam ridículas diante dos #ProVidas."

IMAGEM 3. Captura de tela de *hashtivismismo* desinformativo (#antifeminismo) que apela à brincadeira (*foto 1*: <https://www.instagram.com/p/CVlp40vgqvt/>) e ao engano (*foto 2*: <https://www.instagram.com/p/CU0XCBLfdU/>)



Hashtags desinformativos contra a imigração

As etiquetas polarizadoras anti-imigração funcionam como conectores transnacionais, unindo contas de direita em uma rede de discursos xenofóbicos que transcende fronteiras. Na América Latina, a maior parte da rejeição à imigração provém de contas chilenas, que retratam haitianos e, sobretudo, venezuelanos como “criminosos” e associam o aumento da migração ao crescimento da delinquência e da insegurança pública. Nesses casos, dados são exagerados para culpar grupos étnicos específicos, promovendo o rechaço e a violência, e alimentando protestos xenófobos, como o episódio de queima de pertences de migrantes em Iquique, no Chile.

Na Argentina, em um contexto de crise econômica, a migração é majoritariamente apresentada como uma “carga fiscal”, responsabilizando migrantes — especialmente bolivianos,

paraguaios e venezuelanos — pela competição no mercado de trabalho e pela sobrecarga dos serviços públicos, como se observa nos debates sobre orçamento universitário e sanitário. Esse discurso tem sido particularmente amplificado pela ascensão de setores libertários. Assim, ignora-se o aporte econômico e social da imigração, ao mesmo tempo em que se desumanizam os migrantes, culpando-os por problemas estruturais e, com isso, justificando políticas restritivas e fomentando agressões e exclusão social.

Por sua vez, na Espanha, as publicações analisadas retratam migrantes provenientes de Marrocos, Argélia e Senegal como uma “ameaça à identidade cultural espanhola”, associando-os — sem qualquer evidência — à criminalidade e fomentando o medo cultural por meio de termos desumanizantes, como “invasão”. Também circulam histórias e postagens que retratam menores migrantes vulneráveis como “delinquentes juvenis”, perpetuando estereótipos de criminalidade e colocando migrantes e cidadãos locais em oposição simbólica (ver IMAGEM 4).

IMAGEM 4. Captura de tela de *hashtivismo* desinformativo (#inmigracionilegal) que associa imigração à delinquência juvenil <https://www.instagram.com/p/B7bOKtwomRZ/>



Entre os principais hashtags anti-imigração, destacam-se: #nomásinmigrantes (com e sem acento), #cierrefronteras (no plural e singular), #inmigracionilegal, #chileparaloschilenos, #inmigrantesilegales, #primerochile ou #chileprimero, #primeroargentina ou #argentinaprimero.

De modo geral, essas etiquetas recorrem à desumanização das pessoas migrantes por meio de uma linguagem alarmista, com termos como *“invasão”*, *“horda”* ou *“carga”*, utilizados para reduzir a imigração a uma ameaça abstrata.

Por meio de manipulação visual, as contas analisadas frequentemente empregam imagens fora de contexto — como protestos antigos ou vídeos editados — para ampliar o impacto emocional das mensagens. Também são reproduzidas afirmações falsas, sem fontes verificáveis ou baseadas em estatísticas sem respaldo oficial.

Em contextos de crise — econômica na Argentina, migratória no Chile ou sociopolítica na Espanha —, essas contas culpam os migrantes por problemas estruturais, explorando sua vulnerabilidade e desviando a atenção de falhas sistêmicas. Tais narrativas têm impacto social e político direto, pois reforçam políticas restritivas e alimentam agressões físicas e verbais, tanto em espaços digitais quanto presenciais.

O hashtag #nomásinmigrantes (com acento) reúne um total de 20.600 publicações no Instagram. Ao analisar o conteúdo vinculado a essa etiqueta, observa-se que quase todas as postagens pertencem a duas contas chilenas: @movimiento.social.patriota e @chilelibrecapitalista.

A maioria das publicações está em formato de fotografia, embora também haja capturas de tela. Entre as temáticas predominantes figuram:

- o rechaço ao comunismo,
- críticas ao governo de Gabriel Boric,
- a reivindicação da figura de Pinochet,

- marchas que relacionam migração à delinquência,
- e defesas de leis anti-imigratórias.

As postagens foram realizadas entre 2022 e 2025, com um pico de atividade em 2023. Apresentam baixo engajamento — a maioria não permite comentários, e a mais popular obteve 794 curtidas. Muitas não contêm texto explicativo, mas incluem diversas etiquetas, como:

#VotoNuloyDespuésEnContra #BASTA #NoMasONU
 #IzquierdaMiserable #RenunciaBoric #NoMásInmigrantes
 #NoALaReformaTributaria #RechazoAgenda2030 #EnContra.

De maneira semelhante, o hashtag #cierredefronteras contabiliza 17.400 publicações no Instagram. A análise dos primeiros posts mostra que quase todos pertencem à conta @chilelibreycapitalista. A maior parte consiste em recortes descontextualizados de notícias, publicados predominantemente durante 2024, com poucas interações — a mais popular obteve 319 curtidas —, sem texto adicional, mas acompanhadas de múltiplas etiquetas.

Em ambos os hashtags, os tipos de desinformação predominantes são a descontextualização e o viés, seguidos de exagero e hiperpartidarismo.

Quanto às emoções mobilizadas, a maioria das publicações apela à ira, ao asco e ao medo, caracterizando migrantes como ditadores, invasores, antichilenos e criminosos.

Como exemplo dessa associação entre delinquência e imigração, uma publicação de 6 de janeiro de 2025 (sob o hashtag #nomásinmigrantes) convoca uma marcha e show musical contra os venezuelanos no Chile (ver IMAGEM 5, *foto 1*: <https://www.instagram.com/p/DEgRv5sOZLT/>).

O post da conta @baraka_tarkatano830 é acompanhado pelo texto:

“Estamos cansados de sua presença barulhenta!! Junte-se ao grande movimento do cantor Angel Sensación e chega!”

Logo abaixo, aparecem emojis de macacos e várias etiquetas: #ronaldmorris #angelsensacion #venezolanosenchile #veneco #nomásinmigrantes.

Além disso, uma publicação de #cierrefronteras, datada de 2024 e com 249 curtidas, apresenta um recorte descontextualizado de uma página de um noticiário já inexistente (@T13), no qual se vincula o aumento da imigração ao crescimento da criminalidade (ver IMAGEM 5, foto 2: <https://www.instagram.com/p/C9-ztUfRGf0/>).

IMAGEM 5. Captura de tela de publicações que associam imigração à delinquência no Chile (#nomásinmigrantes e #cierrefronteras)



O hashtag #inmigracionilegal reúne 4.076 publicações, correspondentes majoritariamente a contas espanholas, o que o diferencia dos dois anteriores — predominantemente chilenos —, sendo que, neste caso, as publicações chilenas aparecem em segundo lugar.

Os conteúdos analisados abrangem o período de 2019 a 2025 e apresentam diversidade de formatos: fotografias, capturas de tela, notícias e memes. Em todos eles, observa-se claramente a presença de desinformação, sobretudo por meio da descontextualização e do viés, com alusões diretas que associam imigrantes a delitos sexuais e acusam o governo de conceder-lhes benefícios indevidos.

De modo geral, essas postagens apelam a sentimentos de ira, repulsa e medo, valendo-se de uma manipulação narrativa de caráter sensacionalista, que atribui causalidade sem provas ou sugere relações não comprovadas entre imigração e criminalidade.

Entre os exemplos mais representativos, destacam-se (ver IMAGEM 6):

1. Uma postagem de 2022, com 636 curtidas, publicada por @anti_globalismo2, que contém uma captura de tela de uma publicação de @CapitanBitcoin, na qual se relaciona o aumento dos delitos ao crescimento da imigração (ver IMAGEM 6, foto 1: https://www.instagram.com/p/Cc_QxTbt7tb/).
2. Uma publicação de @elpalmar_murcia, datada de 2020 e com 50 curtidas, que compartilha uma captura de tela de @Alvispf, denunciando uma suposta agressão sexual cometida por um imigrante, acompanhada da foto da suposta vítima e do pedido de compartilhamento massivo (ver IMAGEM 6, foto 2: <https://www.instagram.com/p/CDJFDd4qj7L/>).
3. Uma publicação de 2019, com 146 curtidas, realizada pela conta @espana_grande_ylibre, que reproduz uma captura de tela de um meio anônimo, contendo uma notícia que denuncia supostas ajudas econômicas do governo catalão a imigrantes ilegais (ver IMAGEM 6, foto 3: <https://www.instagram.com/p/BzG1J1blyub/>).

IMAGEM 6. Captura de tela de publicações desinformativas que associam imigração à delinquência na Espanha (#inmigracionilegal)



CONCLUSÕES

Os resultados desta pesquisa demonstram que o Instagram funciona como um espaço privilegiado para a circulação de desinformação e discursos polarizantes em torno de questões de gênero e migração. A arquitetura algorítmica da plataforma — baseada na maximização do alcance e do *engagement* — favorece a visibilidade de conteúdos emocionalmente carregados, nos quais os hashtags atuam como nós articuladores de comunidades transnacionais de extrema direita. Nesse ecossistema, as narrativas desinformativas não operam de forma isolada, mas em redes interconectadas que reproduzem estereótipos, ódios e ressentimentos políticos.

No caso dos discursos de gênero, os resultados revelam a consolidação de uma agenda antifeminista que enquadra os estudos de gênero e as políticas de igualdade como uma ameaça externa ou uma “imposição globalista”. Contas conservadoras utilizam hashtags como #RechazoAgenda2030 para representar o feminismo e a Educação Sexual Integral como instrumentos de uma “agenda estrangeira” que “rouba direitos dos homens” ou “corrompe a infância”. Esse tipo de mensagem simplifica e distorce o debate

público, ignorando as evidências sobre o impacto positivo das políticas de equidade na redução da violência de gênero.

A estigmatização do feminismo manifesta-se também em sua caracterização como movimento “extremista”, inimigo dos valores tradicionais e responsável pela “crise da família”. Hashtags como #ConMisHijosNoTeMetas associam a educação sexual à pedofilia ou ao doutrinação ideológico, desinformando deliberadamente e apelando a emoções de medo e moralismo. Nesse sentido, os discursos analisados invertem os papéis de vítima e algoz, apresentando os homens como “novas vítimas” da “toxicidade feminina” ou do “ódio ao masculino”, ao mesmo tempo em que negam a violência de gênero e deslegitimam o ativismo feminista. Essas narrativas reafirmam uma identidade masculina em crise e promovem uma reação cultural conservadora que busca frear os avanços em matéria de igualdade.

Os resultados confirmam o que apontam investigações anteriores (Gamir-Ríos et al., 2021; Farkas & Schou, 2020), segundo as quais a desinformação relacionada ao gênero articula-se com discursos de ódio e estratégias de manipulação emocional. No Instagram, esses conteúdos se difundem por meio de recursos visuais atraentes — como memes, vídeos e infográficos — que combinam ironia e pseudociência para reforçar estereótipos sexistas e gerar rejeição aos feminismos.

No que diz respeito à migração, os resultados evidenciam padrões semelhantes de desinformação e emocionalidade negativa. As narrativas xenofóbicas aproveitam o formato visual e o algoritmo da plataforma para propagar mensagens que desumanizam as pessoas migrantes, apresentando-as como ameaça cultural, econômica ou de segurança. No Chile, por exemplo, contas de direita e extrema direita utilizam hashtags para associar migrantes — especialmente haitianos e venezuelanos — à delinquência e à insegurança. Essas publicações exageram dados ou apresentam informações manipuladas para culpar grupos étnicos específicos por

problemas estruturais, alimentando um clima de hostilidade e contribuindo para episódios de violência xenofóbica, como a queima de pertences de migrantes em Iquique.

Na Argentina, em um contexto de crise econômica e inflação, a desinformação concentra-se no argumento da “carga fiscal”, culpando migrantes — particularmente bolivianos, paraguaios e venezuelanos — pela competição laboral ou pela saturação dos serviços públicos, incluindo os sistemas de saúde e educação superior. Esse tipo de discurso, amplificado por setores libertários emergentes, invisibiliza os aportes econômicos e sociais da migração, reforçando a ideia de que os migrantes seriam “outros” improdutivos ou parasitas do Estado. Assim, a desinformação converte-se em um instrumento político que legitima políticas restritivas e justifica a exclusão social.

Na Espanha, as narrativas desinformativas reproduzem um padrão semelhante, ainda que com ênfase na dimensão cultural. As publicações analisadas retratam migrantes provenientes de Marrocos, Argélia e Senegal como uma ameaça à “identidade nacional espanhola”, associando-os — sem qualquer evidência — ao crime e à violência. Os discursos visuais empregam termos como “invasão” ou “delinquência juvenil” para descrever menores migrantes, reproduzindo estigmas coloniais e reforçando a percepção de conflito entre população autóctone e estrangeira.

De modo geral, os resultados confirmam que a desinformação no Instagram não é apenas um fenômeno de informação equivocada, mas sim uma estratégia política e emocional orientada à mobilização de adesões ideológicas por meio da construção de inimigos simbólicos. Tanto no campo do gênero quanto no da migração, os hashtags funcionam como conectores transnacionais, articulando comunidades digitais conservadoras que compartilham repertórios discursivos e visuais. Essas redes reproduzem narrativas que corroem a convivência democrática e legitimam a exclusão de mulheres, dissidências e pessoas migrantes.

Por isso, para além da análise comunicativa, os resultados apontam a necessidade de políticas de alfabetização midiática e digital crítica, capazes de desativar os mecanismos de desinformação algorítmica e fortalecer a pesquisa sobre como as plataformas digitais amplificam discursos de ódio em contextos específicos. Compreender essas dinâmicas é fundamental para abordar a relação entre tecnologia, ideologia e esfera pública na era da comunicação digital.

