

Relações Públicas Ativistas e resistência cultural em campanhas de comunicação durante a crise de MPOX em Portugal

Nuno CORREIA DE BRITO¹²

ICNOVA – FCSH Universidade Nova de Lisboa; LIDA.CR Instituto Politécnico de Leiria

Erica CISZEK³

The University of Texas at Austin

Resumo

Ativistas e profissionais de comunicação desempenharam um papel crucial no combate à desinformação e na reformulação de narrativas prejudiciais e estigmatizantes para grupos “historicamente marginalizados”, durante a crise de Mpox, em Portugal, no ano de 2022. Os dados recolhidos para o estudo de caso revelaram que os esforços de relações públicas liderados por ativistas incluíram assessoria de imprensa, ações comunitárias e colaboração institucional.

Palavras-chave

Comunicação de Saúde; Relações Públicas; Ativismo; Desinformação; Advocacia

Corpo do trabalho

Em 2022, alguns países do mundo, incluindo Portugal, após o flagelo de Covid 19, viram-se confrontados com a gestão de mais uma crise de saúde pública, provocada pelo aparecimento de vários casos de varíola dos macacos ou *monkeypox*, doença que foi renomeada pela Organização Mundial de Saúde (OMS) de Mpox, para se demarcar da variante animal. O surto marcou um momento decisivo na saúde pública global pela disseminação para além das regiões endémicas tradicionais na África Central e Ocidental, atingindo mais de 70 países em poucos meses. O padrão de transmissão da doença zoonótica desafiou as estratégias convencionais e expôs fragilidades dos sistemas de saúde globais, levando a que a OMS declarasse, em 23 de julho de 2022, a situação como Emergência de Saúde Pública de Interesse Internacional.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa Comunicação Intercultural, Interseccionalidade e Governança Discursos, atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Doutorado em Ciências da Comunicação; Investigador Integrado do GI de Comunicação Estratégica do ICNOVA – FCSH Nova; Professor Adjunto no Instituto Politécnico de Leiria; nunobrito@fcs.unl.pt

³ Doutorado; Professor Associado na Stan Richards School of Advertising & Public Relations da The University of Texas at Austin

Apesar da existência de uma vacina eficaz, a mesma não era considerada em muitos países nos planos de prevenção. Durante este período, autoridades de saúde, instituições, organizações da sociedade civil e uma plataforma de ativistas tiveram um papel essencial no sentido de garantir o acesso à vacinação. Apesar da declaração da não existência de “grupos de risco”, mas sim de comportamentos de risco, a doença foi fortemente associada à comunidade LGBTQI.

Perante este cenário, a desinformação rapidamente se aproveitou das fragilidades de um sistema que não estava preparado, acabando por ocupar esses espaços, criando narrativas que resultaram em prejuízo de indivíduos e comunidades, através do reforço de crenças, estigmas e estereótipos habitualmente atribuídos a estas populações e públicos “historicamente marginalizados” (CISZEK, 2017). Narrativas frequentemente apresentavam a doença associada à comunidade LGBTQI, dirigindo responsabilidades a homens que têm sexo com homens (HSH), reproduzindo discursos estigmatizantes semelhantes aos observados durante a crise de HIV/ Aids, nos anos 80 do século XX. O aparecimento destas narrativas através das mídias sociais (*new media*), mas também na mídia tradicional (*old media*), evidenciou a urgência de atuar estrategicamente no plano comunicacional, com o propósito de informar e esclarecer diferentes públicos de forma atempada, mas também culturalmente competente e inclusiva.

Apesar de Portugal apresentar um alto índice de confiança no jornalismo, entre todos os países da União Europeia, o seu ecossistema de mídia permanece financeiramente frágil, criando instabilidade no desenvolvimento de carreiras e na subsistência da mídia de referência. Facto que contribui fortemente para a desinformação em casos de saúde pública, agravando-se, em situações de emergência e de risco.

No cruzamento destes desafios encontravam-se ativistas e organizações de defesa LGBTQI, que desempenharam um papel central no combate à desinformação e na reformulação das narrativas públicas. Estes atores recorreram a estratégias de relações públicas para influenciar a cobertura mediática, moldar a perceção pública e garantir uma comunicação em saúde mais inclusiva.

Ainda que as relações públicas continuem fortemente enraizadas em modelos funcionalistas e sistémicos, como o caso da *Teoria da Excelência* de Grunig (1992), associados a atores institucionais ou corporativos, a teoria crítica aplicada às relações

públicas (L'ETANG, 2005; EDWARDS, 2012; COOMBS & HOLLADAY, 2012) tem vindo a admitir a existência das *Relações Públicas Ativistas* (DEMETRIOUS, 2021; CISZEK, 2015), como uma forma de comunicação estratégica que assenta na defesa de causas, no diálogo e na resistência cultural.

O estigma e preconceito dirigido a minorias sexuais – definido como a desvalorização cultural e marginalização de identidades não heterossexuais - tem sido amplamente documentado como um determinante social da saúde, contribuindo para resultados negativos como maior sofrimento psicológico, comportamentos sexuais de maior risco e menor acesso aos cuidados de saúde. Todavia, pouca atenção tem sido dada ao papel que as estratégias de relações públicas desempenham na perpetuação ou na contestação desse estigma durante emergências de saúde pública.

