

A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NO INSTAGRAM COMO ESTRATÉGIA DE COMBATE À DESINFORMAÇÃO SOBRE A CRISE CLIMÁTICA

SCIENTIFIC DISSEMINATION ON INSTAGRAM AS A STRATEGY TO COMBAT MISINFORMATION ABOUT THE CLIMATE CRISIS

Gabriel da Silva Brito Barbosa¹
Marcia Arileia Rosa dos Santos²
Neuma Teixeira dos Santos³

Área Temática 5: Meio ambiente, Mudanças Climáticas e Sustentabilidade
Modalidade: Resumo expandido

1. Introdução

Este estudo tem como foco o uso do *Instagram* como ferramenta de divulgação científica para o enfrentamento à desinformação sobre a crise climática. A crise climática representa uma das mais urgentes ameaças globais da contemporaneidade, exigindo respostas coordenadas, científicas e socialmente engajadas (Artaxo, 2020).

No entanto, à medida que as evidências científicas sobre o aquecimento global se tornam mais robustas, cresce também a circulação de desinformação nas redes sociais digitais (Miguel, 2022). A disseminação de desinformação compromete a compreensão pública da ciência, dificultando a mobilização social e a construção de práticas sustentáveis baseadas no pensamento crítico (Reis, 2021).

A divulgação científica surge, nesse cenário, como um instrumento essencial para o enfrentamento da crise climática, ao mediar o acesso ao conhecimento validado e promover a alfabetização científica da população. Nesse sentido, o *Instagram*, enquanto rede social amplamente utilizada, sobretudo entre as diferentes faixas etárias, oferece possibilidades expressivas para ações de divulgação científica, por meio da construção de conteúdos visuais, acessíveis e interativos.

¹ Graduando em Ciências Contábeis e bolsista do PET Rede de Integridade da Informação da Universidade Federal Rural da Amazônia – UFRA; barbogabriel510@gmail.com

² Graduanda em Ciências Contábeis e monitora da disciplina de introdução à contabilidade da Universidade Federal Rural da Amazônia – UFRA; marcia.santosoficial07@gmail.com

³ Docente e Tutora do PET Rede de Integridade da Informação da Universidade Federal Rural da Amazônia; neuma.santos@ufra.edu.br

Diante do contexto apresentado surgiu o seguinte questionamento: como promover a divulgação científica nas redes sociais para combater a desinformação sobre a crise climática? Para a investigação desta questão, buscou-se utilizar o *Instagram* como instrumento de divulgação científica para o enfrentamento a desinformação sobre a crise climática, promovendo informações confiáveis e a sensibilização socioambiental do público.

2. Metodologia

A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa e descritiva, com foco na produção e análise de conteúdos digitais publicados no *Instagram*, visando o combate a desinformação sobre a crise climática. Inicialmente, foi realizada revisão bibliográfica em bases como *Scientific Electronic Library Online* (SciELO) e Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), a fim de embasar teoricamente a criação dos materiais e orientação da escolha das estratégias de comunicação a serem utilizadas.

Com base no recorte temático e nas referências levantadas, foram produzidos três conteúdos distintos para o perfil do PET REDINF (@pet_redinf) no Instagram: um post em formato de carrossel com o tema “Crises climáticas: entenda o que está em jogo”, um vídeo curto no formato de quiz (publicado na aba Reels) com o tema “Verdade ou mentira sobre a crise climática” e uma caixinha de perguntas nos stories, com a pergunta “Quais são as suas dúvidas sobre crise climática?”. As publicações foram produzidas com auxílio das plataformas Canva e CapCut, priorizando uma linguagem visual acessível e atrativa.

Após a veiculação, foram analisadas métricas fornecidas pela própria plataforma, como alcance e engajamento, para avaliar a efetividade da ação. Isso inclui quantas contas visualizaram, curtiram, comentaram e compartilharam os conteúdos. Essas informações foram essenciais para compreender como as publicações se saíram e se a ação comunicativa realmente fez sentido para o público.

3. Resultados e discussão

Com base nas ações descritas na metodologia, a seção de resultados apresenta três formatos de conteúdo voltados à divulgação científica sobre a crise climática no *Instagram*. Os materiais foram estruturados para veiculação de informações confiáveis de maneira acessível e interativa compondo uma estratégia de enfrentamento à desinformação. Tal iniciativa alinha-se

a estudos que reconhecem o potencial das redes sociais na mediação do conhecimento científico.

Sousa et al. (2021) destacam que o *Instagram*, quando utilizado como ferramenta de divulgação científica, busca despertar o interesse do público em determinados conteúdos, promovendo, assim, o processo de ensino e aprendizagem por meio dessa rede social. Segundo Martins (2024), o *Instagram* é a segunda rede social mais usada no país, com o *whatsapp* em primeiro lugar.

As produções incluíram um post em formato carrossel, intitulado “Crises climáticas: entenda o que está em jogo”, um vídeo educativo abordando o tema “Verdades e mentiras sobre crises climáticas” e uma caixinha de perguntas.

O carrossel informativo foi estruturado em cinco slides, abordando desde os conceitos básicos sobre o que é a crise climática, suas principais causas e os impactos ambientais, até suas consequências sobre a saúde humana, segurança alimentar e economia. Além disso, o material propôs ações práticas para o enfrentamento da crise, destacando a importância da ação coletiva entre governos, empresas e cidadãos. A produção foi fundamentada em referências científicas atualizadas como Blank (2015); Fleury (2019); Souza (2020) e Alpino et al. (2022), o que conferiu credibilidade e profundidade ao conteúdo apresentado.

