

## **DESINFORMAÇÃO E RELAÇÕES DE CONFIANÇA: a experiência do movimento Hip Hop da RMBH <sup>1</sup> DISINFORMATION AND RELATIONSHIPS OF TRUST: the experience of the Hip Hop movement in the RMBH**

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

Fábia Pereira Lima<sup>3</sup>

**Resumo:** *Esse artigo compreende a desinformação como um fenômeno comunicativo, num contexto territorial, identificando impactos que a desinformação tem junto a públicos periféricos na luta pela garantia de direitos, movimentações de mobilização e desmobilização que estão presentes num cenário de desinformação. Objetiva refletir como as disputas de sentido, a construção social de públicos que se relacionam e as redes de confiança que são estabelecidas territorialmente, contribuem para a compreensão e enfrentamento de um ecossistema de desinformação. A partir de um estudo piloto da experiência do Observatório Participativo da Desinformação com o movimento Hip Hop da Região Metropolitana de Belo Horizonte (RMBH), são examinadas as relações de confiança e solidariedade estabelecidas entre figuras de lideranças e outros membros da comunidade, de onde apreende-se que a abordagem relacional da desinformação é um caminho promissor para seu enfrentamento.*

**Palavras-Chave:** desinformação, confiança, mobilização

**Abstract:** *This article understands disinformation as a communicative phenomenon within a territorial context, identifying the impacts it has on peripheral audiences in their struggle for rights, as well as the mobilization and demobilization movements present in a disinformation scenario. It aims to reflect on how disputes over meaning, the social construction of engaged audiences, and territorially established trust networks contribute to understanding and addressing a disinformation ecosystem. Based on a pilot study of the experience of the Participatory Observatory of Disinformation with the Hip Hop movement in the Metropolitan Region of Belo Horizonte (RMBH), the article examines the relationships of trust and solidarity established between leadership figures and other community members. The findings suggest that a relational approach to disinformation is a promising path for its mitigation.*

**Keywords:** disinformation, trust, mobilization

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho 14 (Estudos de Comunicação Organizacional). 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba - PR. 10 a 13 de junho de 2024.

<sup>2</sup> Universidade Federal de Minas Gerais: mestranda, manusaopedro@gmail.com.

<sup>3</sup> Universidade Federal de Minas Gerais: professora, doutora, fabialima@gmail.com.

## 1. Introdução

Em junho de 2024, a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) divulgou uma pesquisa<sup>4</sup> que mediu a capacidade das pessoas para identificar conteúdos falsos e enganosos online em 21 países. Na habilidade de indivíduos adultos em identificar a veracidade de informações online, o Brasil ficou em último lugar, com 54%, 12 pontos percentuais atrás da Finlândia, país com melhor desempenho. Quando avaliou diferentes tipos de conteúdos falsos, a sátira (conteúdo humorístico) foi a mais fácil de ser identificada corretamente, no entanto, 57% dos entrevistados brasileiros não souberam reconhecer a sátira como falsa. A propaganda foi o conteúdo mais difícil de ser identificado como falso pelos brasileiros. Outro dado importante é que mais de 85% dos participantes latino-americanos da pesquisa (da Colômbia, do México e do Brasil) recebem notícias com frequência ou às vezes pelas redes sociais. Os dados mostraram que aqueles que mais confiam nas notícias que circulam nas redes sociais tiveram as menores pontuações na pesquisa.

Os dados da OCDE, a experiência que vivemos durante a pandemia da Covid-19 - que levou a Organização Mundial de Saúde a declarar que vivemos uma infodemia (aumento no volume de informações sobre um assunto específico, associado ao surgimento de rumores e desinformação, com manipulação de informações com intenção duvidosa) - e o uso da desinformação como ferramenta política (desde as eleições norte-americanas em 2014, passando pelo Brexit em 2016 e pelas eleições brasileiras desde 2018) apontam que o fenômeno das *fake news*<sup>5</sup> é real e apresenta-se como um importante objeto a ser estudado, compreendido e enfrentado.

Este artigo traz reflexões sobre a desinformação que circula em territórios periféricos dos grandes centros urbanos, a partir da experiência do Observatório Participativo da Desinformação<sup>6</sup>, projeto desenvolvido pela Agência de Iniciativas Cidadãs - AIC<sup>7</sup>, na região

---

<sup>4</sup> Pesquisa da OCDE pela busca da verdade, disponível em [https://www.oecd.org/en/publications/the-oecd-truth-quest-survey\\_92a94c0f-en.html](https://www.oecd.org/en/publications/the-oecd-truth-quest-survey_92a94c0f-en.html), acessada em 16/02/2025

<sup>5</sup> *Fake news*, neste trabalho, é um termo que está sendo usado no contexto mais amplo da discussão sobre o fenômeno da desinformação e não estritamente como sinônimo de notícias falsas.

<sup>6</sup> <https://observatoriodesinformacao.org.br/>; <https://www.instagram.com/observatorioparticipa/>

<sup>7</sup> A AIC é uma organização da sociedade civil, sediada em Belo Horizonte (MG), fundada em 1993. A entidade tem se engajado em projetos que promovem a formação cidadã e a mobilização social em prol de causas de grupos e coletivos de periferia, promovendo direitos humanos e espaços democráticos, ampliando oportunidades de diálogo e garantindo acesso a repertórios que permitam a sustentabilidade de tais grupos. Entre 2020 e 2022, a AIC fomentou e apoiou projetos populares como Na Real Morro do Papagaio, Coletivo Balaio e Clã das Lobas, que atuam diretamente em comunidades periféricas da Região Metropolitana de Belo Horizonte, enfrentando os desafios impostos pela pandemia. Integra a Rede Nacional de Combate à Desinformação (RNDC) desde 2022.

metropolitana de Belo Horizonte (RMBH). O Observatório atua com uma escuta ampliada junto às lideranças e atores comunitários e de movimentos sociais para identificação das desinformações com as quais lidam cotidianamente e, a partir dessa escuta, constroem ações de enfrentamento junto desses atores em seus territórios. Além da realização de campanhas colaborativas, o Observatório lançou um edital que selecionou dezesseis iniciativas sociais que pretendem responder a problemas de desinformação identificadas por grupos e coletivos. Essas iniciativas têm recebido apoio financeiro para serem implementadas, além de tutoria para a execução e prestação de contas físico-financeira. O Observatório pretende, assim, colecionar conhecimentos sobre a desinformação nas periferias, experimentando uma diversidade de estratégias locais de enfrentamento (ações em escola, ações de comunicação comunitária, ações formação midiática, de *fact checking*, etc) junto a também uma diversidade de públicos (estudantes secundaristas, comunidade surda, comunidades religiosas, mulheres, produtores culturais, dentre outros).

