



# MANUAL ANTIRRUMORES

Daniel de Torres Barderi



COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

# **MANUAL ANTIRRUMORES** 2019

**Daniel de Torres Barderi**

As opiniões expressas neste trabalho são da responsabilidade do autor e não refletem necessariamente a política oficial do Conselho da Europa.

Todos os pedidos respeitantes à reprodução ou tradução da totalidade ou de parte deste documento devem ser endereçados ao Directorate of Communication (F-67075 Strasbourg Cedex ou publishing@coe.int). A restante correspondência relacionada com este documento deve ser endereçada ao Directorate General of Democracy.

Capa e layout: Documents and publications production  
Department (SPDP), Conselho da Europa

Capa: freskue.com, Getxo, Espanha

Fotos: © Conselho da Europa e as seguintes cidades: Amadora, Barcelona, Bilbao, Botkyrka, Cartagena, Castellón, Erlangen, Fuenlabrada, Getxo, Jerez de la Frontera, Leganés, Limerick, Logroño, Loures, Lublin, Cidade do México, Nuremberga, Patras, Sabadell, Santa Coloma de Gramenet, Tóquio

Esta publicação não foi editada pela SPDP Editorial Unit ou corrigida de erros tipográficos ou gramaticais.

© Conselho da Europa, Julho 2019

# Índice

<b>AGRADECIMENTOS</b>	<b>5</b>
<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>7</b>
A. A estratégia antirrumores	7
B. Origem e expansão	7
C. Porquê uma estratégia antirrumores?	8
D. Objetivos e origem do manual	9
<b>CONTEXTO DA ABORDAGEM ANTIRRUMORES</b>	<b>10</b>
A. humildade de uma grande ambição	10
B. Uma abordagem intercultural	10
C. Aplicar a estratégia antirrumores noutros contextos	11
D. Antirrumores, antirracismo e discurso de ódio	12
<b>BASE TEÓRICA</b>	<b>13</b>
A. Definições: estereótipos, preconceitos e discriminação	13
B. Qual a origem dos estereótipos e preconceitos?	14
C. Como aprendemos estereótipos e preconceitos?	15
D. E os rumores?	16
<b>ELEMENTOS-CHAVE DA “ESTRATÉGIA ANTIRRUMORES” NUMA CIDADE</b>	<b>18</b>
A. Compromisso político	18
B. Envolvimento e participação: uma estratégia de toda a cidade	18
C. Atrair e seduzir, em vez de culpar, a maioria “ambivalente”	19
D. Criatividade a todos os níveis: a essência da identidade desta estratégia	20
E. Rigor, resultados e : muito mais do que difundir informação antirrumores	20
<b>A ESTRATÉGIA ANTIRRUMORES PASSO A PASSO</b>	<b>21</b>
A. Iniciar a estratégia	22
B. Planear e implementar ações antirrumores	37
<b>IMPACTO E AVALIAÇÃO DA EAR</b>	<b>63</b>
A. Um processo de menos para mais	63
B. Evolução da avaliação	63
C. Avaliação do impacto e mudança do C4i	64
D. Definição de um sistema de monitorização e avaliação global e partilhado	65
<b>EVOLUÇÃO E SUSTENTABILIDADE DA EAR</b>	<b>67</b>
A. Uma análise em profundidade da avaliação e do impacto	67
B. Apoio interno	68
C. O envolvimento e compromisso externo	68
D. Fazer parte de uma estratégia global e inovadora	69
E. E agora?	69

## ALGUMAS LIÇÕES APRENDIDAS

71

---

Annexe 1: Compétences de communication en face-à-face

75

---

Annexe 2: Les villes anti-rumeurs

78

---

Annexe 3: Questionnaire de suivi des villes anti-rumeurs

81

---

## Agradecimentos

---

**E**ste manual é o resultado do trabalho de centenas de pessoas de mais de 25 cidades de diferentes países, que contribuíram de forma decisiva para o desenvolvimento e para o enriquecimento da estratégia antirrumores: muitos técnicos municipais que coordenaram e participaram nas estratégias quotidianas das cidades; líderes políticos locais que decidiram iniciar uma estratégia que promova a inclusão e o pensamento crítico; profissionais de diferentes organizações e representantes da sociedade civil como ONGs, escolas, centros culturais e desportivos, associações de moradores, pais, imigrantes e vários grupos minoritários, sindicatos, universidades, fundações, empresários, algumas empresas e cidadãos que decidiram tornar-se “agentes antirrumores” no combate aos preconceitos e estereótipos do seu dia-a-dia.

É sempre difícil destacar apenas alguns nomes. Ainda assim, seguem-se algumas pessoas que em muito contribuíram para este manual:

A Irena Guidikova, responsável e alma do programa ICC do Conselho da Europa. Foi graças ao seu empenho, paixão e intuição que se tornou possível celebrar o 10º aniversário da mais estimulante plataforma europeia sobre como viver na diversidade, e que se

tornou possível a expansão internacional da EAR e a elaboração deste manual.

A Ivana d’Alessandro e a toda a equipa ICC, porque sem o seu grande profissionalismo, apoio e paciência, este manual não seria possível.

A Gemma Pinyol, a minha maior parceira no desenvolvimento e expansão da estratégia internacional e de muitas outras aventuras interculturais, tais como a coordenação da rede espanhola de Cidades Interculturais (RECI) e muitas mais que ainda hão-de vir.

A Ramon Sanahuja, Diretor para a Imigração e Políticas Interculturais do Município de Barcelona, com quem começámos esta aventura em Barcelona, junto com Carolinan Astudillo e o resto da equipa, com quem tivemos a honra de trabalhar, e a tantas outras pessoas de várias organizações da cidade, e que tiveram um papel no desenvolvimento da estratégia, como é o caso de Lola López, diretora do Centro de Estudos Africanos e atualmente Comissária para a Imigração e Culturalidade de Barcelona.

A Marta Pérez e Dirk Gebhardt, que constituíram um apoio fundamental e que contribuíram com o seu excelente julgamento na decisão da estrutura do manual, no debate intensivo, na revisão e síntese do seu conteúdo.

Para os coautores de “Cities Free of Rumors”, guia publicado pelo Conselho da Europa em Junho de 2015 no âmbito do projeto europeu C4i: Christina Baglai, Seán Ó Siochrú e Kseniya Khovanova-Rubicondo, pelo seu trabalho fantástico, nomeadamente na avaliação do projeto e do seu impacto.

A toda a equipa intercultural da Caixa Foundation, pelo seu apoio no desenvolvimento e expansão da estratégia antirrumores em Espanha.

A Raquel Moreno e à restante equipa D-CAS, pela sua contribuição crucial na preparação do primeiro manual antirrumores

em 2013 e na publicação do Guia Prático do Agente Antirrumores em Barcelona.

A Harrison Leighninger pelo seu trabalho de revisão e melhoramento do texto, apesar de não poder ser responsabilizado pelo resultado final.

Por último, aos vários milhares de “agentes antirrumores” anónimos por esse mundo fora e que, sem disso terem noção, contribuem para a promoção do espírito crítico e para pôr em causa ideias preconcebidas, ainda que isso signifique remar contra a corrente.



## Capítulo 1

# Introdução

### A. A estratégia antirrumores

A EAR é um processo de **mudança social** a longo prazo. Tem por objetivo evitar a discriminação, fomentar a convivência e explorar o potencial da diversidade, estimulando uma mudança de **percepção**, atitudes e **comportamentos** na população em geral, mas também em alguns grupos específicos.

Para atingir estas metas globais, a estratégia antirrumores (EAR) foca-se em três objetivos específicos:

**Envolver e capacitar uma grande variedade de agentes sociais e cidadãos**, através da implementação de uma política local pública e da construção de uma plataforma social de cooperação a vários níveis, tudo isto no âmbito de uma “estratégia antirrumores para a cidade” a longo prazo

**Promover o pensamento crítico e sensibilizar** para os efeitos negativos dos estereótipos, preconceitos e falsos rumores, implementando ações inovadoras e participativas que visem a sua redução, e questionar narrativas negativas sobre diversidade.

**Influenciar a agenda social e política** para que a redução dos preconceitos e a prevenção da discriminação sejam reconhecidas como objetivos coletivos cruciais para a sociedade em geral.

A metodologia inovadora da EAR combina a promoção de uma política pública com um processo de participação social que visa atrair e envolver uma grande variedade de intervenientes da sociedade civil.

Os rumores desempenham um papel preponderante na forma como os estereótipos e os preconceitos se disseminam e se consolidam. Ao contrário do que se pode pensar, a **EAR não implica uma campanha de comunicação que usa “dados objetivos” para desmistificar diretamente os rumores**. Ao invés, pretende explorar e influenciar a raiz do problema, considerando contextos socioculturais específicos. Foca-se essencialmente na importância de reduzir estereótipos e preconceitos, reconhecendo a sua natureza complexa e multidimensional.

### B. Origem e expansão

A EAR foi inicialmente desenvolvida em Barcelona. Foi uma das ações inserida no Plano Intercultural da cidade, que foi elaborado a partir de um processo participativo que envolveu mais de 3000 pessoas. Deste processo fazia parte a utilização de cinco perguntas, uma das quais visava a identificação de fatores que impediam as pessoas de diferentes origens ou contextos étnicos e culturais de interagirem de uma forma completamente positiva. A maioria das respostas mencionavam fatores subjetivos como estereótipos, preconceitos e ignorância.

Devido à importância que os próprios cidadãos atribuem a estes fatores subjetivos, tomou-se a decisão de promover uma estratégia que se focasse essencialmente na redução dos estereótipos, preconceitos e falsos rumores ligados à diversidade sociocultural. .

**A EAR foi pensada, desde o primeiro momento, como um processo a longo prazo.** Ao invés de lançar uma campanha de comunicação para desconstruir preconceitos com dados objetivos – uma abordagem considerada simplista e ineficaz – deu-se preferência a uma abordagem mais qualitativa, que incluisse uma estratégia intensiva no terreno, e que organizasse ações em diferentes áreas. A combinação destes esforços resultaria num estímulo do pensamento crítico e numa maior consciencialização.

Desde a sua criação que a estratégia suscitou a atenção não só de muitas cidades e organizações em Espanha e noutros países, mas também dos meios de comunicação e dos cidadãos em geral. Em 2013, um projeto inicial para expandir a EAR levou a metodologia a outras cidades espanholas, assim como aos membros da Rede Espanhola de Cidades Interculturais (RECI), ligada ao programa de Cidades Interculturais do Conselho da Europa. Com o financiamento da Open Society Initiative for Europe e com o apoio do Conselho da Europa e da Fundação Bancária “La Caixa”, a experiência de Barcelona foi implementada em cidades como Fuenlabrada, Getxo, Sabadell e na ilha de Tenerife. Desde então, já outras cidades se juntaram a este grupo.

Com base nos resultados positivos do projeto, em 2014 o Conselho da Europa liderou um projeto europeu (C4i: Comunicação para a Integração) para adaptar e avaliar a metodologia antirrumores em mais cidades europeias (Limerick, Botkyrka, Nuremberga, Erlangen, Lublin, Patras, Loures, Amadora, Bilbao e Sabadell), enquanto se mantinha a participação de Barcelona. O objetivo residia em sistematizar a metodologia e, acima de tudo, avaliar o seu impacto de uma forma mais rigorosa do que até aí tinha sido possível fazer. Os resultados do projeto foram muito positivos e, desde então, o interesse demonstrado por outras cidades e por organizações internacionais pela EAR cresceu substancialmente.

Nos últimos anos, a EAR suscitou também o interesse de cidades, governos e organizações de países não-europeus como o Japão, Canadá, México, Jordânia, Marrocos, Chile, Colômbia, Estados Unidos, entre outros.



## C. Porquê uma estratégia antirrumores?

Por esta altura, podemos (e devemos) questionar-nos *por que é* necessária uma estratégia antirrumores? Para os leitores deste manual, a relevância de combater os preconceitos e a discriminação é possivelmente óbvia. A razão por que é necessária uma estratégia tão abrangente e a longo prazo pode, no entanto, não ser tão evidente.

Hoje em dia, aprender a viver em comunidades heterogêneas é um desafio global partilhado por todos. Evitar segregação, discriminação e racismo é fundamental na construção de sociedades inclusivas e justas. A História demonstrou que processos de polarização social e de fomento de discurso de ódio têm consequências muito negativas ou até mesmo catastróficas e, infelizmente, estes processos encontram-se em ascensão um pouco por todo o mundo.

Alguns de nós podem achar que a discriminação não coloca quaisquer problemas sérios no nosso ambiente em particular. Mas, na realidade, os rumores, preconceitos e atitudes discriminatórias abundam em todas as cidades, ainda que sejam alheios à maioria da população. O discurso populista, demagógico e simplista tem vindo a proliferar nos últimos anos e a reforçar preconceitos. Este discurso remete com frequência para um passado idealizado e cria barreiras entre “nós” e “eles”, barreiras essas definidas em termos étnicos, nacionais, culturais, económicos ou religiosos. Em alguns casos, estas narrativas são relativamente frágeis, mas noutros são apoiadas por cidadãos que se sentem particularmente marginalizados e desiludidos com um mundo onde a globalização, as desigualdades, o radicalismo e o declínio de algumas instituições estáveis geram ansiedade e incerteza. Os “outros”, aqueles que são “diferentes”, são frequentemente responsabilizados por problemas económicos e sociais, e alguns grupos em particular (refugiados, imigrantes, muçulmanos, judeus, Ciganos, etc.) tornam-se o tema principal do discurso de medo e hostilidade. Esta discriminação está associada à violação dos direitos fundamentais dos indivíduos e pode também provocar crimes de ódio.



A EAR pretende combater estas narrativas simplistas com que as sociedades democráticas não têm conseguido lidar até aos dias de hoje. Não podemos, porém, esquecer que a EAR não pretende (apenas) prevenir e evitar problemas sérios de estigmatização e de discriminação, mas procura beneficiar da diversidade, criando ambientes urbanos onde a diversidade sociocultural se traduz numa fonte positiva de desenvolvimento a todos os níveis. É evidente que o preconceito e os rumores desempenham um papel preponderante na inibição de interações positivas, na medida em que criam barreiras mentais que limitam talentos, competências e capacidades de todos os cidadãos e porque inibem a inovação e a criatividade. Minimizar preconceitos e rumores traz benefícios, não só às vítimas de preconceito, mas a toda a sociedade.

Por fim, seria importante salientar que vivemos no que alguns definem como uma era “pós-verdade”. Apesar de os média e a internet proporcionarem novas oportunidades no aumento da conexão entre as pessoas, são também meios extremamente eficazes na disseminação de falsos rumores e de discursos de ódio. A EAR pretende evitar que estas atitudes sejam “normalizadas”, promovendo uma maior consciencialização das suas consequências negativas e apelando à ação. A responsabilidade deste problema é coletiva: os governos, a sociedade civil e os cidadãos em geral têm papéis decisivos a desempenhar.

## D. Objetivos e origem do manual

Este manual responde à necessidade de **sistematizar a abordagem e a metodologia da EAR**. Apresenta ainda exemplos práticos para ajudar cidades e outros intervenientes que se interessem em aprender mais sobre esta iniciativa e em como colocá-la em prática.

O manual deve ser lido como uma atualização e revisão de conteúdos preparados para o projeto antirrumores de 2013 e em especial para o guia “Cities Free of Rumours” desenvolvido para o projeto C4i no âmbito do projeto europeu antirrumores. As lições aprendidas nos últimos anos devido ao aumento das cidades que se juntaram à EAR e ao interesse gerado desde então exigiram uma atualização e uma consequente sistematização das linhas orientadoras da estratégia.

Este manual fornece informação adicional sobre a abordagem teórica e reformula os objetivos e alguns aspetos da metodologia da EAR. Algumas das novas iniciativas que surgiram nos últimos anos, e que foram inspiradas pela ERA, subestimaram as lições que foram sendo tiradas à medida que o programa se foi desenvolvendo. Logo, algumas não contemplaram alguns elementos-chave da estratégia ou sentiram dificuldade em ultrapassar algumas dificuldades previamente identificadas. O manual será, então, útil tanto para as cidades que já implementaram a EAR há anos, como para as que só agora começaram ou que estão a planear fazê-lo num futuro próximo. Cada nova cidade que lança esta iniciativa contribui para o enriquecimento da estratégia global com novas ideias, experiências e abordagens.

