

## **Combate à *Fake News* nas Periferias de BH: um Olhar das Relações Públicas Para a Formação de Públicos, Interinfluências, Mobilização e Desmobilização<sup>1</sup>**

Emanuela de Avelar São Pedro<sup>2</sup>

### **Resumo**

Esse artigo apresenta o trabalho realizado por três coletivos periféricos da Região Metropolitana de Belo Horizonte com ações de combate às fake news em suas comunidades, durante o período da pandemia de Covid-19, e uma reflexão à luz das Relações Públicas críticas que contempla a formação de públicos, a influência e interinfluências presente nas relações entre os públicos, a desmobilização e a mobilização dos envolvidos.

### **Palavras-chave**

*Fake news*; públicos; interinfluência; mobilização; desmobilização.

Este artigo tem como objetivo reflexionar acerca das questões críticas das relações públicas. Para isso, trouxemos as experiências de três coletivos periféricos da Região Metropolitana de Belo Horizonte (RMBH) numa atuação de combate à desinformação no auge da pandemia da Covid-19, no ano de 2021. Essas experiências foram reunidas a partir da ação desses coletivos junto aos projetos Comunidade Viva Sem Fome e Periferia Viva, realizados pela organização da sociedade civil Agência de Iniciativas Cidadãs (AIC).

Apesar do objeto deste texto ensaístico relacionar-se diretamente ao combate às notícias falsas e à desinformação, não é nosso objetivo focar a reflexão em como se criam as notícias falsas, como circulam e como se dão as dinâmicas da desinformação. Nosso objetivo é voltado para atender aos aspectos das relações públicas imbricadas nos processos de formação de públicos e os esforços para evitá-la, a influência e interinfluência que se dá entre os públicos, sua mobilização e desmobilização.

Trazemos nesse texto a perspectiva das relações públicas que fortalece o pluralismo e a inclusão de grupos marginalizados na esfera pública, dando voz e visibilidade às causas sociais de interesse coletivo. Edwards (2018) trata sobre o papel das relações públicas junto a ativistas e grupos de interesse que:

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) Relações Públicas, Política e Sociedade, atividade integrante do XV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social/ Jornalismo e Relações Públicas, pela Universidade Federal de Minas Gerais, especialista em Gestão Estratégica pela mesma instituição, gerente institucional na Agência de Iniciativas Cidadãs; manusaopedro@gmail.com

utilizam uma ampla gama de estratégias de comunicação para aumentar a conscientização sobre problemas coletivos, desafiar o poder corporativo, traduzir informações especializadas em mensagens acessíveis para um público mais amplo, persuadir públicos diversos sobre sua própria legitimidade e influenciar (de modo direto ou por meio de mudanças no processo de construção da opinião pública) os agentes responsáveis pela formulação de políticas sociais. (EDWARDS, 2018, p. 37)

As experiências de combate à fake news nas periferias e junto a públicos vulneráveis tratadas neste texto dizem da mobilização comunitária, desenhadas por iniciativa dos próprios coletivos, por meio de estratégias de comunicação e relacionamento. Os coletivos sobre os quais trataremos disponibilizam fatos e informações checadas de forma acessível e direta a seus públicos, fazendo frente à influência de grupos maiores e mais poderosos.

### **Apresentando o Objeto Empírico**

Assim que teve início a pandemia da Covid-19, em março de 2020, a organização da sociedade civil AIC – que atua primordialmente na RMBH – se mobilizou diante dos inúmeros pedidos de ajuda que chegavam de uma rede de grupos, coletivos e entidades parceiras, consolidada ao longo de seus 30 anos de atuação.

A partir de sua incidência no campo da articulação social, apoio institucional e em comunicação a grupos, a AIC criou dois grandes projetos para atender às demandas emergentes. O primeiro deles, o projeto Periferia Viva, reuniu quase 120 iniciativas comunitárias da RMBH numa escuta contínua e qualificada das necessidades identificadas nos territórios periféricos e promoveu uma grande articulação de parceiros e voluntários capazes de dar resposta a essas necessidades. Dessa forma, foram envolvidos o Ministério Público de Minas Gerais, que recebia denúncias de violações de direito; o Departamento de Comunicação da UFMG, que trouxe voluntários para atuar no fortalecimento da comunicação dos grupos e na visibilidade de suas causas, com apoio em vaquinhas virtuais de arrecadação de recursos, assessoria de imprensa, produção de campanhas comunicativas, produção de conteúdos informativos, além do trabalho de escuta e registro das informações da grande rede de iniciativas sociais que foi se formando. A Laço Associação de Apoio Social foi acionada para atendimento psicossocial aos casos que envolviam a saúde mental. O Periferia Viva também promoveu, enquanto articulador dessa rede de coletivos, troca de experiências entre os grupos e apoio às boas práticas identificadas. As demandas crescentes de segurança alimentar, o maior problema identificado nesse período junto às iniciativas sociais, foram encaminhadas ao segundo projeto da AIC, criado no período pandêmico: o Comunidade Viva Sem Fome. Esse projeto, executado pela AIC em parceria com a Cáritas do Brasil e com o apoio da UFMG e do Ministério Público,

reunia, de um lado, doadores pessoa física, empresas doadoras e campanhas especiais, que arrecadavam os alimentos e, do outro, a ampla rede de iniciativas sociais, que identificavam nos territórios as vulnerabilidades, recebiam as doações e as encaminhavam às famílias necessitadas.