Para além de uma abordagem territorial da desinformação, esse artigo pretende trazer reflexões sobre esse fenômeno à luz das relações públicas críticas, abordando as relações que são estabelecidas entre os sujeitos, a disputa de sentido entre eles, suas implicações sociais, para além de uma visão ingênua e simplista da comunicação instrumental.

Muito tem-se estudado sobre a desinformação, *fake news*, teorias da conspiração, numa abordagem que tem a informação como eixo central: a construção de notícias a partir de mentiras ou da distorção de dados, quem produz essas notícias falsas e com quais interesses, sua circulação em ambientes de plataformas digitais e como esse meio tem contribuído para uma rápida distribuição, quem encaminha notícias falsas, caminhos de combate à desinformação que apontam para a credibilidade das fontes pelo olhar crítico a partir de uma avaliação de quem produziu as mensagens e com que intenção elas foram produzidas, para a checagem dos dados e para a educação midiática. Oliveira (2020) apresenta três abordagens de enfrentamento à desinformação:

“uma instrumental e classificatória sobre a verdade, através de ferramentas de checagem de fatos; uma normativa, devedora das teorias democráticas deliberativas, que defende que os cidadãos possuem competências para tomar decisões racionais a partir de suas próprias buscas por informação; e a esperança na educação, a partir de ações de letramento midiático e informacional.” (OLIVEIRA, 2020:8)

Mendonça et al. (2023) apresenta ainda como *antídotos* contra as *fake news* aqueles de ordem técnica (soluções dadas por funcionalidades das plataformas de identificar e inibir

conteúdos falsos), os jornalísticos (situados no fortalecimento da cultura jornalística e credibilidade da mídia, checagem), os comportamentais (que diz da percepção das pessoas do que é falso, análise crítica feito pelos cidadãos, a partir de esforços educativos), e os legais/políticos (centrados na regulamentação das plataformas e governança da rede).

Se considerarmos as abordagens trazidas por Oliveira (2020) e os *antídotos* citados por Mendonça (2023) ligados diretamente ao cotidiano do cidadão (os jornalísticos e os comportamentais), temos como caminhos uma aposta na episteme particular de cada sujeito, sob um olhar informacional da comunicação (ensinar as pessoas a identificarem notícias falsas, fazerem a checagem, olhar criticamente para a produção das mensagens para não caírem em ciladas e não espalharem informações que não têm certeza se são verdade). São esforços importantes na busca pela compreensão e enfrentamento à desinformação. No entanto, a aposta deste trabalho consiste em desenvolver outro olhar sobre essa questão, a partir das relações comunicativas entre os sujeitos envolvidos, abordando os votos de confiança que podem ser estabelecidos entre os interlocutores. Ao explorar disputas de sentido em jogo, expõe-se as idiosincrasias presentes nessas relações próximas e cotidianas que complexificam o entendimento sobre o fenômeno, suas causas, efeitos, assim como os modos de produzir enfrentamento. Por isso, traz uma abordagem relacional da comunicação, entendendo a desinformação como prática comunicativa e de sociabilidade.

## 2. O Quinto Elemento do Hip Hop

Nesse artigo, apresentamos um estudo piloto de natureza qualitativa, que tem como objeto a ação que o Observatório realizou junto à comunidade Hip Hop da RMBH, em especial da cidade de Ribeirão das Neves/ MG. Em fevereiro de 2025, foi realizado o evento “O quinto elemento do Hip Hop: Encontro de formação sobre o Hip Hop, o conhecimento e o enfrentamento à desinformação”. Os elementos que compõem a cultura urbana do Hip Hop são o *breakdance*, o DJ, o MC, o grafite e, o quinto elemento, o conhecimento. E foi esse elemento o escolhido para a centralidade do evento. Antes de chegar ao evento, faz-se necessário contar como ele surgiu. A equipe do Observatório Participativo da Desinformação é composta por profissionais de comunicação e da ciência política e por monitores e bolsistas, jovens moradores de territórios periféricos da RMBH que recebem uma bolsa para atuarem no projeto. Foi ideia de um desses jovens o Observatório adentrar na cena Hip Hop para compreender como a desinformação atravessa seus caminhos. A partir da escuta inicial, foi idealizado um

evento onde MCs, produtores culturais, muitos deles figuras de liderança no movimento Hip Hop da RMBH, e outros atores, pudessem discutir e coletivizar as questões colocadas pela desinformação, visando entender esses atravessamentos e delineando ações para seu enfrentamento. .

Dessa forma, no dia 1º de fevereiro de 2025, foi realizado o evento que teve em sua programação a grafiteagem de uma geladeira velha, que se tornou a Geloteca – geladeira biblioteca. Foram realizadas as rodas de conversas “Hip Hop, Resistência e Informação: o Hip Hop como espaço de formação crítica e resistência à desinformação nas batalhas e nas redes”, “Desembolar a vida no Hip Hop: desenvolvimento de carreira, incentivos públicos e importância da informação sobre as leis de incentivo à cultura no Hip Hop”, além da realização da batalha do conhecimento ao final.

### 3. Desinformação e *fake news*

Com o objetivo de mapear a literatura existente sobre *fake news*, Mendonça et al (2023) apontam um cenário de cacofonia com variadas tendências acadêmicas no entendimento sobre o termo. Segundo a definição de Humprecht (2018, p.3), *fake news* são as “declarações intencionalmente ou conhecidamente falsas sobre fatos, que são produzidas para servir a propósitos estratégicos e que são disseminadas para gerar influência social ou lucro”. Estariam, por esse motivo, mais ligadas à desinformação (*disinformation*), pois possuem a intenção deliberada de enganar e ludibriar a opinião pública, do que à misinformation (*misinformation*), que prevê erros e equívocos na informação, mas sem a intenção de enganar. Dentro do pacote de definições, há, por exemplo, os tipos de *fake news* descritos por Tandoc Jr., Lim e Ling (2018): sátira noticiosa, paródia de notícia, fabricação, manipulação, anúncio publicitário e propaganda. Mendonça et al. (2023) ainda acrescentam mais um tipo, que seriam as *fake fake news*, construídas para negar a veracidade e a credibilidade de veículos de comunicação, numa verdadeira batalha simbólica. “Se há um consenso na literatura sobre fake news é a inexistência de uma definição única do termo” (MENDONÇA et al., 2023, p.3)