**A natureza da metodologia EAR deixa espaço suficiente para que cada cidade a adapte ao seu contexto e circunstâncias específicas e para que possa decidir sobre as suas prioridades e objetivos.** Cada implementação da estratégia abre novas oportunidades de colaboração entre diferentes intervenientes que, por sua vez, adaptam a abordagem antirrumores a diferentes áreas e setores. O princípio de “contágio” traz novos intervenientes e ações, que servem de inspiração a outras cidades e que contribuem para o aumento do conhecimento comum e partilhado.

Por último, uma grande quantidade de recursos úteis complementam os conteúdos deste manual, elaborado com base no conhecimento gerado tanto no âmbito das cidades EAR, como de outros projetos, estudos e políticas que foram desenvolvidas ao longo dos anos e que provaram ser efetivas. A EAR não pretende reinventar a roda/começar do zero e muito do seu sucesso será determinado pela capacidade de tirar partido do sucesso de iniciativas prévias nesta área.

Considerando a complexidade do tema e a natureza desta iniciativa, sabemos que vamos certamente continuar a identificar novas fraquezas e oportunidades de melhoria que nos vão forçar a adaptar novamente alguns dos conteúdos deste manual. Este seria, sem dúvida, o maior indicador de sucesso e de vitalidade desta iniciativa indispensável.



## Capítulo 2

# Contexto da abordagem antirrumores

### A. humildade de uma grande ambição

A EAR não se impõe a tarefa impossível de erradicar totalmente os estereótipos e preconceitos que abundam na sociedade humana. Fazem parte da natureza humana e desempenham um papel de grande relevância nas nossas vidas e na forma como nos relacionamos com os outros. Para além disso, as suas origens, causas e formas de consolidação são extremamente complexas e multidimensionais (social, psicológica, cultural, etc.) e estão assim ligados a muitos aspetos das experiências diárias das pessoas.

Seria ingénuo imaginar que uma iniciativa local e isolada poderia resolver este problema. É, portanto, muito importante definir objetivos claros e realistas, particularmente quando estes implicam uma mudança social profunda. **Ainda que seja importante construir a EAR sobre uma grande variedade de ações, a chave para o sucesso reside numa abordagem profunda e a longo prazo com vista a mudar, por exemplo, as normas sociais predominantes num determinado contexto sociocultural.**

Com isto em mente, a EAR foi idealizada para atuar de forma “viral”, disseminando-se, como um rumor, e chegando a tantas pessoas e intervenientes políticos, sociais, económicos, académicos e culturais quanto possível. **O sucesso da EAR pode ser medido em termos do seu impacto na redução dos estereótipos e preconceitos, mas**

**também na sua capacidade de divulgação e de envolvimento de vários indivíduos.**

Neste processo, a EAR deve aprender e tirar partido das experiências dos inúmeros movimentos, tanto passados como atuais, que procuraram promover os direitos humanos e civis, como é o caso dos movimentos feministas, LGBT e obviamente muitos movimentos antirracistas.

### B. Uma abordagem intercultural

A EAR não foi pensada num gabinete isolado, desligado de outras políticas e dinâmicas sociais. Ao contrário, foi concebida no âmbito de um conjunto de compromissos sociais e políticos em desenvolvimento, com vista a uma abordagem intercultural da diversidade – uma abordagem descrita pelo programa das Cidades Interculturais do Conselho da Europa da seguinte forma:

*“Ao invés de ignorar a diversidade (como nas abordagens de trabalhadores convidados), de negar a diversidade (como nas abordagens assimilacionistas) ou de sobrevalorizar a diversidade e assim reforçar os muros entre grupos culturais distintos (como no multiculturalismo), o interculturalismo reside em reconhecer de forma explícita o valor da diversidade e em fazer tudo o que for possível para aumentar a interação, a mixagem e a hibridação entre comunidades culturais.”*



Combater a discriminação, o racismo e a segregação é um dos objetivos cruciais da abordagem das cidades interculturais, que procura lidar com as causas-raiz da desigualdade, discriminação e falta de coesão – a tendência natural do grupo, definido por critérios étnicos e culturais – de forma a garantir benefícios aos seus membros à custa de outros grupos. O programa das Cidades Interculturais apoia as cidades na revisão das suas políticas, usando uma lente intercultural, e apoia também no desenvolvimento de estratégias interculturais abrangentes, que as ajude a gerir a diversidade de forma positiva e a tomar consciência das “vantagens da diversidade”. A noção de vantagem da diversidade implica compreender e tratar a diversidade e os grupos minoritários, como os migrantes, como uma fonte de desenvolvimento social, cultural e económico, e não apenas como grupos vulneráveis e com necessidade de apoio e de serviços.

Podemos sintetizar esta abordagem intercultural em três princípios básicos:

**Igualdade:** Avançar na direção da interculturalidade requer um compromisso claro com direitos e oportunidades sociais iguais para todos os cidadãos, o que implica, entre outras, a promoção de políticas contra a exclusão e a discriminação.

**Reconhecimento da diversidade:** A abordagem intercultural envolve também o reconhecimento e valorização da diversidade sociocultural, não numa perspetiva passiva de mera tolerância, mas como uma realidade estrutural que faz parte da condição humana e que traz consigo complexidades e oportunidades das quais podemos tirar partido. Não se trata de sobrevalorizar as diferenças, mas de reconhecê-las e de realçar as semelhanças e os aspetos comuns que partilhamos como cidadãos de um determinado contexto.

**Interação positiva:** Para abordar tanto as complexidades como as oportunidades que a diversidade apresenta, é importante experienciar a diversidade no quotidiano e em todas as esferas sociais. Esta interação é fundamental para

reconhecer as semelhanças e para relativizar muitas das diferenças que frequentemente separam as pessoas. Trata-se de um processo bidirecional, que é dinâmico e recíproco. Logo, para além das políticas a favor da igualdade de direitos e oportunidades e do reconhecimento da diversidade, é fundamental promover espaços de interação, diálogo e conhecimento mútuo. A interação positiva não significa que seja livre de conflitos e de complexidades. É importante abordar estes conflitos e complexidades no dia-a-dia, em vez de escondê-los ou ignorá-los até que resultem em conflitos bem mais significativos.

Em suma, a EAR deve ser entendida como uma estratégia específica ou um instrumento no âmbito de um conjunto de ações políticas e sociais que visam promover a criação de sociedades mais inclusivas e interculturais. Dificilmente poderemos conseguir um impacto positivo através da promoção de uma EAR se esta não fizer parte de um compromisso global e de um conjunto de políticas transversais que favoreçam estes objetivos.

### C. Aplicar a estratégia antirrumores noutros contextos

Inicialmente promovida como uma estratégia para a cidade, a EAR expandiu-se, atraindo a atenção de várias instituições, organizações, governos, centros educativos e empresas, que se mostraram curiosos sobre a forma como poderia ser adaptada a outros contextos.

Apesar de a metodologia apresentada neste manual ser dirigida a cidades – a mais desenvolvida e avaliada EAR até hoje – **os elementos-chave da EAR podem ser relativamente fáceis de adaptar a outros contextos.**

Ainda que os objetivos e princípios da EAR sejam os mesmos, estejamos a lidar com uma escola, empresa, organização, bairro ou país, a metodologia precisa de ser ajustada a cada situação em concreto.

De facto o trabalho começou, no âmbito das estratégias de várias cidades, por adaptar a estratégia aos diferentes espaços. Os conhecimentos gerados por estes processos serão extremamente relevantes para intervenientes que pretendam ajustar a EAR a outros contextos. Há uma procura crescente para que a EAR seja adotada num grande número de países com grande diversidade cultural e social. Esta linha de ação vai certamente requerer uma investigação mais completa nos próximos anos e está completamente alinhada com a ambição da EAR de ajudar os vários intervenientes de diferentes áreas a crescer e a envolverem-se.

## D. Antirrumores, antirracismo e discurso de ódio

A EAR foca-se na forma como os estereótipos e os preconceitos são criados e, acima de tudo, em como podem ser reduzidos, ou, pelo menos, em como pode ser reduzido o seu impacto negativo, de forma a evitar discriminação e a promover mais interação positiva entre as pessoas.

Denunciar os “pirómanos” do preconceito e do ódio, ainda que seja uma tarefa importante, não é uma prioridade para a EAR. A estratégia concentra-se mais em promover a manutenção diária da floresta, por assim dizer, e em criar corta-fogos para evitar a propagação das chamas (ódio). É uma questão de evitar que o discurso de ódio se normalize e de encontrar um maior suporte e cumplicidade entre os cidadãos.

### O porquê de dar ênfase aos rumores e não diretamente ao racismo ou ao discurso de ódio?

A manutenção da estratégia exige que se consciencialize, que se promova o pensamento crítico e que se enfrentem proactivamente os preconceitos numa base diária. **A EAR não se foca em primeiro lugar nos racistas e xenófobos da nossa sociedade, mas na maioria da população. E são poucos os que podem negar já terem participado em algum momento na disseminação de um rumor.**

O foco dado aos rumores provou ser muito eficaz, tanto para chamar a atenção, como para incluir pessoas que normalmente não se sentem desafiadas ou visadas por mensagens explicitamente antirracistas. Neste sentido, **os rumores são o ponto de partida, o acesso para que se possam abordar problemas mais profundos**

### sobre causas e consequências dos preconceitos e da sua ligação à discriminação, racismo e discurso de ódio.

Como ferramenta, a EAR complementa e deve ser utilizada em colaboração com outras estratégias antirracistas. Em caso algum deve a EAR ser entendida como uma estratégia antirracista “light”. É uma abordagem que dá enfoque a uma dimensão específica da prevenção de todo o tipo de atitudes discriminatórias (não apenas do racismo) e do discurso de ódio.

A EAR não se foca na ponta do iceberg (crimes de ódio), mas intervém nos níveis mais inferiores, onde o preconceito é gerado e aprendido. A complexidade das suas causas e a importância dos fatores estruturais, que são parte integrante das relações sociais e de poder nas nossas sociedades, fazem com que a EAR recorra à responsabilidade de determinados intervenientes e de determinadas áreas (política, meios de comunicação, educação, etc.), não sem recorrer também à responsabilidade coletiva e individual de todos os cidadãos.

Mesmo que a discriminação não existisse num determinado contexto social (um cenário pouco provável), ainda assim os estereótipos e os preconceitos impediriam a interação positiva entre pessoas de diferentes contextos e perfis. Numa sociedade em que diferentes grupos se respeitassem e se tolerassem, mas que não se misturassem ou relacionassem, não seria possível usufruir das vantagens e das oportunidades que a diversidade pode oferecer. Num cenário destes, a EAR, assim como uma abordagem intercultural, seriam ainda assim de extrema importância.





## Capítulo 3

# Base teórica

**A**ntes de começarmos a definir os princípios e a metodologia da EAR, temos em primeiro lugar de **examinar os conceitos de estereótipo, preconceito e discriminação, assim como as suas bases teóricas.** Há muitas linhas de pesquisa no que respeita à natureza, origens e consequências destes conceitos. Teorias atuais no campo da psicologia social enfatizam a natureza multifacetada das suas raízes, que englobam componentes cognitivos, sociais e sociais. Para que a implementação da EAR seja rigorosa e eficaz, é necessário aprender com as várias disciplinas que alargaram o entendimento não só sobre a origem dos rumores, mas também sobre estratégias para eliminá-los com sucesso. Temos ainda de tomar consciência de que a EAR surgiu num contexto sociocultural específico e de que a sua abordagem é obviamente marcada pela sua perspetiva ocidental, partindo do princípio que os estereótipos, preconceitos e rumores estão presentes em todas as sociedades. Estes são parte da condição humana, mas o seu processo de aprendizagem é culturalmente específico.

### A. Definições: estereótipos, preconceitos e discriminação

**Estereótipos são crenças de que detemos características de um grupo específico, principalmente aquelas que nos diferenciam de outros grupos** (género, idade, etnicidade, nacionalidade, profissão, aparência física, etc.). Estas são generalizações que podem ser negativas ou positivas, embora a tendência aponte mais para as primeiras, mas até as últimas podem ter consequências negativas.

Os preconceitos são injustificados e são na sua maioria atitudes negativas em relação a um grupo específico ou aos seus membros.

**Os preconceitos representam uma dimensão afetiva das nossas atitudes e incluem emoções e sentimentos que podem assumir a forma de antipatia, desconfiança, medo ou até ódio, apesar de outros preconceitos mais ambivalentes e até positivos poderem também surgir.**

Como todas as grandes generalizações, os estereótipos e preconceitos não permitem a individualização e o reconhecimento da diversidade entre membros do grupo estereotipado. Ainda que tenham alguma base empírica, não correspondem a cada pessoa do grupo, o que os torna injustos e redutores.

O real problema dos estereótipos e dos preconceitos reside no seu potencial para influenciar as nossas atitudes e comportamentos em relação a outras pessoas. **Podem ter consequências extremamente negativas como a discriminação, um comportamento injustificado e negativo, baseado na pertença de pessoas a determinados grupos.**

A discriminação é obviamente um problema muito sério e pode afetar muitas áreas da vida de uma pessoa (trabalho, educação, saúde ou acesso a habitação, entre muitas outras). Há uma ampla variedade de categorias nas quais as pessoas podem ser discriminadas, onde se incluem a etnicidade (racismo), o local de origem (xenofobia), a religião (islamofobia, antissemitismo, etc.), o género, a orientação sexual, a idade, o estatuto social e a profissão.

As pessoas que pertencem a grupos estigmatizados podem internalizar e aceitar essas crenças associadas ao seu grupo, tornando-as ainda mais difíceis de superar. Por outro lado, estudos sugerem que não precisamos acreditar num estereótipo negativo sobre um grupo para que este nos possa influenciar negativamente.

Em suma, as nossas atitudes em relação a membros de outros grupos podem ser determinadas por três fatores: o fator cognitivo, que envolve uma crença (estereótipos), o fator afetivo, que envolve emoções e sentimentos (preconceitos), e o fator comportamental, que implica ações concretas (discriminação).



## B. Qual a origem dos estereótipos e preconceitos?

“Nós” e “os outros”: identidade social e o processo da categorização social. Uma das vertentes de investigação da psicologia social considera que os estereótipos e os preconceitos advêm da nossa tendência para usar a categorização social, um processo cognitivo natural através do qual os indivíduos se posicionam em grupos sociais. **Ocorre sempre que pensamos em alguém como imigrante (versus um autóctone), como homem (versus uma mulher), etc.** Faz parte da condição humana, acontece espontânea e frequentemente e está intimamente ligado às nossas raízes culturais e contexto social. Rotular as pessoas de acordo com algumas categorias sociais torna a nossa vida mais fácil, uma vez que estas crenças simplificam uma realidade que é complexa. Este processo tem, porém, muitas consequências negativas e injustas.

**Homogeneidade outgroup:** quando categorizamos pessoas em grupos diferentes tendemos a exagerar as diferenças entre grupos, mas também a sublinhar as semelhanças no seio do outro grupo, muito mais do que fazemos no nosso próprio grupo. Este processo de homogeneização permite-nos aplicar muito mais facilmente os estereótipos aos outros (imigrantes, refugiados, mulheres, ciganos, idosos, etc.).

**Favoritismo ingroup:** outra das consequências do processo de categorização social é o favoritismo pelo nosso grupo, que consiste na tendência de reagir de forma mais positiva a pessoas do nosso próprio grupo do que a pessoas de outros grupos. Este favoritismo pode ser encontrado em diferentes tipos de grupos sociais, em diferentes contextos e no seio de muitas culturas diferentes. As pessoas tendem a gostar mais daqueles que expressam



favoritismo *ingroup* do que dos que são mais igualitários. Além do que as pessoas são mais propensas a lembrar-se da informação positiva do seu grupo do que da negativa e são mais críticos em relação ao desempenho de um membro de outro grupo do que do seu próprio grupo. Quando se referem ao *ingroup*, as pessoas tendem a identificar os seus membros através de características generalistas e positivas e a encarar os comportamentos negativos como exceções, imputando-os apenas a alguns membros individualmente. Ao contrário, quando se referem a membros do *outgroup*, a individualização dificilmente ocorre.

O favoritismo *ingroup* desenvolve-se por motivos diferentes, sendo que **o mais importante é a autovalorização**. Fazer parte de um grupo que tem características positivas proporciona-nos **sentimentos de identidade social** – a autoestima positiva que resulta de pertencer a um grupo. A identidade social pode ser o fator de motivação dos preconceitos e da discriminação. Temos maior propensão para demonstrar favoritismo *ingroup* quando nos sentimos ameaçados e as pessoas mostram mais autoestima após terem tido a oportunidade de diminuir outros grupos.

