

Nadando contra a Maré do Negacionismo: enfrentamento da pandemia no Complexo da Maré – RJ¹

Daniele Ribeiro Moura² e Carla Regina de Oliveira³
Fundação Getúlio Vargas/ Comunicação Rio

Resumo

O surgimento das redes sociais causou mudanças significativas no comportamento social, e tem contribuído para a polarização. As plataformas digitais intensificaram a disseminação de teorias da conspiração, especialmente durante a pandemia de Covid-19, criando um terreno fértil para o crescimento do negacionismo. Muitos buscaram explicações simplistas e alternativas e a ascensão do negacionismo foi alimentada pela valorização de experiências pessoais e pelo uso de informações não verificadas, favorecidas pelos algoritmos das redes sociais. O artigo analisa o fenômeno do negacionismo da vacina e as tentativas de enfrentamento por meio da comunicação e mobilização comunitárias na Maré, maior complexo de favelas do Rio de Janeiro, entre 2020 e 2022, onde residem mais de 140 mil pessoas em 15 comunidades.

Palavras-chave

Favela da Maré; Pandemia; Enfrentamento ao Negacionismo; Vacinação Massa; Comunicação Comunitária

Abstract

The emergence of social media has caused significant changes in social behavior, and has contributed to polarization. Digital platforms intensified the dissemination of conspiracy theories, especially during the Covid-19 pandemic, creating fertile ground for the growth of denialism. Many sought simplistic and alternative explanations, and the rise of denialism was fueled by the valorization of personal experiences and the use of unverified information, favored by social media algorithms. The article analyzes the phenomenon of vaccine denialism and attempts to confront it through community communication and mobilization in Maré, the largest complex of favelas in Rio de Janeiro, between 2020 and 2022, where more than 140,000 people live in 15 communities.

Introdução

O surgimento das redes sociais causou mudanças profundas no comportamento social, acelerando fluxos de informação e remodelando hábitos de consumo e interação.

¹ Trabalho apresentado no GP09 Comunicação para Cidadania, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Daniele Moura é jornalista, mestranda em Comunicação Digital e Cultura de Dados na FGV, especialista em Jornalismo e Políticas Públicas pela UFRJ e gestora de comunicação do projeto Redes de Cidadania de enfrentamento da extrema pobreza na ONG Cidade Escola Aprendiz – danirmoura@gmail.com

³ Carla Regina é jornalista, mestranda em Comunicação Digital e Cultura de Dados na FGV, especialista em Comunicação e Marketing pela Universidade de São Paulo- USP e gestora de projetos de Comunicação no Serviço Social do Comércio - SESI SP carla.regina3@gmail.com

Isso também deu mais visibilidade a fenômenos como a polarização política. As plataformas digitais, ao possibilitarem a criação de bolhas informativas, ampliaram a segmentação de conteúdos, facilitando a disseminação de narrativas que reforçam as crenças preexistentes dos indivíduos, em vez de promover um debate plural. Dessa forma, enquanto as redes poderiam democratizar o acesso à informação, elas também contribuíram para a criação de espaços onde a diversidade de opiniões é muitas vezes suprimida, estreitando ainda mais os limites do diálogo público e intensificando a polarização política. Essa dinâmica, alimentada pelos algoritmos que priorizam conteúdos que geram engajamento, tem um impacto direto na construção de visões extremadas e na fragmentação da esfera política, dificultando o entendimento e a convivência entre diferentes perspectivas.

Nesse contexto, a polarização entre fato e ficção, impulsionada pelas novas mídias, desempenhou um papel crucial na adesão ao conspiracionismo. A segmentação e a personalização de conteúdos criaram ambientes propícios para a disseminação de teorias da conspiração, que se alimentam da desinformação e do fortalecimento de narrativas sensacionalistas e distorcidas. Esse fenômeno é bem analisado por Letícia Cesarino em “O Mundo do Averso: Verdade e Política”, onde ela aborda como a pandemia do coronavírus (SARS-CoV-2), iniciada em 2019 e as redes sociais se tornaram um terreno fértil para o crescimento de teorias conspiratórias. A autora aponta como as pessoas, diante da incerteza e do medo, buscaram explicações alternativas e simplistas para eventos complexos, muitas vezes alimentando um ciclo vicioso de desconfiança nas fontes tradicionais de informação e nas autoridades. Assim, a polarização política e o crescimento do conspiracionismo estão interligados, com as redes sociais contribuindo para amplificar essas dinâmicas, tornando mais difícil a distinção entre o real e o fictício.