Oliveira (2020) faz um retrospecto junto a vários autores com perspectivas diferentes sobre o conceito da desinformação. Há aqueles ligados a uma ideia funcionalista da comunicação, num modelo linear de produtor da mensagem, com uma estrutura textual que será decodificada por um receptor, onde um olhar para o polo de produção da mensagem pode deduzir sobre a intencionalidade de enganar os sujeitos. Há conceitos, ainda sob a perspectiva

funcional da comunicação, que se baseiam num enquadramento analítico sobre a ordem, de onde deriva que a desinformação surge da deslegitimação de fontes oficiais de notícia, o que faz com que as pessoas busquem canais alternativos para se informar. A autora também traz a contribuição de teóricos latino-americanos que contestam a perspectiva funcionalista, ressaltando a importância das mediações e negociações do receptor nos processos comunicativos. Ainda sob o aspecto da produção da notícia, há os conceitos que localizam a desinformação a partir das estruturas textuais, como ausência de fontes e os textos sensacionalistas. Nessa perspectiva, há as reflexões que chamam a atenção para as estratégias de dissimulação, disfarce e engano, para além da intencionalidade da desinformação. Outra vertente trata dos valores de confiança e perícia de instituições epistêmicas, que são atacados por fatores exógenos, como forças antidemocráticas e anti-institucionais, contestando e desautorizando a veracidade informacional delas.

Uma outra perspectiva sobre a desinformação passa pela agnotologia, isto é, pela construção social da ignorância, que é produzida ou mantida por meio de mecanismos de negligência deliberada, sigilo e supressão, destruição de documentos, tradições inquestionáveis e outras formas de seletividade cultural e política (PROCTOR e SCHIEBINGER, 2008). Essa abordagem desloca o foco da importância da epistemologia (entendida como o estudo do que sabemos) para a importância de como ou por que não sabemos. Proctor aponta três tipos de ignorância: aquela em estado nativo, a ignorância por uma escolha seletiva (o que escolho conhecer e o que o escolho não conhecer) e a ignorância como uma estratégia deliberada, uma construção ativa. Esse último tipo trata de um trabalho ativo de organizar dúvidas, incertezas e desinformação para manter a ignorância acerca do que se quer proteger, construindo controvérsias, ocultando, omitindo ou desconstruindo conhecimentos existentes. Nessa e em outras formas de se ler a desinformação, encontra-se presente a disputa de sentidos, onde estão em jogo aspectos políticos e interesses diversos, conduzindo o entendimento da população a partir de redes de influência. Essa abordagem sobre a desinformação nos parece apropriada como chave de leitura desse trabalho. Silva (2017), em seu estudo aprofundado sobre a prática de relações públicas abusivas, trata sobre a criação de dúvidas e aponta a cacofonia criada num cenário de múltiplos posicionamentos e apelos teóricos acerca de determinado assunto como uma estratégia de confundir os públicos, ressaltando sua vulnerabilidade e incapacidade de decidir em quê e em quem acreditar.

#### 4. Comunicação relacional e confiança

No artigo “*Don’t Believe What They’re Telling You About Misinformation*”<sup>8</sup> do jornal *The New Yorker*, publicado em abril de 2024, Manvir Singh, professor assistente de antropologia na Universidade da Califórnia, problematiza se realmente os terraplanistas acreditam que a Terra é plana. Ele cita experimentos onde é medida a diferença nas respostas de entrevistados interpelados sobre determinados temas políticos em situações quando são e quando não são recompensados por respostas precisas. Quando os entrevistados são pagos pela precisão em suas falas, a diferença de posicionamento é bastante considerável. “*Put money on the table, and people suddenly see the light*” (“Coloque dinheiro na mesa, e as pessoas de repente veem a luz”, tradução nossa), diz ele. Marvin menciona ainda a contribuição de várias pesquisas de antropólogos, filósofos e cientistas cognitivos que apontam que há certa flexibilidade por parte das pessoas em acreditar em coisas que justificam suas predisposições iniciais, em histórias que defendem seus posicionamentos ou que os fortaleçam intimamente diante de frustrações e desencantos. Segundo o trabalho do antropólogo e linguista Dan Sperber, citado por Manvir, temos crenças factuais, que são mais estruturantes em nosso comportamento, que respondem a evidências e nos exige mais cuidados em adotá-las, e temos crenças simbólicas, que servem a fins sociais, não epistêmicos, mais receptivas a inconsistências e que podem ser mantidas mesmo diante de evidências contraditórias. Manvir destaca que as pessoas estariam mais propícias a acreditar em falsas informações quando se sentem impotentes ou vítimas marginalizadas. Então, mais do que considerar algoritmos e a interferência de programas de computador automatizados, uma crise de confiança e legitimidade parece estar por trás da proliferação de falsidades paranoicas, nos forçando a olhar para a polarização política e a confiança nas instituições quando o assunto é desinformação. Manvir coloca a desinformação mais como um sintoma do que uma doença e é por isso que ele defende que temos sido mal-informados sobre como combatê-la. O caminho estaria mais voltado a compreender as condições que degradam a confiança do que apostar em remetentes irresponsáveis e receptores crédulos.

As reflexões de Mendonça et al. (2023) dialogam com essa perspectiva. Os autores acreditam que *fake news* devem ser pensadas como parte do repertório contemporâneo de confronto político, onde a produção e circulação de mentiras é uma tática viável e aceita de

---

<sup>8</sup> Ver <https://www.newyorker.com/magazine/2024/04/22/dont-believe-what-theyre-telling-you-about-misinformation> acessado em 16/02/2025

fortalecimento de agendas políticas. Nesse sentido, a desinformação não deriva pura e simplesmente da ingenuidade de atores ou da não compreensão de informações que podem ser falsas, “mas da vontade de se conectar ao outro e de fazer ecoar determinadas crenças, em um mundo crescentemente incerto” (2023:20).

“Na verdade, as *fake news* devem ser entendidas como sintomas e como parte especial de um fenômeno, que começa com o ataque sistemático à credibilidade das instituições ‘credenciadas’ para determinar o que é verdadeiro e o que aconteceu de fato e termina com a admissão de uma ‘epistemologia tribal’, segundo a qual verdade e falsidade são relativas aos interesses da nossa tribo”. (GOMES e DOURADO, 2019)

O que vemos então é uma crise epistêmica marcada pela desinformação, pela perda do valor da verdade (que chamamos de pós-verdade) e descrença de especialistas e instituições historicamente produtoras de conhecimento (como a mídia, a universidade, a ciência). Em escutas feitas pelo Observatório Participativo da Desinformação junto a lideranças comunitárias, muita desinformação tem sido apresentada em relação aos benefícios sociais e programas do governo, numa sinalização clara de que não há como ignorar falhas numa comunicação pública que não chega a alguns públicos e a responsabilidade das instituições na descredibilização de sua autoridade (OLIVEIRA, 2020). Quando a informação não chega de forma apropriada aos públicos das periferias, abre-se espaço para a dúvida, para a dificuldade do entendimento e para o surgimento de golpes cibernéticos com promessas infundadas, mas igualmente atrativas. No cenário da desinformação, mídia, universidade e ciência não podem se furtar do compromisso de uma comunicação pública eficaz, em muitos momentos dirigida e pensada para públicos específicos, com vistas ao fortalecimento das instituições e à diminuição da cacofonia informacional.