Uma das situações em que o favoritismo *ingroup* tem pouca probabilidade de acontecer é quando os membros do grupo são claramente inferiores aos outros grupos numa qualquer dimensão importante. Os membros de grupos de um estatuto inferior demonstram menor favoritismo *ingroup* do que os membros de um grupo com estatuto superior, podendo até neste caso mostrar favoritismo *outgroup*.

Uma base evolutiva? Alguns investigadores defendem que estes processos têm uma base evolutiva, o que advém da ideia de que os nossos ancestrais viviam em grupos sociais reduzidos que entravam frequentemente em conflito com outros grupos. Razão pela qual o nosso cérebro desenvolveu uma grande capacidade e tendência para a categorização social. **Tendemos a gostar de pessoas que consideramos semelhantes porque acreditamos que estas são as que nos podem oferecer mais apoio e solidariedade.** Ao contrário, tendemos a estigmatizar e evitar as que consideramos mais fracas para interagir socialmente, podendo até considerá-las uma ameaça ao nosso bem-estar.

Contudo, estes padrões são definidos pelo contexto histórico e sociocultural que, em última análise, determina que categorias são consideradas mais negativas, exclusivas ou ameaçadoras para a maioria ou para os grupos mais privilegiados. Estas categorizações pressupõem normalmente a marginalização, estigmatização e discriminação (com frequência até através de leis) de pessoas que pertençam a um determinado grupo (imigrantes, refugiados, negros, mulheres, ciganos, grupos religiosos minoritários, etc.).

Estatutos sociais, desigualdades: Outras linhas de investigação colocaram o foco em fatores sociais específicos, considerados fortemente determinantes no processo de criação de preconceitos. **Neste sentido, considera-se que as desigualdades sociais podem provocar preconceitos entre membros de diferentes grupos e que estes preconceitos podem simultaneamente ser usados para justificar essas mesmas desigualdades.** Se as pessoas percebem que os imigrantes ocupam empregos de baixas qualificações, podem desta forma criar o preconceito de uma suposta falta de capacidades e assim desenvolver uma atitude negativa (“eles estão mal preparados e são preguiçosos”). Por outro lado, este preconceito contribui para a justificação e consolidação dessas desigualdades (em direitos, salários, acesso a empregos mais qualificados, etc.). Outra das causas reside na predisposição dos grupos em manter o seu estatuto social, o que os faz estigmatizar aqueles que são encarados como potencial ameaça à sua posição (não só os mais privilegiados, mas cada “nível” em relação ao seu “inferior”). Esta situação agrava-se em contextos em que os diferentes grupos entendem que têm de competir devido à escassez de recursos.

A dimensão da personalidade: diferenças individuais. Pesquisas focadas num nível mais micro identificaram diferenças individuais que podem ajudar a prever a propensão de uma pessoa para ser mais ou menos tendenciosa. Isto deve-se a evidências que indicam que pessoas que partilham o mesmo contexto familiar e sociocultural podem demonstrar níveis muito diferentes de preconceito e de favoritismo *ingroup*. Seguem-se algumas das dimensões que foram usadas para classificar estas diferenças:

- ▶ **Autoritarismo**: uma dimensão da personalidade que caracteriza pessoas que preferem que as coisas sejam mais fáceis do que complexas e que tendem a defender valores tradicionais e convencionais. Está relacionado com o desejo de se proteger e de se promover, o que resulta portanto num maior favoritismo *ingroup* e, em alguns casos, num maior preconceito em relação ao *outgroup*.

- ▶ **Orientação para a dominância social**: uma dimensão da personalidade que se refere à tendência para ver e aceitar a desigualdade entre grupos diferentes. Algumas pessoas acreditam que há e que deve haver diferenças de estatuto entre os vários grupos sociais, pelo que não as veem como erradas.
- ▶ **Pessoas que têm fortes preocupações com os outros**, ou que estão focadas na tolerância e na equidade, demonstram menos favoritismo *ingroup* e menos preconceitos.

## C. Como aprendemos estereótipos e preconceitos?

Os estereótipos e os preconceitos estão intimamente ligados às normas sociais que existem no nosso ambiente e que determinam o que é considerado “certo” e o que não é. Defendemos e expressamos estereótipos e preconceitos se percebermos que é considerado apropriado fazê-lo e se as pessoas de quem gostamos os defenderem também. Expressar preconceitos pode, não só, não nos penalizar, como pode até contribuir para a autoestima ligada à nossa identidade social. As normas sociais são diferentes dependendo do contexto social e cultural e não são rígidas, pelo contrário, mudam e evoluem. Assim sendo, para conseguir um impacto real na redução dos preconceitos, o objetivo deve residir em influenciar e mudar as normas sociais identificando, em primeiro lugar, os mecanismos e os intervenientes envolvidos na propagação destas ideias.

### Família e amigos

Apesar das evidências, não se conseguiu demonstrar completamente a correlação precisa da influência da família sobre os preconceitos das crianças. É claro que as famílias têm algum impacto, mas talvez não tanto como seria esperado. Para além da família, a amizade também ocupa um papel importante na transmissão das normas sociais. Curiosamente, foi demonstrado que até em casos de escolas com grande diversidade, e mesmo quando são estabelecidas fortes amizades, as conexões mais duradouras são entre estudantes mais similares. Alguns argumentam que se deve ao esforço que é necessário para manter relações com pessoas de grupos que são alvo de estereótipos negativos, o que acaba por levar ao afastamento e ao enfraquecimento da ligação.

## Comunicação social, redes sociais e a era da pós-verdade

Os média desempenham um papel fundamental na transmissão e na criação de estereótipos e preconceitos. Até os média mais “sérios” ou “responsáveis” disseminam mensagens estereotipadas e podem ser parciais, fazendo um mau trabalho no que respeita à representação da diversidade sociocultural. Para além disso, as pessoas tendem a consultar os meios de comunicação que reforçam as suas ideias e não aqueles que as desafiam. É do conhecimento geral que os meios de comunicação *online* usam algoritmos que filtram as pesquisas e selecionam as mensagens que melhor se adaptam aos interesses pessoais refletidos na biografia *online*. Desta forma, ainda que pensemos que estamos a aceder a uma grande variedade de conteúdos, a realidade é que a liberdade de escolha é significativamente menor e as nossas ideias (ou preconceitos) são mais reforçadas do que contestadas pela maioria do conteúdo que “consumimos”.

Com a disseminação das redes sociais e a diversificação das fontes de informação, foram eliminados muitos dos intermediários, permitindo às pessoas aceder diretamente a um conjunto alargado de informações e opiniões não validadas. Como consequência, comentários e opiniões subjetivas são tomadas por verdades de igual (ou maior) valor que outras fontes mais robustas. As redes sociais são um veículo perfeito para disseminação e multiplicação de preconceitos e rumores, e oferecem uma ferramenta direta para os que pregam o ódio, racismo, radicalização e terrorismo poderem seduzir potenciais seguidores por todo o mundo. Aqui as tensões instalam-se entre a necessidade de combater os discursos de ódio e a necessidade de proteger o direito fundamental à liberdade de expressão. Ao mesmo tempo, as redes sociais permitem conexões entre pessoas que partilham interesses e conhecimento. Os Agentes anti-rumores devem tirar partido deste espaço crítico com estratégias de comunicação, campanhas de sensibilização e como ferramenta de networking.

## Educação, cultura e desporto

As escolas representam um espaço crítico no que diz respeito à redução de estereótipos e preconceitos. Têm o potencial de provocar a mudança nas normas sociais e promover certos valores e atitudes. No entanto, desenvolver estratégias e métodos

pedagógicos para ultrapassar em vez de reforçar a segregação social, étnica ou cultural requer um esforço considerável.

As normas sociais são igualmente criadas e disseminadas através da cultura (filmes, música, museus) e desporto. A cultura pode reforçar os nossos estereótipos (se os filmes apenas relevam personagens que se comportam de acordo com esses estereótipos por exemplo), mas também tem sido a principal arena no que toca a desafiar e questionar estereótipos, promover o pensamento crítico, facilitar espaços de interação positiva e gerar novas identidades partilhadas que transcendem o preconceito.

## D. E os rumores?

Durante a Segunda Guerra Mundial, dois psicólogos da Universidade de Harvard – Gordon W. Allport e Leo Postman – estudaram rumores da guerra, chegaram a uma fórmula matemática que descreve a forma como os rumores funcionam e sugeriram formas de controlar ou de eliminá-los. **Publicaram as suas conclusões num livro em 1947, *Psicologia do Rumor*.** Allport e Postman **definiam** o rumor da seguinte forma:

O rumor, na forma como usaremos o termo, é uma proposição específica que visa ser acreditada, passada de pessoa para pessoa, normalmente de boca em boca, sem que haja referências seguras a qualquer tipo de evidência.

A implicação de qualquer rumor é sempre a de que alguma verdade está a ser comunicada.

**O mais importante elemento desta definição é o de que o rumor existe** na ausência de referências seguras a qualquer tipo de evidência, mas que ainda assim é aceite pelo recetor como sendo verdade. Se aceitarmos este ponto, seria então lógico que os rumores não conseguissem florescer na presença de referências a evidências.



No entanto, nem sempre é possível decidir facilmente se estamos na presença de evidências. É por esta razão que nem sempre podemos decidir se estamos a ouvir um facto ou uma fantasia.

Allport e Postman identificaram os dois fatores principais para determinar a intensidade do rumor: a importância e a ambiguidade.

O rumor espalha-se quando os acontecimentos têm importância na vida dos indivíduos e quando as notícias sobre o rumor são escassas ou ambíguas. **A ambiguidade pode resultar** do facto de as notícias não terem sido claramente comunicadas ou por terem chegado ao indivíduo versões contraditórias ou ainda por incapacidade do indivíduo em compreender as notícias que recebeu.

A fórmula para a intensidade do rumor seria:

$$R \sim i \times a$$

em que:

**R** é o alcance, intensidade, duração e fiabilidade do rumor;

**i** é a importância para o ouvinte ou leitor, se for verdade, e

**a** é o nível de ambiguidade ou incerteza à volta do rumor.

Esta fórmula significa que a quantidade de rumor em circulação vai variar de acordo com a importância do assunto para os indivíduos e com a ambiguidade das evidências relativas ao tópico em questão. A ambiguidade por si só não sustém um rumor e o mesmo acontece com a importância. Assim, o alcance, a intensidade, a duração e a fiabilidade de um rumor seriam mais ou menos equivalentes à importância que alguém atribui ao rumor se verdadeiro, multiplicado pela ambiguidade que rodeia o rumor. A simples negação de um rumor não elimina a ambiguidade, pode aliás até aumentá-la. Ao contrário, eliminar a ambiguidade requer razões factuais e explícitas para que não se confie no rumor.

**A esta fórmula básica**, Chorus (1953) adicionou o sentido crítico. Isto significa que se o espírito crítico do ouvinte aumentar, a disseminação do rumor vai enfraquecer ou até parar.

$$R \sim i \times a \times \frac{1}{c}$$

A contribuição de Chorus significa que para reduzir a intensidade dos rumores temos também de nos focar em promover o pensamento crítico, um dos objetivos principais da EAR.

É com frequência que vemos os rumores nascerem e alastrarem com sucesso porque corroboram ideias prévias ou crenças daqueles que os aceitam. Algumas pessoas ou grupos tomam os rumores como certos porque são compatíveis com os seus próprios interesses ou com o que acreditam ser verdade.

Ao mesmo tempo, os rumores são uma forma de gerir ansiedades e incertezas, através da geração e difusão de afirmações e pressupostos que nos ajudam a explicar e a compreender situações ambíguas ou incertezas, a reduzir a ansiedade e a justificar comportamentos.

Desta forma, os rumores podem também surgir no contexto de uma ameaça potencial ou real, tanto tangível como psicológica, proporcionando um certo sentido de controlo e de conforto psicológico. As ameaças psicológicas podem ser pessoais ou coletivas e estão frequentemente ligadas à identidade.

Em contextos sociais onde a ignorância, estereótipos e preconceitos geram sentimentos de medo e ameaça à identidade coletiva, os rumores podem ter um efeito calmante.

Muitos rumores são alimentados por estereótipos e preconceitos e contribuem, em simultâneo, também para o seu crescimento.

Por que os aceitamos e disseminamos?

- ▶ Muitas pessoas acreditam neles e queremos fazer parte da maioria para evitar confronto
- ▶ São sobre um tópico que nos é importante e do qual temos informação ambígua, pelo que nos ajudam a entender algo complexo que não conseguimos compreender.
- ▶ Foram ditos por alguém que aprecia a nossa credibilidade.
- ▶ Baseiam-se em estereótipos e preconceitos aceites.

Uma das conclusões que podemos salientar é a de que, apesar de a fórmula do rumor nos apresentar uma abordagem muito interessante, parece óbvio que só fornecendo dados objetivos podemos eliminar os rumores. Os aspetos contextuais, psicológicos e emocionais, como pudemos verificar no caso dos preconceitos, são extremamente relevantes e devem ser tidos em conta na abordagem da EAR. O objetivo, a informação rigorosa e a argumentação são necessárias, mas em muitos casos não são suficientes, uma vez que as causas e a natureza dos rumores e dos preconceitos é muito complexa.



## Capítulo 4

# Elementos-chave da “estratégia antirrumores” numa cidade

**A**ntes de abordarmos informação mais prática de como implementar a EAR, vamos focar-nos em primeiro lugar nas características principais da EAR de uma cidade. Podemos, assim, identificar cinco aspetos principais que são comuns, ou necessários, para elaborar e implementar estratégias de sucesso. Contextos locais específicos podem fazer com que a ênfase da estratégia seja dada a uma das áreas, mas consideramos que esta lista “ideal” de elementos deve fazer parte de qualquer EAR.

### A. Compromisso político

A EAR depende de um compromisso firme para a criação de uma vasta rede de parceiros sociais, numa estratégia de longo prazo para a cidade. Para consegui-lo, **a EAR deve garantir envolvimento e apoio político efetivo**. Para além disso, a decisão de desenvolver uma EAR deve ser consistente com as políticas de diversidade existentes, **não podendo contrariar os discursos e as políticas implementadas pelo município**. Até nos casos específicos em que a EAR não é coordenada pelo poder local, a necessidade de procurar apoio e empenho político deve ser um dos objetivos mais importantes da estratégia.

Lidar com preconceitos e estereótipos não é “responsabilidade” de um único departamento. Para que o impacto seja mais profundo, **a estratégia requer uma equipa que a lidere, mas também uma cooperação genuína e uma colaboração entre departamentos**. Os departamentos da cultura, educação, economia, comunicação e planeamento urbano, entre outros, podem fazer muito neste âmbito.

Temos também de nos lembrar que os administradores públicos são, eles próprios, grandes disseminadores de rumores. Por esta razão, para além de liderar o processo, temos também de nos olharmos no espelho e identificar os nossos pontos fracos e as nossas fraquezas. A formação e o *empowerment* tanto dos políticos como dos funcionários públicos são necessários para uma EAR eficaz.

Por fim, para garantir um forte compromisso político e a sustentabilidade da estratégia, devemos também considerar como objetivo primordial a obtenção de um consenso político alargado entre os partidos políticos locais. A experiência mostra que este não é um objetivo fácil, mas também que há varias formas de encarar este desafio. Por outro lado, experiências de sucesso mostram que se houver um trabalho desde o início para obter consenso político, os resultados podem ser muito positivos.

### B. Envolvimento e participação: uma estratégia de toda a cidade

A Câmara Municipal não pode deter a responsabilidade exclusiva da tarefa complexa e multidimensional de combater os preconceitos e de destruir rumores. Para que uma estratégia seja eficiente e sustentável, esta deve encontrar e envolver vários aliados sociais e cidadãos que estejam comprometidos com a redução dos preconceitos, e que pretendam quebrar a corrente de falsos rumores que rebaixam cidadãos e que ameaçam os seus direitos fundamentais. Este processo é uma oportunidade de gerir a diversidade de uma forma que permita à sociedade beneficiar das suas potenciais vantagens em termos de desenvolvimento social, cultural, económico e democrático.