Durante a pandemia, narrativas equivocadas geraram uma crise de confiança na ciência e nas instituições, criando um vácuo preenchido por informações falsas e não verificadas. Em vez de uma negação direta da ciência, movimentos de alt-science buscaram ressignificar o 'núcleo cultural' da ciência, de forma análoga ao que o populismo iliberal faz com a democracia liberal. A valorização da experiência pessoal e da certeza dos sentidos (eu-pistemologia) permitiu que grupos marginalizados do mainstream científico reivindicassem uma perspectiva alternativa sobre a Covid-19.

Os negacionistas inverteram a pirâmide de evidências científicas, priorizando estudos menos robustos e observações anedóticas em vez de ensaios clínicos rigorosos, publicados em revistas de alto impacto e conduzidos por instituições respeitadas. As redes sociais forneceram uma infraestrutura para disseminar estudos preliminares e informações falsas, acelerando a propagação de narrativas alternativas. A ascensão do negacionismo, em relação a pandemia e a vacinação, ocorreu por meio de processos miméticos e de ressonância, onde padrões anti-estruturais se amplificaram nas redes, criando um 'campo de ressonâncias comum' e um inimigo comum: o establishment científico, a grande mídia e a indústria farmacêutica. A autora mostra como o negacionismo e a alt-science não foram fenômenos isolados, mas parte de uma dinâmica mais ampla de crise da verdade e reconfiguração das relações entre ciência, sociedade e mídia.

Este artigo busca explorar, além das premissas de diversos autores sobre o negacionismo da vacina e da pandemia, as tentativas de enfrentamento na Maré, maior complexo de favelas do Rio de Janeiro, entre 2020 e 2022, onde mais de 140 mil pessoas residem em 50 mil domicílios distribuídos em 15 favelas: Morro do Timbau, Baixa do Sapateiro, Marcílio Dias, Parque Maré, Parque Roquete Pinto, Parque Rubens Vaz, Parque União, Nova Holanda, Praia de Ramos, Conjunto Esperança, Vila do João, Vila do Pinheiro, Conjunto Bento Ribeiro Dantas, Nova Maré e Salsa e Merengue. A Campanha Maré Diz Não ao Coronavírus, que ofereceu quase 2 toneladas de itens para doação (alimentos, refeições e produtos de limpeza e higiene) teve como base estratégica a comunicação e a mobilização comunitária para combater e mitigar o fenômeno do negacionismo à vacinação e à pandemia. O mundo ao Avesso na Pandemia

Segundo Cesarino, em situações-limite, a instabilidade se resolve por meio de inversões conspiratórias, quando ocorre uma mimese inversa, mantendo as categorias normativas (fato e ficção), mas invertendo completamente seu conteúdo e função. Os conspiracionistas criam uma bifurcação entre uma camada anti-estrutural (mídias alternativas), onde tudo é real e autêntico, e outra (público dominante), onde tudo é falso e manipulado. A crise nas estruturas de checagem e peritos, juntamente com a ênfase na experiência imediata (eu-pistemologia), se combina com a busca por causalidades holísticas ocultas (conspiritorialidade). A eu-pistemologia valoriza a

experiência pessoal como forma de verificação, enquanto as conspirações oferecem explicações simplistas para eventos complexos, por meio de agentes secretos e planos ocultos. A polarização entre fato e ficção mina a confiança nas fontes tradicionais de conhecimento, como a mídia e a academia, levando indivíduos a buscar fontes alternativas, muitas vezes em comunidades conspiratórias. Esses públicos anti-estruturais buscam inverter a normatividade vigente, substituindo a verdade pela ficção, o público pelo privado e a igualdade pela diferença. A verdade é reconfigurada dentro de uma nova matriz onde os pólos hierárquicos são invertidos e o marginal se torna central.

A aceleração desse processo é impulsionada pelas novas mídias, que, ao permitir a disseminação rápida de conteúdos, intensificam o colapso entre fato e ficção. A capacidade de criar e distribuir narrativas alternativas a baixo custo permite que qualquer pessoa desafie as explicações oficiais e construa sua própria versão da realidade, um desafio persistente cinco anos após o início da pandemia. A lógica da economia da atenção favorece conteúdos heterodoxos e "revelatórios", que geram maior engajamento e compartilhamento.