Nesse amplo movimento de apoio mútuo às pessoas que mais sofriam as consequências da pandemia, moradores das regiões periféricas da RMBH, surgiu, em 2021, no âmbito do Comunidade Viva Sem Fome, o *Audioetal - edital para ouvir as ideias de geral*. O Audioetal consistiu numa chamada pública descomplicada onde os grupos participantes dessa rede poderiam enviar, por meio de áudio, uma proposta de projeto baseada na identificação de um problema em sua comunidade e apresentação de uma ação educativa capaz de mitigar os impactos negativos desse problema. Os grupos contemplados receberam um recurso para implementar a sua ideia e também participaram da criação coletiva de materiais educativos sobre a temática apresentada, que comporiam as 10 mil cestas básicas entregues mensalmente a cerca de 40 mil pessoas em situação de vulnerabilidade social.

Foi no Audioetal que recebemos a proposta de ações de combate às fake news de um grupo de jovens da cidade de Ribeirão das Neves, reunidas no projeto De Falsa Já Basta a Vizinha, além das ações sistemáticas de combate à desinformação propostas pela Aprosmig – Associação das Prostitutas de Minas Gerais e pelo Clã das Lobas.

Em seu perfil no Instagram<sup>3</sup> com início de postagens em 1º de abril 2021, o projeto De Falsa Já Basta a Vizinha se apresenta como um grupo que busca analisar notícias fake de uma forma crítica sem perder o senso de humor. Os conteúdos são voltados a jovens, adultos, crianças e idosos com o objetivo de despertar nesses públicos a curiosidade e a noção da necessidade de checar informações antes de compartilhá-las. O projeto é composto por uma equipe que investiga notícias falsas, as analisam, checam e produzem materiais em forma de texto, áudio e imagens, que vão circular nas redes sociais e no Whatsapp. Ao se inscreverem no Audioetal, os jovens de Ribeirão das Neves se propuseram a realizar um workshop semipresencial – denominado Clube da Verdade - para formar outros jovens no trabalho de identificação, recepção, checagem de notícias falsas e divulgação das informações checadas. Os temas abordados na formação foram conceito, tipo e exemplos de fake news, métodos de análise de conteúdos suspeitos, produção de conteúdo e ações criativas de combate às fake news. Essa ação gerou um material formativo disponibilizado no Youtube e numa pasta do Google Drive<sup>4</sup>,

<sup>3</sup> Disponível em: <[www.instagram.com/jabastaavizinha](https://www.instagram.com/jabastaavizinha)>.

<sup>4</sup> Youtube - [www.youtube.com/watch?v=pp\\_fIXwCJJQ](https://www.youtube.com/watch?v=pp_fIXwCJJQ); endereço dos materiais educativos – [www.drive.google.com/drive/u/3/folders/1-UzVZXnSONq2bzDlu8nzDqHUBHtct-Ho](https://www.drive.google.com/drive/u/3/folders/1-UzVZXnSONq2bzDlu8nzDqHUBHtct-Ho)

um podcasts, além de postagens e divulgação de esclarecimentos das fake news nas redes sociais e ações educativas junto à comunidade de Ribeirão das Neves.

Figura 1 - Humor nas postagens.



Fonte: Instagram do De Falsa Já basta a Vizinha<sup>5</sup>

Figura 2 - Humor nas postagens.



Fonte: Instagram do De Falsa Já basta a Vizinha<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Disponível em [www.instagram.com/p/CSu22uVLPdx/](https://www.instagram.com/p/CSu22uVLPdx/), acessado em 20/11/2022

<sup>6</sup> Disponível em [www.instagram.com/p/CSu22uVLPdx/](https://www.instagram.com/p/CSu22uVLPdx/), acessado em 20/11/2022

A Aprosmig<sup>7</sup>, que atuou junto a outra organização de apoio à profissionais do sexo, o Clã das Lobas, ao identificar o grande volume de notícias falsas que circulavam entre as profissionais do sexo, propôs no Audioetal uma ampla produção de conteúdo de texto, imagens e audiovisual para redes sociais e Whatsapp, além de ações presenciais nos hotéis, voltada exclusivamente a esse público, com linguagem didática e acessível, abordando as temáticas que mais circulavam nas notícias falsas recebidas por elas. A entidade foi criada em 2009 e se descreve como uma agente de direitos ao trabalho, promoção da cidadania e de combate à violência de gênero, putafobia, exploração sexual de crianças e adolescentes, violência contra a mulher e ao tráfico de pessoas, com uma importante atuação como agente de saúde e segurança públicas, além de agente cultural. Possuem o Museu do Sexo das Putas como espaço de ação continuada historiográfica e debate em articulação com a arte contemporânea, e a Rádio Vozes da Guaicurus, que traz a reflexão de temas importantes para as profissionais do sexo, como saúde, maternidade, diversidade sexual, direitos trabalhistas, dentre outros. Ambas as iniciativas participaram, junto à equipe da AIC, da produção da cartilha Comunidade Viva Sem Fake<sup>8</sup>, que foi distribuída junto às 10 mil cestas de alimentos do Comunidade Viva Sem Fome no mês de agosto de 2021.

No contexto do Audioetal, uma terceira iniciativa, o Movimento Eu Amo a Minha Quebrado, localizado no Morro do Papagaio (Belo Horizonte) apresentou uma proposta relacionada à destinação do lixo. No entanto, paralelo a essa ação, desenvolvia uma outra de combate à desinformação, chamada Na Real Morro do Papagaio, que também contou com o apoio da AIC num outro momento. O Na Real se apresenta em seu Instagram<sup>9</sup> como um grupo de adolescentes e jovens que disseminam informações reais e checam fatos. Além disso, auxiliam outros adolescentes e jovens a identificar e combater as fake news através das redes sociais. O Movimento Eu Amo a Minha Quebrada foi idealizado em 2013 pelo líder comunitário Júlio Fessô, a partir de uma oficina de fotografia para adolescentes. O objetivo era mostrar as coisas boas da quebrada, vencendo os estereótipos trazidos pela mídia tradicional. Possuem espaço próprio onde realizam atividades de arte, educação, sustentabilidade, esporte, lazer. Durante a pandemia, tornou-se um ponto de apoio à comunidade, com o recebimento e distribuição de alimentos, materiais de limpeza e de prevenção à Covid-19, vale-gás, vale-sacola, além de ser um ponto voltado para orientação de procedimentos de prevenção da doença e informações sobre benefícios governamentais.