Para conseguirem envolver estas pessoas, os municípios devem ter abertura suficiente para explorar novas formas de colaborar com os agentes locais e com os cidadãos. Esta não pode ser vista, porém, como mais uma política promovida pelo município, mas como um movimento social que envolve o município (que lidera, coordena e apoia) e um número alargado de intervenientes locais de várias áreas, como as áreas social, cultural, desportiva, religiosa, da juventude, empresarial, escolar, universitária, dos meios de comunicação, etc. Envolver os líderes da opinião local e os modelos de comportamento vai contribuir para a comunicação da EAR.

Construir uma rede antirrumores é o fator-chave para esta abordagem. Esta rede não é só um instrumento de “participação”, mas o motor de toda a estratégia, porque nos fornece informação sobre a realidade dos rumores e porque nos ajuda a determinar de que tratam e qual a melhor forma de os desmistificar. Fazer parte de uma rede também gera um sentimento de solidariedade entre os intervenientes e organizações envolvidas – fazer parte de um esforço conjunto dá aos membros da rede legitimidade e relevância.

Envolver vários intervenientes e trabalhar numa base colaborativa é maioritariamente uma questão de resultados. Como é sabido, os preconceitos e os rumores baseiam-se em emoções, mais do que em factos. Se queremos mudar a perceção, este fator deve ser tido em conta. A simples divulgação de dados factuais não resultará nunca numa mudança efetiva. **A necessidade de influenciar as emoções para destruir os preconceitos requer interação social mais direta, criativa e espontânea, e neste caso as pessoas envolvidas (os denominados agentes antirrumores) e as organizações no terreno podem ser muito mais eficazes do que os funcionários municipais.**

Por fim, não podemos esquecer que a EAR não é apenas sobre fazer “coisas novas”, **mas também sobre identificar e mapear projetos e iniciativas antirrumores já existentes.**

## C. Atrair e seduzir, em vez de culpar, a maioria “ambivalente”

A abordagem antirrumores não se foca nos mais envolvidos e empenhados no combate à discriminação, nem persegue os racistas declarados. Em vez disso, foca-se em todos aqueles que têm uma posição intermédia: a maioria “ambivalente”.

Esta maioria não presta normalmente atenção às campanhas antirracistas explícitas, porque é constituída por pessoas que não se consideram racistas e que, portanto, não se sentem desafiadas ou alvo destas campanhas. Contudo, a referência a rumores gera maior interesse e identificação imediata, uma vez que muitas pessoas reconhecem os rumores e admitem “usá-los” e até “acreditar” em alguns deles.

**Se queremos chamar a atenção da maioria ambivalente, não podemos censurá-la assumindo uma posição de superioridade moral e temos de ser particularmente cautelosos, evitando “ensinar-lhes” a “verdade” e dizendo o quanto são ignorantes e racistas.** Este é um método que não resulta e não é verdade. “Nós” pertencemos a esta maioria: funcionários municipais, políticos, profissionais, professores, voluntários de ONGs ou cidadãos em geral, incluindo migrantes, refugiados, etc. A consciencialização de que todos temos preconceitos é um ponto de partida essencial para a EAR.

Estamos convencidos de que a **EAR não deve ser sobre atribuir responsabilidades, mas antes sobre atrair a maioria e aumentar a sua capacidade de parar de reforçar a espiral dos rumores.** Trata-se também de criar nas pessoas a consciência das consequências negativas dos seus preconceitos e de as encorajar a ser mais proactivas no seu reconhecimento e redução. Não podemos esperar que os cidadãos arquem com toda a responsabilidade, nem podemos depender apenas dos funcionários municipais. Também nós temos de identificar e denunciar aqueles que contribuem para a criação, disseminação e consolidação dos preconceitos e rumores, assim como os que procuram obter benefícios políticos, económicos e sociais através deles. Para além de identificá-los, temos também de conter e minimizar a sua influência na perceção do público em geral.

## D. Criatividade a todos os níveis: a essência da identidade desta estratégia

O conceito antirrumor por si só mostra a importância que a criatividade tem para esta estratégia. Um dos principais pontos fracos de algumas iniciativas tradicionais de sensibilização é a sua incapacidade de chegar a e de envolver o público dominante, e não apenas aquelas minorias que já são sensíveis ao assunto. Para expandir o público-alvo reconhecemos que a estratégia teria de ser, desde o primeiro momento, criativa e inovadora a todos os níveis: analisando, por exemplo, a forma como o governo local implementa campanhas de sensibilização; como abordamos a participação dos cidadãos; como envolvemos os agentes locais e que conteúdos e ferramentas usamos na comunicação feita nas campanhas.

A criatividade não é só sobre produzir produtos e ferramentas “criativas”. O seu significado é bem mais profundo, porque implica repensar a forma como procedemos, como colaboramos e trabalhamos como uma rede, e como planeamos e implementamos campanhas de sensibilização que tenham realmente impacto. Se queremos chamar a atenção da maioria, temos de chegar a esta maioria, onde quer que ela esteja: em espaços públicos, escolas, equipamentos desportivos, no emprego e, claro, nos meios de comunicação.

**Precisamos de criatividade para alcançar uma audiência mais vasta, mas também para trabalhar intensamente com públicos-alvo específicos**, como por exemplo estudantes, colaboradores de grandes empresas ou habitantes de bairros específicos.

Por fim, se queremos envolver e motivar pessoas que assumam um papel ativo neste processo, então esta experiência tem de ser emocionante, motivadora e, especialmente, útil e eficaz.

## E. Rigor, resultados e : muito mais do que difundir informação antirrumores

Tentar erradicar estereótipos e preconceitos está muito longe de ser uma tarefa fácil. A EAR deve ser rigorosa e deve ser orientada para resultados e impactos reais e concretos. Ao mesmo tempo, temos de ser cautelosos para não reforçarmos inadvertidamente preconceitos e rumores, ao invés de os desconstruir. Sabemos que as nossas atitudes têm três dimensões intimamente relacionadas: cognitiva, emocional e comportamental. A EAR não pode simplesmente fornecer informação factual para contrastar e refutar estereótipos e



rumores. Deve, isso sim, adotar uma perspetiva multidimensional e endereçar assim a componente emocional dos rumores, ajudando-nos, por exemplo, a tomar consciência das experiências que partilhamos ou de que gostamos nos membros dos grupos que são alvo dos rumores, promovendo ao mesmo tempo oportunidades de interação social que nos ajude a mudar as atitudes.

Dedicação e boa vontade são essenciais para participar num projeto como este, mas não são suficientes para garantir rigor e o impacto desejado. A experiência de Barcelona, e de outras cidades, mostraram a necessidade de capacitar todos os envolvidos na estratégia, começando pelos funcionários municipais, organizações envolvidas e, claro, os futuros agentes antirrumores. **A complexidade da tarefa de desconstruir preconceitos e estereótipos faz com que seja essencial ministrar formação, assim como outros métodos de desenvolvimento de competências.** É necessário entender o contexto e perceber quais as competências necessárias para melhor enfrentar os preconceitos e para definir estratégias eficazes.

A avaliação séria e rigorosa do impacto da campanha é **um processo essencial e complexo, que deve fazer parte da estratégia desde o seu primeiro momento.** Quais são os nossos objetivos? Que mudanças queremos ver? Quais são os indicadores que nos podem ajudar a verificar se a mudança esta a acontecer? Como vamos obter esta informação? É preferível estabelecer tudo isto no início do processo. O entusiasmo pode perder-se no momento de implementarmos atividades e **construirmos** redes se não formos capazes de demonstrar como ajudaram a atingir os resultados esperados e qual o seu impacto. Se não for possível mostrar que a campanha teve um impacto real, não haverá qualquer evidência que defenda a sua sustentabilidade.

**Assumindo que a EAR não procura resultados rápidos e “fáceis”,** mas uma mudança social mais profunda e a longo prazo, é crucial garantir a sua sustentabilidade. Não há atalhos neste projeto, o que significa que uma campanha de comunicação de seis meses não pode garantir uma mudança social real. Se queremos ter a oportunidade de motivar o tipo de mudança social que **desejamos**, temos de ser ambiciosos, criativos, rigorosos e pacientes, porque algumas alterações podem demorar anos.



## Capítulo 5

# A estratégia antirrumores passo a passo

Neste capítulo, vamos analisar a metodologia que deve ser seguida em qualquer EAR de uma cidade, de forma a garantir uma implementação adequada. As primeiras quatro ações são necessárias para o lançamento da estratégia. Uma vez completa a fase de arranque, estaremos então na posição de começar a planear e a implementar as ações antirrumores. A avaliação do processo

deve ser incluída na estratégia desde o início e, no caso de haver a necessidade de avaliar campanhas/projetos ou ações específicas, então a avaliação deve ser delineada antes da sua implementação. Este assunto será tratado, juntamente com a sustentabilidade da estratégia, nos capítulos 6 e 7.

Fase de arranque	Ações preparatórias
	Diagnóstico antirrumores
	Envolver agentes-chave motivados: a base da futura rede antirrumores
	Formar agentes antirrumores
Fase de implementação: ações antirrumores	Estratégia comunicacional e disseminação
	Atrair novos aliados: aumento da rede
	Conhecimento e pensamento crítico
	Consciencialização participativa e ações de desenvolvimento de competências
	Promover interação positiva
	Enfrentar preconceitos e rumores
	Laboratórios criativos antirrumores
	Espaços livres de rumores
	Alcançar novos níveis de influência
	Cooperação e intercâmbio com outras cidades e com o projeto global
Sustentabilidade	

Avaliação

## A. Iniciar a estratégia

### 1. Preparação da estratégia

#### a) Tomar a decisão

É necessário que alguém (normalmente um político, se nos focarmos na administração local) tome a decisão de iniciar a EAR. Para que a estratégia tenha sucesso, é importante saber quem tomou a decisão e porquê. Quais são os desafios, preocupações e razões que fizeram com que alguém tomasse esta decisão? E quais são os principais objetivos e resultados esperados? A iniciativa pode ser resultado de uma proposta técnica de funcionários municipais, seguida de uma decisão política ou pode ser uma iniciativa política desde o início.

#### b) Compromisso político e consenso

Em ambos os casos é necessário compromisso e apoio político, para construir uma ampla rede social de parceiros e conseguir uma colaboração entre departamentos, o que pode ser alcançado através de apoio explícito do Presidente da Câmara e de outros políticos locais, através da participação de políticos nas reuniões preparatórias e nos *workshops*, ou mencionando a EAR em discursos públicos e declarações políticas, como os eventos e celebrações relacionados com diversidade, inclusão, anti discriminação ou imigrantes e refugiados.

■ Em muitas das cidades europeias que participam no projeto C4i, os presidentes da câmara e os deputados municipais participaram nas primeiras reuniões com especialistas externos antirrumores, para terem um conhecimento mais aprofundado da EAR. Em **Getxo**, toda a administração participou num *workshop* de desenvolvimento de competências, que foi útil também para promover uma “cultura” interdepartamental. Pouco depois de **Erlangen** ter decidido arrancar com a sua EAR, foi feita uma transição de administração após as eleições locais. Neste caso, tanto o futuro com o presidente da câmara cessante estiveram presentes.

O compromisso deve traduzir-se em alocação de recursos humanos e económicos. Incluir a EAR em estratégias municipais mais abrangentes pode ser uma forma de abordagem, como muitas cidades já demonstraram.

■ Em Barcelona, a EAR foi uma das ações específicas incluídas na estratégia intercultural da cidade, aprovada em 2009, que se seguiu a um processo participativo com a duração de um ano e que envolveu mais de 3000 pessoas, organizações locais e várias iniciativas sociais. Para além disso, o Plano Intercultural da cidade foi o resultado de um consenso político no âmbito do Plano Municipal para a Imigração, que incluía todos os

partidos políticos presentes na assembleia local. Estes fatores proporcionaram um compromisso político sólido e um consenso importante para a EAR. Muitas outras cidades, como **Bilbao** e **Logroño**, incluíram a EAR em planos municipais estratégicos a longo prazo, com orçamentos dedicados e indicadores de acompanhamento.

Uma vez que a abordagem antirrumores lida com assuntos sensíveis e complexos, o seu objetivo reside em construir uma estratégia a longo prazo. Obter um consenso político entre o maior número possível de partidos exige um esforço considerável, mas provou valer a pena no final. Este esforço tem um duplo objetivo: por um lado, reduz a probabilidade de a estratégia se tornar num “futebol político” quando os meios de comunicação são hostis aos imigrantes ou quando um partido anti-imigração faz parte da cena política; por outro, é uma forma de potenciar a sustentabilidade em caso de mudança política. O apoio de vários partidos minimiza o risco de debates polémicos e o possível uso de assuntos ligados à imigração ou à diversidade de uma forma populista, na tentativa de obter ganhos eleitorais. Sem este apoio, não é só a sustentabilidade da estratégia que está em risco, mas também a capacidade da equipa de conduzir o processo com sucesso.

■ A cidade de **Botkyrka** na Suécia é um dos melhores exemplos de como se pode obter consenso político. Para reduzir uma potencial “politização” da EAR, que desviaria a atenção dos verdadeiros problemas, os líderes procuraram e asseguraram o apoio tanto dos Sociais Democratas como da oposição representada pelo Partido Conservador. O deputado municipal responsável pela EAR e o líder da oposição participaram juntos nas primeiras reuniões e nos *workshops* de desenvolvimento de competências, assim como outros representantes de partidos políticos da oposição. Apoio semelhante entre vários partidos foi também conseguido em **Bilbao** e **Sabadell**, apoio esse que se baseou numa consulta que incluiu todos os partidos desde o primeiro momento.

No sentido de estabelecer uma aliança política mais abrangente, muitas cidades determinaram que seria mais eficaz explicar que a EAR é uma estratégia global, promovida pelo Conselho da Europa e implementada em diversos países. Os presidentes da câmara podem considerar mais fácil obter consenso político quando aderem a uma abordagem inovadora no combate à discriminação e construção de cidades mais inclusivas, justas e interculturais, e quando conseguem comprovar que esta estratégia tem um forte reconhecimento internacional e que está a ser implementada em cidades lideradas por diferentes “cores” políticas.

Apesar de ser desejável que os municípios assumam a liderança na promoção da EAR como uma política pública, para que o impacto seja maior, há algumas exceções que devem ser tidas em

consideração. Nestes casos são ONGs que lideram a ação primeiro e que mais tarde instigam ou pressionam a administração local a juntar-se também. Para um impacto maior da EAR é, porém, crucial, que em algum momento haja o envolvimento de um órgão político que apoie a estratégia.

■ **Em Limerick**, a ONG Doras Luimní fez o piloto da estratégia antirrumores integrando-a no seu trabalho quotidiano e partilhando a abordagem com outras entidades sociais e cidadãos. Acabou por envolver, deste modo, as autoridades locais e inspirou as câmaras municipais a lançar EAR lideradas e “pressionadas” por outras ONGs e agentes sociais.

■ A ONG espanhola “Andalucía Acoge” fez o piloto do projeto “Acabar com os rumores” e implementou ações antirrumores em várias cidades espanholas, onde as autoridades locais ainda não tomaram a decisão de desenvolver a sua própria EAR.

### c) Recursos humanos e orçamento

A EAR não é uma estratégia ou política dispendiosa porque assenta principalmente na construção de uma rede social forte com várias contribuições voluntárias, mas também na criatividade e naquilo que já está a ser feito em cada cidade. Ainda assim há recursos que são necessários. É portanto importante que, antes de lançar uma EAR, tenhamos uma ideia clara das necessidades, mas também do orçamento e dos recursos humanos.

Para garantir um desenvolvimento adequado da EAR, uma equipa de pelo menos 2-4 pessoas é necessária, sendo que uma delas deveria idealmente trabalhar a tempo inteiro. Muitas cidades externalizam parte da coordenação diária da EAR a especialistas ou a uma organização local. É, no entanto, importante que pelo menos um funcionário público tenha a responsabilidade da sua coordenação geral. Caso contrário, a cidade pode perder o contacto com a EAR e assim comprometer o envolvimento municipal com a estratégia. As novas cidades que queiram implementar uma EAR devem ter este fator em conta porque pode implicar um menor impacto da estratégia. Contudo, uma equipa mista de técnicos municipais e profissionais externos seria a conjuntura desejável.



O orçamento depende da disponibilidade do município para fornecer recursos humanos e da sua ambição. As necessidades básicas que devem ser asseguradas são:

- ▶ Os primeiros *workshops* de desenvolvimento de competências (pelo menos 3 sessões de três horas)
- ▶ As primeiras sessões de formação dos primeiros agentes antirrumores (pelo menos uma formação de 8-12 horas para 25 pessoas)
- ▶ A coordenação da rede (uma pessoa a *part-time*)
- ▶ A produção de material informativo e ferramentas de comunicação
- ▶ A implementação das primeiras atividades e eventos antirrumores (dependendo das prioridades e da capacidade de internalizá-los no orçamento já existente para os vários departamentos).