Ainda conforme Mendonça et. al (2023, p.20) “a desinformação não é um problema fundamentalmente cognitivo ou comunicacional, mas um fenômeno essencialmente político”. Do ponto de vista da comunicação, poderíamos acrescentar que a desinformação é um problema constituído nas relações de confiança entre os sujeitos, e entre sujeitos e instituições políticas, sociais, governamentais - entendendo essas relações como práticas comunicativas e de sociabilidade. E no novelo de relações que se dão entre as pessoas, nas relações mais potentes e de maior confiança, pode estar o caminho para que novos fluxos de informação se estabeleçam. Dessa forma, enfrentar as *fakes news* com checagem e educação midiática não seria suficiente, uma vez que não se trata de combater notícias falsas com informações

verdadeiras, mas de cuidar e potencializar as relações de confiança e proximidade como canais de informação. Então, seria preciso também entender e agir sobre as relações entre públicos, aprofundando conhecimentos sobre as idiossincrasias, disputas e influências em jogo.

Numa abordagem a partir da perspectiva praxeológica de Quéré<sup>9</sup>, Lelo (2022) localiza a desinformação não como uma disfunção cognitiva com efeito em epistemologias pessoais, mas como uma ação comunicativa, um elemento intrínseco às interações sociais, um elemento normal no processo intencional de troca de informações entre as pessoas com o objetivo de extrair conhecimento válido do mundo. Então, são considerados indivíduos que, situados numa prática comunicativa, com seu aparato cognitivo, filtram informações a partir de suas crenças preexistentes, e a desinformação, então seria “compreendida como a preponderância de estados mentais arraigados sobre as contraprovas racionais” (LELO, 2022, p.12). O autor considera que a desinformação muitas vezes pode soar atraente devido à sua capacidade de reduzir incertezas no processo de interação e isso nada tem a ver com a falta de entendimento de uma mensagem, por exemplo, o que nos aponta que a construção de sentido pode ser atravessada por uma infinidade de significados sociais. “Desse ponto de vista, a aceitação de mensagens falsas e/ou enganosas não decorre só de ingenuidade humana, vieses cognitivos ou suscetibilidade à manipulação, mas da confiança atitudinal dos indivíduos uns nos outros até prova em contrário” (LELO, 2022, p.12), diz ele. Nas interações humanas, as pessoas vão experimentando as condições de confiança que devem ser atendidas, num aprendizado processual que as vão norteando no que acreditar ou não. Lelo lança o desafio de que novas pesquisas empíricas sobre desinformação possam investigar como condições de confiança podem ser atendidas em práticas comunicativas para entender quais significados sociais são mobilizados nas interações e como os públicos em interação os percebem.

Nessa ação comunicativa que é a desinformação, que papel caberia às figuras de liderança nos territórios de periferia? Na releitura da obra “*The People’s Choice*”, Martino (2018) aponta para a importância da conversação na construção da opinião de eleitores, ressaltando as conversas informacionais com aqueles que se tem familiaridade e proximidade

---

<sup>9</sup> QUÉRÉ, L. From an epistemological model of communication to a praxeological approach. *Réseaux*, v. 3, n. 1, 1995, p. 111-133.

QUÉRÉ, L. Au juste, qu’est-ce que l’information? *Réseaux*, v. 18, n. 100, 2000, p. 331-357.

QUÉRÉ, L. The cognitive and normative structure of trust. *La Découverte*, v. 108, n. 4, 2001, p. 125-152.

QUÉRÉ, L. Les dispositifs de confiance dans l’espace public. *Lavoisier*, v. 4, n. 132, 2005, p. 185-217.

QUÉRÉ, L. How could trust be restored to nature? *Intellectia*, v. 2-3, n. 46-47, 2007, p. 105-122.

para a construção ou reelaboração de opiniões. É num ambiente mais acolhedor ao diálogo, sem a necessária construção de argumentos para se convencer o outro, que a influência pessoal de um líder de opinião se dá. Podemos tomar os líderes de opinião trazidos por Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1967) para olhar para as figuras de lideranças deste trabalho (guardados os devidos cuidados ao aproximar dois tempos e contextos tão distantes). São os líderes de opinião que intermediam as informações trazidas pela mídia, e hoje podemos entender a mídia de uma maneira mais ampla, localizada num mundo digital, para além da participação exclusiva da mídia de massa. E o sucesso da influência desses líderes está no fato de que conhecem os “interesses e disposições das pessoas com quem conversa[m] e com as quais compartilha[m] sua opinião” (MARTINO, 2018).

Assim, na crise de confiança das instituições, a relação estabelecida entre produtores culturais moradores de periferias e suas lideranças ou outras figuras de referência, como o padre e o pastor, ganha um novo contorno. São pessoas próximas, envolvidas muitas vezes com assuntos da intimidade das pessoas, que estão presentes no dia a dia daquela comunidade e que comungam das mesmas dificuldades (principalmente quando a liderança é também um morador da comunidade ou parte do grupo cultural).

Na impossibilidade de garantir que as intenções daqueles com quem nos relacionamos são boas a todo tempo, nos processos de interação social concedemos créditos de confiança (MAYHEW, 1997) ao nosso interlocutor que vão se confirmando ou não na medida em que a relação vai se desenvolvendo. Esses créditos, no dizer de Silva (2017, p.176), são “espécies de sinais que são procurados e utilizados pelas pessoas como um indicativo da credibilidade das afirmações dos demais atores, sejam eles indivíduos ou instituições”. Outra contribuição de Mayhew diz das pretensões de solidariedade, que apontam para interesses comuns que são compartilhados entre interlocutores. As pessoas tendem a criar laços de solidariedade com outras com as quais compartilham vivências, pontos de vista, opiniões, definindo-as como pessoas nas quais podem confiar. As pretensões de solidariedade são então fortes apelos nas disputas por influência que permeiam a criação de sentidos nas relações entre os sujeitos.

Um caminho para compreender a abordagem da desinformação na perspectiva da comunicação relacional seria identificar como esses créditos de confiança e pretensões de solidariedade são construídos entre moradores de periferia e as figuras de liderança, uma vez que “públicos distintos podem valorizar aspectos bastante diferenciados, sendo sempre

necessário, do ponto de vista retórico, entender os valores culturais e as características daqueles que se almeja influenciar (SILVA, 2017, p.179)”.