O objetivo deste estudo passou por analisar como ativistas e profissionais de comunicação em Portugal enfrentaram a desinformação durante o primeiro surto de Mpox de 2022. Este estudo recorreu a uma amostragem por conveniência para recrutar participantes reconhecidos como informantes-chave no contexto português, durante o surto de Mpox, em Portugal. Seguimos um modelo que procurasse compreender o ecossistema comunicacional neste caso, tendo em conta as organizações, os ativistas, os média e as autoridades públicas, tendo sido realizadas entrevistas em profundidade aos seguintes sujeitos: a) um produtor de conteúdos da Escrever, uma plataforma de redes sociais centrada em temas LGBTQI; b) um dirigente da ILGA Portugal, organização nacional de defesa dos direitos LGBTQI; c) o diretor do GAT, ONG de *advocacy* em saúde com enfoque no VIH/AIDS e noutras doenças infecciosas; d) um jornalista de ciência de um jornal nacional de referência; e) um responsável de relações públicas da autoridade nacional de saúde portuguesa, a Direção-Geral da Saúde (DGS).

Ao analisar as intervenções ativistas no contexto mediático, tendo em conta enquadramentos culturais, históricos e sociais específicos de Portugal, este estudo oferece novas perspetivas sobre interseção entre relações públicas, desinformação em saúde e *advocacy* durante uma crise sanitária global. O ativismo e os movimentos sociais são importantes atores a ter em conta nestes sistemas de relações, no sentido de permitirem através da sua ação desafiar e negociar estas relações de poder.

Segundo COULDRY e HEPP (2017) os sistemas de comunicação deixam de ser vistos como conglomerados de tecnologias e passam a ser analisados como ambientes complexos de mediação, onde múltiplos atores como empresas tecnológicas, Estados, comunidades, utilizadores disputam sentidos e poder. Contudo, nem todas as visões são deterministas e colocam a tecnologia no centro da equação. A proposta de PERUZZO (2008) de *comunicação comunitária, alternativa e popular*, no espaço da América Latina, relativiza o aspecto tecnológico em detrimento do aspecto humano e cultural, assumindo a comunicação a partir de práticas sociais concretas e das desigualdades históricas. Esta abordagem, baseada na visão humanista de Paulo Freire, pode constituir-se como uma primeira proposta teórica de conceptualização do conceito de *Relações Públicas Ativistas*, no contexto do Sul Global.

As lições obtidas pelas crises sanitárias anteriores, como no caso da Covid19, evidenciaram o papel crítico das relações públicas na construção de uma comunicação em saúde pública mais inclusiva. Ativismo e estratégias de RP culturalmente competentes são fundamentais para contrariar o estigma, garantir visibilidade e construir confiança em tempos de crise.

Os participantes sublinharam de forma consistente o papel central que os ativistas LGBTQI desempenharam, através de práticas de relações públicas, na construção das narrativas durante o surto de Mpox em Portugal (CISZEK, E.; BRITO, 2025). As suas estratégias proativas incluíram a monitorização da cobertura mediática, a filtragem de desinformação e a articulação com jornalistas para garantir uma linguagem rigorosa, inclusiva e não discriminatória. Os ativistas destacaram que manchetes iniciais estigmatizantes tendem a ter impacto duradouro, exigindo um esforço considerável para serem corrigidas. Este exemplo mostra como intervenções estratégicas de relações públicas conduzidas por ativistas foram decisivas para enquadrar a Mpox como uma questão de saúde pública geral, e não como uma doença associada exclusivamente a pessoas LGBTQ.

Referências

L'ETANG, Jacquie. *Critical public relations: some reflections*. *Public Relations Review*, v. 31, n. 4, p. 521–526, 2005. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2005.08.011>.

CISZEK, E. L. Public relations, activism and identity: a cultural economic examination of contemporary LGBT activism. *Public Relations Review*, v. 43, n. 4, p. 809–816, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.01.005>.

CISZEK, E. L. Bridging the gap: mapping the relationship between activism and public relations. *Public Relations Review*, v. 41, n. 4, p. 447–455, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.05.016>.

CISZEK, E.; BRITO, Nuno Correia de. Combating misinformation and stigma: public relations and health communication during Portugal's 2022 mpox outbreak. In: *Building Media Trust*. Covilhã: LabCom Books, 2025. DOI: <https://doi.org/10.25768/9229-26-6>.

COOMBS, W. T.; HOLLADAY, S. J. Fringe public relations: how activism moves critical PR toward the mainstream. *Public Relations Review*, v. 38, n. 5, p. 880–887, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.02.008>.

DEMETRIOUS, Kristin. Deep canvassing: persuasion, ethics, democracy and activist public relations. *Public Relations Inquiry*, v. 11, n. 3, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1177/2046147X211033838>

EDWARDS, Lee. Defining the 'object' of public relations research: a new starting point. *Public Relations Inquiry*, v. 1, n. 1, p. 7–30, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1177/2046147X11422149>.

GRUNIG, James E. *Excellence in public relations and communication management*. [S.l.]: Routledge, 1992. 680 p.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. The continuing lure of the mediated centre in times of deep mediatization: "Media events" and its enduring legacy. *Media, Culture & Society*, 2017.

PERUZZO, Cicilia M. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados: concepts of popular, alternative and community communication revisited, and the re-elaborations in the sector. *Revista Comunicación y Sociedad*, v. 11, n. 2, dez. 2008. ISSN 0122-8285.