O orçamento médio anual pode variar muito, dependendo de todas estas circunstâncias e do país. Há cidades que podem conseguir disponibilizar mais recursos humanos e internalizar mais despesas. Algumas começaram apenas com 10.000€ e disponibilizaram parte do pessoal necessário, conseguindo mais tarde aumentar o orçamento quando demonstraram inicialmente alguns impactos interessantes a curto prazo. Mas para garantir um desenvolvimento adequado da EAR, é desejável ter pelo menos duas pessoas a trabalhar em *part-time* e entre 30.000€ a 50.000€ para formação, materiais e atividades. Uma parte do orçamento deve também ser reservada para a avaliação, como vamos ver mais à frente. Muitas das cidades conseguiram aumentar este orçamento depois de conseguirem um impacto positivo ao fim dos primeiros anos. Hoje em dia, oito anos após a sua implementação, a cidade de Barcelona gasta 150 000€ por ano na sua EAR.

Por fim temos de enfatizar que a EAR depende, de forma significativa, da contribuição dos muitos voluntários e agentes locais que estão envolvidos, que participam na rede antirrumores e que incluem a abordagem antirrumores nas suas atividades. O efeito de “contágio” da EAR provou ser muito eficaz a provocar impactos maiores que o expectável, como vamos poder ver mais tarde com alguns exemplos.

## d) Desenvolvimento de competências da equipa central

Logo que a decisão de empreender uma EAR seja tomada, é importante determinar quem vai liderar o processo na instituição. O perfil para liderar uma estratégia de sucesso requer competências em 1) coordenar processos de envolvimento e participação, 2) proporcionar um ambiente de trabalho colaborativo e 3) encorajar criatividade e inovação. Quando estamos a tentar inovar e liderar um processo que tem por objetivo conseguir uma mudança de paradigma, as pessoas que lideram o processo são cruciais. É ainda necessário contruir a equipa responsável pelas decisões quotidianas e pela coordenação da EAR. É desejável que pelo menos 2-4 pessoas constituam esta equipa central.

Logo que as pessoas certas tenham sido selecionadas, o próximo passo é capacitar a equipa. Uma EAR tem de lidar exatamente com quê? Quais são os principais conceitos teóricos? Que tipo de metodologia deve ser aplicada? Que exemplos de incitavas existentes podem ser desenvolvidos? Um bom ponto de partida pode ser um *workshop* introdutório conduzido por especialistas externos com a duração mínima de 3 horas, para obter um maior conhecimento da abordagem e metodologia EAR; e deve obviamente incluir-se a inspiração de cidades antirrumores mais experientes. É também necessário que mais pessoas de diferentes departamentos municipais e agentes sociais-chave sejam convidados a assistir às apresentações introdutórias e *workshops* de desenvolvimento de competências, como forma de motivá-los, envolvê-los e promover cooperação.

Em suma, para garantir um arranque adequado da EAR, devem ser organizadas pelo menos duas reuniões internas (com políticos e equipa central) e dois *workshops* com potenciais parceiros da administração municipal e agentes sociais externos. Os especialistas antirrumores podem fornecer uma “caixa de ferramentas introdutória antirrumores” e a equipa central pode também partilhar ferramentas e materiais já existentes (manuais, guias práticos, vídeos, etc.) para aprofundar o conhecimento e para que todos sejam inspirados pelos métodos, lições e exemplos práticos de outras cidades.

## e) Cooperação interdepartamental

A EAR não é uma política de um só departamento. Afeta todas as áreas da política local e precisa de muitos aliados de toda a administração. Ter toda a equipa da câmara municipal envolvida

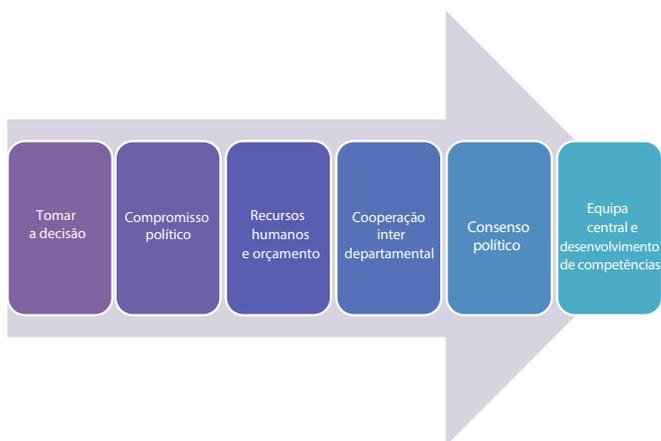
na EAR desde o início é, sem dúvida, um objetivo muito ambicioso, mas ter áreas como a educação, cultura, desporto, assim como o desenvolvimento económico, planeamento urbano e a polícia local envolvidos numa fase inicial é muito importante.

Um dos objetivos deve passar por construir uma verdadeira “administração antirrumores”, com vista a promover o debate, a partilhar experiências e a proporcionar formação interna e desenvolvimento de competências. O compromisso político do presidente da câmara, ou do deputado municipal a cargo da EAR, é importante na promoção desta cooperação interdepartamental e na defesa da sua importância nas reuniões da administração local.

Em cidades como Nuremberga, Botkyrka, Patras, Loures, Amadora, Jerez, Logroño e Cartagena, representantes de vários departamentos municipais assistiram ao primeiro *workshop* de desenvolvimento de competências. As competências da equipa central para envolver e motivar outros departamentos desde o início é crucial para evitar a perceção de que a EAR é da responsabilidade de um só departamento.

Outra forma de envolver diferentes departamentos é convidando-os a participar no diagnóstico antirrumores, onde se identificam os principais desafios e rumores a enfrentar, sobretudo os que estão ligados à diversidade e a grupos específicos

Por fim, partilhar com outros departamentos ações antirrumores inspiradoras implementadas noutras cidades pode ser essencial



para convencê-los da sua responsabilidade e da oportunidade que o envolvimento na EAR representa. Como se pode ver pela experiência de várias cidades, o sucesso do trabalho interdepartamental faz com que muitas das mais relevantes atividades antirrumores sejam implementadas por diferentes departamentos, dando assim ênfase a tópicos diferentes. A cidade de Montreal, uma das mais recentes a implementar a EAR, colocou o foco das suas primeiras ações no mercado de trabalho e na pesquisa de como reduzir a taxa de desemprego, especialmente alta entre os migrantes.

Um dos principais obstáculos da EAR reside em ficar limitado e confinado a um único departamento, colocando assim em causa a magnitude do seu impacto. A cooperação entre departamentos não é fácil no início e pode ser morosa, mas vale realmente o esforço.

## 2. Diagnóstico antirrumores

Já tínhamos referido que antes de planear a EAR temos de nos focar num diagnóstico adequado dos maiores desafios da cidade ligados à diversidade, assim como na identificação das iniciativas existentes e dos agentes sociais-chave com experiência e papéis relevantes nestes tópicos. Este diagnóstico pode focar-se em quatro áreas específicas

### a) Contexto e desafios

Em primeiro lugar, temos de identificar as principais características do contexto da cidade, que sejam relevantes para os objetivos definidos. Muitas cidades vão eventualmente ter já esta informação disponível, mas é sempre importante recolher informação sobre as questões que se seguem:

- ▶ Qual tem sido a evolução da diversidade da população da cidade?
- ▶ Quais são os desafios atuais?
- ▶ Qual o enquadramento da administração local no que respeita a políticas para gestão da diversidade (princípios, objetivos, planos e políticas específicas)? E quanto à estrutura municipal, há um departamento específico que gere as políticas de diversidade?
- ▶ Qual o nível de colaboração interdepartamental? Há estruturas formais para coordenar esta colaboração?
- ▶ Há uma cultura de colaboração entre a administração e a sociedade civil local?

### b) Iniciativas e agentes-chave existentes

A EAR não é sobre como elaborar uma nova abordagem, com uma metodologia inovadora feita do zero; há muitas iniciativas valiosas, projetos e pessoas empenhadas em todas as cidades, que devem ser identificadas e envolvidas para que se evitem sobreposições e para que se construa sobre experiências já existentes. A EAR procura desenvolver um enquadramento global que promova uma melhor colaboração entre os diferentes intervenientes, que alavanque o que já existe e que atraia novos agentes e aliados para que o impacto seja maior.

É muito importante elaborar uma EAR a partir destes projetos e agentes que já estão a desenvolver um excelente trabalho, questionando preconceitos, evitando a discriminação e promovendo interação cultural. Eles devem ser os primeiros a ser envolvidos e convencidos de que fazer parte da EAR vai aumentar o impacto do seu trabalho e vai contribuir para uma estratégia mais ambiciosa e colaborativa.

No seguimento desta análise do contexto e da situação atual em termos de intervenientes e iniciativas, há ainda duas etapas adicionais neste diagnóstico; identificar e analisar os principais rumores, aqueles que têm maior impacto negativo na coabitação e discriminação, e recolher argumentos antirrumores para os abordar.

### c) Identificação dos principais rumores

Provavelmente a característica mais relevante da estratégia antirrumores é o foco dado aos rumores. Os rumores são “humanos” e estão de tal forma presentes nas nossas vidas quotidianas que, lançar uma política pública e uma estratégia para a cidade que se foca nestas “entidades” tão ambíguas e complexas, pode parecer um ponto de partida intimidante.

Há, no entanto, métodos diferentes para identificar rumores. É importante que esta pesquisa forneça informação sólida, mas nem sempre é fácil desenvolver uma investigação científica ambiciosa sobretudo, por exemplo, quando se tem de consultar um grande número de cidadãos. Este é a razão pela qual por vezes temos de priorizar e identificar grupos-alvo estratégicos, que podem ter um conhecimento mais profundo de quais os rumores que se estão a disseminar na cidade. Ainda que não tenhamos os recursos



necessários para conduzir uma pesquisa mais ambiciosa, temos de nos certificar que ouvimos as percepções e opiniões de um amplo e diverso espectro de cidadãos e agentes locais. Para fazê-lo, temos de combinar diferentes abordagens, que produzam diferentes tipos de resultados positivos.

As pessoas são mais recetivas a discutir os rumores que já “ouviram” no seu ambiente, assim como a admitirem a sua participação na difusão destes rumores. Todos nós já fomos vítimas de rumores ou ajudamos à sua disseminação em algum momento. Esta realidade permite uma maior empatia, favorece a criação de uma maior consciência das consequências negativas dos rumores e da sua importância na geração de narrativas e práticas racistas e discriminatórias.

Esta é a razão por que temos de identificar os principais rumores sobre assuntos ligados à diversidade e aos grupos mais estigmatizados. A participação dos migrantes e de cidadãos culturalmente diversos é decisiva para este processo. Temos, porém, de ter presente que o processo de identificação de rumores se foca em diversos problemas e não em grupos específicos – evitando, portanto, o reforço das atitudes “nós e eles”. Queremos também tomar conhecimento dos rumores que grupos minoritários específicos têm sobre a maioria e sobre outros grupos minoritários.

Não podemos nunca esquecer-nos que a estratégia antirrumores se baseia no entendimento de que todos temos preconceitos e todos usamos estereótipos. No entanto, num contexto em que algumas minorias são particularmente atingidas por discursos populistas e xenófobos que os estigmatizam e os culpam por muitos problemas da sociedade, temos de dar mais ênfase aos rumores que os afetam. Por fim, para melhor compreender o impacto que os preconceitos têm nas relações humanas, temos também de consciencializar sobre os preconceitos ligados a todo o tipo de diversidades socioculturais, que se encontram frequentemente interligados, como os assuntos ligados ao género, estatuto social, idade, etc.

## Grupos-alvo

Há três grupos-alvo diferentes a que queremos chegar no processo de identificação de rumores:

- ▶ **Internos:** é muito importante englobar também os funcionários municipais, uma vez que muitos deles têm contacto direto com os cidadãos, mas também porque esta é uma forma de os envolver e de os consciencializar sobre estes assuntos (funcionários municipais de diferentes departamentos, assistentes sociais, mediadores, políticos, professores, etc.).
- ▶ **«Agentes-chave “intermédios”:** pessoas de diferentes áreas, cujo perfil e atividade profissional os expõe mais aos rumores de muitos cidadãos, tais como representantes de associações e comunidades (de moradores, culturais, imigrantes, desportivas, de pais, empresariais, da juventude, etc.), líderes de comunidades mais informais e pessoas de setores como a educação e a saúde, etc.
- ▶ **Cidadãos em geral:** ainda que não possamos efetuar um inquérito abrangente aos cidadãos, temos pelo menos de assegurar alguns espaços em que possamos ouvir e debater diretamente com alguns cidadãos com diferentes perfis, origens e de diferentes bairros da cidade.

## Metodologia

A identificação de rumores deve ser encarada como *um projeto em contínuo desenvolvimento*. Podemos começar com a identificação dos rumores principais (5-10) ao nível de toda a cidade. Mas logo que começemos a focar as nossas ações e campanhas em objetivos e alvos específicos, teremos de aprofundar rumores específicos e verificar continuamente a sua evolução, uma vez que novos rumores podem surgir ao fim de algum tempo.

A identificação de rumores pode ser encarada como uma excelente oportunidade para criar espaços onde se escuta ativamente as percepções, emoções e ansiedades dos cidadãos. Fazer com que as pessoas se sintam livres para expressar as suas opiniões sem serem julgadas é crucial para assegurar que a EAR não se baseie numa abordagem de atribuição de culpas, mas na promoção da reflexão, num debate aberto e na estimulação do pensamento crítico.

Há metodologias específicas que são usadas na identificação de rumores, nomeadamente no âmbito do projeto C4i promovido pelo



Conselho da Europa, o que é ótimo para que se possa estabelecer comparações entre cidades. A experiência mostra, no entanto, que por vezes é vantajoso combinar abordagens mais tradicionais (inquéritos, questionários, grupos de discussão) juntamente com métodos mais participativos e criativos, como vamos ver nos exemplos práticos de algumas cidades.

Com tudo isto em vista, podemos apontar para quatro métodos diferentes, mas complementares, que mostraram ser muito proveitosos nas experiências das cidades do projeto C4i e “Estratégia Antirrumores para a Prevenção do Racismo” em Espanha. Para cada método, temos de identificar de forma clara quem é o alvo que queremos atingir.

### Analisar a pesquisa existente

Procurar dados, pesquisas, estudos e inquéritos já existentes (a nível nacional ou local) relacionados com o tópico preconceito e discriminação pode complementar e contextualizar a recolha de dados no âmbito da EAR. Ainda que não tratem diretamente de rumores, podem facultar mais conhecimento sobre a perceção dos cidadãos em assuntos de diversidade, o que vai enriquecer e fundamentar a nossa pesquisa.

### Questionários, inquéritos e entrevistas

Muitas das cidades usaram um esquema de questionário ou inquérito comum, elaborado por especialistas, que serviu para identificar desafios e rumores sobre diversidade. Este continha perguntas fechadas, escalas de avaliação e outras perguntas qualitativas e abertas. Muitas podem ser feitas *online* para chegarem a uma maior audiência, mas é igualmente importante fazer algumas entrevistas presenciais com alguns agentes-chave, para ter mais tempo de debater e analisar o conteúdo.

Temos de ter atenção à forma como formulamos as questões, para evitar qualquer tipo de influência ou até contribuir para disseminar rumores. Assim, é preferível começar com perguntas gerais e abertas, de forma a proporcionar mais liberdade para que as pessoas expressem as suas perceções, tais como:

- ▶ “Quais são os principais desafios relacionados com assuntos de diversidade e de coabitação com outros grupos na sua cidade?”
- ▶ “Alguns destes desafios estão relacionados com grupos específicos?”; “Pode fornecer alguns exemplos concretos?”

Desta forma, vamos recolher as diferentes perceções sobre os desafios relacionados com realidades mais complexas e diversificadas.

Numa fase posterior, vamos então obter mais detalhes, para que possamos usar questões mais concretas sobre o impacto da diversidade em alguns domínios específicos. No entanto, e dependendo do grupo-alvo, devemos evitar perguntas que incluem já rumores e grupos específicos, tais como “Já ouviu rumores sobre imigrantes que abusam de benefícios sociais?” É preferível usar perguntas mais neutras como:

- ▶ “Que rumores ouviu sobre a ligação entre migrantes/refugiados/minorias étnicas ou outros grupos e o mercado de trabalho (e aqui também sobre educação/serviços sociais/sistema de saúde/ a utilização do espaço público, etc.)”