## 5 Comunicação para mobilização social

Ao olhar para as relações entre produtores culturais moradores de periferia e suas figuras de liderança, tais atores serão considerados, numa abordagem das relações públicas, como públicos - que não preexistem, mas são formados a partir dessas relações e experiências propostas por interesses sobre eles projetados (HENRIQUES, 2018b). Uma vez constituídos, são dinâmicos, voláteis, podendo ser encorpados ou reduzidos, crescer, diminuir, deixar de existir. Só podem ser determinados numa situação de relação entre eles ou com outros atores e é nesse “conjunto de interações, menos ou mais assimétricas, informais, frágeis e descontínuas (dentre outras características de uma enorme lista) que se dá a interinfluência” (HENRIQUES, 2018a, p.10). Os públicos não só são influenciados, como influenciam outros públicos (HENRIQUES; SILVA, 2020). E essas influências se dão de forma múltipla, num contexto altamente dinâmico e recursivo, permeado por outros conjuntos de relações, desenhando um emaranhado de conexões.

As *fake news* se apresentam num cenário marcado por controvérsias e jogos de narrativas, onde os públicos estão submetidos a um “constante jogo que ocorre entre mostrar e ocultar, entre esclarecer e incitar dúvidas, entre concentrar e diluir, entre falar e silenciar” (HENRIQUES, 2018b, p.87-88). Segundo o autor, é um campo de múltiplas regulações e interferências recíprocas e cruzadas, que pode levar, em algumas situações de controvérsia, até à inibição da ação dos públicos.

Mas os públicos não guardam somente uma posição de recepção. Ainda que possam se formar como destinatários de mensagens que lhes são endereçadas, agem em diferentes intensidades, “desde a sua atividade corriqueira de conversação, até a sua mobilização e organização coletiva, menos ou mais estável e duradoura, para expressão coletiva de suas opiniões, desejos, vontades e interesses” (HENRIQUES, 2017, p.121). Para além das limitações dos públicos, que muitas vezes estão colocados em relações de poder desiguais junto a outros interlocutores institucionais e/ou organizacionais, faz-se necessário enxergar os caminhos traçados por eles para vencer os obstáculos, a busca por uma existência autônoma em meio às interinfluências, as disputas e contradições, o desenho de ações que vai “desde o compartilhamento e agregação de opiniões e atitudes, num nível mais simples de ação, até as

formas mais avançadas de ativismo” (HENRIQUES, 2017, p.127). Silva diz ser um erro julgar os públicos como sujeitos passivos afetados pelas influências, sem levar em conta como eles interagem com essas forças, modificando-as, se apropriando de algumas técnicas para criar eles próprios suas táticas (SILVA, 2017).

Dessa forma, percebe-se públicos se engajando em causas de interesse social ou exercendo sua cidadania por meio da participação política em espaços democráticos. Toro e Werneck (2004) definem a mobilização como uma convocação de vontades para uma mudança de realidade, através de propósitos comuns, estabelecidos em consenso.

Em artigo de 2022, Silva apresenta a desmobilização como o par dialético da mobilização, com apelos para estabelecer entraves para evitar ou enfraquecer a ação dos públicos. Ele indica que isso pode ser operacionalizado a partir de duas estratégias distintas. A primeira envolve propor práticas que evitam o surgimento de problemas, ou seja, minimizar os incômodos de uma determinada atuação. Se não há problema, não há o surgimento de públicos que se coloquem contra ele. A segunda, ao invés de intervir no problema, busca influenciar as percepções e opiniões de forma que as pessoas não problematizem os fatos, ou seja, oculta eventuais malfeitos e esconde indícios que provocariam a existência de um problema. O autor nos aponta que, ao lado das contribuições trazidas pelas diversas teorias a respeito da formação de públicos, que permitiram às instituições um olhar estratégico para a mobilização destes, também surgiu uma diretriz menos explorada no campo das relações públicas, que é a “tentativa de interromper o processo de formação de públicos” (SILVA, 2017, p.193).

Silva ainda nos traz à reflexão as práticas de relações públicas centradas na construção de dúvidas que também operam para desmobilizar públicos (SILVA, 2017). Ele apresenta como as quatro condições de coletivização necessárias para a constituição e mobilização em torno de uma causa pública estabelecidas por Henriques (2010) – a concretude de um problema, seu caráter público, a viabilidade de soluções e os sentidos amplos acionados – podem, num raciocínio recursivo em sentido oposto, compor processos de dispersão dos públicos. “Assim, consideramos que tentativas de desmobilização perpassam discursos que fazem alusão a como (a) um problema não é concreto, (b) não é de interesse público, (c) não é passível de solução e (d) não está alinhado com valores aceitáveis” (SILVA, 2022, p.277).

Esse ponto nos parece de grande importância sobre a influência das *fakes news* junto aos públicos, uma vez que elas podem atuar diretamente inculcando dúvidas nas pessoas, ou até mesmo promovendo a descrença total diante de um fato ou situação. As *fake news* podem agir

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. Podem colocar em dúvida a concretude de uma causa, negar seu caráter público, provocar dissonâncias sobre as soluções de um problema, e se alinhar a valores reprováveis para um grupo de pessoas.

## 6 Proposta de análise

Feita a reflexão teórica, traçamos a partir dela uma análise piloto que contempla quatro dimensões analíticas:

- a) Os públicos envolvidos, suas vulnerabilidades e as movimentações ocorridas em decorrência do contexto de desinformação (formação de públicos, enfraquecimento de públicos, desmobilização de públicos em torno de causas sociais);
- b) Principais atravessamentos colocados pela desinformação junto aos públicos periféricos;
- c) Créditos de confiança, pretensões de solidariedade, principais disputas presentes nas relações entre os sujeitos;
- d) Condições para mobilização e/ou desmobilização desses públicos em torno da garantia de direitos no ambiente de desinformação nas periferias.

Os dados utilizados foram coletados pelo Observatório Participativo da Desinformação durante a escuta qualificada com quatro MCs e um grafiteiro, que também são produtores culturais e figuras de liderança do movimento Hip Hop da RMBH, utilizando-se das seguintes técnicas: observação participante durante o evento e entrevista semiestruturada (antes e após a realização do evento).