---

<sup>7</sup> Ver <https://aprosmig.org.br/>

<sup>8</sup> Disponível em [https://www.comunidadevivasemfome.org.br/\\_files/ugd/4b0503\\_557d1ce02f2d4b7eb11fdc92b2afc906.pdf](https://www.comunidadevivasemfome.org.br/_files/ugd/4b0503_557d1ce02f2d4b7eb11fdc92b2afc906.pdf), acessado em 27/11/2022

<sup>9</sup> [www.instagram.com/narealmorrodopapagaio](https://www.instagram.com/narealmorrodopapagaio)

Enquanto os dois grupos formados por jovens periféricos adotaram como estratégia de combate à desinformação os canais e espaços digitais, a Aprosmig teve uma abordagem mais territorial, presencial, de panfletagem e conversa tête-à-tête nas zonas de prostituição da cidade.

### **E Onde Entram as Relações Públicas Nisso?**

Antes de compreender as relações públicas no cenário apresentado, é necessário compreender em que contexto se localizam a atuação desses três coletivos. Durante a pandemia, vê-se um aumento significativo do número de profissionais do sexo atuando em Belo Horizonte. Isso se deu pelo aumento do desemprego, aumento do custo de vida e necessidade de algumas mulheres em manter a casa e as necessidades mínimas de sobrevivência dos filhos. Na palavra de Cida Vieira, da Aprosmig, "temos aqui de ex-banqueira até mulheres que perderam seus entes queridos para estarem na Guaicurus, porque são mães solo. 20% dessas mulheres tiveram alguma perda na pandemia da Covid. Então, esse é o novo cenário."

A respeito dos locais de atuação do Na Real e do De Falsa Já Basta a Vizinha, tanto o Morro do Papagaio quanto Ribeirão das Neves são territórios populosos e de baixo Índice de Desenvolvimento Humanos (IDH). O Morro do Papagaio, aglomerado localizado na região centro-sul de Belo Horizonte, possui 17 mil habitantes e um IDH de 0,685, que se compara ao da Índia. Ribeirão das Neves, município da RMBH, é o sétimo mais populoso de Minas, reunindo 296.317 habitantes (dados do Censo IBGE de 2010), com predominância da população jovem (47,6% da população tem entre 10 e 34 anos). A renda per capita de Ribeirão das Neves, segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud), em 2010 era de R\$ 483,34. Possui o IDH de 0,749, que o classifica como de "médio desenvolvimento humano".

A ação desses três coletivos localiza-se um ano após o início da pandemia de Covid-19, quando as vacinas começam a chegar até a população, quando se tem em alta a discussão sobre kit de medicamentos capazes de prevenir a doença, e a participação e influência nessa discussão de empresas farmacêuticas produtoras desses medicamentos e das vacinas. A era digital se amplia com o isolamento, chegando inclusive nos locais onde ela ainda era precária: nas periferias. No Brasil, a pandemia impulsiona um decréscimo significativo da economia, um aumento do desemprego e da fome, a superlotação de equipamentos de saúde, a falta de insumos necessários para se tratar a Covid-19 e a dificuldade de atendimento de todos os infectados. Essas questões têm impactos multiplicados nos territórios periféricos, com grande dificuldade em manter o isolamento e aplicar as medidas de prevenção da doença necessárias para contê-la, dada a precariedade das moradias, do atendimento de saúde, da falta do recurso financeiro e da



necessidade urgente de busca de renda. Na política, temos um governo de extrema direita, com discursos negacionistas, que não apoiam de forma veemente as ações de vacinação e isolamento, e, ao contrário, dá força aos kits de medicamentos preventivos, em desacordo com a comunidade científica.

No relatório da pesquisa realizada pelo Núcleo de Etnografia Urbana (NEU) da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (FespSP) e Laboratório de Microsociologia e Estudo de Redes (NetLab) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com o apoio da Twist System (Startup de Data Science), os pesquisadores apontam, logo após o surto da Covid-19 em 2020, o surgimento de teorias da conspiração, desinformação e fake news em relação à origem, escala, prevenção, tratamento e vários outros aspectos da doença. As informações falsas e deturpadas circularam pelas mídias sociais e por aplicativos de mensagens de texto no Brasil e no mundo.

Porém, o tipo de desinformação que tem maior repercussão e impacto na opinião pública e no comportamento coletivo são aquelas produzidas e disseminadas pelos governos e chefes de estado, devido à visibilidade, alcance e poder simbólico que possuem. Além disso, os governos e chefes de estado contam com a cobertura constante da imprensa e mídia tradicional, que divulga seus discursos e falas ampliando ainda mais o alcance de suas mensagens. (KALIL; SANTINI, 2020, p. 05)

A pesquisa monitorou entre o dia 10 e 31 de março os compartilhamentos e recuos de desinformação por parte do governo e da presidência. Cita como o caso mais significativo a veiculação da campanha “O Brasil Não Pode Parar” pela Secom (Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República), após a Justiça tê-la proibido. Na sequência, a Secom apagou os posts das redes sociais e chegou a afirmar que a campanha nunca existiu e que o vídeo veiculado em seu canal oficial havia sido “produzido em caráter experimental”.