De resto, não queremos apenas identificar os rumores, queremos também saber um pouco mais sobre o que as pessoas pensam e fazem com estes rumores. Portanto, se a resposta for: “Ouvi muitos rumores sobre imigrantes que abusam dos benefícios sociais.” Podemos continuar a perguntar:

- ▶ O que acha disso? (falso, verdadeiro, exagero...)
- ▶ Que argumentos/exemplos são usados para justificar esta opinião?
- ▶ Estas afirmações estão relacionadas com algum grupo específico (nacionalidade, sexo, idade, etc.)?
- ▶ Estas afirmações são encorajadas por algum grupo em específico (políticos, nativos, estrangeiros, utentes da segurança social, meios de comunicação, etc.)?
- ▶ Alguma vez tentou refutar estas afirmações? Se sim, que argumento(s) usou? Quais deles provaram ter maior impacto?

O conteúdo dos questionários e das entrevistas vai evoluindo e, apesar de haver um enquadramento metodológico comum, as cidades podem adaptá-lo, até porque esta é parte da essência da EAR. Identificar rumores é importante, mas é também importante ser flexível, de forma a enriquecer os métodos, as diferentes prioridades e abordagens que a cidade possa ter.

Colaboração com universidades: Muitas cidades como **Bilbao, Nuremberga** ou **Santa Coloma de Gramenet** desenvolveram colaborações com universidades, para obterem apoio no processo de identificação. Muitas alargaram esta colaboração ao processo de recolha de argumentos antirrumores e à formação de agentes antirrumores.

### Workshops de “recolha de rumores”

Um método muito importante para identificar rumores, e ao mesmo tempo para promover o debate e consciencializar sobre este assunto, consiste em organizar *workshops* de recolha de rumores com a duração de duas ou três horas. Mais uma vez, o grupo-alvo é importante e devemos começar por organizar estes *workshops* com as pessoas que vão estar mais envolvidas na EAR, tanto do lado do município, como dos intervenientes sociais (como parte do processo de desenvolvimento de competências). Temos também de organizar os tipos de *workshops* apontando para uma audiência muito mais diversa, incluindo cidadãos com perfis diferentes. O método consiste em dividir em pequenos grupos de quatro ou seis pessoas, a que colocamos as seguintes questões:

- ▶ Já foi pessoalmente alvo de rumores ou estereótipos (ligados a género, idade, profissão, aparência física, etc.) e, se for caso disso, como se sentiu?
- ▶ Quais os principais rumores que já ouviu em relação à sua cidade?

As primeiras perguntas são muito importantes, já que um dos objetivos é a tomada de consciência de que todos já fomos “vítimas” de rumores e estereótipos. Para além disso, falar de tipos diferentes de rumores (como rumores sobre a nossa cidade ou bairro) ajuda as pessoas a melhor perceber e a refletir sobre a natureza dos rumores e estereótipos. Promover consciência, empatia e pensamento crítico são objectivos-chave da estratégia e temos de começar a fazê-lo desde o início.

Podemos continuar com os rumores relacionados com a diversidade e com diferentes grupos sociais:

- ▶ Quais são os principais rumores que ouviu sobre assuntos ligados à diversidade e aos diferentes grupos na sua cidade?
- ▶ Este rumores são sobre grupos específicos? Imigrantes, refugiados, minorias étnicas, grupos maioritários, ciganos, muçulmanos, etc.?
- ▶ Considera estes rumores verdadeiros, falsos, exagerados ou distorções da realidade, e por que pensa assim?

Depois da apresentação dos resultados pelos grupos, os facilitadores dos *workshops* promovem um debate e sublinham as



principais conclusões (e começam também a pensar no tipo de argumentos antirrumores que podem surgir destas discussões).

### Ações criativas e participativas para consciencializar

Identificar rumores pode também tornar-se numa excelente forma de chamar a atenção dos cidadãos e de consciencializá-los para a sua existência, tudo isto como parte de ações antirrumores (como referido, o processo de identificação deve ser encarado como um processo em desenvolvimento e não apenas como uma ação que pomos em prática no início).

A criatividade é um princípio crucial para EAR e é importante aplicá-la em todas as atividades. Várias cidades encontraram métodos criativos e originais para identificar os rumores, métodos esses que tiveram um grande impacto, até mesmo nos meios de comunicação. Temos, no entanto, de estar conscientes do risco de contribuir para a disseminação de rumores, pelo que temos de ter muito cuidado com a forma como o fazemos. O papel dos agentes antirrumores é muito importante neste processo e muitos vão contribuir ativamente para todo o tipo de atividades de identificação de rumores.

■ **Em Nuremberga**, o projeto “contentor de preconceitos” permitiu aos cidadãos livrarem-se dos seus preconceitos. Foram distribuídos folhetos onde os cidadãos escreviam, de um lado, um preconceito ou rumor que alguém tenha usado contra si e, no outro, um preconceito ou rumor que eles próprios tenham usado, para depois os lançarem no contentor.

■ **Em Tenerife**, a “grande recolha de rumores” foi liderada pela equipa antirrumores da administração da ilha, no município de Laguna, no sentido de recolher os principais rumores relativos à imigração e à diversidade cultural. Os participantes podiam “descartar-se” dos rumores e preconceitos lançando-os num caixote gigante, podiam escrever

as suas impressões num painel e tirar a uma fotografia antirrumores para difundir nas redes sociais. Participaram cerca de vinte agentes antirrumores.

■ **Em Lublin**, a “loja de troca de rumores” foi uma forma inteligente e eficaz de conseguir colocar membros da opinião pública sobre rumores num espaço público e, se bem planeado, pode também atrair a atenção positiva dos meios de comunicação. Consiste em nada mais do que um conjunto de posters em branco, nos quais as pessoas que passam vão escrevendo rumores que ouviram ou de que têm conhecimento. Um dos membros da equipa antirrumores ajuda no processo. Este formato tem a vantagem de recolher material adicional para a identificação local de rumores. Com esta iniciativa, Lublin atraiu uma extensiva cobertura mediática das três estações de rádio locais e de uma nacional, de dois canais de TV locais, três jornais locais e do mais popular serviço de notícias *online* nacional.

#### d) Analisar os rumores

Logo que todos os principais rumores estejam identificados, temos de analisá-los e classificá-los de acordo com a sua natureza, grupos-alvo, áreas a que se referem e suas principais mensagens e criadores. Esta classificação pode incluir, por exemplo, as seguintes categorias:

- ▶ Mercado de trabalho
- ▶ Convivência
- ▶ Serviços públicos
- ▶ Educação
- ▶ Espaço público
- ▶ Negócios
- ▶ Religião
- ▶ Relações de género
- ▶ Atitudes
- ▶ Questões de identidade e valores
- ▶ Segurança
- ▶ Etc.

Adicionalmente, para servir de apoio na altura de estabelecer prioridades em relação às ações antirrumores, temos de identificar os rumores que têm maior impacto e os que afetam os grupos mais estigmatizados (são exemplos disso os refugiados, muçulmanos, ciganos, migrantes ilegais, etc.). Estas prioridades vão evoluindo ao longo do tempo, uma vez que alguns eventos vão influenciar que tópico deve ser foco de atenção num determinado contexto ou momento (aumento de discursos políticos populistas que estigmatizam grupos específicos, aumento do número de refugiados como consequência de guerras e conflitos, impacto de ataques terroristas que vão colocar mais pressão e incrementar os preconceitos contra alguns grupos, como os muçulmanos, etc.).



Posto isto, é importante lembrar que a EAR tem evoluído numa direção em que os rumores se transformaram mais num pretexto do que num objetivo específico das nossas ações. O foco principal das atividade antirrumores não é a tentativa de os desmistificar, mas a promoção do pensamento crítico e a consciencialização do papel desempenhado pelos estereótipos, preconceitos e assuntos como a igualdade, direitos, relações de poder e desigualdades socioeconómicas. O nosso conselho é o de conduzir um diagnóstico adequado, sem dedicar demasiados recursos à identificação de rumores, o que não é muito difícil. Ao invés, deve colocar-se maior ênfase na forma de influenciar as narrativas negativas ligadas à diversidade e a grupos específicos, que sabemos serem os mais estigmatizados e os mais propensos a sofrer discriminação.

#### Oportunidades e riscos

Um dos resultados indiretos do processo de identificação de rumores é a oportunidade de nos envolvermos com alguns agentes locais. Associarmo-nos a pessoas que convidamos para os debates nos *workshops* é uma boa forma de espalhar a palavra sobre o projeto e criar um maior interesse e envolvimento das pessoas. Podemos, ainda, pedir apoio de alguns especialistas universitários no processo de pesquisa e, assim, envolvê-los na estratégia desde o início. Mas apesar de a recolha de rumores ser uma tarefa importante, é também importante não os disseminar, já que o risco de os reforçar, em vez de os destruir, é real. Neste sentido, devemos prestar atenção durante o processo de identificação (a escolha das perguntas deve ser muito cuidadosa), mas especialmente durante as estratégias de divulgação desenvolvidas no âmbito das ações e campanhas antirrumores.

## e) Identificar e recolher argumentos antirrumores

Na secção anterior vimos que uma EAR é mais do que uma campanha de comunicação destinada a difundir argumentos e dados objetivos para destruir falsos rumores. Apesar de os dados objetivos serem um ingrediente necessário para contrariar alguns tipos de preconceitos, temos de ter consciência das suas limitações no que respeita à influência sobre a perceção das pessoas e, assim, evitar que o tiro saia pela culatra quando esta estratégia for usada. Se queremos realmente reduzir o preconceito, temos também de desenvolver ações e argumentos que promovam o pensamento crítico, interação positiva e argumentos que tenham em consideração a dimensão emocional. Iremos apresentar ambas as abordagens de seguida

### *Dados objetivos e quantitativos, factos e argumentos*

Identificar argumentos antirrumores robustos e dados objetivos pode ser útil em alguns casos, dependendo do objetivo, do grupo-alvo ou do meio usado, uma vez que nos ajudam a:

- ▶ compreender melhor algumas realidades que, de outra forma, não seriam consideradas e, assim, trazer maior rigor.
- ▶ capacitar as pessoas que desejam participar no combate aos preconceitos e falsos rumores, como é o caso dos agentes antirrumores.

Ao recolher estes dados de publicações estatísticas, leis, regulamentação, diretrizes (dependendo da natureza e complexidade de cada rumor) temos de:

- ▶ recolher informação de fontes fidedignas, que prove que o rumor é falso, de que são exemplos os governos, organizações internacionais, universidades, grupos de pesquisa, etc.
- ▶ encontrar, sempre que possível, dados que estejam dissociados da realidade local e que possam ser combinados com dados a nível regional, estatal ou até global.
- ▶ recolher informações de várias fontes, combinando dados estatísticos e primários com estudos mais elaborados e específicos.

### *Argumentos qualitativos, lógicos e emocionais*

A pesquisa em várias áreas do saber, juntamente com a experiência das cidades antirrumores, tem demonstrado as limitações de disseminar dados objetivos para influenciar as perceções das pessoas. Sabemos que as nossas atitudes são formadas por uma mistura de componentes emotivos e cognitivos. Também sabemos

que tendemos a perceber e adaptar a realidade de acordo com os nossos preconceitos, e que não prestamos atenção, evitamos ou esquecemos facilmente informação objetiva que os contradiga.

Teremos um maior impacto no confronto com rumores e preconceitos se nos focarmos mais em estratégias que vão para além do uso de factos e pura estatística. Estes argumentos andam de mãos dadas com o uso de interações presenciais, com diálogos e debates que promovam o pensamento crítico. Temos de salientar que a EAR não é sobre “ensinar a verdade a algumas pessoas ignorantes e racistas”. Temos de evitar este tipo de abordagem, por ser ineficaz e errada. Devemos focar-nos na escuta ativa e na promoção de debates em que perspetivas e argumentos diferentes possam ser expostos. Como veremos com maior detalhe mais à frente, isto não significa que não vamos confrontar diretamente os preconceitos ou que vamos minimizar a importância e o impacto dos comentários e opiniões racistas. Mas como abordagem geral para atingir a maioria ambivalente da população (da qual também fazemos parte), sugerimos trabalhar nos argumentos antirrumores que:

- ▶ Levantem dúvidas e desafiem as generalizações
- ▶ Enfatizem contradições e hipocrisia
- ▶ Promovam empatia e explorem semelhanças (necessidades, interesses...)
- ▶ Promovam empatia e explorem semelhanças (necessidades, interesses...)
- ▶ Permitam reforçar ligações pessoais e interações



- ▶ Reconheçam e valorizem a diversidade
- ▶ Etc.

Vamos ocasionalmente usar também dados e argumentos mais lógicos e objetivos para suportar a nossa posição e proporcionar rigor. Mas teremos de adaptar os nossos argumentos e mensagens ao grupo-alvo e ao contexto, que não serão os mesmos num *workshop* com um jornalista ou com estudantes do secundário, ou numa conversa com os nossos vizinhos ou familiares.

Os argumentos antirrumores têm um maior efeito quando são expressos em interações presenciais e em conversas, diálogos ou debates. Neste sentido, o papel dos agentes antirrumores é de extrema importância, uma vez que serão eles quem mais vai contribuir para identificar as estratégias e os argumentos mais eficazes e que serão, mais tarde, usados em muitas das ações antirrumores. Mas os melhores argumentos antirrumores são os que surgem dos próprios cidadãos. Daí ser tão importante promover espaços e situações para conversas e diálogos com cidadãos, onde se sintam livres para expressar as suas opiniões e intervir ativamente nas discussões.

### Exemplos de argumentos antirrumores quantitativos e qualitativos

Imaginemos que tínhamos identificado o rumor “os imigrantes destroem o sistema de saúde público”.

Se investigarmos um pouco, vamos encontrar muitos dados estatísticos que contradizem esta ideia. No caso de Barcelona, por exemplo, utilizaram-se dados antirrumores que mostravam o seguinte:

- ▶ Existem evidências empíricas sólidas de que os imigrantes usam menos os serviços de saúde do que a média da população (para todas as nacionalidades e idades)
- ▶ Apenas 2% da população imigrante tem mais de 65 anos, ao passo que entre os nativos, este grupo etário no qual é gasto a maioria do orçamento para a saúde é de 24%.
- ▶ A nacionalidade não é uma variável que explique o uso diferenciado dos serviços de saúde. Este é antes determinado por uma combinação de variáveis socioeconómicas e demográficas.
- ▶ O “turismo de saúde” é um fenómeno minoritário e encontra-se principalmente entre os cidadãos da UE e dos EUA



- ▶ A assistência médica é um direito reconhecido na Declaração Universal dos Direitos Humanos

Esta informação é importante, mas é pouco provável que consigamos mudar a perceção das pessoas se nos limitarmos a difundi-la. Vamos ver então uma argumentação diferente:

- ▶ No Reino Unido muitas pessoas achavam que os imigrantes da Europa de Leste fariam colapsar o sistema de saúde. Em vez de usar muitos dados estatísticos complexos para desmistificar esta ideia, podemos simplesmente mencionar a grande quantidade de cidadãos britânicos que vivem no sul da Europa e que também beneficiam dos sistemas de saúde dos respetivos países.

Este argumento é curto e simples, mas faz refletir, porque ilustra a complexidade da interdependência e reciprocidade internacional e inclui uma componente emocional ao invocar a imagem dos cidadãos britânicos mais idosos. Não queremos com isso dizer que é inútil a partilha de dados objetivos de quantos cidadãos da Europa de Leste contribuem para o sistema social e de saúde britânico através do pagamento de impostos. Esta informação é importante, mas vamos provavelmente usá-la apenas em algumas situações específicas.

A importância de uma interação baseada em argumentos qualitativos e emocionais pode verificar-se na situação que se segue, que ocorreu em Barcelona, logo no início da EAR.

Num *workshop* num centro cultural para idosos perguntou-se a um grupo de 20 pessoas sobre o que sentiam relativamente ao aumento da diversidade e ao impacto da imigração da cidade.



No início vieram ao de cima muitos rumores negativos: “são uma ameaça para os nossos valores e identidade”, “não se querem integrar”, etc. O facilitador (um papel muito importante) não tentou contrariar estas opiniões com dados objetivos, colocou apenas perguntas mais específicas e apresentou outras realidades, sempre com respeito e escuta ativa.