As narrativas conspiratórias prosperam nesse ambiente, onde atrair atenção é mais valorizado que a veracidade do conteúdo. Os algoritmos das redes sociais, projetados para maximizar o engajamento, amplificam conteúdos sensacionalistas, incluindo informações negacionistas, enquanto o viés de confirmação expõe os usuários principalmente a informações que reforçam suas crenças preexistentes. Esses mecanismos contribuem para a polarização e a formação de bolhas informativas, onde os usuários interagem principalmente com pessoas que compartilham suas opiniões. Esse isolamento reforça crenças negacionistas e dificulta o diálogo com perspectivas divergentes. Além disso, a disseminação de informações negacionistas é frequentemente impulsionada por influenciadores e grupos organizados, que utilizam as redes sociais para manipular a opinião pública e promover suas agendas.

Esses atores empregam táticas como a criação de notícias falsas, boatos e desinformação direcionada. A amplificação de padrões anti-estruturais cria um "campo de ressonâncias comum", onde as narrativas negacionistas se fortalecem e se propagam, normalizando crenças e comportamentos antes considerados marginais. A lógica das redes sociais favorece a cismogênese e o antagonismo, gerando divisões e exacerbando

conflitos. As narrativas negacionistas exploram essas dinâmicas, criando um "inimigo comum" (cientistas, elites, governos) e fomentando oposição e desconfiança. O negacionismo também se torna um nicho de empreendedorismo digital, com influenciadores e criadores de conteúdo monetizando a disseminação de informações falsas e teorias da conspiração. Essa lógica de mercado incentiva a produção e a divulgação de conteúdos negacionistas, mesmo sem uma crença genuína por trás deles.

O uso de algoritmos que priorizam o engajamento e a criação de espaços de ressonância comum, alimentados por influenciadores e grupos organizados, facilita a propagação de desinformação e teorias da conspiração. Esse processo não só enfraquece a confiança na ciência, mas também normaliza crenças anteriormente marginais, gerando consequências negativas para a saúde pública, a democracia e o bem-estar social, ao criar divisões e dificultar o diálogo entre perspectivas divergentes.

Ações de enfrentamento ao negacionismo da Maré

A Maré, localizada na zona norte do Rio de Janeiro, é o nono bairro mais populoso da cidade, com mais de 140 mil habitantes, conforme o Censo IBGE de 2022. Composta por 15 favelas, a comunidade ocupa um espaço estratégico ao longo de grandes vias expressas, como a Avenida Brasil, a Linha Amarela e a Linha Vermelha. Durante a pandemia, a Maré se destacou no enfrentamento ao coronavírus, sendo uma das primeiras regiões a implementar a vacinação em massa, em parceria com a Fundação Oswaldo Cruz, que fica próxima ao complexo. A produção de material informativo relevante, de qualidade e com agilidade, permitiu que mais meios de comunicação abordassem os temas da campanha, mesmo neste contexto pouco favorável. Outro resultado relevante foi a rápida consolidação de um boletim chamado De Olho no Corona! como fonte primária de dados para jornalistas e sua ampla utilização em matérias e reportagens — uma demonstração da capacidade de organizações de favelas, em especial, da Redes da Maré, de produzir conhecimento para fundamentar ações, projetos e políticas públicas. Neste boletim semanal, que depois foi quinzenal, havia dados de toda a campanha, além do monitoramento dos casos da doença nas 15 favelas. A publicação era impressa e distribuída gratuitamente juntamente ao Jornal Comunitário Maré de Notícias nas 47 mil casas das comunidades.

A campanha teve como principais resultados gerais: atendimento de 17.648 famílias, beneficiando 54.709 pessoas nas 16 favelas da Maré, por meio do fornecimento de uma cesta de alimentos e itens de limpeza e higiene pessoal por três meses; distribuição de 65 mil refeições para população em situação de rua até o dia 15 de dezembro de 2020; articulação de parceiros para efetivar o Conexão Saúde, projeto de testagem, informação, telemedicina e acolhimento para as pessoas contaminadas; higienização de quase mil ruas, becos e vielas localizadas nas 16 favelas da Maré; identificação no território das 9.510 famílias mais negligenciadas pelas políticas públicas; participação em 568 matérias, reportagens e artigos na mídia estrangeira, nacional, regional e comunitária a respeito da campanha, o conteúdo do boletim De Olho no Corona! e o Conexão Saúde — De Olho na Covid.