É importante apresentar aspectos relevantes na comunicação em contextos organizacionais participativos voltados a processos de mobilização social, entendendo a comunicação mobilizadora como coordenadora de ações e não como um instrumento de controle de ações (HENRIQUES, 2004). O primeiro ponto de atenção foi a aposta do Observatório em desbravar o universo que mescla a desinformação e o movimento Hip Hop a partir da ideia de um dos jovens monitores da equipe, que por sua vez a trouxe em decorrência de sua experiência prévia como morador de Ribeirão das Neves, atuante em movimentos culturais periféricos. Valorizar o saber dos sujeitos envolvidos é um preceito importante da comunicação para mobilização social. Nessa perspectiva, outro ponto de atenção foi a construção colaborativa do evento com a participação efetiva dos MCs da Batalha do VNZ

(bairro Veneza, de Ribeirão das Neves/MG), os MCs da Batalha do Minas Caixa (bairro da região de Venda Nova/BH), do Instituto de Referência em Internet e Sociedade (IRIS), da Sabic – Associação dos Amigos das Bibliotecas Comunitárias da Grande BH e da Casa Semifusa, coletivo Ponto de Cultura<sup>10</sup> que sediou o evento. Os MCs atuaram na linha de frente da mobilização do público para o evento. O IRIS contribuiu com os prêmios em dinheiro para os primeiros colocados da batalha de rima, inseriu o evento na programação oficial do Mês da Internet Segura e trouxe resultados de suas pesquisas para o debate. A Sabic doou livros para a Geloteca. O Observatório da AIC foi o articulador de todos os partícipes, mobilizador, divulgador e provedor financeiro para que o evento fosse realizado. Foi possível providenciar, além da premiação para os MCs, materiais para a produção do grafite da Geloteca, alimentação para todos os participantes durante todo o evento, *ecobag* com materiais informativos, transporte e ajuda de custo para os integrantes das rodas de conversa, mediadores, grafiteiros e DJ. Prover essa estrutura remunerada pode parecer algo trivial em qualquer evento, mas não naqueles sempre realizados com nenhum ou pouco recurso, somente a partir dos esforços de alguns, que nunca são remunerados pelo trabalho. Isso permitiu que os participantes do evento se sentissem valorizados e cuidados, fortalecendo os laços coletivos entre os envolvidos. MC Togau, na avaliação após o evento, ponderou: “Aqui em Neves, o Hip Hop é o principal veículo pra juventude trocar sobre a desigualdade e os preconceitos. Eu acredito que o evento do dia 1º foi o mais importante do ano aqui na região, porque tava geral do Hip Hop e da política (da frente negra) no evento. O valor do prêmio mobilizou uma galera que normalmente nem cola e valorizou o trampo da galera.”

As dificuldades financeiras para fazer cultura revela um aspecto preponderante sobre os públicos pertencentes ao movimento hip hop (grafiteiros, MCs, DJs, gestores e produtores culturais) e a vulnerabilidade com a qual eles convivem, tendo dificuldades em sobreviver de sua arte e buscar a sustentabilidade de seus projetos. Outra situação mencionada por eles é a desmobilização do grupo depois da pandemia e do impacto que ela teve na descontinuidade de encontros presenciais. Além disso, a pandemia teve como consequências o aumento do desemprego e da desigualdade social, forçando os moradores de periferia, e também trabalhadores da cultura, a buscarem outras fontes de sobrevivência financeira. Os esforços

---

<sup>10</sup> Certificação dada por órgãos públicos executivos da cultura a entidades e coletivos culturais que possuem ações de impacto sociocultural nas comunidades.

coletivos para vencer as dificuldades financeiras na viabilização de projetos comuns são, portanto, importantes fatores de identificação e mobilização desses grupos.

Na escuta realizada, foi ressaltada pelos entrevistados a importância dessa manifestação cultural na formação social e política de jovens de periferia, o potencial das batalhas de rima em esclarecer e divulgar informações corretas, a preocupação com a formação de novos MCs, muitos deles sendo alienados e se distanciando dos fundamentos da cultura Hip Hop. Os entrevistados falaram da dificuldade e da importância do acesso aos livros para o enfrentamento à desinformação e para esses processos de formação de base. Quanto às consequências que a desinformação tem para o movimento, foram destacados o preconceito e a marginalização das batalhas dentro dos próprios territórios, o que rotula os jovens participantes como marginais e delinquentes. Faltam informações e esclarecimentos ao público do Hip Hop para enfrentar a violência policial e a repressão do Estado. A disseminação de informações falsas sobre mecanismos de financiamento da cultura fragiliza a organização coletiva do movimento.

Durante o evento, a Geloteca, que ficará na Casa Semifusa, foi inaugurada com mais de 400 títulos doados pela Sabic e por pessoas físicas, além de livros comprados pela AIC com as temáticas de *fake news*, teorias da conspiração, colonialismo digital, racismo algorítmico, política na era digital, crise da democracia, pedagogia e resistência do Hip Hop, participação das mulheres no Hip Hop. O incentivo à leitura e a busca pelo conhecimento foram trazidos pelo grafiteiro Adam Araújo enquanto ele grafitava a geladeira – “deixa o livro do lado da sua cama, você não vai orar, não vai fazer nada, mano. Acordou, leu duas páginas e aí você vai fazer as suas paradas, vai escovar o dente, vai orar”.

A primeira roda de conversa do evento fez um resgate da história do Hip Hop, citando o projeto Ribeirão das Neves: o Hip-Hop no Mapa, mapeamento desenvolvido em 2020 por Bruno Sharp e Marcela Menezes, hoje vereadora eleita no município para o exercício 2025-2028. Digô MC falou sobre o espaço de formação e resistência dentro do Hip Hop, ressaltando o espaço privilegiado de combate à desinformação, estimulando a troca e a busca pelo conhecimento. Digô e Tiago Toth enfatizaram a importância do Hip Hop marcar o seu lado político no momento atual do país. Sobre esse tema, MC Rocklion acrescentou: “Nosso movimento é político e, se a gente não discute, a gente vira massa de manobra.” A coordenadora de pesquisa do IRIS, Fernanda Rodrigues, abordou o racismo nos meios digitais e a relevância da construção do conhecimento acadêmico junto com quem está vivenciando as

experiências nas periferias. Quando a roda ampliou a conversa para o público, um jovem rapper tomou o microfone para ressaltar a exploração de dados das plataformas e o necessário uso crítico das mesmas.

Com o objetivo de coletivizar caminhos possíveis de desenvolvimento da cena Hip Hop, a segunda roda de conversa trouxe esclarecimentos sobre mecanismos de financiamento que podem ser acessados, elucidando fatos e *fakes* sobre leis de incentivo. Monge, integrante da Família de Rua, precursor do Hip Hop em Belo Horizonte, falou sobre o Hip Hop como patrimônio cultural. A vereadora Marcela, integrante de coletivos culturais da cidade antes de ocupar o espaço institucional da Câmara dos Vereadores, falou sobre o incentivo à cultura em Ribeirão das Neves e o direito de fazer cultura na rua. Integrantes do Comitê de Cultura de MG falaram das formações e tutoriais que estão realizando junto a produtores culturais mineiros para acessarem editais públicos, principalmente aqueles ligados à Política Nacional Aldir Blanc e à Lei Paulo Gustavo.