Em determinada altura, um participante disse: “Bem, tenho de reconhecer que a maioria das pessoas que se levantam no autocarro para me cederem o lugar são imigrantes”. De repente, outros participantes começaram a partilhar experiências semelhantes e a criticar como a sociedade está a perder alguns valores e o respeito pelos idosos. Após um debate bastante interessante, com muitas referências à forma como outras culturas mantêm um grande respeito pelos mais velhos, o facilitador perguntou: “podemos dizer então que os imigrantes também trazem ou reforçam alguns valores positivos na nossa sociedade?” A maioria concordou e o debate pode então prosseguir com opiniões muito mais equilibradas sobre o impacto da diversidade. Alguns participantes lembraram que os seus pais foram também imigrantes e que tiveram muitas dificuldades quando chegaram a Barcelona.

Este é um bom exemplo para perceber que não nos podemos concentrar demasiado em rumores e dados, mas antes em dar espaço para debates e conversas mais descontraídas, de onde possam surgir argumentos antirrumores, conseguindo assim um maior impacto do que com a mera apresentação de dados.

### 3. Envolver agentes relevantes e motivados: a base da futura rede antirrumores

A criação de uma rede antirrumores é um dos elementos mais importantes da EAR. Como referido anteriormente, esta não é mais uma política municipal, mas uma estratégia de longo prazo que requer o envolvimento e a participação de vários agentes sociais.

A experiência de várias cidades mostra que há muitas formas de criar, dinamizar ou coordenar esta rede. As suas funções, performance e tamanho, assim como o perfil dos seus membros, podem variar muito de cidade para cidade. Algumas têm abertura para quem quiser participar, enquanto noutras se dá maior importância a um perfil específico para os participantes. Algumas redes são mais formais, têm vários grupos de trabalho e um plano de ação bem definido, enquanto outras são mais informais e flexíveis, mas mantêm um bom nível de participação.

■ A cidade de **Loures** criou uma rede antirrumores com vários tipos de intervenientes para implementar a sua campanha “Loures livre de Rumores”. Esta rede inclui diferentes departamentos municipais (gestão de espaço público, habitação social, integração, juventude, desporto, educação, cultura, coesão social, gestão de água e resíduos) e outros agentes públicos e privados (o hospital local, EDP, IKEA, farmacêutica Hovione).

■ A rede antirrumores de **Barcelona** foi criada em 2010 e conta atualmente com cerca de 400 entidades, mais de 500 indivíduos e a Câmara Municipal. Os membros são principalmente entidades sociais, mas também outros agentes como bibliotecas públicas, centros culturais e educacionais e associações de comércio. A rede é estruturada à volta de três tipos de áreas de trabalho diferentes, que são a comissão estratégica, a comissão para a dinamização da estratégia e os grupos de trabalho centrados nos bairros, a comunicação e a formação. Há vários graus de envolvimento e participação na rede e todos os anos há sessões plenárias para, por exemplo, se adotar o plano de ação da rede. Os membros partilham materiais e recursos antirrumores, desenvolvem atividades conjuntas e conduzem atividades, adaptando a abordagem antirrumores às suas esferas de ação específicas. O plano de ação em curso (2016-2020) define objetivos, linhas de ação, ações, níveis de participação e a estrutura operacional da rede.

■ A rede antirrumores de **Cartagena** divide-se em três áreas ou grupos de trabalho: o grupo central que lidera a estratégia e que é constituído por representantes de diferentes departamentos municipais e entidades da cidade; o grupo da informação, constituído por 40 pessoas com perfil técnico e que pertencem a departamentos municipais e entidades sociais; e o grupo de voluntários, que é atualmente formado por jovens de diferentes nacionalidades.

Para as cidades que queiram implementar uma EAR, esta variedade de tipos de redes constituem exemplos e inspiração de outras cidades com situações semelhantes, exemplos que podem ser adaptados após implementação. Mais uma vez, a flexibilidade e adaptabilidade a diferentes contextos é crucial.

Há inúmeros exemplos de cidades que beneficiaram das redes já existentes e das suas estruturas de trabalho.

■ A rede antirrumores da cidade **da Amadora** foi iniciada pelo Conselho Local de Ação Social (CLAS), criado em 2003 e constituído por 74 agentes. O ponto de partida consistia numa formação antirrumores ministrada aos membros interessados do CLAS.

■ A “Rede para a Transmissão de Valores e Mensagens Positivas” de **Santa Coloma de Gramenet** é uma rede pioneira em Espanha, com 12 anos de experiência no âmbito da coesão social e convivência, civismo e boas relações entre vizinhança. Os seus mais de 400 membros, de 70 organizações, incluem associações de moradores, grupos de mulheres, associações culturais de diferentes origens, associações religiosas (católicas, muçulmanas, protestantes, ortodoxas, etc.) e desportivas. Esta rede decidiu adotar a abordagem antirrumores e formar os cidadãos para se tornarem agentes antirrumores e combaterem preconceitos e falsos rumores.

■ A ilha de **Tenerife** iniciou um grupo de trabalho antirrumores no âmbito de um projeto a longo prazo chamado “Juntos na mesma direção”, em que foram envolvidos uma grande variedade de diferentes agentes ao longo dos anos. O grupo de trabalho é especialmente produtivo, dinâmico e criativo, tendo desenvolvido campanhas de consciencialização extremamente inovadoras. Uma destas ideias inovadoras é a criação de um grupo de trabalho antirrumores, constituído por crianças que se envolvem em debates e noutras atividades antirrumores.



Independentemente da sua organização, as redes antirrumores devem:

- ▶ ter a capacidade de tomar decisões e de contribuir de forma eficaz para o desenvolvimento da EAR através de propostas, debates, atividades e materiais de comunicação;
- ▶ criar um espaço de participação que permita o envolvimento de diversos perfis de pessoas e instituições;
- ▶ atribuir à estratégia uma identidade à escala da cidade, que vá para além da política pública elaborada exclusivamente nos gabinetes da Câmara Municipal;
- ▶ contribuir para aprofundar a abordagem intercultural e o discurso da gestão da diversidade.

Por que é importante?

- ▶ Porque a rede expande o efeito da EAR a áreas ou contextos que se encontram fora do alcance do município. É uma forma de mobilizar mais recursos e criar sinergias positivas entre vários agentes.
- ▶ Construir uma rede robusta é também uma forma de perceber a “engrenagem” do rumor. Permite-nos entender melhor a realidade e não apenas determinar a extensão dos rumores, mas também nos ajuda a identificar as melhores formas para combatê-los.
- ▶ A rede contribui também para desenvolver responsabilidade e solidariedade entre os seus participantes, envolvendo-os na persecução de um objetivo comum, que é relevante para a coesão e desenvolvimento da cidade.





A rede cumpre objetivos diferentes, entre os quais se incluem:

- ▶ agir como um grupo de proximidade no seio da comunidade em questão, promovendo a compreensão e o contacto;
- ▶ discutir ideias e a sua implementação;
- ▶ dar conselhos e orientação para as campanhas antirrumores;
- ▶ propor, elaborar e implementar intervenções;
- ▶ prolongar a ação no futuro e criar sustentabilidade.

A nossa experiência mostrou que um dos principais objetivos da rede é dar aos seus membros inspiração, metodologias, ferramentas úteis, apoio e formação, para que possam incluir a abordagem antirrumores na sua vida quotidiana e no seu trabalho.

### *Elementos a considerar quando se cria a rede*

Quando a administração da cidade promove um espaço participativo, é muito importante clarificar qual a sua natureza. Os pontos que se seguem devem ser cuidadosamente considerados antes de começar: que estrutura deve ter a rede, em que prioridades, públicos-alvo e ações antirrumores deve a rede envolver-se, como vão ser tomadas as decisões, o que vai oferecer aos seus membros e como vai a rede ser organizada e coordenada.

Relativamente ao grau de autonomia das redes no processo de decisão, há casos em que têm um caráter mais consultivo, enquanto noutros têm um grande poder de decisão. A escolha deve depender da vontade política, da cultura participativa e da “tradição” de cada cidade, do perfil dos coordenadores, da riqueza e da estrutura da sociedade civil e de outros fatores. A experiência de outras cidades demonstra que a escolha da autonomia da rede está sujeita a alterações. Vamos provavelmente começar com um conceito (seja uma rede formal ou informal, grande ou pequena, mais homogênea ou diversa, etc.) que vai evoluir progressivamente. E teremos de ajustá-lo, dependendo de fatores como o nível de envolvimento dos participantes, resultados e novos participantes que vão aparecer durante o processo.

Mas mantém-se uma questão: após a criação da rede antirrumores, devemos expandi-la e abri-la a novos membros ou, ao contrário, devemos ser mais comedidos no início e envolver mais intervenientes progressivamente? Ambas as opções são possíveis. Em qualquer dos casos, pela experiência dir-se-ia que envolver novos agentes é necessário e que é a natureza e dimensão da rede que mais importam, assim como uma gestão apropriada. Todas as redes são construídas com base na ideia de que uma estratégia de sucesso deve promover a participação de agentes que não se limitem ao município, como é o caso das ONGs, organizações da comunidade, organizações universitárias, o setor privado e, claro, os grupos-alvo.

### *Como atrair membros para a rede e qual o seu grau de envolvimento?*

Captar o interesse. Partimos da ideia de que as pessoas que fazem parte da rede têm um certo interesse em melhorar as relações sociais e a convivência nas suas cidades. É provável que já tenham trabalhado ou que já tenham estado envolvidos em projetos sociais e interculturais.

Para despertar interesse pela estratégia, podemos usar o processo de identificação de rumores, convites para *workshops* e, claro, e-mails informativos, redes sociais e telefonemas para chegar a potenciais membros. A proposta de formação antirrumores é uma boa forma de atrair pessoas interessadas na estratégia. As



apresentações públicas do projeto e o eventual eco nos meios de comunicação também podem ser formas de chamar a atenção de alguns participantes.

**Sublinhar os benefícios de fazer parte da rede**, tais como: a oportunidade de fazer parte de uma abordagem rigorosa e inovadora, criada para promover a consciencialização através de uma estratégia global focada nos rumores e na redução do preconceitos; a formação; acesso a recursos práticos e partilhados (web, panfletos, orientações metodológicas, boas práticas, etc.); o sentimento de pertencer a uma iniciativa empolgante e inovadora; maior visibilidade e trabalho em rede; e ligação a outros agentes a nível local e global. Estarão a contribuir para um processo emocionante, que está a provocar respostas úteis e inovadoras que reforçam a coesão social e o desenvolvimento global da sua cidade.

**Consolidar a relação.** Para assegurar a sustentabilidade da rede, é importante definir um bom enquadramento para uma relação a longo prazo. Os seus membros devem sentir que as suas opiniões são consideradas, razão pela qual mal-entendidos ou expectativas desajustadas devem ser logo esclarecidas. Sempre que se realizarem reuniões, é necessário imprimir um ritmo suficientemente rápido para evitar que os participantes se desinteressem devido a, por exemplo, se dedicar demasiado tempo a tomar decisões sem seguimento ou ações concretas para implementá-las. Durante o pico das atividades, e para não saturar os participantes, as reuniões devem ter sempre objetivos e conteúdos claros, evitando assim que os agentes sintam que estão a perder o seu tempo.

No que respeita ao nível de envolvimento, é importante salientar que os espaços participativos têm de ser flexíveis e adaptáveis a uma ampla variedade de perfis. Se a rede for exigente em termos de tempo e dedicação e a maioria dos membros forem profissionais de organizações já habituadas a trabalhar nestes assuntos, o desafio consiste em atrair diferentes tipos de perfis. É importante evitar a “homogeneização” da rede, que deve ser diversa, tanto numa perspetiva intercultural como em relação aos perfis profissionais, etários, etc.

Um dos principais objetivos da estratégia é, de facto, envolver, muitas pessoas diferentes, e há várias maneiras de fazê-lo: colaborando numa ação específica, incluindo a abordagem antirrumores no âmbito do trabalho, participando em sessões

de formação, criando recursos antirrumores, fazendo pesquisa académica, participando na divulgação de mensagens antirrumores, entre outras

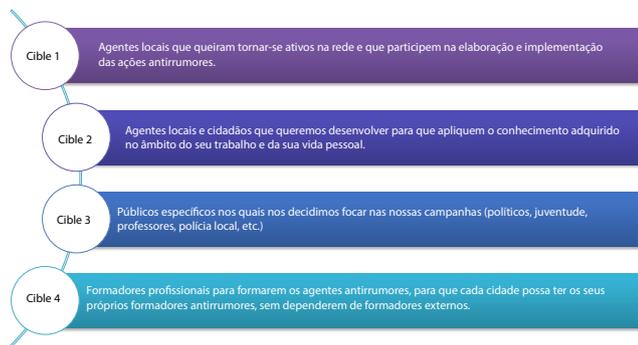
## 4. Formar agentes antirrumores

Formar agentes antirrumores é um dos elementos chave da EAR, uma vez que um dos principais objetivos é desenvolver as pessoas usando mais conhecimento teórico, competências e ferramentas práticas, para que sejam mais eficientes quando questionarem preconceitos e rumores. Como referido anteriormente, estamos a lidar com assuntos muito complexos e sensíveis e é necessário mais do que boa vontade para conseguir um impacto real na perceção dos cidadãos. Temos de ser muito rigorosos, mas ao mesmo tempo temos de motivar e envolver as pessoas de várias formas.

### Quem?

Antes de mais, temos de perceber quem queremos formar? Porquê? E para fazer o quê? Como vão ser envolvidos na futura estrutura e na implementação da campanha? Só queremos formar os membros da rede antirrumores? A formação é uma ação de consciencialização por si só e por isso devíamos formar o maior número de pessoas possível? Se começarmos a ministrar formação antirrumores sem responder a estas perguntas, corremos o risco de não saber o que fazer após a formação. Este é um ponto crucial. Queremos formar as pessoas para se tornarem agentes antirrumores, mas temos de lhes dar um enquadramento prático e concreto, assim como ferramentas para que consigam entender o que têm de fazer com o conhecimento adquirido.

No início, as cidades terão de formar a equipa central da EAR e os agentes que estiverem mais envolvidos na estratégia. Assim que as principais prioridades e os públicos-alvo estiverem identificados, as cidades terão de ser proactivas a identificar e atrair perfis específicos de pessoas que queremos envolver como agentes antirrumores. Se decidirmos focar-nos na juventude, teremos de formar pessoas que tenham experiência e influência entre os jovens. Da mesma forma, se o nosso alvo for um bairro específico, teremos de encontrar pessoas desse bairro, com um perfil que faça delas potenciais agentes antirrumores eficientes.



## Que conteúdo?

Ainda que tenhamos de adaptar a formação antirrumores a objetivos e grupos específicos, o seu conteúdo principal deve incluir alguns tópicos comuns:

- ▶ Introdução à EAR: princípios, objetivos e metodologia.
- ▶ O conceito abrangente de cultura e como influencia e restringe a nossa perceção do mundo
- ▶ Introdução ao enquadramento teórico da abordagem da diversidade, com ênfase na interculturalidade.
- ▶ Análise dos principais elementos conceptuais que permitem compreender os conceitos-chave da estratégia antirrumores: estereótipos, preconceitos e rumores. O que são? Como são criados e como funcionam? Quais são os seus efeitos na sociedade?
- ▶ Como reduzir preconceitos e estereótipos: quais os riscos? Quais os métodos mais eficazes? Como podemos aplicá-los?
- ▶ Competências comunicacionais para consciencializar e desconstruir rumores em interações presenciais.
- ▶ Exemplos de campanhas antirrumores, ferramentas e ações de sucesso no combate aos preconceitos.
- ▶ Diferentes dinâmicas de formação (para a formação dos formadores).

O conteúdo e duração da formação dos agentes antirrumores tem vindo a evoluir e há já diferentes modelos e opções. Podemos, no entanto, identificar dois tipos de formação:

- ▶ O conteúdo básico e fundamental: a formação básica de agentes antirrumores deve incluir os tópicos referidos

anteriormente e a duração pode variar entre a formação mais básica e intensiva (8 horas) e a formação mais extensiva e formal (14-20 horas)

- ▶ Conteúdo mais específico e complementar: dependendo do objetivo e do grupo a que a formação é destinada, devemos desenvolver sessões e módulos complementares, dando maior ênfase a tópicos específicos (por exemplo, como usar as redes sociais como ferramenta antirrumor, metodologias específicas para professores usarem na sala de aula, formação adaptada a políticos ou à polícia local, etc.) Estas sessões podem durar 2-4 horas e constituem uma ferramenta fantástica para complementar os conteúdos fundamentais e para atrair pessoas para uma formação mais completa.