Referências

Aruguete, N., & Calvo, E. (2021). *Fake news, trolls y otros encantos. Paidós.*

Bennett, W. L., & Livingstone, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>

Darius, P., & Stephany, F. (2022). Hashjacking the debate: Polarization strategies of Germany's political far-right on Twitter. *Social Media + Society*, 8(1). <https://doi.org/10.1177/20563051221086213>

Domenech, E. (2020). Migración, alteridad y nación en la Argentina contemporánea. *Papeles del CEIC*, 2020(1), 1–23. <https://doi.org/10.1387/pceic.20838>

Farkas, J., & Schou, J. (2020). *Post-truth, fake news and democracy: Mapping the politics of falsehood*. Routledge.

Feierstein, D. (2016). *Juicios: Sobre la elaboración del genocidio II*. Fondo de Cultura Económica.

Gamir-Ríos, J., García-Orosa, B., & López-García, X. (2021). Satire, fake news and the public sphere: Disinformation against feminism in Spain. *El Profesional de la Información*, 30(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.sep.12>

Giaxoglou, K. (2018). #JeSuisCharlie? Hashtags as narrative resources in contexts of ecstatic sharing. **Discourse, Context & Media**, 22, 13–20. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.07.006>

Giannoulakis, S., & Tsapatsoulis, N. (2016). Evaluating hashtag campaigns on Twitter: A case study from the #Freelran campaign. **Social Network Analysis and Mining**, 6, 25. <https://doi.org/10.1007/s13278-016-0331-5>

Igartua, J. J. (2006). **Métodos cuantitativos de investigación en Comunicación**. Editorial Bosch.

Innerarity, D., & Colomina, C. (2020). La política en tiempos de indignación digital. **Revista CIDOB d'Afers Internacionals**, 124, 11–35. <https://doi.org/10.24241/rcai.2020.124.1.11>

Reilly, I. (2012). Satirical fake news and/as American political discourse. **International Journal of Communication**, 6, 1886–1906.

Salaverría, R., et al. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: Tipología de los bulos sobre la Covid-19. **El Profesional de la Información**, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>

Soares, F. B., & Recuero, R. (2021). Hashtag wars: The strategic use of Twitter in the 2018 Brazilian presidential elections. **First Monday**, 26(4). <https://doi.org/10.5210/fm.v26i4.10876>

Sunstein, C. R. (2017). **#Republic: Divided democracy in the age of social media**. Princeton University Press.

Tarullo, R., & Frezzotti, Y. (2022). Hashtivismo desinformativo: el negacionismo de la dictadura argentina en Instagram. **Comunicación y Medios**, 46, 9–25. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.66765>.

Tarullo, R., & García, Y. (2020). Hashtag activism and feminist movements in Argentina: #NiUnaMenos. **Communication & Society**, 33(2), 169–184. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.169-184>.

Tarullo, R., & Sampietro, A. (2022). "No es tu cuerpo. No es tu derecho": El argumentario visual del movimiento provida argentino en Instagram. **Revista De Comunicación**, 21(1), 411–431. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A21>.

Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "fake news": A typology of scholarly definitions. **Digital Journalism**, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>.

Tucker, J. A., Guess, A., Barbera, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., & Nyhan, B. (2018). Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. **Political Science Quarterly**, 133(3), 707–751. <https://doi.org/10.1002/polq.12820>.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). **Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe.

Wodak, R. (2015). *The politics of fear: What right-wing populist discourses mean*. Sage.

Yang, G. (2016). Narrative agency in hashtag activism: The case of #BlackLivesMatter. **Media and Communication**, 4(4), 13–17. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i4.692>.

ARQUITETURA DO NEGACIONISMO CLIMÁTICO COMO DESINFORMAÇÃO SISTÊMICA NO CONTEXTO BRASILEIRO

Bianca Maria da Silva Melo
Daphane Leilane da Silva
Priscila Muniz de Medeiros

Introdução

Com a expansão da internet no Brasil e o protagonismo crescente das plataformas de mídias sociais, fenômenos como o negacionismo climático adquiriram novos contornos através de campanhas de desinformação (Santini *et al.*, 2022). A falta de responsabilidade dos usuários e de uma curadoria eficiente por parte dessas plataformas ajuda a fomentar esse cenário de crise epistemológica, onde a confiança na ciência é posta em xeque. Nesse sentido, narrativas negacionistas e aquelas embasadas cientificamente disputam espaço no ecossistema online, confundindo a opinião pública sobre acontecimentos climáticos e

acabando por diminuir a credibilidade de comunidades epistêmicas consolidadas em torno da verdade.

O negacionismo climático brasileiro é impulsionado principalmente por atores da política nacional, que ao defender seus interesses exploratórios e nocivos ao meio ambiente, fomentam campanhas de descrédito a estudos científicos avaliados por pares e que têm como tema central o debate climático. A literatura científica aponta que existe uma relação intrínseca entre o negacionismo climático e a ideologia política (Santini; Barros, 2022), agrupando indivíduos que possuem resistência à aceitação de orientações científicas devido a seus próprios interesses, majoritariamente focados na manutenção das relações globais de poder. Sendo assim, a ciência se torna alvo desses grupos conservadores, que disseminam narrativas de desinformação que prejudicam o debate científico sobre as questões ambientais, implementando incertezas que fomentam a polarização pública e enfraquecem a conscientização sobre a importância da mitigação da crise climática em nível global.

Neste contexto, este estudo visa investigar a arquitetura do negacionismo climático como parte integrante e estrutural do ecossistema de desinformação no Brasil. Para alcançar o objetivo, foi realizada uma revisão bibliográfica não sistemática com o intuito de mapear debates e abordagens teóricas relevantes para compreender ambos os fenômenos. Por meio da análise, oferecemos uma base analítica para responder às problemáticas centrais que envolvem o negacionismo climático e sua inserção nos debates sobre a desinformação no Brasil.

O estudo se divide em quatro seções: a primeira apresenta a desinformação como uma estrutura sustentada por uma dinâmica sistêmica, com a articulação entre atores negacionistas e plataformas de mídias sociais; a segunda introduz o conceito de negacionismo, problematizando as principais implicações sociais, morais e

religiosas trazidas por grupos negacionistas que tendem a contrariar consensos científicos; a terceira traz um panorama do negacionismo climático brasileiro, que funciona como uma estratégia política voltada a impedir o avanço de iniciativas públicas de enfrentamento às mudanças climáticas; e por último, na seção de discussão, trazemos um panorama geral sobre o debate do negacionismo ambiental no contexto brasileiro, oferecendo estratégias para contrapor a atuação desses atores.

Dimensão sistêmica da desinformação climática no ambiente digital

Compreender a desinformação requer focar na estrutura dinâmica que a produz, dissemina e retroalimenta dentro de um ambiente digital regido pelas lógicas econômicas das plataformas digitais. Conforme argumenta Recuero (2025), é possível compreender o sistema da desinformação como comunicativo, tecnológico e sociopolítico. Essa perspectiva permite analisar o negacionismo climático considerando suas relações complexas, que envolvem os atores que propagam negacionismo, contextos sociais, políticas e as infraestruturas tecnológicas.

A desinformação, nesse sentido, assume uma retórica que, no caso das questões climáticas, adota uma posição que deslegitima o consenso científico e tem o potencial de enfraquecer políticas socioambientais. A ênfase em supostas incertezas científicas é uma característica vital do negacionismo climático, com o objetivo de levantar dúvidas sobre as causas – ou a própria existência – das mudanças climáticas. Recuero (2025) afirma que a desinformação não necessariamente é constituída de conteúdos inteiramente falsos, podendo manipular e distorcer fatos verídicos.

Os atores envolvidos formam, assim, redes de influência. Soriano e Gaw (2021) definem esse tipo de articulação como uma

“infraestrutura humana de desinformação”, que combina expertise técnica, interesses econômicos e investimento de capital. É o que Recuero (2025) classifica como elementos do sistema. No caso das questões climáticas, essas redes são compostas por *think tanks* (Miguel, 2022; Dunlap; McCright, 2015; Brulle, 2014), empresas poluidoras (Oreskes; Conway, 2010), conglomerados de mídia (Carroll; Daub; Gunster, 2022), movimentos políticos contrários à regulação ambiental, atores político-partidários que representam os interesses de grandes empresas e outros porta-vozes que utilizam canais de comunicação para disseminar dúvidas sobre o consenso científico (Fischer, 2019; Doreian; Mrvar, 2022).

Nesse contexto, as plataformas digitais constituem o ambiente em que a desinformação vem se estruturando. Elas moldam a visibilidade, o alcance e o impacto da desinformação por meio dos algoritmos e de modelos baseados na economia da atenção (Recuero, 2025), conceito referente à prática de manter o máximo de usuários ativos pelo maior tempo possível (Bhargava; Velásquez, 2020). Assim, conteúdos polarizadores, com apelo emocional e conspiratórios tendem a ser privilegiados pelos algoritmos, enquanto a qualidade informacional não é priorizada (O’Neil, 2021).

Nesse sentido, há um terreno fértil para a exploração de narrativas que desacreditam a ocorrência das mudanças climáticas por meio da propagação de discursos inflamados, que buscam questionar a legitimidade de instituições científicas, de ativistas e de figuras que defendem a formulação e implementação de políticas ambientais. Recuero (2025) aponta que tudo isso compõe o que a autora considera como o ambiente de desinformação.

Por fim, há o reforço cognitivo, que ocorre quando a desinformação já está em seu processo de disseminação, o que Recuero (2025) caracteriza como a dinâmica da desinformação – que vai evoluir através de ciclos de retroalimentação nas plataformas

digitais. Como parte desse processo estão as câmaras de eco (Jamieson; Capella, 2008) e os filtros-bolha (Pariser, 2012). O primeiro se refere à formação de grupos fechados que compartilham das mesmas ideias e, ao mesmo tempo, excluem quem pensa diferente, resultando em cenários polarizados (Jamieson; Capella, 2008). Já o segundo está associado à formação de bolhas informacionais, que ocasionam o isolamento intelectual em uma dinâmica em que os usuários repelem ideais e pensamentos divergentes dos seus (Pariser, 2012). Assim, o sistema da desinformação se adapta às tentativas de controle, como moderação de conteúdo e checagem de fatos, gerando formas mais complexas de circulação e sendo cada vez mais difícil de combater. No campo das questões climáticas, a linguagem pseudocientífica auxilia na reconfiguração do ambiente informacional (Weinel, 2019), que confere ao negacionismo climático um caráter cada vez mais resistente às tentativas de combate à desinformação (Alves *et al.*, 2023).

Compreender o negacionismo climático como uma estratégica sistêmica auxilia na compreensão das disputas simbólicas que existem em torno do tema, considerando as autoridades científicas como participantes desse processo. Também é essencial para auxiliar na projeção de políticas públicas, estratégias midiáticas e iniciativas de alfabetização climática e digital.

Redefinindo o negacionismo no campo da desinformação

O negacionismo pode ser compreendido tanto como a recusa em aceitar conceitos e teorias amplamente consensuais na ciência, quanto como o uso de táticas retóricas que buscam criar a aparência de um debate legítimo, mesmo quando não há fundamento científico que o sustente (Hoofnagle; Hoofnagle, 2007). Esses argumentos negacionistas são eficazes em desviar a atenção

de debates realmente úteis para a sociedade, utilizando apelos emocionais para embasar afirmações vazias e que não possuem lógica (Hoofnagle; Hoofnagle, 2007).

Nesse sentido, torna-se importante destacar que o termo “negacionismo” é embasado neste trabalho de acordo com definições trazidas por Boykoff (2016). O termo define um movimento que se recusa a aceitar evidências científicas consolidadas. No caso das mudanças climáticas, isso implica na negação da existência desse fenômeno ou mesmo na negação do consenso científico sobre suas causas antropogênicas. No entanto, parte dos próprios negacionistas denominam-se como céticos. Assim, também é relevante apontar que o ceticismo diferencia-se do negacionismo por ser um princípio fundamental da investigação científica. Boykoff (2016) ressalta que a ciência é formada por questionamentos críticos que levam à busca de verificações acerca da robustez dos dados e das teorias, o que mostra a necessidade de um ponto de vista cético neste meio.

Dessa forma, enquanto o ceticismo é um elemento central para o avanço do conhecimento, o negacionismo representa um obstáculo à compreensão e à ação. Boykoff (2016) ainda afirma que o negacionismo costuma estar ligado à movimentos ideológicos, políticos e econômicos, contando muitas vezes com o financiamento de setores da economia por meio de organizações interessadas em impedir mudanças efetivas que podem ameaçar suas posições no mercado.

Quando institucionalizado pelos governos, o discurso negacionista tem o potencial de influenciar as relações diplomáticas e comerciais entre países. Para estudar o negacionismo, é essencial observar o contexto no qual esses discursos se sustentam, tendo como base principal a negação da ciência. Grech (2017) utiliza o termo *fake science* (falsa ciência) para abordar como a ciência tem sido percebida na era da pós-verdade. O autor aponta a sua

politização para explicar esse fenômeno dentro do ambiente acadêmico, ou seja, quando os cientistas ou instituições se dobram às ideologias de grupos de interesse ou quando simplesmente atendem aos seus próprios interesses pessoais.

Essa dinâmica fomenta um ambiente cada vez mais propício para a proliferação de desinformação e ideais negacionistas, pois estudos aparentemente legítimos podem ser utilizados para sustentar visões distorcidas, como pontua Grech (2017). O autor afirma que a ideia de uma “falsa ciência”, que cria estudos tendenciosos, podem promover narrativas que contestam consensos científicos e estudos sérios que são revisados por pares.

Dentro do contexto do negacionismo climático, interesses econômicos constantemente se sobrepõem ao rigor científico (Brulle, 2020; Oreskes; Conway, 2010). Ou seja, a ciência torna-se uma ferramenta que os negacionistas manipulam, distorcendo, por vezes, a figura de uma autoridade científica para tentar comprometer a imagem de pesquisadores e instituições que divulgam resultados que atestam as causas antropogênicas das mudanças climáticas.