Os diferentes tipos de mensagens podem servir como teste para definir as narrativas e estratégias de desinformação que serão investidas pelos governos. Essa foi provavelmente a estratégia do governo brasileiro ao lançar a campanha #BrasilNaoPodeParar nas redes sociais. A peça foi distribuída, em forma de teste, primeiramente para as redes bolsonaristas no WhatsApp e depois veiculada pela Secom no Instagram e por Flavio Bolsonaro no Facebook e Twitter. A campanha, contrária ao isolamento social recomendado pela maioria dos governos no mundo e pelo Ministério da Saúde, criou um ambiente de controvérsia e contribuiu para a transformação da pandemia em “infodemia”. (KALIL; SANTINI, 2020, p. 07)

A controvérsia é o contexto dos públicos para os quais são direcionadas as ações apresentadas neste artigo. É um tempo de desinformação e jogo de narrativas, onde até os dados oficiais sobre a Covid-19 no Brasil, que deveriam ser fornecidos pelo Ministério da Saúde, passam a

ser disponibilizados por um consórcio de veículos de imprensa<sup>10</sup>, uma vez que os dados do governo apresentavam incoerências e inconstâncias.

E esses públicos - a comunidade de Ribeirão das Neves, os adolescentes e jovens do Morro do Papagaio e as profissionais do sexo - só o são porque foram sobre eles projetados interesses e estabelecidas relações e experiências a partir desses interesses. Henriques (2018) nos traz que os públicos não são entidades preexistentes. Ao contrário, formam-se no processo relacional. Silva (2022) nos alerta para o pensamento de Lippmann (2011)<sup>11</sup>, de que “os públicos são, em uma sociedade democrática, múltiplos, voláteis, intermitentes, abstratos e elusivos. Eles surgiriam na cena social de tempos em tempos, atuando no sentido de opinar sobre uma situação controversa, posicionando-se a favor ou contra determinado ator ou medida”.

E foi do interesse em mantê-los bem informados, de esclarecer questões sobre saúde, que foram atravessadas por interesses políticos e econômicos, que esses atores sociais se tornaram públicos com os quais os projetos aqui estudados se dispuseram a manter uma conversação.

Os públicos, além de existirem somente a partir das relações estabelecidas com eles, se constituem pela interação e por meio de influências diversas. Henriques (2018), a partir da visão de Leon H. Mayhew, trata a influência como um médium, ou seja, “um recurso capaz de regular as transações que se dão entre as organizações e os públicos”. Os públicos não só são influenciados, como influenciam outros públicos. E essas influências se dão de forma múltipla, num contexto altamente dinâmico e recursivo. Dessa forma, as comunidades periféricas para as quais se direcionam os materiais informativos produzidos pelos coletivos em questão são bombardeadas diariamente por conteúdos falsos vindos principalmente de grupos de Whatsapp próximos e familiares, como os da igreja, de amigos e conhecidos. São submetidos à influência de notícias falsas guiadas por uma diversidade de interesses políticos e econômicos que estão em jogo. Ao mesmo tempo que são influenciados, influenciam outros grupos ao compartilhar o conteúdo falso sem checagem e alimentar conversas em seus círculos pessoais a partir dessas informações falaciosas. Muitas delas direcionam atitudes que podem, no limite, comprometer a saúde e até a vida das pessoas, como a negação em se vacinar, a indisposição ao uso de máscaras e o uso de medicamentos indevidos, que podem provocar intoxicação em níveis diversos. As iniciativas periféricas de combate às fake news surgem então como uma forma de contrainfluência, construídas autonomamente nas comunidades, através de um processo de mobilização social e vigilância civil.

---

<sup>10</sup> O Consórcio de Veículos de Imprensa (CVI) surgiu em 8 de junho de 2020, formado pelos veículos da imprensa brasileira O Estado de S. Paulo, G1, O Globo, Extra, Folha de S. Paulo e UOL, com o objetivo de informar dados da pandemia de Covid-19 no Brasil a partir de informações fornecidas pelas secretarias estaduais de saúde do país.

<sup>11</sup> LIPPMANN, Walter. The phantom public. New Brunswick: Transaction Publishers, 2011



A compreensão acerca das interinfluências carece de demarcação de um importante ponto de partida: o abandono de visões lineares e transmissíveis da comunicação, nas quais a influência é tomada como um processo unidirecional voltado para a modificação de atitudes em um âmbito puramente individual. Em seu lugar, deve ser adotada uma perspectiva calcada na interação e na existência de diferentes públicos que se relacionam a todo momento. (HENRIQUES e SILVA, 2020, p. 78)