Num momento de fragilidade pós pandemia, o movimento Hip Hop desarticulado tem dificuldades em se reerguer. Essas dificuldades são potencializadas com os ataques e descrença nas políticas públicas culturais que ainda existem, fazendo com que os públicos do movimento não acessem os recursos que lhes são de direito. Muitas *fake news* têm sido divulgadas sobre a Lei Rouanet, por exemplo, alegando que ela beneficia somente artistas renomados e próximos ao governo, que ela desvia recursos que poderiam ir para a segurança, saúde e educação, que os projetos contemplados lucram com a lei, ou que não há fiscalização. A elas se somam a burocracia dos editais públicos e a baixa escolaridade daqueles que mais precisam acessar os recursos, criando uma barreira no acesso público e na democratização desses instrumentos de financiamento.

Todo esse cenário e ainda os discursos de criminalização e preconceito com o Hip Hop contribuem para a desmobilização e para o enfraquecimento da ação de públicos ligados a esse movimento cultural. Suas reivindicações não são legitimadas, não são vistas como de interesse público, pois não são colocadas no pacote mais amplo do direito que todos têm à cultura e à manifestação cultural. A percepção dos problemas trazidos por esses públicos fica comprometida e, da mesma forma, a articulação daqueles que poderiam atuar auxiliando.

Mesmo assim, a roda de conversa tomou um rumo interessante: o de não desistir, continuar resistindo e atuando em rede. Frases como “você não precisa saber escrever um projeto, mas você pode colar com aquele que sabe”, “cada um contribuiu com aquilo que

entende mais, que sabe fazer melhor” foram repetidas entre os membros da mesa. Em determinado momento, Monge, com sua autoridade de co-fundador do Hip Hop em BH, aponta nominalmente Bruno Sharp como a liderança a ser seguida pelos mais jovens para fortalecer o Hip Hop em Ribeirão das Neves. “Teve uma troca muito grande, inclusive, entre a galera mais velha e mais nova na cena do Hip Hop”, apontou Nathan Karma, produtor do Coletivo Semifusa.

Nesse momento, ficaram claras as pretensões de solidariedade e o lugar de fala daqueles que estão há muito tempo no movimento Hip Hop. Em determinado momento, um rapper mais jovem expressou sua emoção ao estar diante daqueles que fizeram história. São nessas pessoas que também foram depositados os créditos de confiança para os próximos passos do movimento após o encontro daquele dia: “a gente precisa continuar se encontrando e trocando ideia, a gente tem que se juntar de novo, voltar a construir junto”. Bruno Sharp e MC Rocklion foram apontados nominalmente como as pessoas que vão puxar essa articulação em Ribeirão das Neves. Antes de encerrar a mesa, MC Togau, de 21 anos, tomou o microfone para reverenciar quem veio antes dele e ressaltar o quanto ele aprende com essas figuras de liderança.

Para a batalha de rima, os MCs que a organizaram listaram para os duelos dez temas ligados às discussões do evento, tais como conhecimento, internet e desinformação. Os temas foram anotados num *flip chart* disponível durante todo o evento, podendo receber contribuições de qualquer participante. A ideia de se pensar previamente temas voltamos a alguma reflexão importante para serem tratados nas batalhas foi muito bem recebida pelos MCs.

“Os assuntos abordados [no evento] ajudam no direcionamento do coletivo para enfrentar as desinformações que rolam contra o Hip Hop e a juventude negra aqui em Neves. A frente negra e a comissão já estão se movimentando para pensar como ser veículo de enfrentamento social do preconceito. Além disso, a batalha foi massa, porque toda conversa que a gente tinha tido na roda virou conteúdo na batalha. Então, se não virou consciência na pessoa na roda, entrou na hora da batalha em forma de poesia.” (MC Togau)

“A batalha do conhecimento mexeu muito comigo. As que tavam rolando, tava tomando outro rumo, defendendo o conhecimento e, somado a roda de conversa, foi muito importante.” (MC Rocklion)

“A batalha estimulou os MCs a estudar e debater os assuntos, que não contribui só na formação dos MCs, mas afetou e estimulou a plateia a se informar.” (Nathan Karma, produtor do Coletivo Semifusa)

Abaixo, transcrevemos a rima de uma das MCs participantes da batalha:

“E eu já chego/ e aqui tudo de improvisação/ o tema do debate é desinformação/ Por isso, meu rap é real, ele não atua/ os cara fala merda na internet e não cola na rua/ pra ver o que que pega/ que eu faço direito/ pra ver o povo preto lutando pelos direito/ pela informação, não só pela marola/ eu quero ver os neguinho na faculdade, na escola/ tendo todo lugar, seguindo essa noitada/ dizer que sem estudo só revolta não é nada/ Por isso, que eu vou fazer com merecimento/ já dizem, uma chave da porta é o conhecimento/ mas se as mentes, elas estiverem tampadas/ eu vou fazer aqui o meu R A P/se um dia a minha mente estiver trancada/ somente com meu rap as grades vão derreter/ o grito sempre vai ser de liberdade/ pelo povo preto, pelas oportunidade/ esse é o nosso lugar e nossa boca não cala/ então cês dá licença que é o nosso lugar de fala.” (MC Kety, durante a batalha de rima do evento “O quinto elemento do Hip Hop”)

O evento ainda reverbera entre os integrantes do movimento Hip Hop da RMBH. O encontro entre a nova geração e os precursores do movimento, a conversa que reuniu especialistas e representantes do poder público, pensar a batalha e o grafite numa ação engajada para refletir, trocar e aprender sobre a desinformação parece ter sido uma injeção de ânimo para todos os participantes.

“O evento serviu para um olhar no olho do outro e pensar ‘nu, eu acredito nocê’. Agora a gente tá pensando em outras formas de trabalhar junto. O contato tá mais forte. Esse evento foi o rolê mais cabuloso que já rolou na Casa Semifusa e tamo agora pensando nos desdobramentos institucionais. Foi papo de virada de chave. E isso eu tô falando para os adultos. Para as crianças, eu acho ainda mais cabuloso, porque atraiu elas agora a participar do coletivo. A biblioteca chama as crianças a se informar. Esse é o primeiro passo para a revolução.” (MC Togau)

Como pontos de atenção para próximas ações, Nathan Karma sinaliza a necessidade de trazer para perto das discussões os representantes da dança - *break dance* - e os DJs, e ainda envolver mais os jovens da comunidade que aparecem só para ver a batalha, não participando das discussões mais amplas e de viés político. No próprio evento realizado, o público foi crescendo na medida em que se aproximava a hora da batalha, não tendo um quórum tão grande do público em geral presente nas rodas de conversas.