Mooney (2005) situa o início do movimento negacionista e anti-ciência na década de 1970, nos Estados Unidos. Na época, o fenômeno foi utilizado como uma forma de a indústria do tabaco contestar as comprovações científicas sobre os danos do cigarro à saúde. Segundo o autor, um importante instrumento para a disseminação do negacionismo científico, tanto na época, quanto nos dias atuais, é a mídia, pois ela tende a dar voz ao sensacionalismo de figuras que utilizam a negação da ciência como estratégia política ou comercial.

Apesar de não ser um fenômeno recente, o negacionismo passou a ganhar força diante da ascensão de governos conservadores de extrema direita em todo o mundo (Vilela; Selles,

2020; Löwy, 2020). A estratégia se intensificou de forma ainda mais impactante devido à rápida disseminação de informações, verídicas ou falsas, potencializada pelas plataformas de mídias sociais. Nesses espaços, o avanço tecnológico não apenas facilita a circulação desses discursos, mas redefine as condições de visibilidade de conteúdos de desinformação e a credibilidade do conhecimento científico. Sendo assim, as arquiteturas algorítmicas das plataformas de redes sociais, guiadas pela lógica do engajamento, privilegiam o que provoca emoção, conflito e polarização, criando ambientes propício nos quais o negacionismo pode prosperar com facilidade (Pariser; Heyborne, 2011; Gillespie, 2018). Ao transformar a atenção em produto e o engajamento em lucro, tais sistemas dificultam a fiscalização desses conteúdos, obscurecem respostas de órgãos governamentais e fragmentam o debate público, tornando o enfrentamento ao negacionismo não apenas uma questão epistemológica, mas estrutural e política.

Ao mesmo tempo, o descrédito da mídia tradicional contribui para que a disseminação do negacionismo ocorra de forma mais eficaz. Entende-se aqui como mídia tradicional as corporações jornalísticas que reforçam condições hegemônicas dentro da sociedade na qual se inserem e que produzem um jornalismo capaz de atingir as massas (Genro Filho, 1987). Ao adotar modelos de mídia alternativos, determinados grupos de extrema direita se valem do negacionismo como uma linha editorial, ao mesmo tempo em que atacam diretamente a imprensa tradicional (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2023).

Oliveira, Martins e Toth (2020) abordam esse movimento anti-imprensa dentro do panorama de uma crise epistêmica que alimenta o negacionismo, se traduzindo na descrença direcionada a todas as instituições que sustentam a democracia. "A partir da quebra de confiança nessas instituições epistêmicas que balizam noções como verdade, os sujeitos passam a acreditar apenas em

suas próprias experiências individuais” (Oliveira; Martins; Toth, 2020, p. 99).

O negacionismo, no entanto, não emerge em um vácuo social, mas se insere em contextos de tensão entre ciência, valores culturais e interesses políticos. Segundo Nelkin (1995), o negacionismo surge principalmente devido às implicações sociais, morais e religiosas trazidas por uma teoria científica. Ou seja, descobertas científicas têm o potencial de trazer à tona questões que podem causar impactos aos comportamentos, tradições e valores profundamente enraizados de uma sociedade, gerando discussões sobre a razoabilidade dessas descobertas frente aos princípios éticos e às crenças de diferentes coletividades.

Esses grupos ganham destaque por fortalecer suas crenças através de discursos estratégicos que estimulam a descredibilidade dos fatos, conseqüentemente, promovendo retrocessos e o obscurecimento da informação sobre temas de interesses gerais. Este tipo de comportamento, que tende a incentivar campanhas anti-políticas e anti-democráticas, já atinge a comunidade global em longo alcance, afetando a percepção pública sobre temas de preocupações iminentes, além de prejudicar os formadores de opinião e os tomadores de decisões. Negacionismo climático como estratégia política

Apesar de estudos científicos apontarem para um iminente colapso do planeta Terra causado principalmente pelas mudanças climáticas antropogênicas e a emissão de gases de efeito estufa na atmosfera (IPCC, 2023), o tema ainda é tratado como controverso e fomenta opiniões, falsas narrativas e teorias da conspiração que disputam o espaço pela verdade no ecossistema online.

A desinformação nas mídias sociais tem complexificado a implementação de políticas públicas que visam a mitigar os efeitos do desequilíbrio no clima global. Discursos frequentemente usados

pelos mesmos grupos negacionistas focam nos alegados danos irreparáveis que medidas públicas para frear as alterações climáticas causariam na economia mundial (Miguel, 2022). Discursos sobre potenciais ameaças à soberania nacional (Vicenová; Mišík, 2025), aliados a teorias da conspiração que reclamam a existência de um governo global, por meio do chamado “globalismo” (Carrasco, 2023), também ajudam a fortalecer alegações sobre supostas ameaças aos territórios. Para políticos de extrema direita, o argumento da soberania sobre os recursos naturais é utilizado para repudiar discursos acerca da defesa ambiental e dos povos indígenas, uma preocupação crescente em países latino-americanos (Müzell, 2019).

No Brasil, estudos como o de Santini e Barros (2022) apontam para uma relação intrínseca entre o negacionismo climático e a ideologia política. A identificação pessoal dos indivíduos com grupos neoliberais tem desencadeado uma resistência à “aceitação de orientações científicas que apontam para demandas de regulação de mercado em setores como a indústria dos combustíveis fósseis” (Santini; Barros, 2022), responsáveis pela maior parcela de gases de efeito estufa liberados na atmosfera (Wolf *et al.*, 2025). Uma vez que a ciência se torna alvo desses grupos conservadores, narrativas de desinformação tendem a prejudicar o debate sobre as questões ambientais, dando lugar a contestações que não encontram base ou consenso no campo científico.

A mediação de controvérsias e afirmações inconclusivas sobre a ciência tem funcionado como uma estratégia eficaz para o crescimento da polarização de diferentes grupos políticos e ideológicos nas mídias sociais brasileiras, afetando diretamente a opinião pública diante da demanda social por informações e fontes que possam ser consideradas confiáveis (Oliveira, 2018; 2020). Diante disso, esta agenda conservadora, decorrente de lógicas neoliberais, vai ao encontro a outras dinâmicas de personalização de

consumo nas plataformas digitais, fazendo com que surjam atores de grande influência na propagação de desinformação. Estes atores são responsáveis por incentivar e instaurar a dúvida sobre informações vindas de instituições historicamente consideradas seguras (Oliveira, 2020). Diversas lideranças da política brasileira usufruem deste cenário de desconfiança na ciência para reforçar seus próprios argumentos e/ou vieses de confirmação por meio de estratégias políticas coordenadas. Eles também têm feito com que o debate ambiental no Brasil seja inserido nas guerras culturais contemporâneas. As guerras culturais, por sua vez, são conflitos simbólicos travados na esfera pública, abrangendo valores, identidades e visões de mundo (Melo; Vaz, 2021). De acordo com Salles *et al.* (2023), essa inclusão cria uma perigosa negligência do aspecto científico da questão ambiental, a qual contribui para a tomada de posição baseada unicamente no pertencimento a um grupo ideológico específico.

Tais estratégias, além de enfraquecer as políticas públicas de preservação, contribuem também para a polarização do debate público, dificultando o avanço de soluções integradas e científicas para enfrentar os desafios climáticos, como afirmam Lamb *et al.* (2020). Os autores afirmam que determinadas estratégias de negação climática são mais sutis, visando convencer a percepção pública de que não é necessário fomentar preocupações em torno das mudanças climáticas. Cobb (2024) afirma que, ao priorizar o desenvolvimento econômico, governos e setores da economia passaram a convergir em torno de políticas de desaceleração ou inércia climática, sem considerar que seja preciso impor mudanças sociais significativas.

Nesse sentido, Loose (2024) indica que as atividades que provocam aumento de emissões de gases que contribuem com as mudanças climáticas são consideradas por essa elite política e conservadora como um grande trunfo, principalmente em países do

Sul Global, como é o caso do Brasil, que possuem riquezas naturais. Para a autora, isso revela uma problemática que envolve a dependência econômica que o país possui sobre essas atividades, o aumento da desigualdade social e a degradação ambiental.

Tal argumento foi frequentemente utilizado por parlamentares bolsonaristas e ministros ligados ao governo de Jair Bolsonaro ao longo de todo o seu mandato (2019-2022). O bolsonarismo é considerado um alinhamento ideológico composto por dimensões conservadoras e liberais apoiadas por uma parcela significativa da população, defendendo ideais como a defesa de soluções duras para o crime e a reação culturalista a políticas progressistas de gênero (Rennó, 2022). Dessa forma, se tornou um terreno fértil para que discursos negacionistas e de desinformação crescessem e se espalhassem em todo o ambiente digital (Gragnani, 2021). Sendo assim, a polarização política fomentada durante o governo foi crucial para inflamar a desconfiança na ciência e nas instituições políticas que promovem a democracia no país (Miguel, 2022), destacando, portanto, a relevante conexão entre os discursos políticos em uma escala global.

As conexões entre Bolsonaro e as narrativas de negacionismo climático são encabeçadas por uma troca de interesses políticos e econômicos. Grande parte dos empresários que financiaram as campanhas de Bolsonaro, tanto em 2018 quanto em 2022, são representantes do agronegócio (Gomes; Caetano, 2022). Esse financiamento convergiu em uma forte ligação de Bolsonaro com o setor, levando em consideração que a defesa dos interesses do agronegócio permeou os discursos do ex-presidente durante suas campanhas e durante seu mandato (Pompeia, 2023).

Nessas circunstâncias, o governo Bolsonaro e os empresários do agronegócio passaram a se retroalimentar. Pompeia (2023) atesta que as posições conservadoras convergiram com as posições negacionistas, interferindo diretamente na política ambiental do

governo em questão. Entidades como a Confederação Nacional da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) e representações políticas como a Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA), a bancada ruralista ou “bancada do boi”, ganharam mais espaço durante o mandato de Bolsonaro. Isso fez com que diversos interesses do setor imperassem nas decisões governamentais.

Tendo em vista o privilégio adquirido por esse setor, os parlamentares que buscavam defender o agronegócio iam contra o consenso científico e ocultavam seus próprios interesses por meio de um discurso negacionista e conspiratório. Ao estudarem os crimes ambientais e o negacionismo climático, Kramer e Michalowski (2012) elencam quatro formas utilizadas por representantes estatais e empresários para se isentarem de responsabilidades quanto às causas do aquecimento global: *i*) negar que a atividade humana modifica o clima da Terra; *ii*) criar empecilhos para mitigar a emissão de gases poluentes; *iii*) impedir políticas que promovam a sustentabilidade; e *iv*) implementar políticas que excluam populações em situação de vulnerabilidade que sofrem com os impactos das mudanças climáticas.

Além disso, a tendência da comunicação no ambiente online, regada à recorrentes narrativas de desinformação, característica inerente ao bolsonarismo, também contribuiu para que o negacionismo climático fosse disseminado como uma ramificação do posicionamento governamental. Os discursos negacionistas de integrantes do governo Bolsonaro ganharam repercussão em sites de notícias hiperpartidários, blogs e redes sociais (Miguel, 2022). Os conteúdos inflamatórios obtinham um número crescente de visualizações em programas do YouTube, destacada anteriormente na literatura científica como uma plataforma problemática e que tende a impulsionar conteúdos tóxicos sobre o clima (Santini; Salles; Mattos, 2023; Salles *et al.* 2024; Silva; Medeiros, 2025).

Miguel (2022) afirma, entretanto, que o negacionismo climático é um fenômeno multilinear e que não se prende a cargos de poder. Dessa forma, é importante destacar que apesar das correlações entre o bolsonarismo e o negacionismo climático, o fenômeno transcende a influência de figuras políticas, partidos, ou quaisquer elementos pontuais na história, se consolidando como um problema sistêmico e de extrema urgência em seu combate.

Discussão: Estratégias de contraposição

A desinformação socioambiental representa um desafio multidimensional que transcende a simples necessidade de aprimorar a divulgação científica. Não se trata apenas de transmitir conhecimento científico em ambientes estratégicos, mas também desenvolver competências que capacitem indivíduos e comunidades a identificar desinformação e compreender estratégias manipulativas de forma panorâmica. Ou seja, enquanto a alfabetização científica tradicional se concentra na transmissão de conteúdo, o letramento sobre desinformação exige habilidades que envolvem análise e checagem de fontes, identificação de retóricas manipulativas e de campanhas coordenadas.

Uma contraposição efetiva contra o negacionismo climático, em específico, demanda uma compreensão sistêmica tanto dos mecanismos de disseminação quanto das estruturas de financiamento que sustentam campanhas negacionistas sobre as mudanças climáticas. Pesquisas têm demonstrado que redes negacionistas não operam de forma espontânea ou descoordenada, mas constituem ecossistemas complexos com financiamento robusto, frequentemente proveniente de setores econômicos cujos interesses se chocam com políticas climáticas (Marlow; Miller; Roberts, 2021; Santini *et al.*, 2025). Como apresentado anteriormente, essa estrutura inclui *think tanks*, institutos de

pesquisa com aparência de neutralidade, criadores de conteúdo para mídias sociais, representantes políticos e veículos de comunicação.

Compreender essas estruturas implica mapear não apenas o conteúdo desinformativo, mas as conexões institucionais, os padrões de amplificação e os possíveis financiamentos de campanhas que permitem que narrativas falsas alcancem a população em grande escala (Dunlap; McCright, 2015; Brulle, 2020). Transparência sobre financiamentos torna-se, portanto, não apenas uma questão de ética institucional, mas um elemento fundamental para refletir sobre campanhas de desinformação. Assim, regulamentações que exijam identificação clara de patrocinadores de conteúdo sobre questões socioambientais representam ferramentas importantes nesse contexto. Educadores ambientais e comunicadores científicos precisam adaptar suas estratégias considerando as dinâmicas específicas da desinformação. Isso envolve compreender como vieses cognitivos tornam indivíduos mais suscetíveis a narrativas que reforçam suas crenças preexistentes, independentemente da veracidade dessas narrativas (Amaral; Santos, 2019).