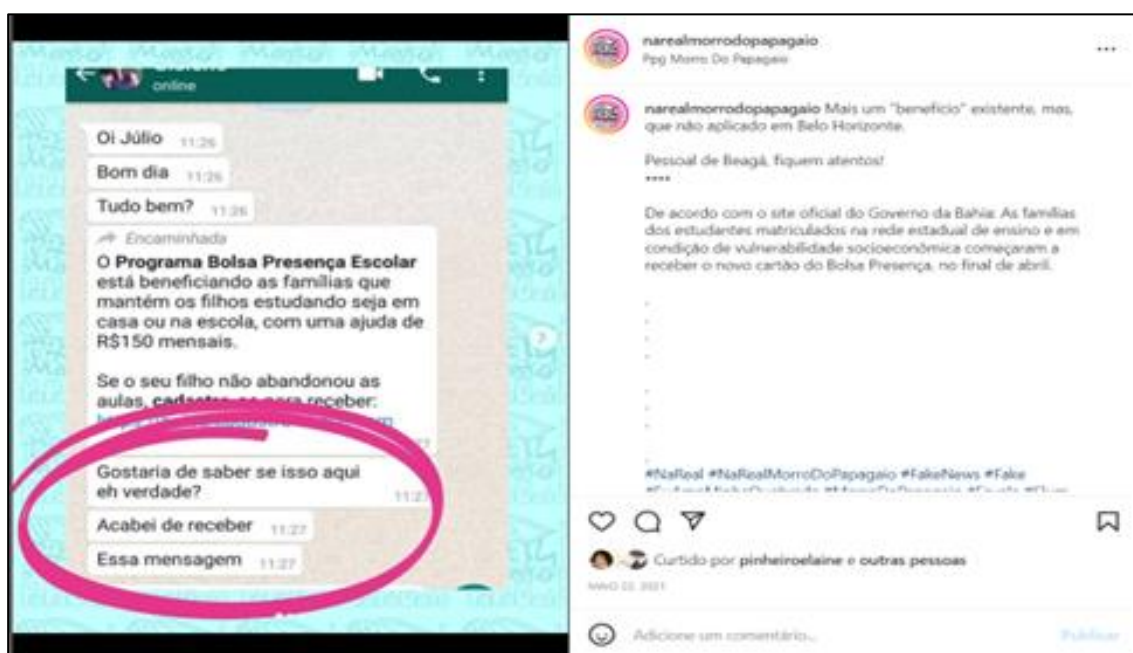
E é essa visão não linear, múltipla e diversa das interinfluências que deve nos guiar no desenho do contexto onde se inserem e atuam os integrantes da comunidade de Ribeirão das Neves, adolescentes e jovens do Morro do Papagaio e as profissionais do sexo. Vemos uma tensão entre campos informacionais diversos e formas de resistência, com seus limites e possibilidades, durante a crise pandêmica onde a informação torna-se tão crucial.

Localizar os públicos no emaranhado de influências é considerar as relações de poder em questão, que se estabelecem na interação entre eles e acabam por operar as lógicas de construção e desconstrução de sentidos, numa “rede dinâmica de interferências discursivas no espaço público, de permanente conflito e disputa por influência” (Henriques, 2018). O que vemos, então, é uma trama de influências, um novelo de fios imbricados, uma rede de conexões e interinfluências que disputam sentidos em meio às interações comunicacionais aos quais os públicos são submetidos. Compreender esses mecanismos é de extrema importância para compreender as interferências nas relações entre os públicos e os diálogos em sociedade.

Essa dinâmica de como operam as fake news formando e influenciando públicos pode ser percebida num nível mundial de crescimento das notícias falsas, principalmente a partir da virada ultraconservadora após a eleição de Donald Trump em 2014 nos Estados Unidos e o processo de decisão do Brexit em 2016. No entanto, guarda especificidades locais quanto à forma de recepção, geralmente advindas de núcleos pessoais e próximos e não exatamente de uma comunicação de massa e ampliada, de acordo com o que foi possível apurar junto aos grupos. Essas particularidades também exigiram dos coletivos uma atuação personalizada, que respondesse de forma efetiva a partir das características e expectativas desse público. Tanto o projeto De Falsa Já Basta a Vizinha, quanto o projeto Na Real Morro do Papagaio criaram canais nas redes sociais e Whatsapp para receber os pedidos de checagem. Dessa forma, atuaram diretamente com as notícias falsas que circulavam em suas comunidades. E, para tratá-las, o fizeram com linguagem simples, capaz de dialogar diretamente com seus pares. Ao invés de colocar médicos ou cientistas falando para seus públicos, respondiam as fake news com embasamento, numa conversa da comunidade com ela mesma. Parece-nos que a estratégia utilizada se assemelha à das próprias fake news, que levam ao público uma informação que parece aceitável por simplificar informações especializadas e sofisticadas. O De Falsa Já Basta

a Vizinha lidou com as fake news a partir do humor e de memes, ridicularizando as situações falaciosas ao extremo, de forma a tratar as questões diminuindo a força dos argumentos falsos. O desafio dos coletivos que resolveram atuar nas redes passava ainda pelos esforços, muitas vezes em vão, de driblar os algoritmos tão conhecidos e usados a favor das redes de robôs e técnicas de comunicação computacional que atuam em favor das fake news. Nas palavras de Tiago Toth, jovem que organiza os demais em torno das ações do De Falsa Já Basta a Vizinha, “muita gente próxima de nós foi contaminada pelas fake news e acreditou que a vacina ia fazer uma série de coisas absurdas. O nosso trabalho foi importante pra essas pessoas entenderem um pouco como funciona o pensamento científico, inclusive conseguir pensar outras possibilidade de acessar a informação, de saber de uma forma mais crítica como é que avalia se essa coisa que está sendo dita é verdadeira ou falsa”.

Figura 3 - Pedido de checagem recebido no Whatsapp, divulgação da resposta nas redes



Fonte – Instagram do Na Real<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Disponível em [www.instagram.com/p/CPMwqLwg8R4/](https://www.instagram.com/p/CPMwqLwg8R4/), acessado em 20/11/2022

Figura 4 - Líder comunitário dando a cara e o recado sobre vacinação



Fonte – Instagram do Na Real<sup>13</sup>

A associação das prostitutas, por outro lado, atentas ao grande número de fake news que circulava entre as associadas, se mobilizou para não somente desmenti-las, quanto orientar as mulheres a aumentarem os índices de vacinação entre elas. Sendo assim, promoveu rodas de conversas em pontos de prostituição de Belo Horizonte e Betim, com a participação da Secretaria Municipal de Saúde, que realizou a vacinação contra Covid-19 e colocou em dia outras vacinas das profissionais do sexo. Um grupo de estagiários do curso de Psicologia da PUC-MG realizou atendimentos psicossociais, houve testagem de HIV, a distribuição dos materiais informativos sobre fake news produzido por elas com o recurso recebido no Audioetal e a cartilha produzida em parceria com elas e os jovens do De Falsa Já Basta a Vizinha.