O vídeo, por sua vez, buscou combater a desinformação em torno das mudanças climáticas, esclarecendo o que é fato e o que é mito sobre o tema. Também foi utilizada uma caixinha de perguntas nos *stories* da plataforma com o intuito de estimular a participação do público em relação ao tema. No entanto, não houve interações registradas nessa ferramenta, apesar das 64 visualizações, das quais 93,8% foram de seguidores e apenas 6,2% de não seguidores.

Em relação ao desempenho das postagens, o carrossel obteve 539 visualizações, sendo 53,1% de seguidores e 46,9% de não seguidores, revelando um equilíbrio entre públicos fidelizados e novos alcançados. Já o vídeo registrou 935 visualizações, com um alcance ainda maior entre os seguidores (64,7%) e 35,3% de não seguidores. A escolha por esse formato partiu da análise de que vídeos curtos são altamente consumidos nas redes sociais e tendem a gerar maior engajamento quando bem direcionados.

Além do alcance numérico, o conteúdo também gerou interações positivas por meio de curtidas, compartilhamentos, que reforçam o interesse da comunidade por temas ambientais. Tais respostas demonstram que iniciativas simples, bem fundamentadas e visualmente atrativas têm grande potencial para provocar reflexão, mobilizar ações e fortalecer a cultura científica em tempos de emergência climática. Esse resultado está alinhado à observação de Sousa et al. (2021), que apontam o *Instagram* como uma ferramenta de comunicação cada vez mais influente na sociedade, especialmente entre os jovens, o que contribui para o sucesso de ações educativas realizadas por meio da plataforma.

4. Considerações Finais

A experiência de utilizar o *Instagram* como ferramenta de divulgação científica sobre a crise climática mostrou-se não apenas possível, mas necessária. Em tempos marcados pela desinformação e pelo excesso de conteúdos duvidosos circulando nas redes sociais, oferecer informações confiáveis, visuais e acessíveis é um gesto de responsabilidade social e educativa.

Os dados de visualização e engajamento indicam que há, sim, interesse do público por conteúdos ambientais, especialmente quando apresentados de forma didática e interativa. O carrossel e o vídeo curto alcançaram um bom número de visualizações e geraram respostas positivas, demonstrando que formatos simples, bem planejados e com base científica conseguem provocar reflexão e diálogo.

Por outro lado, o baixo retorno na caixinha de perguntas nos mostra que nem sempre é fácil engajar as pessoas em conversas mais profundas, especialmente em plataformas com consumo rápido de conteúdo. Isso também é parte do processo de aprender a comunicar ciência em tempos digitais: entender os limites, testar estratégias e, acima de tudo, escutar o público.

Esta ação reforça a importância de pensar a comunicação não apenas como um recurso técnico, mas como uma prática comprometida com o diálogo, com o acesso ao conhecimento e com a formação de sujeitos críticos frente aos desafios da crise climática.

5. Agradecimentos

Agradecemos ao Ministério da Educação (MEC) pelo apoio institucional por meio do Programa de Educação Tutorial – Rede de Integridade da Informação (PET Redinf) da UFRA Capanema, que viabilizou o desenvolvimento deste trabalho por meio da concessão de bolsas de estudos.

6. Referências Bibliográficas

ARTAXO, Paulo. As três emergências que nossa sociedade enfrenta: saúde, biodiversidade e mudanças climáticas. **Estudos avançados**, v. 34, p. 53-66, 2020.

ALPINO, Tais de Moura Ariza et al. Os impactos das mudanças climáticas na Segurança Alimentar e Nutricional: uma revisão da literatura. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 27, n. 01, p. 273-286, 2022.

BLANK, Dionis Mauri Penning. O contexto das mudanças climáticas e as suas vítimas. *Mercator (Fortaleza)*, v. 14, n. 2, p. 157-172, 2015.

FLEURY, Lorena Cândido; MIGUEL, Jean Carlos Hochsprung; TADDEI, Renzo. Mudanças climáticas, ciência e sociedade. *Sociologias*, v. 21, p. 18-42, 2019.

SOUZA, PLÍNIO et al. Influência das mudanças climáticas sobre as condições de trabalho no final do século XXI. *Ambiente & Sociedade*, v. 23, p. e00113, 2020.

MARTINS, D. As 10 redes sociais mais usadas no Brasil em 2024. *Rock Content*, 29 abr. 2024. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/as-maiores-redes-sociais/>. Acesso em: 26 de Maio 2025.

MIGUEL, Jean Carlos Hochsprung. A “meada” do negacionismo climático eo impedimento da governamentalização ambiental no Brasil. **Sociedade e Estado**, v. 37, n. 01, p. 293-315, 2022.

REIS, Pedro. Desafios à educação em ciências em tempos conturbados. **Ciência & Educação (Bauru)**, v. 27, p. e21000, 2021.

SOUSA, Samuel et al. O uso do Instagram como ferramenta de divulgação científica. In: Congresso Nacional de Educação (CONEDU). São Bernardo-M. 2021. Disponível em: https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/conedu/2021/TRABALHO_EV150_MD1_SA119_ID2468_28072021132915.pdf