Cesarino (2021) aponta que as dinâmicas de determinados grupos nas mídias sociais podem desempenhar um papel importante para que os membros desses grupos aceitem ou rejeitem conteúdos negacionistas sobre o clima. Para a autora, isso costuma demarcar o pertencimento a determinado grupo social ou político. Assim, é necessário estudar quais grupos são mais vulneráveis a narrativas específicas. Comunidades que dependem economicamente de atividades potencialmente prejudiciais ao meio ambiente, por exemplo, podem ser particularmente receptivas a narrativas que minimizam riscos ambientais, como é o caso de campanhas orquestradas por setores como mineração (Brito; Dias; Zaro, 2022) e agronegócio (Medeiros *et al.*, 2024). Comunidades

conservadoras, em especial as religiosas, também estão mais suscetíveis a acreditarem nessas narrativas (Smith, 2019).

Isso ocorre, porque, segundo Cook e Lewandowsky (2016), as questões socioambientais estão vinculadas a um conjunto de crenças e ideias que transcendem o simples entendimento técnico, racional e baseado em consensos científicos. Salles *et al.* (2023) identificaram a relação entre debates socioambientais e guerras culturais no Brasil. Nesse contexto, grupos sociais se polarizam em torno de temas morais e socioculturais, como gênero, religião, educação, política e até mesmo clima. Isso mobiliza crenças enraizadas nos corações e mentes dos indivíduos que compõem esses grupos (Salles *et al.*, 2023).

Melo e Vaz (2021) apontam que as guerras culturais se tornaram ferramentas nas mãos de atores políticos que visam mobilizar suas bases sob a estratégia de desviar o foco de problemas estruturais e de debates mais complexos sobre determinado tema. Como resultado, as polarizações se aprofundam e interpretações errôneas são estabelecidas. Nesse contexto, ainda é importante considerar que as plataformas digitais estão posicionadas como atores, pois oferecem uma infraestrutura prática e com baixa moderação de conteúdo para que narrativas negacionistas sejam disseminadas massivamente (Kozyreva *et al.*, 2022). A velocidade com a qual a desinformação é disseminada torna improdutivo concentrar esforços apenas em iniciativas de checagem de fatos, pois é preciso levar em conta o efeito de primazia, que consiste em fixar na memória a primeira versão dos fatos como se fosse a verdadeira (Van Erkel; Thijssen, 2016). Considerando que a natureza da desinformação é sistêmica e que o negacionismo climático está inserido nesse contexto, também é preciso que as soluções sejam multidimensionais. A regulamentação de plataformas digitais, com exigências de transparência algorítmica e responsabilização por amplificação de desinformação, é uma causa fundamental de ser

mobilizada por diversas vozes da sociedade civil, como organizações e figuras públicas que atuam em prol de um ambiente digital mais saudável e justo. Ao mesmo tempo, é necessário pensar em soluções específicas de combate ao negacionismo climático. Com políticas climáticas mais rígidas, é possível estabelecer transparência sobre financiamentos de campanhas de comunicação relacionadas às questões climáticas (International Panel on the Information Environment, 2025), o que pode expor conexões entre narrativas negacionistas e interesses econômicos.

O fortalecimento institucional de universidades, centros de pesquisa e órgãos ambientais, garantindo sua autonomia e capacidade de comunicação direta com a sociedade, cria contrapesos importantes às narrativas negacionistas. Nesse sentido, pesquisas futuras devem examinar de forma mais aprofundada os impactos da desinformação socioambiental na qualidade democrática e na participação cidadã sobre questões ambientais. A erosão da confiança em instituições científicas e governamentais, alimentada por campanhas desinformativas, compromete a capacidade de sociedades conduzirem deliberações bem direcionadas sobre questões climáticas.

Lewandowsky (2021) afirma que isso se torna particularmente crítico em momentos decisivos para a governança ambiental global, como é o caso da COP30, que foi sediada no Brasil em 2025 e contou com casos emblemáticos de desinformação socioambiental disseminada por grandes empresas (Sumaúma, 2025). Tais eventos constituem alvos preferenciais para essas campanhas, que buscam enfraquecer consensos internacionais e adiar ações robustas.

Além disso, investigações sobre como o negacionismo climático afeta especificamente a participação de diferentes grupos sociais – como povos originários, comunidades tradicionais e movimentos sociais – podem revelar padrões de vulnerabilização

que perpetuam injustiças climáticas. Compreender esses mecanismos é fundamental para desenvolver estratégias que não apenas combatam o negacionismo climático, mas fortaleçam a participação democrática de grupos historicamente marginalizados nos processos decisórios ambientais.

Referências

ALVES, M.; GROHMANN, R.; RECUERO, R.; TAVARES, C. Desinformação e eleições de 2022 no Brasil: lições em um contexto do Sul Global. **INCT em Disputas e Soberanias Informacionais**. Disponível em: <https://inctdsi.uff.br/2023/11/15/disinformation-and-2022-elections-in-brazil-lessons-learned-from-a-south-to-southcontext/>. Acesso em: 13 fev. 2025.

AMARAL, I.; SANTOS, S. **Algoritmos e redes sociais**: a propagação de fake news na era da pós-verdade. 2019. Disponível em: <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/96605>. Acesso em: 14 nov. 2025.

BHARGAVA, V. R.; VELASQUEZ, M. Ethics of the attention economy: The problem of social media addiction. **Business Ethics Quarterly**, v. 31, n. 3, p. 321-359, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/19460171.2019.1602067>. Acesso em: 20 mar. 2025.

BRITO, A. C. F. M.; DIAS, S. L. F. G.; ZARO, E. S. Relatório corporativo socioambiental e greenwashing: análise de uma empresa mineradora brasileira. **EBAPEBR Cadernos**, v. 20, n. 2, p. 242-246, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1679-395120210057>. Acesso em: 14 nov. 2025.

BRULLE, R. J. Denialism: organized opposition to climate change action in the United States. In: **Handbook of U.S. Environmental Policy**. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.4337/9781788972840.00033>. Acesso em: 14 nov. 2025.

BRULLE, R. J. Institutionalizing delay: foundation funding and the creation of U.S. climate change counter-movement organizations. **Climatic Change**, v. 122, n. 4, p. 681–694, 1 fev.2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s10584-013-1018-7>. Acesso em: 20 jun. 2024.

CARRASCO, L. ONGs: o que está por trás da guerra híbrida na Amazônia. **Gazeta do Povo**, 16 ago. 2023. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/opiniaio/artigos/ongs-o-que-esta-por-tras-da-guerra-hibrida-na-amazonia/>. Acesso em: 3 set. 2024.

CARROLL, W. K.; DAUB, S.; GUNSTER, S. Chapter 11: Regime of obstruction: fossil capitalism and the many facets of climate denial in Canada. In: **HANDBOOK OF ANTI-ENVIRONMENTALISM**. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.4337/9781839100222.00021>. Acesso em: 23 mar. 2025.

COBB, C. W. The politics of climate denialism and the secondary denialism of economics. **American Journal of Economics and Sociology**, Wiley Blackwell, v. 84, n. 1, p. 69-88, jan. 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/ajes.12606>. Acesso em: 20 mar. 2025.

COOK, J.; LEWANDOWSKY, S. Rational irrationality: modeling climate change belief polarization using Bayesian networks. **Top Cognition Science**, v. 8, n. 1, p. 160-179, jan. 2016. Disponível em:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/tops.12186>. Acesso em: 14 nov. 2025.

DOREIAN, P.; MRVAR, A. The Koch Brothers and the climate change denial social movement. In: **HANDBOOK OF ANTI-ENVIRONMENTALISM**. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.4337/9781839100222.00022>. Acesso em: 23 mar. 2025.

DUNLAP, R. E.; MCCRIGHT, A. M. Challenging Climate Change: The Denial Countermovement. In: DUNLAP, Riley E.; BRULLE, Robert J. (eds.). **Climate Change and Society: Sociological Perspectives**. New York: Oxford Academic, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199356102.003.0010>. Acesso em: 13 nov. 2025.

FISCHER, F. Knowledge politics and post-truth in climate denial: on the social construction of alternative facts. **Critical Policy Studies**, v. 13, n. 2, p. 133-152, 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19460171.2019.1602067>. Acesso em: 22 fev. 2025.

GENRO FILHO, A. **O Segredo da Pirâmide**: Para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê!, 1987.

GILLESPIE, T. **Custodians of the Internet**: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media. New Haven Connecticut: Yale University Press, 2018.

GOMES, B.; CAETANO, G. Empresários do agronegócio despontam como líderes em doações para campanhas eleitorais. **O Globo**, Política, 2022. Disponível em:

<https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2022/noticia/2022/09/empresarios-do-agronegocio-despontam-como-lideres-em-doacoes-para-campanhas-eleitorais.ghtml>. Acesso em: 2 jun.2024.

GRAGNANI, J. Agronegócio banca palestras que espalham mito de que aquecimento global pelo homem é fraude. **BBC**, 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-59310009>. Acesso em: 18 mai. 2024.

GRECH, V. Fake news and post-truth pronouncements in general and in early human development. **Early Human Development**, v. 115, p. 118-120, dez. 2017. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28951119/>. Acesso em: 20 mar. 2025.

HOOFNAGLE, M.; HOOFNAGLE, C. J. What is Denialism?. Rochester, NY: Social Science Research Network, 2007. **SSRN Scholarly Paper**. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/abstract=4002823>. Acesso em: 15 nov. 2025.

INTERNATIONAL PANEL ON THE INFORMATION ENVIRONMENT. **Information Integrity about Climate Science: A Systematic Review**. E. ELBEYI; K. BRUHN JENSEN; M. ARONCZYK; J. ASUKA; G. CEYLAN; J. COOK; G. ERDELYI; H. FORD; C. MILANI; E. MUSTAFARAJ; F. OGENGA; S. YADIN; P. N. HOWARD; S. VALENZUELA (eds.). Zurich, Switzerland: IPIE, 2025. Synthesis Report, SR2025.1. Disponível em: <https://www.ipie.info/research/sr2025-1>. Acesso em: nov. 2025.

IPCC, Intergovernmental Panel on Climate Change. **AR6 Synthesis Report: Climate Change 2023 — IPCC**. [S.l.], 2023. Disponível em:

<https://www.ipcc.ch/report/sixth-assessment-report-cycle/>. Acesso em: 3 set. 2025.

JAMIESON, K. H.; CAPPELLA, J. N. **Echo Chamber**: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment. New York: Oxford University Press, 2008.

KOZYREVA, A.; HERZOG, S. M.; LEWANDOWSKY, S.; HERTWIG, R.; LORENZ-SPREEN, P.; LEISER, M.; REIFLER, J. Resolving content moderation dilemmas between free speech and harmful misinformation. **Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America**, v. 120, n. 7, e2210666120, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1073/pnas.2210666120>. Acesso em: 14 nov. 2025.

KRAMER, R.; MICHALOWSKI, Raymond. Is global warming a state-corporate crime? In: **State-Corporate Crime**: Wrongdoing at the Intersection of Business and Government. 1. ed. New York: Springer, 2012.

LAMB, W. F.; MATTIOLI, G.; LEVI, S.; ROBERTS, J. T.; CAPSTICK, S.; CREUTZIG, F.; MINX, J. C.; MÜLLER-HANSEN, F.; CULHANE, T.; STEINBERGER, J. K. Discourses of climate delay. **Global Sustainability**, v. 3, jan. 2020. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/journals/global-sustainability/article/contextualizing-discourses-of-climate-delay-a-response-to-lamb-et-al-2020/19B61778E8D8DDCE1D18D513D14FA3> 23. Acesso em: 15 ago. 2025.

LEWANDOWSKY, S. Climate change, disinformation, and how to combat it. **Annual Review of Public Health**, v. 42, 2020. Disponível

em: <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-090419-102409>.
Acesso em: 14 nov. 2025.

LOOSE, E. B. **Jornalismos e crise climática**: Um estudo desde o Sul Global sobre os vínculos do jornalismo com a colonialidade. São Paulo: Editora Insular, 2024. Disponível em: <https://insular.com.br/produto/jornalismos-e-crise-climatica/>. Acesso em: 23 mar. 2025.

LÖWY, M. Extrema direita e neofascismo: um fenômeno planetário: o caso Bolsonaro. In: FARIA, Fabiano Godinho; MARQUES, Mauro Luiz Barbosa (Org.). **Giros à direita**: análises e perspectivas sobre o campo líbero-conservador. Sobral-CE: Editora SertãoCult, 2020, p. 13-19. Disponível em: <https://deposita.ibict.br/handle/deposita/148>. Acesso em: 05 jun. 2024.

MARLOW, T.; MILLER, S.; ROBERTS, J. T. Bots and online climate discourses: Twitter discourse on President Trump's announcement of U.S. withdrawal from the Paris Agreement. **Climate Policy**, v. 21, n. 6, p. 765–777, 2021. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14693062.2020.1870098>. Acesso em: 05 jun. 2024.

MEDEIROS, P.; SALLES, D.; MAGALHÃES, T.; MELO, B.; SANTINI, R. M. Greenwashing e Desinformação: A Publicidade Tóxica do Agronegócio Brasileiro nas Redes. **Comunicação e Sociedade**, [S. l.], v. 45, p. e024008, 2024. DOI: 10.17231/comsoc.45(2024).5417. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/5417>. Acesso em: 15 nov. 2025.

MELO, C. T. V., VAZ, P. Guerras culturais: Conceito e trajetória. **Revista Eco-Pós**, vol. 24, n. 2. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.29146/ecopos.v24i2.27791>. Acesso em: 14 nov. 2025.

MIGUEL, J. C. H. A “meada” do negacionismo climático e o impedimento da governamentalização ambiental no Brasil. **Sociedade e Estado**, v. 37, p. 293–315, 13 abr. 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/se/a/wCDHY4RdNWSBZC5m6Q7fpBx/#>. Acesso em: 12 jun. 2024.

MOONEY, C. **The republican war on science**. New York: Basic Books, 2005.

MÜZELL, L. Planeta Verde - Soberania da Amazônia é raro ponto de convergência entre esquerda e direita. **RFI**, [S. l.], 2019. Disponível em: <https://www.rfi.fr/br/brasil/20190926-soberania-da-amazonia-e-raro-ponto-de-convergencia-e-ntre-esquerda-e-direita>. Acesso em: 9 mar. 2025.