Esses grupos perceberam que não bastava a esses públicos receber vídeos de médicos ou cientistas muito distantes de suas realidades. Não cabia encaminhá-los para as páginas de checagem do portal de notícias G1 ou qualquer outro. Era preciso falar diretamente a eles, utilizando as situações do cotidiano, os laços de familiaridade e identidade com o local de origem/habitação, com a comunidade, os elementos próprios de cada espaço, como a linguagem presente em gírias ou formas de se comunicar, aspectos determinantes para que certos

<sup>13</sup> Disponível em [www.instagram.com/p/CRILR3Ogwzt/](https://www.instagram.com/p/CRILR3Ogwzt/), acessado em 20/11/2022

conteúdos façam sentido na percepção de mundo construído pelas pessoas específicas desses locais, compartilhadas por meio de elementos simbólicos que atravessam a cultura, a história e o dia-a-dia. Mais do que a mídia tradicional, esses grupos buscaram efetivamente traduzir e levar a informação qualificada para os públicos periféricos porque conversaram diretamente com eles.

Edwards (2018) cita alguns critérios para a comunicação deliberativa. Dentre eles, fala que

para um sistema deliberativo ser autêntico, a comunicação deve ser respeitosa com os outros, não coercitiva, capaz de conectar o particular ao geral e encorajar outros a refletirem sobre suas próprias posições (DRYZEK, 2000, p. 167)<sup>14</sup> em uma troca na qual prevaleça a justificação recíproca de argumentos formulados e expressos em termos que outros possam aceitar (GUTMANN e THOMPSON, 1996)<sup>15</sup>. Um sistema deliberativo também deve ser inclusivo, sensível a uma ampla gama de demandas dos cidadãos, incluindo o argumento racional, mas sem limitar-se a ele (PARKINSON, 2012)<sup>16</sup>, e refletindo a ampla ‘gama de interesses e discursos presentes em um ambiente político’. (DRYZEK, 2009, p. 1382)<sup>17</sup>

Foi por meio de ações estratégicas, que atendiam diretamente aos anseios de seus públicos, que os coletivos levaram informação precisa e checada até eles, de forma respeitosa, com o argumento racional mas também com o humor das periferias, com a leveza da juventude e com a precisão que as profissionais do sexo precisavam.

Henriques (2018) diz que “uma importante fonte [de] poder das organizações está nas suas possibilidades de selecionar, destacar, marcar, expor, valorizar e propor a qualquer um de nós um sentido comum, ou seja, editar partes importantes daquilo que vai constituindo as tramas”. Podemos dizer que, no novelo de relações entre públicos que se influenciam mutuamente, os coletivos aqui estudados propuseram um recorte, uma interpretação das relações sociais e comunicativas em jogo dentro de suas comunidades, propondo a seus públicos uma nova experiência diante das informações circulantes, fazendo frente ao poder das fake news localmente. Os coletivos propuseram uma leitura crítica e, por vezes, bem-humorada, da realidade, colocando-se como uma nova força de influência atuante no novelo reeditado, junto a discursos e narrativas cotidianas.

## **A Desmobilização, Um Capítulo à Parte**

Importante perceber que a atuação dos grupos envolvidos com o combate à fake news em Ribeirão das Neves, Morro do Papagaio e junto às profissionais do sexo só passou a existir a

<sup>14</sup> DRYZEK, J. *Deliberative democracy and beyond: liberals, critics, contestations*, Oxford: Oxford University Press, 2000.

<sup>15</sup> GUTMANN, A.; THOMPSON, D. *Democracy and disagreement: why moral conflict cannot be avoided in politics, and what should be done about it*. Cambridge: Harvard University Press, 1996.

<sup>16</sup> PARKINSON, J. *Democratizing deliberative systems*. In: PARKINSON, J.; MANSBRIDGE, J. (Ed.). *Deliberative systems: deliberative democracy at the large scale*. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.

<sup>17</sup> DRYZEK, J. *Democratization as deliberative capacity building*. *Comparative Political Studies*, n. 42, p. 1379-1402, 2009.

partir da desmobilização de seus públicos diante de questões que a esses articuladores lhe pareceram de extrema importância. O baixo percentual de pessoas vacinadas, as controvérsias que distanciavam as pessoas em torno de práticas de prevenção da Covid-19, informações equivocadas sobre benefícios governamentais, dentre outras situações, tudo isso mobilizou os jovens do De Falsa Já Basta a Vizinha e do Na Real, além dos articuladores da Aprosmig e Clã das Lobas a reunir forças e mudar esse cenário.

Em matéria da Revista Consensus (publicação do Conselho Nacional de Secretários de Saúde – Conass), Cruz (2017) já apontava a preocupação com a redução da cobertura vacinal no Brasil, apesar do nosso Programa Nacional de Imunização (PNI) ser uma referência mundial. Ressalta a importância de estratégias de comunicação e ampliação dos tipos de locais de vacinação capazes de trazerem mais jovens para o programa de imunização, uma vez que esse público não tem o hábito de frequentar as unidades básicas de saúde e apresentam resistência para tomar vacinas.