Além disso, foram produzidas 24 edições especiais do Maré de Notícias; 146 edições da Ronda Coronavírus; 26 *podcasts* em parceria com a Universidade Federal do Rio de Janeiro; 6 edições do Por Dentro da Maré; o Painel dos Invisíveis, um painel criado por meio de um mapa para monitorar os casos de Covid na Maré; aumento significativo de usuários nas redes sociais; e fortalecimento da parceria com instituições vizinhas, como a Fundação Oswaldo Cruz (parceria com o projeto Vacina Maré) e a Universidade Federal do Rio de Janeiro (parceira na criação do Curso de Extensão com o Maré de Notícias, com *podcasts* e reportagens no Conexão UFRJ).

Tecnologia Social na Comunicação

Partindo da importância que uma informação correta e bem comunicada em tempos de crise, foi firmada uma parceria com a Fiocruz, buscando verificar e validar as diretrizes de informação, de fontes seguras, e produzir dados e ações de comunicação e prevenção direcionadas à população das 15 favelas da Maré e comunidades vizinhas, do Alemão e de Manguinhos. Esses conteúdos foram utilizados em textos, entrevistas, *podcasts*, cartazes, vídeos, radionovelas, *gifs* e *cards* para circulação em carros de som, redes sociais, jornal, site e blog online. Foi pensado, ainda, a partir dessa parceria, a validação de técnicos da Fiocruz, diversos conteúdos sobre a Covid-19, com uma linguagem que contempla a realidade das favelas e periferias. Nesta primeira etapa, foram criadas mais de 150 peças de comunicação, entre cartazes, radionovelas, vídeos, *gifs* e posts para as redes sociais.

Com uma equipe de apenas oito integrantes, o setor de comunicação teve que criar alternativas seguras para a realização de reportagens e atender ao aumento das demandas. A necessidade urgente de combater a desinformação e as *fakenews* levou à criação de novos produtos informativos, acessíveis aos moradores. Um exemplo disso foi o uso do *podcast*, amplamente divulgado como “audião” nos grupos de WhatsApp, além da utilização de carros de som com vozes conhecidas na comunidade, como a do cantor Nego do Borel, que gravou mensagens sobre a importância do isolamento social, do uso de máscaras e da higienização das mãos.

A partir dessa parceria, foi criada a Campanha Se Liga no Corona!, onde as associações e as ONGs adaptavam o conteúdo à realidade das favelas. Não era admissível que pessoas em extrema vulnerabilidade, com insegurança alimentar grave, tivessem álcool 70% para a higienização ou máscaras descartáveis disponíveis para uso contínuo.

A expertise dos profissionais de saúde da Fiocruz permitiu que fossem pensados em outros instrumentos e ingredientes de proteção, como a máscara de pano e até o uso de cloro na água. Rapidamente esses conteúdos viralizaram nos grupos de moradores com vozes conhecidas desta realidade, o que gerou maior adesão à campanha, que tinha cartazes e faixas coladas por todos os pontos de mototáxi das favelas da Maré e de Manguinhos. Além disso, rádios novelas também foram produzidas no contexto da pandemia na favela e altamente disseminadas por lista de transmissão e grupo de *WhatsApp* por meio de áudios.

A iniciativa resultou em uma série de produtos de comunicação: cards para redes sociais, cartazes, spots para carros de som, vídeos e até radionovelas. Lançada em abril de 2020, a campanha buscou orientar a população sobre como se proteger do novo Coronavírus. A partir das experiências vivenciadas nesses territórios, os conteúdos falavam dos desafios do isolamento social e recomendavam medidas de prevenção de contaminação. Os materiais foram divulgados nas redes sociais, no site do Maré de Notícias, e distribuídos nas ruas, em pontos comerciais e em organizações comunitárias da Maré e de Manguinhos, além de serem disponibilizados online para reprodução em outros espaços periféricos no Brasil. Naquele momento as orientações de prevenção eram dirigidas ao público de classe média: medidas de isolamento em quartos

individuais, evitar aglomerações, álcool em gel e outros exemplos. Mas essa era a realidade da Maré.