NELKIN, D. Science controversies: the dynamics of public disputes in the United States. In: JASANOFF, S.; GERALD E. M; et al (Ed.). **Handbook of science and technology studies**. Thousand Oaks/London/New Delhi: Sage, 1995.

PARISER, E; HEYBORNE, K. **The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You**, Library Edition. Old Saybrook, Ct.: Tantor Media Inc, 2021.

OLIVEIRA, T. M. DE. **Midiatização da ciência: reconfiguração do paradigma da comunicação científica e do trabalho acadêmico na**

era digital. **MATRIZES**, v. 12, n. 3, p. 101–126, 26 dez. 2018. Disponível em:
<https://www.redalyc.org/journal/1430/143065736007/html/>. Acesso em: 15 nov. 2025.

OLIVEIRA, T. M. DE. Como enfrentar a desinformação científica? Desafios sociais, políticos e jurídicos intensificados no contexto da pandemia. **Liinc em Revista**, v. 16, n. 2, p. 5374–5374, 23 dez. 2020. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5374>. Acesso em: 15 nov. 2025.

OLIVEIRA, T. M.; MARTINS, R. Q. R.; TOTH, J. P. Antivacina, fosfoetanolamina e Mineral Miracle Solution (MMS): mapeamento de fake sciences ligadas à saúde no Facebook. 2020. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/40876>. Acesso em: 24 mar. 2021.

O'NEIL, C. **Algoritmos de Destruição em Massa**. 1. ed. Santo André, SP: Editora Rua do Sabão, 2020.

ORESQUES, N.; CONWAY, E. M. **Merchants of Doubt**: How a Handful of Scientists Obscured the Truth on Issues From Tobacco Smoke to Global Warming. New York: Bloomsbury Press, 2010.

PARISER, E. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro. Zahar, 2012.

POMPEIA, C. As correntes do agronegócio durante o governo Bolsonaro: divergências e acordos em questões socioambientais. **Nuevo Mundo Mundos Nuevos [online]**, Questions du temps présent, 2023. Disponível em: <http://journals.openedition.org/nuevomundo/93843>. Acesso em: 18 mai. 2024.

RECUERO, R. A systemic framework for disinformation on social media platforms. **Platforms & Society**, v. 2, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/29768624251367199>. Acesso em: 14 nov. 2025.

RENNÓ, L. Bolsonarismo e as eleições de 2022. **Estudos Avançados**, São Paulo, Brasil, v. 36, n. 106, p. 147–163, 2022. DOI: 10.1590/s0103-4014.2022.36106.009. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/205987>. Acesso em: 22 mar. 2025.

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM. Digital News Report 2023. **Reuters Institute**, 2023. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>. Acesso em: 20 mar. 2025.

SALLES, D.; DE MEDEIROS, P. M.; SANTINI, R. M.; BARROS, C. E. The Far-Right Smokescreen: Environmental Conspiracy and Culture Wars on Brazilian YouTube. **Social Media + Society**, v. 9, n. 3, p. 1-22, 30 set. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/20563051231196876>. Acesso em: 15 nov. 2025.

SANTINI, R. M.; SALLES, D.; REGATTIERI, L. L.; BARROS, C. E. Computational Propaganda Effects. In: CERON, Andrea (Ed.). **Elgar Encyclopedia of Technology and Politics**. Milan: Edward Elgar Publishing, 2022. p. 273-277. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/374277846_Computational_Propaganda_Effects. Acesso em: 21 abr. 2024.

SANTINI, R. M.; BARROS, C. E. Negacionismo climático e desinformação online: uma revisão de escopo. **Liinc em Revista**, [S. l.], v. 18, n. 1, 2022. Disponível em:

<https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5948>. Acesso em: 15 nov. 2025.

SANTINI, R. M.; SALLES, D. G.; SANTOS, M. L.; BELIN, L. L.; CIODARO, T. Anti-Sustainability Narratives in Chat Apps: What Shapes the Brazilian Far-Right Discussion About Socio-Environmental Issues on WhatsApp and Telegram. **Journalism and Media**, v. 6, n. 2, p. 85, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/journalmedia6020085>. Acesso em: 14 nov. 2025.

SANTINI, R. M.; SALLES, D.; MATTOS, B. Recommending instead of taking down: YouTube hyperpartisan content promotion amid the Brazilian general elections. **Policy & Internet**, v. 15, n. 4, p. 512–527, 2023. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/poi3.380>. Acesso em: 15 nov. 2025.

SILVA, D. L.; MEDEIROS, P. M. A INFLUÊNCIA DE VÍDEOS DA JOVEM PAN NA PERCEPÇÃO DA CRISE CLIMÁTICA: uma análise computacional dos comentários da audiência no YouTube. **Comunicação & Inovação**, [S. l.], v. 26, p. 1-27, 2025. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/9793. Acesso em: 15 nov. 2025.

SMITH, A. E. **Religion and Brazilian democracy**: mobilizing the people of God. Cambridge: Cambridge University Press, 2019.

SORIANO, C.; GAW, F. Platforms, alternative influence, and networked political brokerage on YouTube. **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, v. 28, 2021. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1354856521102976> 9. Acesso em: 14 nov. 2025.

SUMAÚMA. **COP30** – Dia 4: desinformação, greenwashing e um possível mapa para o caminho. Disponível em: <https://sumauma.com/cop30-dia-4-desinformacao-greenwashing-e-um-possivel-mapa-para-o-caminho/>. Acesso em: 14 nov. 2025.

VAN ERKEL, P. F. A.; THIJSSSEN, Peter. The first one wins: Distilling the primacy effect. **Electoral Studies**, v. 44, p. 245-254, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2016.09.002>. Acesso em: 14 nov. 2025.

VICENOVÁ, R.; MIŠÍK, M. Far-right greenwashing: the twisting of sustainability. **Sustainability Accounting, Management and Policy Journal**, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-10-2024-1184>. Acesso em: 15 nov. 2025.

VILELA, M. L.; SELLES, S. E. É possível uma Educação em Ciências crítica em tempos de negacionismo científico?. **Caderno Brasileiro de Ensino de Física**, [S. l.], v. 37, n. 3, p. 1722–1747, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/fisica/article/view/74999>. Acesso em: 15 ago. 2025.

WEINEL, M. **Recognizing counterfeit scientific controversies in science policy contexts: a criteria-based approach**. In: CAUDILL, D.; CONLEY, S.; GORMAN, M.; WEINEL, M. (Eds.). *The third wave in science and technology studies: future research directions on expertise and experience*. Cham, CH: Palgrave Macmillan, 2019. Disponível em: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-14335-0_4. Acesso em: 15 nov. 2025.

WOLF, S. BULLARD, R.; BUONOCORE, J. J.; DONLEY, N.; FARRELLY, T.; FLEMING, J.; GONZÁLEZ, D. J. X.; ORESKES, N.; RIPPLE, W.; SAHA, R.; WILLIS, M. D. Scientists' warning on fossil fuels. **Oxford Open Climate**

Change, [S. l.], v. 5, n. 1, 2025. Disponível em:
<https://doi.org/10.1093/oxfclm/kgaf011>. Acesso em: 15 nov. 2025.

TEM VACINA PARA A DESINFORMAÇÃO? Análise sobre o personagem zé gotinha na comunicação pública digital

Rafael de Araújo Melo
Juciano de Sousa Lacerda

Introdução

A Desinformação é um fenômeno complexo atravessado por diversos condicionantes que conformaram este processo, desde a crise da informação e da verdade, até movimentos políticos e ideológicos, incorporando objetivos deliberados e escusos, plataformização, algoritmização, entre outros fatores, e potencializados pela era da Inteligência Artificial.

A saúde e a ciência são dois dos principais campos atingidos pela desinformação, muito porque sempre estiveram diretamente relacionados à noção de informação e de verdade, vinculados à noção de realidade, e condicionaram o comportamento e a cultura a partir das ideias ou das evidências que apresentaram historicamente.

No âmbito da Comunicação Pública (Zémor, 1995), a desinformação promove a descredibilização das instituições

democráticas e confrange os objetivos destas instituições, principalmente aquelas ligadas à saúde pública, a exemplo do SUS - Sistema Único de Saúde brasileiro. Um dos temas mais abordados por meio de conteúdos falsos, narrativas enganosas ou elaborações em formato de notícias deliberadamente falsas são as vacinas, por exemplo. A imunização tem sofrido um embate discursivo no ambiente digital que tem modalizado o comportamento e provocado a hesitação vacinal no mundo inteiro:

Talvez uma das maiores novidades desse processo sejam as redes sociais online. As comunidades antivacinas têm crescido constantemente há anos e agora exercem uma influência poderosa nas redes sociais, com a formação de grupos e comunidades em plataformas digitais (Sacramento et al., 2024, p. 19-20).

Contudo, os movimentos antivacinas já existiram anteriormente, inclusive no Brasil. A chamada Revolta da Vacina, em 1904, foi um destes movimentos. Entretanto, a sociedade em rede reconfigura a articulação dessas comunidades, impulsionadas pela desinformação. Uma das características da informação é conectar pessoas, pois independentemente de a informação ser verdadeira ou falsa, ela tem o poder de conexão, ampliado exponencialmente pelas redes sociais digitais. "Informação é tudo o que conecta pontos diferentes dentro de uma rede" (Harari, 2025, p. 39).

No Brasil, inúmeras pesquisas se debruçaram sobre os efeitos da desinformação no processo de imunização e a deslegitimação junto à opinião pública do discurso formal e oficial a respeito da vacinação. O país tem um dos modelos mais exitosos de imunização no mundo por meio do seu Programa Nacional de Imunizações (PNI), contudo, registrou queda nas coberturas vacinais (Costa;

Martins, 2025). Este é apenas um exemplo pragmático do efeito da desinformação sob um aspecto.

No tocante à Comunicação Pública, as ações de comunicação governamental, comunicação estatal e institucional são iniciativas que podem fazer o enfrentamento à desinformação construindo pontes para a integridade da informação e a qualidade da sua aplicação, do seu uso e da circulação de sentidos em torno destas informações.

Como estratégia epidemiológica e de comunicação pública, o Brasil lançou mão de uma iniciativa em 1986 para a popularização da vacinação da poliomielite, a fim de erradicar a doença. Para isso, o artista plástico Darlan Rosa criou o personagem Zé Gotinha, um desenho que simbolizava a vacina em gota a fim de aproximá-la do público infantil. O personagem foi utilizado nas campanhas educativas e se consolidou como uma referência semiótica da confiança no processo vacinal. Logo, sua imagem migrou do campo simbólico para o universo do signo, sendo uma referência facilmente e rapidamente reconhecida. O Zé Gotinha se tornou um signo mais amplo, associado a todo o processo de imunização, e não somente ao da poliomielite. Em 2026, esta figura semiótica completa 40 anos no imaginário do povo brasileiro.

Contudo, no processo da desinformação mais contemporâneo, este signo, que é também uma tradução de um conjunto de significados, sofreu ataques e apagamentos e atravessou uma inflexão. Durante a pandemia, as iniciativas de comunicação governamental e política no Brasil foram na direção contrária ao incentivo à vacinação e, como consequência disto, o personagem foi embotado, o que indica que a sua associação à imunização é um referente simbólico, pois o governo transitório descontinuou políticas de vacinação e, dentre elas, uma política de comunicação pública da vacinação: o Zé Gotinha.

Desde 2023, no terceiro governo Lula da Silva, numa coalizão centro- esquerda, o Zé Gotinha retornou simbolicamente e passou a

ser extremamente acionado na atividade comunicacional do Governo Federal, tendo recebido, inclusive, perfis oficiais específicos para o personagem nas redes sociais digitais, estabelecendo-se como uma brand persona virtual, um avatar digitalizado.

A partir desta presença no ambiente digital, campo de disputas de sentido em torno da saúde e da saúde pública, o Zé Gotinha foi colocado a favor de uma operação comunicativa adicional, além de popularizar a vacina. Cumpre saber que a Vacina Oral da Poliomielite (VOP) foi extinta em 2024 e substituída pela Vacina Inativada da Poliomielite (VIP), logo, a dose em gota foi extinta, mas o personagem se manteve, apesar do fim do objeto que constitui o símbolo semiótico do personagem: a gotinha. O Ministério da Saúde, utilizando-se da capilaridade e do capital simbólico do personagem, expandiu o campo temático de abordagem do Zé Gotinha e passou a utilizá-lo no ambiente digital como estratégia narrativa para desconstruir conteúdos falsos sobre diversos temas, e não somente a vacina.

Dado isto, este trabalho investigou a utilização da presença digital do Zé Gotinha como porta-voz de informação de qualidade, instrumento de Comunicação Pública do Ministério da Saúde, construção semiótica do ícone da saúde brasileira e como ferramenta no combate à desinformação. Desse modo, fazendo uma análise do conteúdo difundido no perfil do Zé Gotinha na plataforma Instagram, e fazendo uma revisão da literatura sobre a comunicação pública e a desinformação, realizamos uma categorização dos materiais construídos e compartilhados nas páginas oficiais do personagem. Para isto, fizemos um estudo sistemático de todas as publicações durante dois anos, desde a criação dos perfis, em 5 de julho de 2023, até o dia 5 de julho de 2025, configurando um corpus robusto que engloba o pós-pandemia. Foram analisadas 464 postagens na rede social Instagram, principal rede utilizada pelo Ministério da Saúde para o perfil do Zé Gotinha. A página detinha mais de 100 mil seguidores.

Os resultados podem apontar para práticas importantes no ambiente digital para o enfrentamento à desinformação, em que pese concebemos que o fenômeno da desinformação não pode ser mitigado apenas no mesmo ambiente, qual seja o virtual. O trabalho reflete um olhar analítico sobre o novo papel simbólico do Zé Gotinha e da estratégia de comunicação pública, servindo como ponto de inflexão do personagem. O artigo se apresenta particularmente interessante para pesquisadores das áreas de desinformação e comunicação pública e para profissionais do campo da saúde e comunicação.