## 7 Considerações e próximos passos

A partir de uma reflexão teórica e de um exercício empírico piloto, esse artigo apresenta a desinformação como uma pauta importante na desmobilização de públicos do movimento Hip Hop da RMBH. A associação da periferia como local do crime e os preconceitos em torno das culturas periféricas, deslegitimam o movimento Hip Hop como cultura a ser respeitada e valorizada pelos demais públicos da cidade, inclusive pelos representantes da política institucional. Os ataques aos mecanismos de incentivo à cultura fragiliza ainda mais os

produtores culturais periféricos, que já encontram vários obstáculos na busca pela sustentabilidade, levando-os a crer no equívoco de que os caminhos da política pública e dos editais de fomento não pertencem a eles. Num círculo de opressão, sem reconhecimento e recursos para desenvolverem suas ações, os atores do Hip Hop continuam falando somente entre si, sem conseguir engajar outros públicos que os possam legitimar, apoiar e valorizar.

No entanto, a mobilização pode vir de ações de enfrentamento à desinformação que privilegiam a construção coletiva territorial e a participação dos sujeitos, o incentivo à busca pelo conhecimento, seja pelos canais formais da educação, junto a especialistas, nas trocas e encontros, nas relações de confiança construídas entre figuras de liderança e demais interlocutores. Os atores pesquisados se reconhecem em termos de créditos de confiança e pretensões de solidariedade, uns aos outros e em relação a outros atores/setores sociais, quando se encontram, quando constroem juntos. A confiança é tecida na interlocução com os precursores do movimento Hip Hop, aqueles que vieram antes, que passaram pelas mesmas dificuldades, trilharam os caminhos que hoje são percorridos pelos mais novos. Os MCs, grafiteiros e produtores culturais que tomam a frente das ações, que bucam a interlocução com outros atores, que já sabem escrever projetos, que já captaram recursos e realizaram ações mais robustas, com remuneração dos participantes, são as figuras de liderança que trouxeram os mais novos, e que são capazes de influenciar sua formação e os meios de perpetuar o movimento.

A confiança e a solidariedade também estavam presentes nas interações com a vereadora Marcela Menezes, criada nos movimentos culturais da cidade, eleita principalmente pelos representantes da cultura e lutas sociais. Num determinado momento da sua fala, ela expressou certo desconforto e falta de familiaridade em estar ali se colocando como vereadora, uma vez que em toda sua vida ela esteve ali como mais uma liderança cultural.

Dessa forma, este artigo buscou refletir como condições de confiança podem ser atendidas em práticas comunicativas para entender os significados sociais que são mobilizados nas interações e junto aos públicos em interação. Também apontou como sinais de solidariedade e condições de confiança são construídos nas práticas cotidianas e constantemente negociados nas relações comunicativas entre os sujeitos expostos à guerra de narrativas e ignorância construída no contexto de desinformação.

Em novas imersões de campo na continuidade dessa pesquisa, será importante aprimorar os instrumentos metodológicos, diversificando os contextos estudados, olhando para mais de

uma comunidade ou movimento social, para enriquecer as possibilidades de análise, ouvindo mais públicos e observando uma diversidade maior de situações. Será necessário também investir mais na análise de relações atravessadas por diferentes contextos organizacionais (o contexto organizacional do movimento social, da comunidade, atravessado pelo contexto organizacional da política institucionalizada, por exemplo) e deixar mais evidente as idiossincrasias, disputas e contradições que perpassam o jogo de influências entre os públicos.

## Referências

GOMES, Wilson da Silva; DOURADO, Tatiana. **Fake News, um Fenômeno de Comunicação Política entre Jornalismo, Política e Democracia**. Estudos de Jornalismo e Mídia, 2019, v. 16, n. 2, pp. 33-45.

HENRIQUES et al. Comunicação e estratégias de mobilização social. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004.

\_\_\_\_\_. **Comunicação e mobilização social na prática da polícia comunitária**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

\_\_\_\_\_. **As organizações e a vida incerta dos públicos**. In: MARQUES, Ângela C. C.; OLIVEIRA, Ivone; LIMA, Fábila P. (Orgs). Comunicação Organizacional: vertentes conceituais e metodológicas. Belo Horizonte, Selo PPGCOM-UFMG, 2017, p 119-130.

\_\_\_\_\_. **Promoção do interesse e projeção da experiência: a formação dos públicos na interação com as organizações**. In: FRANÇA, Vera R.; SIMÕES, Paula G. (Org). O modelo praxiológico e os desafios da pesquisa em comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2018a.

\_\_\_\_\_. **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, 2018b. P.76-90.

HENRIQUES, M.; SILVA, D. **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.

HUMPRECHT, Edda. **Where ‘Fake News’ Flourishes: A Comparison across Four Western Democracies**. Information, Communication & Society, 2018, v. 22, n. 13, pp. 1973-1988.

LAZARSFELD, P. F.; BERELSON, B.; GAUDET, H. **The People’s Choice**. 3ª ed. Nova York: Columbia University Press, 1967 [1948; 1944].

LELO, Thales. **A desinformação de uma perspectiva comunicacional**. Anais do 31º Encontro Anual da Compós, 2022 Imperatriz, - MA.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Lendo “The People’s Choice” no seu 70º aniversário: do “líder de opinião” aos “influenciadores digitais”**. In: Intercom – RBCC, São Paulo, v.41, n.3, p.1-12, set./dez. 2018.

MAYHEW, L. The New Public. **Professional communication and the means of social influence**. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino et al. **Fake news e o repertório contemporâneo de ação política**. Dados - Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, v. 66, n. 2, p. 1-33, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/dados.2023.66.2.301>.

OLIVEIRA, Thaiane Moreira de. **Como enfrentar a desinformação científica? Desafios sociais, políticos e jurídicos intensificados no contexto da pandemia**. Liinc em Revista, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, e5374, dezembro 2020.

PROCTOR, Robert; SCHIEBINGER, Londa (Ed.). **Agnotology: the making and unmaking of ignorance**. Stanford: Stanford Univ., 2008.

SILVA, Daniel R. **Relações públicas, ciência e opinião: lógicas de influência na produção de (in)certezas**. 339 f. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

\_\_\_\_\_. **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.

TANDOC JR., Edson C.; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. **Defining 'Fake News'**. Digital Journalism, 2018 vol. 6, no 2, pp. 137-153.

TORO A., Jose Bernardo & WERNECK, Nísia Maria Duarte. **Mobilização Social: Um modo de construir a democracia e a participação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.