Em nota técnica<sup>18</sup> do Conselho Nacional de Saúde (CNS), publicada em novembro de 2021, embora 71,21% da população geral estivesse vacinada com a 1ª dose da vacina contra Covid-19, a cobertura vacinal do esquema completo, ou seja, duas doses à época, ainda estava em 50,64%. Esses dados coincidem com as informações colhidas na escuta ativa do projeto Periferia Viva, que apontava a baixa vacinação com a 2ª dose da vacina contra Covid-19 nos territórios periféricos atendidos pelo projeto como uma das demandas trazidas pelos líderes comunitários. Além disso, traziam também a baixa adesão à vacinação infantil, que teve início em 2022 e até hoje segue em baixa – o vacinômetro<sup>19</sup> pediátrico publicado pela Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais aponta 63% de crianças com a primeira dose e apenas 45% com a segunda dose.

A respeito da desmobilização, que pode ser vista durante a pandemia desarticulando públicos em torno das práticas capazes de conter o avanço da doença, Silva (2022) discorre sobre suas dinâmicas:

Tal proposta encontra seu ponto de ancoragem no raciocínio sobre como a mobilização, compreendida enquanto esforços comunicativos para a formação e a movimentação de públicos, tem o seu par dialético na desmobilização, constituída por apelos que visam estabelecer entraves capazes de evitar ou frear a constituição e a ação desses coletivos. Mobilização e desmobilização formam, assim, faces opostas de uma mesma lógica comunicativa sobre os públicos, operando em frequência inversa, como elementos importantes nas dinâmicas sociais contemporâneas e sendo perpassadas por conflitos e disputas de poder e sentido. (SILVA, 2022, p. 262)

<sup>18</sup> Disponível em [http://conselho.saude.gov.br/images/NOTA\\_TECNICA\\_CIVS\\_001\\_2021.pdf](http://conselho.saude.gov.br/images/NOTA_TECNICA_CIVS_001_2021.pdf), acessa em 27/11/2022

<sup>19</sup> Disponível em [coronavirus.saude.mg.gov.br/vacinometro](http://coronavirus.saude.mg.gov.br/vacinometro), acessado em 27/11/2022

Muitas vezes, as forças da desmobilização são utilizadas para impedir a ação e influência de ativistas e até para impedir a formação de certos públicos que possam colocar em risco determinados interesses. Nos casos apreciados neste artigo, a desmobilização é a força inicial para desarticular práticas de combate à Covid-19 e o trabalho dos grupos mencionados é justamente o de fortalecer a coesão entre as pessoas em torno de informações concretas e factuais capazes de reafirmá-las enquanto um público.

Silva (2022) nos apresenta que a formação de um público se dá a partir da percepção das pessoas de algo que as afeta, engajando-se num processo de problematização de tal situação. Traz ainda uma das diretrizes de relações públicas menos exploradas em sua atividade, que é a tentativa de entrave ao processo de formação de públicos. Isso pode se dar em dois movimentos distintos. O primeiro, no sentido de propor práticas que evite o surgimento de problemas, ou seja, que minimize os incômodos de uma determinada atuação. Se não há o problema, não há o surgimento de públicos que se coloque contra eles. O segundo, ao invés de intervir no problema, busca influenciar as percepções e opiniões de forma que as pessoas não problematizem os fatos, ou seja, ocultar eventuais malfeitos e esconder indícios que comprovem a sua existência. Silva ainda diz que são raros os textos da literatura de RP que aborde estratégias para evitar a formação de públicos, mas cita um ensaio assinado por Philip Lesly (1992)<sup>20</sup> que apresenta como tática para lidar com a oposição a criação de situações que levem as pessoas a permanecerem em dúvida sobre determinadas questões, para que assim não tenham motivações para agir.

Esse ponto nos parece crucial no trabalho de combate às fake news, uma vez que elas atuam diretamente inculcando dúvidas nas pessoas, ou até mesmo a descrença total diante de um fato ou situação. As fake news agem com maestria desestimulando a formação de públicos na medida em que enfraquecem a percepção de um problema e impedem a articulação de pessoas que possam se colocar contrárias a ele. O trabalho do projeto De Falsa Já Basta a Vizinha, Na Real e da Aprosmig é uma tentativa constante de reelaborar e redefinir o problema a partir de dados e fontes confiáveis, para que os públicos tenham a liberdade de escolher seu posicionamento e, a partir dele, redefinir suas ações. O processo mobilizador desses coletivos se torna essencial diante dos problemas da disseminação de notícias falsas em suas comunidades.

Na dinâmica da mobilização social, Henriques (2007) apresenta uma escala de vínculos de força crescente capaz de levar os sujeitos a uma ação corresponsável. A posse de uma série de

---

<sup>20</sup> LESLY, Philip. Coping with opposition groups. Public Relations Review, v. 18, n. 4, p. 325-334, 1992



informações bem trabalhadas, objetivas e claras, pode conduzir o sujeito à formulação de um julgamento. A natureza dessas informações pode auxiliar na formulação de um julgamento positivo, que é o primeiro passo para a ação dentro do processo de engajamento de públicos e mobilização de pessoas. Ações coesas e que ocorram de forma contínua, fazendo sentido no todo, leva o sujeito a uma participação corresponsável, vínculo ideal esperado nos processos de mobilização. Ora, se a desmobilização é uma força igual e contrária à mobilização, parece-nos que faz sentido refletir como essa mesma escala, agora em sentido decrescente, pode nos ajudar a compreender as dinâmicas da desmobilização. Atuando sobre a desarticulação das informações, na disseminação da dúvida, da controvérsia, os grupos criadores de fake news inibem a participação das pessoas, bem como comprometem a formulação de julgamentos capazes de impulsioná-las a agir. No centro dessa dinâmica está o enfraquecimento da situação-problema e a forte atuação com a desinformação. Podemos dizer, então, que a base da mobilização é a informação, assim como a base da desmobilização é a desinformação.