ZÉ GOTINHA E A COMUNICAÇÃO PÚBLICA

O personagem Zé Gotinha pode ser considerado um exemplo de estratégia de comunicação pública bem sucedido no Brasil. A Comunicação Pública compreende a ideia de comunicação com foco no cidadão e no interesse público. Para Heloíza Matos (2006), a CP pode ser fundamental para cientificar a população sobre direitos e deveres que os cidadãos precisam cumprir e, deste modo, promove-se a cidadania por meio da comunicação. Um dos exemplos utilizados por Matos é exatamente a comunicação sobre a vacinação.

Duarte (2007) caracteriza que toda instituição que recebe recursos públicos precisa atender aos princípios da comunicação pública e, mais do que isso, outras instituições, inclusive da iniciativa privada, também estão dentro dos ambientes de interesse público, logo, precisam atender ao interesse público, a exemplo da imprensa. Elizabeth Brandão (2007) subdivide a CP em: comunicação de Estado e/ou governamental; comunicação política; comunicação organizacional, comunicação científica e comunicação da sociedade civil organizada (terceiro setor). A CP de Estado é contínua, perene e resguarda os interesses coletivos da população. Ela pode ser encampada pela comunicação governamental ou, em alguns casos, a comunicação de governo pode ir na contramão da estatal. A

comunicação política também está entremeada nestes processos, mas não pode se confundir com a comunicação de Estado, que deve ser impessoal, neutra. Considerando o nosso objeto de estudo, poder-se-ia caracterizar o personagem Zé Gotinha já como um instrumento de comunicação estatal, nascido no interstício do processo de redemocratização do país e sobrevivente a dez mandatos diferentes de presidentes.

Todas essas manifestações da comunicação pública estão circunscritas ao que se caracteriza como ambiente de interesse público (Duarte, 2007), logo, portanto, fazendo jus à Comunicação Pública. A participação popular nos processos decisórios é um papel da Comunicação Pública (Duarte, 2007). Sendo assim, a CP construiria pontes para a participação popular por meio de canais comunicativos e levaria informações aos cidadãos que promoveriam o engajamento na vida pública. A CP também pode servir para construir uma relação de confiança com o cidadão nas instituições, o que é irrompido pelo fenômeno da desinformação (Matos, 2009). Neste sentido, o Estado recorre a signos visuais que possam ajudar a comunicar sobre políticas, sejam públicas ou governamentais. Assim, a figura do Zé Gotinha foi um personagem criado pelo Ministério da Saúde em 1986 para incentivar a vacinação da poliomielite no país. Contudo, o personagem não foi criado isoladamente e de forma monocrática pelo MS. O nome, por exemplo, foi escolhido por meio de um concurso nacional promovido com alunos de escolas de todo o Brasil e o desenho foi desenvolvido pelo artista plástico Darlan Rosa. Esta articulação compreende exatamente o que preconiza a Comunicação Pública e os próprios princípios do SUS: participação popular, engajamento da comunidade nos processos decisórios, cidadania, democracia. Ela também está em consonância com as ideias de Araújo e Cardoso (2007) para a comunicação e saúde, sobre a consideração dos contextos, das comunidades discursivas, da polifonia e do

entendimento dos princípios do SUS como basilares na construção da comunicação em saúde.

O Zé Gotinha é um modelo do uso dessa estratégia de modo que se perpetuou como o grande representante do Programa Nacional de Imunizações (PNI) no Brasil. Mesmo em meio à pandemia da Covid-19 e um movimento complexo antivacina no país, a imagem do Zé Gotinha sofreu ataques e correu o risco de apagamento, mas se manteve firme, não mais pela estratégia comunicativa governamental, mas por meio dos públicos afetados pelo signo, que compartilharam o seu ideário e a sua imagem com um novo deslocamento, agora sob o viés da resistência.

Então, mesmo antes da criação de perfis oficiais do Zé Gotinha nas redes sociais por parte do Governo Federal em 2023, as referências sobre o personagem já circulavam nas redes pois os públicos se apropriaram e criaram sentidos que se estabeleceram em torno da figura no ambiente digital. O Zé virou tema de postagens, ganhou perfis não oficiais e agendou determinados debates sobre a vacina no espaço virtual. Para Narvai (2023), o embate na pandemia polarizou SUSistas e SUScidas e o Zé Gotinha era um referente discursivo destes debates.

Ao final deste processo, o personagem passou por uma inflexão importante, atravessou este fenômeno e retornou ainda mais consolidado. “Um símbolo dessa representação [de país da imunização] é justamente o Zé Gotinha, que nos últimos anos foi objeto de disputa no âmbito da política nacional” (Sacramento et al., 2024, p. 21).

Esta possibilidade de silenciamento da referência simbólica Zé Gotinha aconteceu durante o governo do presidente Jair Bolsonaro (2019-2022), período em que o personagem deixou de ser utilizado em campanhas de imunização, em consonância com a defesa discursiva antivacina do governo. O governo então promoveria a Authority Disinformation a respeito da vacinação, ou

seja, desinformação promovida pelas próprias autoridades, que seriam as fontes oficiais da informação:

No Brasil, o governo federal foi um dos agentes da desinfodemia, por meio da sua principal autoridade sanitária, o Ministério da Saúde (MS), e do presidente da república, Jair Bolsonaro. O presidente Bolsonaro adotou uma postura negacionista, sem respeitar as recomendações da OMS para prevenção do vírus e ao não aderir ao distanciamento social em atividades públicas, ao uso de máscara e à vacinação (Pinto; Magalhães, 2023, p. 143).

Logo, essa estratégia de Comunicação Pública (Zé Gotinha) foi cooptada pela Comunicação Política e deixou de figurar na Comunicação Governamental:

Se havia um estímulo tradicionalmente vindo do governo federal para a vacinação, não foi o que ocorreu durante a pandemia. As pessoas cismaram com a forma com que o personagem vinha sendo tratado, associando a presença do Zé Gotinha a uma ideia de boa gestão da saúde e à maneira que aparecia vinculado ao Ministério da Saúde e às políticas de vacinação (Sacramento et al., 2024, p. 23).

Outros políticos e agentes seguiram no mesmo caminho de deturpar o processo de vacinação e, por conseguinte, a imagem do Zé Gotinha, principalmente nas redes sociais. “Eles ainda encontram

eco na forma como o personagem considerado como símbolo da vacinação infantil no Brasil, o Zé Gotinha, vem sendo representado em diferentes mídias e percebido pela população” (Sacramento et al., 2024, p. 6).

Contudo, por se tratar já de um elemento da Comunicação de Estado, o símbolo permaneceu vigente apesar do apagamento midiático do governo e se contrapôs à própria comunicação governamental, instituindo-se como um símbolo comunicativo de Estado, ou seja, maior que o próprio governo, devido à apropriação, identificação e sentimento de pertença do público. Em um dos episódios que demarcaram este tensionamento entre a comunicação política e a comunicação de Estado, figura exatamente o Zé Gotinha. Em uma solenidade em 16 de dezembro de 2021, do Plano Nacional de Operacionalização da Vacina, o ex-presidente Jair Bolsonaro buscou um cumprimento com o personagem, contudo, o ator que utilizava a vestimenta do Zé Gotinha não apertou a mão do chefe do Poder Executivo. Este episódio, talvez despropositado, produziu uma camada de sentidos nas redes sociotécnicas por parte dos seus usuários, elevando a figura do personagem a um símbolo também político.

Em fevereiro de 2023, o Ministério da Saúde retomou a aparição do Zé Gotinha em todas as ações e criou uma campanha nas redes sociais digitais com a hashtag #ZéGotinhaVoltou, o que denota uma estratégia de comunicação governamental, alinhada com a estatal, mas também sutilmente política. Em julho daquele ano, o MS criou perfis de redes sociais para o mascote e adquiriu a fantasia oficial para seus escritórios regionais em cada um dos estados brasileiros a fim de fomentar as ações presenciais com o personagem. Além disso, a estratégia retomou ainda a aparição de toda a família Gotinha, acionando a temática da família, componente tão explorado na desinformação.

Ainda em 2023, o Ministério da Saúde lançou mão de estratégias comunicacionais que recuperavam a nostalgia utilizando

a figura do Zé Gotinha para retomar as altas coberturas vacinais. Para isto, uma campanha, ainda que na perspectiva difusionista, foi criada utilizando a ex-apresentadora Xuxa Meneghel como forma de ativar a memória, a lembrança e um sentimento retrotópico de segurança e esperança. A primeira campanha realizada com a presença de Xuxa Meneghel e o Zé Gotinha foi em 1987, logo após a criação do personagem. Em 2023, além de retomar este discurso, o Ministério da Saúde fez uma campanha para cada estado da federação, com 27 vídeos retratando as capitais, a fim de provocar maior proximidade com o público. Em outubro de 2025, Xuxa reapareceu na campanha de multivacinação infantil.

É notável que a retórica do retorno parece contribuir para a tentativa de aumento da aderência vacinal. Uma das estratégias utilizadas é, por exemplo, trazer personagens infantis que povoam a memória dos adultos que agora são pais, aqueles que foram crianças nos anos 1980/1990 e início dos 2000, como é o caso da participação da ex- apresentadora de programa infantil Xuxa Meneghel, e do próprio Zé Gotinha, que, inclusive, participaram de um comercial juntos (Falcão et al, 2024, p. 24).

A presença da referência imagética que é o Zé Gotinha ratifica a importância de um processo em saúde pública que é o da imunização e representa, neste caso, uma estratégia de enfrentamento à desinformação sobre a vacinação. “Nesse caso, o retorno não seria apenas do Zé Gotinha, mas também da adesão vacinal infantil, que é o público que mais vem sendo afetado com processos de desinformação em saúde” (Sacramento et al., 2024, p. 25).

Este é um exemplo claro das figuras retóricas, símbolos e imagens que ajudam a construir uma comunicação visual pública que permita ao cidadão rápido acesso a um conjunto de sentidos que remete à confiança no órgão público e uma busca pela cidadania (Canel, 2007, apud cit Matos, 2009). Em conformidade com isso “costuma ser rápida a identificação do Zé Gotinha com as

campanhas de imunização em crianças” (Sacramento et al., 2024, p. 21).

A apresentação é a a-presentação não mediatizada, da imediatividade da imagem (Duarte, 2023a). O Zé Gotinha é uma apresentação discursiva carregada de significado e referentes semânticos nos interlocutores brasileiros. A sua imagem é automaticamente associada à saúde, à prevenção e à vacinação. As transformações ocorridas nos processos antivacinas e de hesitação vacinal não foram suficientes para estorvar a figura do Zé Gotinha.

Assim sendo, este é um exemplo incontestado da eficiência de uma estratégia de comunicação pública. O personagem chega a 40 anos influenciando o comportamento da população, alterando práticas sociais, em prol da coletividade e do interesse público, promovendo uma campanha sanitária fundamental para a saúde coletiva e se estabelecendo como uma estratégia de Comunicação de Estado.

METODOLOGIA

O presente trabalho se configura como de abordagem quali-quantitativa, de acordo com a classificação de Maria Oliveira (2006), visto que realiza uma análise de conteúdo e um levantamento sistemático de publicações oficiais, levando em consideração também os dados numéricos obtidos para a análise qualitativa.

É uma pesquisa exploratória de caráter descritivo. Para realizar a análise de conteúdo, foram desenvolvidas unidades de análise, que resultaram em 17 tópicos organizativos, além da classificação da natureza das publicações, divididas em três modelos: vídeos, artes e fotografias.

Foram levantadas 464 postagens realizadas na rede social Instagram, entre o início do funcionamento do perfil, em 5 de julho de 2023, até o dia 5 de julho de 2025. O corpus foi delimitado considerando a maior janela possível até o fechamento da análise,

com o objetivo de apresentar um panorama mais encorpado, de quase dois anos de conteúdos.

A partir destes dados e da literatura pertinente, são feitas reflexões sobre as publicações e a comunicação pública e a desinformação.

ZÉ GOTINHA NA REDE

Dada a inflexão que o personagem Zé Gotinha vivenciou durante a pandemia da Covid-19, o Ministério da Saúde resolveu utilizar o seu capital de referência do processo de imunização e de símbolo da resistência à desinformação na área, para institucionalizar a sua presença no ambiente digital criando perfis oficiais do personagem nas redes sociais Instagram e TikTok. Deste modo, o MS assumiu parte da narrativa gerada em torno do personagem e ocupou novos espaços e contextos de produção de sentidos sobre os temas.

A grande questão que impulsiona este trabalho, ademais, é que os perfis oficiais não se limitaram a produzir conteúdos apenas sobre a vacinação, mas compreenderam a assimilação pública em torno do personagem como uma espécie de guardião da saúde pública coletiva no país; e também passaram a construir discursos que vão além da imunização.

Em particular, no escopo do objeto desta pesquisa, verificamos uma série de materiais produzidos e difundidos nas páginas do Zé Gotinha que buscam fortalecer a sua imagem como personagem confiável e fazer um enfrentamento à desinformação, combatê-la, promover informação de qualidade, conscientização, utilizando apelos emocionais, estratégias narrativas e outros artifícios.

Dessa forma, foram identificadas 464 publicações na rede Instagram, categorizadas da seguinte maneira: 220 postagens com vídeos, 200 utilizando cards (artes) e 44 publicações com fotografias.

Sistematizamos e categorizamos as postagens de acordo com unidades de análise verificadas na apreciação dos conteúdos, a partir de recorrência de elementos, de temas, quadros ou objetivos, de modo que obtivemos 17 unidades de análise.

Os dados estão subdivididos do seguinte modo:

Tabela 1 – Resultados da análise quali-quantitativa das publicações no perfil do Zé Gotinha na rede social Instagram

UNIDADES DE ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES	NÚMERO DE PUBLICAÇÕES
Outras temáticas	82
Cobertura de ação ou participação em evento	77
Alusão a datas comemorativas	67
Incentivo à vacinação	47
Informação sobre a vacinação	39
Autopromoção da figura do Zé Gotinha	39
Divulgação de ações	29
Campanhas de vacinação	15
Viagens conhecendo cidades brasileiras	14
Combate à Desinformação	13
Quadro Dicas do Zé	11
Vídeos com influenciadores digitais, especialistas ou brand personas	14
A respeito do SUS	6
TBT do Zé Gotinha	5

Quadro Giro do Zé	3
Mensagem da Semana	3
TOTAL	464

Fonte: Elaborada pelos autores, 2025.