Já o Maré de Notícias se dedicou a informar os 140 mil moradores da Maré sobre os impactos da doença. Com um diferencial importante em relação à grande mídia: as temáticas abordadas no campo da educação, trabalho, saúde e comportamento trouxeram sempre a perspectiva dos moradores de favela, em especial os da Maré. Uma ronda diária traz os números da doença, como mortes e casos suspeitos e confirmados. Há também reportagens sobre prevenção e cuidados, sempre com a colaboração da Fiocruz na checagem das informações. Nos primeiros 60 dias da pandemia, essas matérias foram fundamentais para informar a população sobre como conter a propagação do vírus, contemplando as especificidades dos moradores de periferia. Dia após dia, o Maré de Notícias mostrou a realidade do morador da Maré, com suas demandas, queixas, preocupações e soluções para amenizar a pandemia, tanto em vídeos como em textos. O boletim diário também pautou os veículos de imprensa: jornais impressos e televisivos, locais e nacionais, fizeram reportagens sobre as ações de mobilização e solidariedade no território. Um exemplo de matéria que pouco a mídia tradicional falava foi a matéria do Maré de Notícias sobre a sobre população de rua .

Com a "Ronda Coronavírus Maré de Notícias", diariamente informações puderam ajudar o morador a sair ou não de casa, pois em sua maioria não puderam parar de trabalhar. Ressaltando que a primeira morte na cidade do Rio por coronavírus foi de uma negra doméstica que morava na Maré. Foram mais de 140 rondas nas quais também foram divulgadas por áudio nos grupos das associações de moradores, listas de transmissão por WhatsApp e também nas rádios comunitárias locais.

Eram muitas as desinformações que ainda circulavam nos grupos de *WhatsApp* da Maré. E não apenas sobre a vacina, ou a Covid, mas de assuntos diversos. Com o objetivo de expandir o alcance da checagem de fatos no Brasil, a Agência Lupa firmou parceria com o Maré de Notícias, que passou a fazer parte do projeto Caiu na rede: é fake?. O jornal comunitário do Conjunto de Favelas da Maré se uniu ao Voz das Comunidades e Favela em Pauta, que já integravam o projeto. O conteúdo semanal do Caiu na Rede é Fake? desvendou notícias falsas compartilhadas nas redes sociais. Foram sete episódios publicados nos perfis no Instagram da Lupa, do Voz das Comunidades e do Favela em Pauta, além do conteúdo no Maré de Notícias.

Conclusão

A atuação da Redes da Maré no enfrentamento da pandemia do coronavírus reflete um modelo eficaz de ação comunitária. A organização utilizou diversas plataformas e métodos criativos para disseminar informações sobre prevenção e cuidados com a saúde, demonstrando como a tecnologia social pode ser aplicada de maneira estratégica em tempos de emergência. O uso de áudio, vídeos e conteúdos como radionovelas e *podcasts* mostrou que, mesmo em tempos de restrições, era possível adaptar ações de comunicação eficazes para comunidades periféricas. Em síntese, a atuação da Redes da Maré durante a pandemia reafirmou a importância da comunicação comunitária e da solidariedade como instrumentos essenciais de resistência e resiliência social. A capacidade da organização de inovar e engajar a população, além de contribuir para a produção de dados e narrativas, evidencia o poder do ativismo local no enfrentamento de crises globais.

Referências

- SHIRKY, Clay. **Aqui vem todo mundo**: O poder de organizar sem organizações. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.
- CESARINO, Letícia. **O mundo do avesso – Verdade e política na era digital**. 1. ed. São Paulo: Ubu Editora, 2022. 304 p.
- CHUN, Wendy. "Crisis, Crisis, Crisis, or Sovereignty and Networks". *Theory, Culture & Society*, v. 28, n. 6, p. 91–112, 2011.
- GOFFMAN, Erving. **The presentation of self in everyday life** (Monograph no. 2). Edinburgh, UK: University of Edinburgh Social Sciences Research Center, 1956.
- GOMES, Wilson. **Esfera pública política e comunicação em Mudança Estrutural da Esfera Pública** de Jürgen Habermas. In: GOMES, W.; MAIA, R.C.M. (Org.). *Comunicação e Democracia: Problemas & Perspectivas*. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2008.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**: A cultura das mídias e a transformação das relações sociais. São Paulo: Aleph, 2008.
- LEWANDOWSKY, Stephan et al. "Climate change denial and its effect on the scientific community". *Global Environmental Change*, v. 33, p. 1–13, jul. 2015.
- LEWANDOWSKI, Stephen; COOK, John. **O Manual das Teorias da Conspiração**. Acesso em: 17 fev. 2025. Disponível em: <http://sks.to/conspiracy>
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais**: Linguagens, ambientes, redes. Rio de Janeiro: Editora, 2015