### **Considerações Finais e Para o Futuro**

Esse artigo, como já dito, buscou discorrer sobre aspectos caros às relações públicas críticas, tendo como objeto de análise o trabalho de combate à fake news realizado por iniciativas sociais na periferia junto a públicos vulneráveis. Dessa forma, fomos contando um pouco do trabalho realizado por eles e das forças e poderes em jogo, à luz nas noções de formação e desintegração de públicos, trama de influências, mobilização e desmobilização. Acreditamos ser de suma importância que as dinâmicas sociais sejam compreendidas não a partir de processos lineares de comunicação, mas da disputa de sentidos, da vulnerabilidade e fragilidades dos públicos, das múltiplas influências recebidas por eles e da influência que eles exercem sobre outros, das tensões de interesse, dos conflitos e contradições colocados nas relações.

E nessa trama formada por quem defende e por quem ataca, atravessada por movimentos de desarticulação e rearticulação, vemos o trabalho do Na Real, De Falsa Já Basta a Vizinha, da Aprosmig e Clã das Lobas na tentativa de tomar para si algum poder estabelecendo uma leitura de cenário e colocando um recorte objetivo para seus públicos.

Esse artigo não pretende ser conclusivo, mas iniciar reflexões e apontar novos caminhos de investigação e estudo para as relações públicas críticas, com o viés da comunicação comunitária desenvolvida em espaços públicos periféricos. É possível ampliar entendimentos sobre quais as principais influências e controvérsias estão submetidos os públicos mencionados nesse texto, como se constitui essa trama e como os coletivos se dispõem a tratá-la, quais os principais gêneros de fake news circulam na quebrada, quais sentidos são construídos para enfraquecer a

constituição e a permanência de públicos e entender melhor as dinâmicas de desmobilização na periferia, se elas guardam certa originalidade e/ou se conversam com as dinâmicas globais da desinformação. Será possível ainda compreender mais profundamente as estratégias utilizadas por iniciativas periféricas como as apresentadas nesse artigo e a relação que elas estabelecem com os públicos para as quais se destinam, localizando-as e compreendendo-as inseridas dentro de dimensões sociais que se desenham e redesenham a partir de interações que constroem a realidade. E tudo isso é feito não sem os desafios em lidar com o volume de informações e a necessidade de construir visibilidade e alcance, que se torna também um bom tópico de pesquisa. Outro caminho promissor para o futuro é aprofundar as noções de desmobilização, formação e movimentação de públicos a partir dos estudos já desenvolvidos sobre mobilização social, vinculação e coletivização. Esses novos caminhos que se apresentam promissores pretendemos percorrer oportunamente.

### Referências Bibliográficas

CRUZ, Adriane. A queda da imunização no Brasil. **Revista Consensus**, Ano VII, Número 25, p. 20-29, Outubro, Novembro e Dezembro de 2017.

EDWARDS, Lee. **Comunicação, poder organizacional e democracia**. In: MAINIERI, Tiago; MARQUES, Ângela C. S. (orgs.). **Comunicação e poder organizacional**. Enfrentamentos discursivos, políticos e estratégicos. Goiânia: Gráfica UFG, 2018. p.23-48.

HENRIQUES, Márcio S. (Org). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2007.

HENRIQUES, Márcio S. Visões críticas do poder corporativo: a dinâmica da influência na relação com os públicos. In: MAINIERI, Tiago; MARQUES, Ângela C. S. (orgs.). **Comunicação e poder organizacional**: enfrentamentos discursivos, políticos e estratégicos. Goiânia: Gráfica UFG, 2018. P.76-90.

HENRIQUES, Márcio S.; SILVA, Daniel R. Reposicionando a noção de influência nas relações públicas: articulações teóricas preliminares e perspectivas de estudo. In: **Opinião pública, comunicação e organizações**: convergências e perspectivas contemporâneas. 1 ed. São Paulo: Abrapcorp, 2020, v.1, p. 69-88.

KALIL, I.; SANTINI, R. M. **“Coronavírus, Pandemia, Infodemia e Política”**. Relatório de pesquisa. Divulgado em 01 de abril de 2020. 21p. São Paulo / Rio de Janeiro: FESPSP / UFRJ. Disponível em: [https://www.fespsp.org.br/store/file\\_source/FESPSP/Documentos/Coronavirus-e-infodemia.pdf](https://www.fespsp.org.br/store/file_source/FESPSP/Documentos/Coronavirus-e-infodemia.pdf). Acessado em: 27/11/2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE RIBEIRÃO DAS NEVES (MG), **Diagnóstico Socioterritorial, Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social e Cidadania**, Ribeirão das Neves, 2021. Disponível em:

[https://www.ribeiraodasneves.mg.gov.br/abrir\\_arquivo.aspx?cdLocal=2&arquivo=%7BECC52BEC-D6AD-6A62-8AEB-E1C356AB2C50%7D.pdf](https://www.ribeiraodasneves.mg.gov.br/abrir_arquivo.aspx?cdLocal=2&arquivo=%7BECC52BEC-D6AD-6A62-8AEB-E1C356AB2C50%7D.pdf). Acessado em: 27/11/2022.

SILVA, Daniel R. Dinâmicas da desmobilização: entraves aos processos de formação e movimentação de públicos. In: HENRIQUES, Márcio S.; SILVA, Daniel R. (Org). **Públicos em movimento: comunicação, colaboração e influência na formação de públicos**. Belo Horizonte: Autêntica Editora e Agência de Iniciativas Cidadãs, 2022, p.261-285.