Os resultados da Tabela 1 apontam que grande parte do conteúdo verificado foi de publicações que tratam sobre outras temáticas que não a vacinação, demonstrando a apropriação da figura do Zé Gotinha, ou do perfil oficial do personagem, para tratar sobre diversos temas, ratificando a ideia de que ele pode abordar vários assuntos no tocante à saúde pública, logo porque é um símbolo da saúde, e não somente da imunização.

Esta ideia é corroborada por dezenas de publicações como aquelas que apresentam uma autopromoção do personagem Zé Gotinha. Em um dos conteúdos, de 14 de fevereiro de 2025³⁷, a publicação classifica o Zé Gotinha como ícone da saúde brasileira. Em outra postagem, de 24 de fevereiro de 2024³⁸, o card afirma: “Eu sou o símbolo da saúde”.

Figura 1 – Frame de vídeo sobre o Zé Gotinha na rede social Instagram

³⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DGDoNkPuUsW/>. Acesso em: 28 de maio de 2025.

³⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C3u5m6mNXHc/>. Acesso em 28 de maio de 2025.



Fonte: Reprodução: [Instagram.com/@zegotinha](https://www.instagram.com/@zegotinha)

Os materiais de autorreferencialidade (Fausto Neto, 2008) buscam consolidar a importância do personagem como referência para o imaginário do público. Algumas das publicações incluem abordagens sobre o aniversário do Zé Gotinha, conteúdos sobre a história da criação do personagem, ou reforçando a sua imagem

como herói da vacinação, como na veiculação do dia 26 de agosto de 2024³⁹.

Estes posts também apresentaram a premiação do personagem, que venceu o prêmio lbest durante dois anos seguidos na categoria Brand Persona. Há ainda publicações que enaltecem o Zé Gotinha como sobre o livro "Zé Gotinha – o Herói Nacional"; o caderno de colorir do personagem; a participação em programa de TV; o tema recorrente "Cadê o Zé Gotinha?"; "Escala Zé Gotinha"; comentários de usuários sobre ele; e uma postagem sobre a identidade visual em que é dito: "Identidade visual é você saber quem é, sem nem ver o rosto", em 29 de abril de 2024⁴⁰. Isto demonstra a capilaridade da representação semiótica, que acessa rapidamente a memória dos públicos por meio da imagem e a consequente associação, mesmo não sendo uma imagem completa do rosto pictórico.

³⁹ Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_JbYHtyha-/. Acesso em 28 de maio de 2025.

⁴⁰ Disponível em: https://www.instagram.com/p/C6W_wycuZQI/. Acesso em 28 de maio de 2025.

Figura 2 – Publicação de identidade visual do Zé Gotinha na rede social Instagram



Fonte: Reprodução Instagram.com/@zegotinha

Outras estratégias associadas são o uso de músicas sobre o Zé Gotinha nas publicações e vídeos, bem como o apelo aos esportes com participação em eventos massivos a exemplo dos jogos de futebol e, por conseguinte, o incentivo à prática de esportes e atividades físicas.

Algumas publicações também versam sobre o SUS e a consolidação da imagem do Sistema Único de Saúde aponta para uma missão importante do símbolo que se tornou o Zé Gotinha, pois o fortalecimento das instituições públicas faz o enfrentamento ao processo de descredibilização dessas instituições, que é favorecido pela desinformação. Logo, a vacinação na pandemia e o Zé Gotinha

ajudaram a recuperar a imagem do SUS e a enfrentar a desinformação contra o sistema.

Se ao longo dos anos a imagem principal articulada ao SUS eram as imensas filas na frente dos hospitais, depois da pandemia de covid- 19, a situação pareceu apresentar mudanças, diante do papel preponderante da Saúde Coletiva do país no cuidado, na vacinação e nas políticas públicas do período, voltadas à população. Uma mudança expressiva tendo em vista a relevância do imaginário social frente à produção de sentidos coletivos (Borges; Farias; Muzi, 2025, p. 200).

Assim, fica evidente a estratégia de comunicação pública do Ministério da Saúde, que compreendeu a potência discursiva do Zé Gotinha e as potencialidades da sua presença no ambiente digital. Sacramento et al. (2024) analisaram o retorno do personagem à comunicação governamental, sem abordar a presença no ambiente digital, mas a sua análise sobre a retomada deste símbolo também se aplica ao contexto que estamos demonstrando por meio desses dados sobre as publicações de autopromoção do personagem:

[...] há uma tentativa de mobilizá-lo afetivamente, trazendo elementos presentes na memória coletiva de uma determinada faixa etária, e um retorno a uma pretensa cultura de imunização, que, como vimos, não se deu sem resistência e cismas desde o início das campanhas de vacinação (p. 28).

Se a desconfiança é uma das bases da desinformação, a confiança em um personagem que promove informação íntegra é um enfrentamento à desinformação. Esta busca pelo fortalecimento da imagem também se constata por meio da participação do personagem em inúmeros eventos e diversas ações, muitas das quais não dialogam diretamente com a vacinação, a exemplo da solenidade oficial do Dia da Independência, o 7 de setembro⁸, realizada pelo Governo Federal. Logo, o personagem é explorado como uma figura da própria identidade nacional.

Verificamos também o uso da Comunicação Governamental a favor da Comunicação de Estado, visto que os gestores dos serviços de saúde do Governo Federal incorporam vídeos e fotos que trazem narrativas em prol do Zé Gotinha na sua rede. É necessário, porém, registrar que algumas publicações podem subverter o ideário de Comunicação Pública, uma vez que há conteúdos que enaltecem as figuras políticas, a exemplo do presidente Lula⁹. Entre 10 e 12 de março de 2025, três postagens apresentaram os novos ministros do governo. Na primeira publicação¹⁰, o novo Ministro da Saúde, Alexandre Padilha, aparece pela primeira vez no perfil oficial do Zé Gotinha. Em seguida, a publicação¹¹ enaltece o encontro com o ministro Padilha. No dia 12 de março, o novo conteúdo¹² mostra a cobertura da posse dos novos ministros do Governo Federal.

Isto vai na contramão da Comunicação Pública, visto que não está em consonância estritamente com o interesse público, o que pode se confundir com promoção pessoal dos agentes políticos. Em algumas situações, foram feitas postagens colaborativas com os perfis pessoais destes agentes, em descumprimento com o artigo 37 da Constituição Federal, que dispõe sobre a impessoalidade na administração pública. Este uso inadequado pode enfraquecer a imagem apartidária do símbolo Zé Gotinha, numa flagrante apropriação de comunicação política de um produto da comunicação de Estado.

Em contrapartida, foram realizadas publicações colaborativas com influenciadores digitais, especialistas ou Brand Personas. Neste caso, não encaramos um descompasso com a Comunicação Pública, entendendo que estes mediadores não visam a interesses políticos, mas ao interess público. Os parceiros destas publicações foram a apresentadora de TV Paola Carosella, os cantores MC Bin Laden e Diogo Nogueira, os personagens Duolingo e Galinha Pintadinha, o perfil público de um cachorro pertencente a uma universidade chamado Silveira, os médicos Renato Kfoury e Lurd Year, o projeto Porta dos Fundos, o perfil Pai do Pingo Fogo e o Viajante Lírico.

Além de tudo isto, consideramos que a linguagem adotada nas publicações está em conformidade com a Política Nacional de Linguagem Simples (Lei Nº 15.263), o que contribui para o alcance de variados públicos, democratizando o acesso à informação inteligível para determinados grupos. Cumpre salientar que a desinformação utiliza deste expediente, lançando mão sobre estratégias discursivas como a apropriação do gênero jornalístico para atingir mais pessoas e gerar confiabilidade. “As fake news são uma falsificação de forma, a forma notícia, e, só depois, fraudam o conteúdo” (Bucci, 2023. p. 10).

É importante, contudo, ressaltar que alguns conteúdos trouxeram informações fragmentadas, muito provavelmente para tentar atender ao imperativo das plataformas digitais de narrativas curtas e rápida. Esta fragmentação da informação pode estorvar a compreensão coerente. Aliás, a noção de compreensão entendida por Morin (2003) precisa ser considerada neste debate, visto que “quanto mais desenvolvidos são os meios de comunicação, menos há compreensão entre as pessoas. A compreensão não está ligada à materialidade da comunicação, mas ao social, ao político, ao existencial, a outras coisas” (p. 8). Ou seja, a compreensão precede de um componente afetivo, máxima já entendida e utilizada por quem promove desinformação.

A compreensão humana é um tipo de conhecimento que necessita de uma relação subjetiva com o Outro, de simpatia, o que é favorecido, talvez, pela projeção, pela identificação, como ocorre quando vamos ao cinema ou lemos romances e simpatizamos com os personagens. A compreensão, mais do que a comunicação, ou em consequência desta, é o grande problema atual da humanidade (Morin, 2003, p. 9).

O personagem que nos oferece uma possibilidade de componente afetivo na imunização é justamente o Zé Gotinha. Mas é necessário entender que sua presença no ambiente digital não é suficiente para garantir comunicação e combater a desinformação. São necessárias outras mobilizações a fim de garantir condições de compreensão.

ZÉ GOTINHA: UMA VACINA PARA A DESINFORMAÇÃO?

As publicações classificadas como pretensas postagens de combate à desinformação foram a décima com mais ocorrência, o que representa apenas pouco mais de 1% do total de conteúdos.

O primeiro post é datado de 24 de outubro de 2023¹³ em que há um anúncio sobre o programa Saúde com Ciência, estratégia comunicativa do Governo Federal para combater a desinformação e promover informação íntegra e de qualidade sobre a saúde pública e a ciência. Outra publicação de 14 de novembro de 2024 também divulga o programa Saúde com Ciência.

Há ainda a divulgação do chatbot do Ministério da Saúde para tirar dúvidas sobre informações falsas (25 de janeiro de 2024) e a divulgação do canal Saúde nas Periferias (2 de agosto de 2024), com foco na educação midiática (Buckingham, 2022) para combate à desinformação.

Um enunciado se repete em algumas postagens: “Não caia em Fake News”. Ele está presente em um card (20 de dezembro de 2024), em um vídeo animação (11 de março de 2025) e em outro vídeo no dia da mentira (1 de abril de 2025).

Alguns vídeos respondem a questionamentos e informações falsas, a exemplo do uso da borra de café no combate ao *Aedes aegypti* (26 de abril de 2024); do retorno da poliomielite (19 de junho de 2024); verdadeiro ou falso sobre o cigarro eletrônico (29 de agosto de 2024); dúvidas sobre vacina da meningite (7 de outubro de 2024); verdadeiro ou falso sobre a vacinação (22 de outubro de 2024); sobre o uso do chá de babosa para curar o câncer (16 de maio de 2025).

As publicações, por vezes, somente tangenciam a temática do combate à desinformação. Em nossa leitura, há pouca exploração das potencialidades do perfil institucional do personagem para promover conteúdos de enfrentamento ao processo de desinformação.

Outrossim, verificamos duas publicações que usam o enunciado: “verdadeiro ou falso”. Na modernidade, assistimos a uma relativização da verdade (Falcão; Monari; Sacramento, 2022) provocada pelo caráter subjetivo da informação que não permite tratar a desinformação a partir da dualidade “verdadeiro x falso”, mas por meio de uma construção de sentidos mais ampla. Esta estratégia de enfrentamento à desinformação somente encontra ressonância entre os grupos que já consomem a suposta informação verdadeira. É importante salientar que encaramos a informação a partir da noção de Harari (2025), logo, mais produção de informação não significa um antídoto para a desinformação, porém, por vezes, pode na realidade contribuir para o aumento da desinformação.

Entretanto, neste caso, compreendemos que o personagem Zé Gotinha detém um capital simbólico importante, capaz de atingir vários públicos e de ser um vetor no combate à desinformação, mitigando narrativas ou conteúdos falsos, dada a sua vinculação

com o imaginário popular de uma figura que transmite confiança e credibilidade nas instituições públicas e na ciência.

Parece-nos muito importante a presença do personagem também fora do ambiente digital. A sua aparição nas campanhas fisicamente e em eventos massivos a exemplo das partidas de futebol despertam nostalgia e podem ajudar a consolidar o lócus da imunização nos mais variados espaços.

Quando questionamos se há vacina para a desinformação e se o Zé Gotinha pode ser o símbolo deste processo imunizatório, naturalmente compreendemos que não há uma panaceia para o fenômeno da desinformação, mas contextualmente na sociedade brasileira, compreendemos que o personagem é uma estratégia de Comunicação Pública capaz de mobilizar sentidos que façam frente à desinformação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou investigar a presença do personagem Zé Gotinha no ambiente digital como uma estratégia de Comunicação Pública e suas potencialidades no combate à desinformação.

Restou evidenciado o capital simbólico e semiótico da figura do Zé Gotinha, a sua consolidação como referência da saúde pública nacional e a exploração da sua imagem para difusão de outros assuntos para além da imunização. O signo se mostrou importante para a Comunicação de Estado e Comunicação Governamental, ajudando a compartilhar informações de cunho científico, fortalecendo a confiança nas instituições públicas e fazendo frente à desinformação. Contudo, verificamos a pouca abordagem e exploração do perfil para o combate e o enfrentamento à desinformação, que se caracterizaria por um maior número de postagens nessa linha. Além disso, constatamos o uso da Comunicação Política de modo a confranger, em certa medida, o ideário da Comunicação Pública. Por fim, compreendemos serem

necessárias análises de recepção a fim de compreender o impacto deste signo na opinião pública, a partir de análise das redes sociais, e o seu potencial de afetação dos sujeitos nas redes sociotécnicas em direção a uma mobilização de combate à desinformação.

Referências

ARAÚJO, Inesita; CARDOSO, Janine. **Comunicação e Saúde**. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2007.

BORGES, Wilson; FARIAS, Erika; MUZI, Daniela. Transplante de órgãos no SUS e as disputas narrativas: uma análise do “caso Faustão”. **Revista Mídia e Cotidiano**, [S. l.], v. 19, n. 1, jan-abr 2025.

BUCKINGHAM, David. **Manifesto pela educação midiática**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2022.

BRANDÃO, Elizabeth. **Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública**. VI Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2006. Disponível em: http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291_786.pdf Acesso em: 03 Jun. 2025.

BUCCI, Eugênio. Ciências da comunicação contra a desinformação. In: PRATA, N.; ANDRÉ, H.; MATOS, S. S. (Orgs.). Ciências da Comunicação Contra a Desinformação. São Paulo: **Intercom**, 2023. p. 17-49.

COSTA, Larissa; MARTINS, Lívia. Impactos da queda da cobertura vacinal na reintrodução de doenças imunopreveníveis: uma revisão de literatura. **Brazilian Journal of Implantology and Health Sciences** Volume 7, Issue 1 (2025), Page 12-27.

DUARTE, Jorge. Instrumento de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

DUARTE. R. Modos de presença nas manifestações estéticas contemporâneas. *In*: DUARTE, R.; ROCHA, R. (Org.) **Modos de presença nos fenômenos estéticos**. p. 9-22. Belo Horizonte: Relicário, 2023a.

FALCÃO, Hully; MONARI, Ana; SACRAMENTO, Igor. Mediaciones culturales y etnografía: entrelaces teórico-metodológicos para la comprensión de los procesos de desinformación en la salud. **Razón Y Palabra**, vol. 26, nº115, 2022: p. 74–90.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma analítica da midiaticização. **MATRIZES**, v. 1, n. 2, 2008. p. 89-105.

HARARI, Yuval Noah. **Nexus**: uma breve história das redes de informação, da Idade da Pedra à inteligência artificial. São Paulo: Cia das Letras, 2025.

MATOS, Heloíza. A Comunicação Pública no Brasil e na França: desafios conceituais. Curitiba: **Intercom**, 2009. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/r4-3060-1.pdf> Acesso em: 05 jun. 2025.

MORIN, Edgar. A comunicação pelo meio (teoria complexa da comunicação). Tradução: Juremir Machado da Silva. **Revista FAMECOS**, Dossiê França, nº20, abril 2003. p. 7-12.

NARVAI, Paulo Capel. **O SUS no centro da disputa política do imaginário social no contexto da pandemia de covid-19**. São Paulo: Instituto de Saúde, 2023. Acesso em: 17 nov. 2025.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2012.

PINTO, Pamela, MAGALHÃES, Eleonora. O enfrentamento à desinformação sobre saúde pública no Brasil: registros entre 2020 e 2022. **Revista Eco-Pós**, 26 (01), 140–167.

SACRAMENTO, Igor; FALCÃO, Hully; MAUÉS, Caio; MONARI, Ana. “Meus filhos não serão cobaias”: cismas e discursos antivação infantil pós-pandemia de Covid-19. **Horiz. antropol.**, Porto Alegre, ano 30, n. 69, e690408, maio/ago. 2024.

ZEMOR, Pierre. *La communication publique*. Paris; PUF, 1995.

A

Accountability das plataformas – 32–35, 45–48, 149–152

Alfabetização midiática – 16, 29–32, 35, 52–56, 141–144

Algoritmos – 10–11, 22–26, 73–78

América Latina – 9–12, 15–41, 45–72

Análise crítica – 16–17, 50–55, 141–147

Análise de discurso – 73–80

Antropoceno – 102–110

Arquitetura da desinformação – 99–105

Astroturfing – 23, 27, 68–70

Ataques coordenados – 22–25, 74–76

B

Banco Mundial – 23, 36

Bots políticos – 24–25, 67–70

Brasil – 21–23, 32–33, 99–128

Buckingham, David – 32

C

Canclini, Néstor García – 19

Censura digital – 18, 27–28, 60–62

CEPAL – 31

Checagem de fatos – 11, 29, 45–72
Chequeado – 31, 33, 45–48
Cidadania digital – 29–35, 138–147
Clima (negacionismo) – 99–128
Colonialismo digital – 20
Comunicação pública – 129–154
Comunicação política – 18, 73–85
Conectividade rural – 23–24
Crise informacional – 16, 34

D

DATAREPORTAL – 21–22
Democracia – 10–12, 16, 35, 47–49, 120–128
Desigualdade digital – 19–24, 31, 52–55
Desinformação – 9–12, 15–154
Desinformação sistêmica – 11–12, 99–128
Discursos de ódio – 73–98
Disputa de narrativas – 12, 100–110

E

Ecossistema digital – 10, 45–60
Educação midiática – 10, 29–32, 35, 141–147
Engajamento algorítmico – 10, 26, 75–78
Esfera pública digital – 73–85
Exclusão digital – 19, 31, 54–56

F

Fact-checking – 11, 29–33, 45–72
Facebook – 21–22, 74–80
Fake News (PL 2630/2020) – 32–33
Freedom House – 21

G

Gênero e desinformação – 73–98
Governança digital – 32–33, 145–150
Grupos vulneráveis – 17, 34, 73–90

H

Hashtags – 73–80
Hegemonia midiática – 19, 100–105

I

Inclusão digital – 20, 35
Influenciadores digitais – 73–82
Instagram – 73–98
Inteligência artificial – 20, 122–128

J

Jornalismo independente – 10, 35, 50–55

Juventude e desinformação – 20–21

L

LatamChequea – 33, 45–50

Literacia midiática – 33–34, 141–147

M

Manipulação algorítmica – 22–26, 73–85

Mapeamento de iniciativas – 45–72

Mediações culturais – 19

Mensagerias privadas – 21–23

Migração e desinformação – 73–98

Microtargeting – 17

N

Negacionismo climático – 99–128

Narrativas conspiratórias – 23, 102–110

O

Opacidade algorítmica – 23, 75–78

Organizações da sociedade civil – 16, 45–60

P

Pandemia de Covid-19 – 20, 23, 129–138

Participação cidadã – 10, 29, 146–150

Plataformas digitais – 10, 21–26, 35, 73–98

Polarização política – 16, 21, 75–85

Políticas públicas digitais – 29–33, 145–150

Propaganda computacional – 22, 27

R

Redes sociais – 10, 21–26, 73–98

Regulação digital – 22, 32–33, 145–150

Resistências cidadãs – 10, 16, 34–35, 50–60

S

Saúde pública digital – 129–154

Segmentação algorítmica – 15, 75–78

Sociedade civil – 16, 33, 45–60

T

TikTok – 21–22, 80–85

Transparência informacional – 33, 149–152

Tropas cibernéticas – 22, 24–25, 27–28

V

Vacinação e comunicação – 129–154

Violência política digital – 20, 73–90

WhatsApp – 21–25, 54–60

Z

Zé Gotinha – 129–154

SOBRE OS AUTORES E ORGANIZADORES

Bianca Maria da Silva Melo

Doutoranda pelo Programa de Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (PPGCOM/UFS), mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas (PPGCI/Ufal), especialista em em Assessoria de Comunicação pela Ufal e bacharel em Jornalismo pela Ufal. Possui experiência com pesquisa em desinformação e comunicação ambiental. Atua como pesquisadora assistente no Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais (NetLab), da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ) e como membro do Laboratório de Estudos em Tecnologia e Sociedade (Lets/Ufal). Atuou como professora voluntária no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas (Ufal).

Daphane Leilane da Silva

Mestranda em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Alagoas (PPGCI/Ufal). Bacharel em Jornalismo pela mesma universidade, onde foi bolsista Pibic na área das Ciências Sociais Aplicadas com os projetos Mapeando conteúdos de desinformação, conspiracionismo e negacionismo climático nas mídias sociais e Discursos de inércia climática nas mídias sociais entre os anos de 2021 e 2023, desvendando os principais discursos negacionistas sobre a crise climática disseminados pela extrema-direita política no Brasil. Atualmente atua como Pesquisadora Assistente no Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais, o NetLab, dedicado a diagnosticar o fenômeno da desinformação digital e suas consequências sociais no Brasil, sediado na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ). Atua nas

linhas de pesquisa Meio Ambiente e Mudança Climática, Ciência, Negacionismo e Teorias da Conspiração, Desinformação de Gênero e Discurso de Ódio, Estudos de Algoritmo e Sistemas de Recomendação e Extrema-Direita, Política e Desinformação.

Francisco Gilson Rebouças Porto Junior (Gilson Pôrto Jr.)

Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Mestre em Educação pela Universidade de Brasília (UnB). Graduado em Jornalismo, Pedagogia, História e Letras. Realizou estudos de pós-doutoramento nas Universidades de Coimbra (Portugal), Cádiz (Espanha), Brasília (UnB, Brasil) e Unesp (Brasil). Professor na Universidade Federal do Tocantins (UFT), no Programa de Pós-Graduação em Ciências, Tecnologias e Inclusão, da Universidade Federal Fluminense (PGCTIn-UFF), no Programa de Pós-Graduação em Ensino de Ciências e Saúde (PPGECS-UFT) e no Programa de Pós-Graduação em Museologia (PPGMuseu-UFBA). Coordenador do Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (Opaje).

Isaque Carvalho José

Moçambicano, bacharel em Filosofia pelo Seminário Filosófico Interdiocesano São Carlos Lwanga de Nampula - Moçambique. Estudante de Teologia na Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas), no Brasil. Religioso da Congregação dos Missionários da Sagrada Família, dedica-se à formação humana, espiritual e à reflexão teológica.

Juciano de Sousa Lacerda

Docente Permanente e Coordenador do PPG em Estudos da Mídia (PPgEM) da UFRN. Doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos (2008). Pós-Doutorado Sênior pela UAB-Espanha (Bolsista Capes, 2017-18). Bolsista CNPq/PQ-C (2024-26). Coordenador do GP Pragma (CNPq) e do Laboratório de Pesquisa e Estudos em

Comunicação Comunitária e Saúde Coletiva (LAPECCOS). Pesquisador do LAIS/UFRN. Coordenador do Projeto Teko Katu – Saberes ancestrais.

Júnior Rafael

Nasceu em Malite e destaca-se como pesquisador e ativista social na área da Comunicação. Doutorando em Comunicação na UFSM e Mestre na mesma área na UFSM, possui formação de base em Marketing Digital, o que lhe confere uma abordagem interdisciplinar entre estratégias digitais, mídia e dinâmicas sociais contemporâneas. Ao longo da sua trajetória, tem-se dedicado ao estudo da comunicação como instrumento de transformação social, aliando produção acadêmica ao engajamento cívico. A sua atuação como ativista social reforça o compromisso com causas comunitárias, participação cidadã e desenvolvimento social, elementos que também permeiam a sua reflexão científica e intelectual.

Priscila Muniz de Medeiros

Professora adjunta do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas (Ufal) e membro do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da mesma instituição, atuando na linha de pesquisa "Informação, Comunicação e Processos Tecnológicos". Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), com período sanduiche na Université Paris IV (Sorbonne), onde estudou Análise de Discurso. Mestre também pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE. Possui graduação em Comunicação Social/Jornalismo pela UFPE (2009). Trabalhou como repórter multimídia do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação (Recife-PE). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Análise do Discurso Midiático, Comunicação Digital, e Comunicação Ambiental. Atualmente, pesquisa questões relacionadas a discursos sobre meio ambiente, ciência e saúde nas

mídias digitais. Coordena o Laboratório de Estudos em Tecnologia e Sociedade (Lets/Ufal) e é membro do Grupo de Pesquisa Comunicação e Linguagem (UFPE).

Raquel Tarullo

Doutora em Ciências Sociais e Humanas (UNQ) e mestre em Comunicação, Cultura e Sociedade (Goldsmiths). É Professora de Jornalismo na Universidade de Valência e membro dos grupos de investigação Mediaflows, Meso e RICCAP. Como investigadora do CONICET, desenvolveu grande parte da sua carreira acadêmica na Argentina, onde atuou como investigadora principal em cinco projetos de I&D. Realizou estadias de investigação em universidades de referência na América Latina, no Reino Unido e na Europa, e recebeu prestigiadas bolsas internacionais de investigação. É a investigadora principal (PI) do projeto Dimensão Cívica da Diáspora Latino-Americana em Espanha (CIGE2023/48).

Rafael de Araújo Mélo

Doutorando do PPG em Estudos da Mídia (PPgEM) da UFRN. Professor substituto do curso de Jornalismo da UEPB. Mestre em Jornalismo Profissional pelo PPJ da UFPB. Membro do GP Pragma (CNPq) e da Câmara Técnica em Saúde Digital e Comunicação em Saúde (CNS). Graduado em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo (UEPB) e Licenciatura Plena em Letras – Língua Portuguesa (UFCG).

Sinomar Soares de Carvalho Silva

Doutor em Ciências, Tecnologias e Inclusão (PGCTIn) Programa de Pós-Graduação em Ciências, Tecnologias e Inclusão (PGCTIn) da Universidade Federal Fluminense. Possui mestrado em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal do Tocantins, Especialização em Ensino de Comunicação/Jornalismo: Temas contemporâneos

(UFT) e graduação em Comunicação Social - Jornalismo também pela Universidade Federal do Tocantins

Yanina Frezzotti

Doutora e licenciada em Comunicação (Universidad Nacional de La Plata). Bolsista de pós-doutorado (CitNoba, Conicet). Possui mestrado em Ciências Sociais e Humanidades (Universidad Nacional de Quilmes). É docente e pesquisadora na Universidad Nacional del Noroeste de Buenos Aires (UNNOBA), Argentina.

ENSINO, COMUNICAÇÃO e DEZINFORMAÇÃO

- Volume VI -

Experiências latino-americanas de combate à desinformação

Organizadores:

Gilson Pôrto Jr.

Sinomar Soares de Carvalho Silva



ISBN: 978-6-59893-518-4



9 786598 935184