A formação completa vai fazer com que os participantes se tornem agentes antirrumores e deve distinguir-se de formatos mais específicos, que não são o suficiente para formar agentes antirrumores. Um mínimo de 8 horas de formação será necessário para adquirir conhecimentos básicos para um agente antirrumores.

Alguns dos exemplos de ofertas de formação existentes:

■ **Bilbao** oferece uma formação diferente, focada em vários grupos. A formação básica (cerca de 170 pessoas foram formadas até agora) está aberta a intervenientes em vários bairros, tais como membros de associações, centros culturais e desportivos, cidadãos, etc. Há também formatos destinados a técnicos do município, a políticos e meios de comunicação, e outros formatos que foram identificados pelos participantes da rede de acordo com as suas necessidades, onde se incluem, "rumores na escola", "criatividade em ações antirrumores", "ciberativismo contra o ódio e a intolerância" ou «género e islamofobia".

■ **Em Nuremberga** a formação foi divulgada através de convites públicos para grupos específicos. Para os funcionários das cidades de Nuremberga, Fürth, Erlangen e Schwabach, as sessões de formação de 2017 fazem parte da oferta do programa de formação da academia da cidade. A formação é organizada em 4 módulos de 3 horas cada (12 horas no total).

■ **Em Barcelona**, mais de 1500 membros de serviços municipais e de outras instituições, assim como cidadãos individuais, foram formados por agentes antirrumores. O conteúdo da formação tem vindo a evoluir e a duração atual do curso básico é de 20 horas (5 sessões de 4 horas). Os conteúdos mais recentes incluem uma sessão sobre novas ferramentas para combater os rumores nos média. O Guia Prático para Agentes Antirrumores, que foi publicado pelo município, fornece informação para complementar os conteúdos da formação. Inspirou muitas outras cidades, que desenvolveram os seus próprios materiais de formação, adaptando-os a temas diferentes.



Getxo também tirou partido desta variedade de formatos para formar os seus agentes antirrumores, com um curso básico antirrumores (13 horas), com o curso “Antirrumores em Movimento” (uma forma inovadora de formação intensiva durante um fim de semana), um curso para pessoal administrativo (12 horas) e seminários aprofundados sobre diferentes temas (3-4 horas).

### *A importância da “formação dos formadores”*

Apesar de num primeiro momento a cidade necessitar de suporte externo para ministrar formação antirrumores, deve desde cedo identificar os seus futuros formadores para assegurar a autonomia da sua EAR. Uma das principais tarefas será desenvolver conteúdos e materiais adaptados ao contexto local e à realidade das campanhas antirrumores. Deve distribuir-se algum material de suporte após a formação, que permita aos formandos continuar a trabalhar. Pode ser útil refletir em conjunto sobre a forma como os que forem formados podem ser apoiados posteriormente como um grupo, para manter o ímpeto, para ajudá-los a construir uma rede entre eles e para encorajá-los a desenvolver atividades antirrumores que cheguem a uma audiência mais abrangente, com o intuito de promover um efeito bola de neve.

Em todas as cidades envolvidas no projeto C4i, foram promovidas sessões intensivas de “formação de formadores” a partir das quais muitos construíram as suas próprias formações para agentes antirrumores. É o caso de **Erlangen**, **Botkyrka**, **Patras** e principalmente **Limerick** que desenvolveram os seus próprios módulos, destinados a diferentes domínios e perfis. A formação antirrumores provou ser muito eficaz no envolvimento e desenvolvimento de pessoas que, mais tarde, se envolveram no planeamento e implementação de ações e que participaram ativamente em campanhas antirrumores.

### *Evolução e adaptação dos conteúdos a partir de uma abordagem multidisciplinar*

A formação de agentes antirrumores continuará a evoluir e a incorporar novos métodos que tenham provado a sua eficácia. Poderá acontecer sempre que houver envolvimento de novos especialistas ou formadores, que trazem a sua experiência relativamente a tópicos como interculturalidade, anti discriminação, igualdade de género, etc.

Temos de incluir a experiência e o conhecimento de uma grande variedade de disciplinas, como a antropologia, a psicologia social, a comunicação e a pedagogia, mas temos também de estar atentos às contribuições de campos como a neurociência, as artes ou a tecnologia aplicada às questões sociais. A essência da EAR consiste em promover a colaboração e o diálogo entre diferentes agentes, mas também em manter a mente aberta (e evitar preconceitos) a estudos e conhecimentos atuais.

## **B. Planear e implementar ações antirrumores**

Os passos que abordamos até agora são uma parte crucial da EAR, mas ainda não referimos uma parte essencial da estratégia: o desenvolvimento de ações específicas antirrumores, com que pretendemos atingir objetivos em particular.

Antes de analisar os diferentes tipos de ação que podem ser desenvolvidos, temos de mencionar alguns elementos comuns para a elaboração de ações individuais, integradas na estratégia global, que nos vão ajudar a entender, contextualizar e viabilizar uma intervenção mais eficaz. Ainda assim, é importante manter a flexibilidade, que é intrínseca a toda a EAR e que se deve estender à implementação das ações.



## Relação com os objetivos e princípios da estratégia

Em primeiro lugar, temos de lembrar que as ações desenvolvidas têm de ser orientadas para os objetivos da estratégia e têm de ser inspiradas pelos seus princípios:

Objetivos	Princípios
Envolver e desenvolver uma grande variedade de intervenientes	Reforçar o compromisso político
Promover pensamento crítico e consciencializar	Identificar e atrair a maioria ambivalente
Influenciar a agenda política e social	Garantir la « dimension collective » à l'échelle de la ville
	Promover a criatividade
	Garantir rigor e resultados

## A estratégia global vs. ações específicas

A EAR é uma estratégia da cidade para desencadear um processo de mudança social a longo prazo, que evolui com o tempo. Não é um projeto ou uma campanha com uma duração limitada de 6 meses ou um ano. A EAR tem objetivos globais e requer uma série de ações com caráter mais estável e permanente: manter o compromisso político e uma equipa de trabalho estável, consolidar e expandir a rede antirrumores, ministrar formação antirrumores e prosseguir uma estratégia de comunicação global no âmbito da EAR.

Por outro lado, já foi mencionado que a EAR não é uma campanha de sensibilização baseada na comunicação, ainda que esta possa ajudar a conseguir parte dos seus objetivos. Uma das principais prioridades da EAR consiste em trabalhar de uma forma mais intensiva em espaços que permitam um maior nível de interação, diálogo e pensamento crítico: nos bairros, escolas, centros culturais, centros desportivos, bibliotecas, universidades, todos os tipos de associações, instituições públicas, empresas, espaços públicos, redes sociais, hospitais, etc. Isto permite-nos “mergulhar” nas interações presenciais de forma a conseguir um maior impacto.

Podemos, assim, diferenciar uma dimensão mais genérica da EAR, de outra mais específica e intensiva. Não podemos fingir que influenciámos a perceção dos cidadãos e que resolvemos

os rumores e preconceitos identificados logo no início. Logo, é essencial priorizar e elaborar estratégias e planos de ação no âmbito da estratégia global, centrados em objetivos e grupos específicos da população.

## Estabelecer objetivos e grupos específicos

- ▶ Estabelecer objetivos claros
- ▶ Identificar grupos prioritários
- ▶ Identificar ações, ferramentas, mensagens e canais a usar
- ▶ Identificar agentes e parceiros a envolver
- ▶ Vincular e integrar iniciativas existentes
- ▶ Planear e implementar ações antirrumores
- ▶ Monitorizar e avaliar

## O processo de decisão

Uma das partes mais importantes da elaboração das ações e campanhas antirrumores está ligada ao processo de decisão. Quem decide quais as prioridades, alvos e ações e como?

Graças ao diagnóstico antirrumores, teremos uma ideia bem mais clara de quais são os desafios mais relevantes na nossa cidade relativamente a questões de diversidade, rumores e preconceitos. Ainda assim é importante priorizar algumas partes da população. Temos de ser realistas e proactivos na seleção de grupos específicos, assim como na definição de aliados e agentes locais que podem potenciar o impacto das nossas ações.

A forma como o processo de decisão é administrado deve ser claro desde o início, caso contrário processo de gestão poder-se-á tornar ineficiente. Isto não significa que não haja espaço para evolução e flexibilidade durante o processo, até porque a consolidação de algumas dinâmicas leva tempo e exige capacidade de adaptação.

## Desenvolvimento orgânico da estratégia vs. a necessidade de começar a “fazer algum barulho”

Seguir um plano de trabalho, com uma metodologia e atividades planeadas, é muito importante. Não podemos, no entanto, esquecer de deixar espaço para a flexibilidade, criatividade e reações espontâneas.

As cidades precisam com frequência de tempo para elaborarem campanhas e projetos antirrumores que sejam específicos, de

forma a atrair pessoas e intervenientes motivados, a divulgar as mensagens principais e a perceber as reações e o impacto. Fazer algum barulho, com algumas ações de comunicação e eventos públicos, mostrou ser uma boa estratégia para encontrar os melhores aliados e oportunidades para ligar a EAR a iniciativas existentes. Isto obriga-nos, no entanto, a acompanhar estas oportunidades e a não perder o momento. Não devemos criar expectativas que depois não temos capacidade de cumprir. É preferível não criar demasiado burburinho se afinal não estivermos preparados para corresponder às expectativas. Temos de assegurar um desenvolvimento apropriado e concentrar-nos em conteúdos sólidos antes de começar a divulgar mensagens e a implementar ações.

### *O efeito de “contágio”: os benefícios de “perder o controlo”*

É importante salientar que as pessoas que implementam a EAR vão “perder o controlo” sobre algumas das ações. Novos intervenientes vão surgir ao longo do processo, novos agentes vão aparecer, inspirados pela abordagem antirrumores, e vão decidir realizar ações de forma independente nas suas esferas de ação (escolas, ONGs, centros desportivos, etc). Esta realidade deve ser encarada como um indicador de sucesso, uma vez que um dos principais objetivos da estratégia é divulgar a abordagem e acrescentar novos intervenientes, ainda que ajam de forma independente em relação ao espaço de decisão da EAR. Assumir uma postura flexível é crucial, de forma a não limitar ou reprimir esta “dispersão” com critérios metodológicos rígidos. Sempre que possível, é desejável identificar estas ações e liga-las à estratégia.

Em muitas cidades, estas ações contribuíram para enriquecer a estratégia e para abrir novas portas, das quais podemos tirar partido. Ainda assim, é importante transmitir a ideia de rigor e partilhar as lições aprendidas (erros, na sua maioria), para evitar que estas ações usem premissas e metodologias erradas, que já tenham provado ser ineficazes ou até contraproducentes.

### *Tirar partido da experiência para ser mais eficaz*

Quando se planeiam atividades para reduzir preconceitos e estereótipos, é importante ter em consideração os conhecimentos a experiência acumulada. O conhecimento de projetos bem-sucedidos, a pesquisa académica e a experiência de cidades que já trabalham com estas questões ajudam a definir possíveis linhas de ação com eficácia comprovada. Assim, as ações individuais devem:



- ▶ Promover a responsabilidade e a ação coletiva e individual.
- ▶ Promover conhecimento e pensamento crítico.
- ▶ Identificar contradições, enquadramento cultural, etnocentrismo ou hipocrisia.
- ▶ Trabalhar numa dimensão emocional, promovendo a empatia e a experiência pessoal.
- ▶ Facilitar a individualização e reconhecer a diversidade dos membros de grupos estereotipados;
- ▶ Dar ênfase à identificação e reconhecer semelhanças e categorias comuns partilhadas.
- ▶ Promover dinâmicas e espaços de interação positiva.
- ▶ Criar identidades novas, mais globais e inclusivas, baseadas em processos de cooperação, para que se atinjam objetivos comuns.

### *Classificação das ações*

Podemos classificar as ações antirrumores de acordo com critérios diferentes, que se prendem com as nossas prioridades, diagnóstico, contexto e objetivos, de acordo com:

Algumas ações serão contínuas (e terão à sua disposição canais como a internet e redes sociais) ou poderão ser ações únicas (organizar um evento, *workshop* ou seminários). Outras ainda serão organizadas no âmbito de campanhas com objetivos e grupos definidos e calendário próprio.

### *Base da avaliação: de onde para onde?*

Não podemos esquecer que estamos a implementar a EAR porque queremos mudar alguma coisa. Esperamos, assim, atingir alguns objetivos e conseguir resultados concretos. Temos de ter a certeza, desde o início, do que estas mudanças e resultados devem ser e de como vamos perceber e medir até que ponto foram atingidos.



Esta é a razão por que a avaliação da estratégia deve ser definida desde o início, com todos os indicadores, metodologia e ferramentas necessárias. A monitorização das ações e campanhas é um pré-requisito para um desenvolvimento eficaz e para a sua sustentabilidade.

## 1. Comunicação e difusão

Ainda que a EAR seja muito mais do que uma campanha de comunicação, teremos sempre de considerar a dimensão da comunicação e os seus potenciais objetivos.

### Objetivos

- ▶ Visualizar e demonstrar o real envolvimento da administração local e da cidade em colocar este tópico na sua agenda e em priorizá-lo.
- ▶ Recorrer aos agentes locais, instituições, profissionais e cidadãos que possam estar interessados em participar na estratégia (como agentes antirrumores, como membros da rede, etc.)
- ▶ Encorajar outras entidades ou profissionais a incluir esta abordagem na sua atividade diária.
- ▶ Suscitar interesse e fazer com que as pessoas pensem sobre o impacto negativo dos preconceitos e rumores que circulam

na sua cidade, em torno da diversidade e das pessoas de diferentes origens.

- ▶ Analisar as reações e o interesse no projeto (dos média, dos agentes locais, cidadãos, etc.).
- ▶ Complementar com ações mais intensivas e qualitativas de sensibilização em vários contextos.
- ▶ Envolver artistas locais, juventude ou cidadãos, pedindo-lhes para elaborarem uma ferramenta de comunicação.

### A adaptabilidade necessária das ações

Em todas as nossas ações, mas especialmente naquelas mais focadas na comunicação, temos de ter em conta três fatores que serão cruciais para conseguir um maior impacto:

- ▶ O conteúdo/mensagem: Que mensagem queremos comunicar? A eficácia da nossa intervenção vai depender, em grande medida, da capacidade de adaptar o conteúdo aos objetivos específicos, grupo-alvo e canal. Para além disso, a mensagem deve ficar na cabeça das pessoas, o que pode ser potenciado se os nossos argumentos antirrumores tiverem em consideração dois ingredientes principais da abordagem antirrumores: emoções e criatividade.

- ▶ O canal/mensageiro: é essencial identificar e envolver pessoas e agentes sociais com uma maior capacidade de influenciar o grupo-alvo.
- ▶ O contexto: antes de elaborar qualquer mensagem e ação de comunicação, temos de considerar as circunstâncias do contexto no qual vamos intervir. As percepções dos cidadãos podem ser influenciadas por muitos fatores, como a atual situação política (aumento dos discursos populistas e xenófobos), o impacto de uma crise económica ou por um período de maior fluxo de refugiados, entre outros fatores. Além disso, se nos quisermos focar em tópicos relacionados com o mercado de trabalho, educação ou saúde, temos de considerar os desafios destas áreas antes de enviar qualquer mensagem que possa ser mal interpretada.

### Evitar efeitos contraproducentes

Um dos equívocos mais comuns é considerar que fornecer mais informação pode destruir os rumores. A experiência mostra, porém, que por mais que essa informação seja constantemente corrigida, a influência dos rumores vai manter-se. Há ainda outro aspeto complexo: desmistificar um rumor pode, na verdade, reforçá-lo. Vários “efeitos contraproducentes” foram observados, resultado da popularização de mitos e rumores, que acabaram por despoletar uma reação oposta e que resultou da apresentação de demasiados argumentos e evidências.



Há alguns exemplos criativos de ferramentas de comunicação antirrumores que conseguiram impactos significativos na divulgação da EAR, no envolvimento de agentes-chave e na capacidade de chegar a audiências mais vastas.

### a) Logotipos e *slogans*

Construir uma identidade global e inspiradora para a EAR de uma cidade é muito importante, pelo que logotipos e *slogans* desempenham um papel essencial. Recomenda-se que a EAR tenha uma imagem distintiva e que seja acompanhada por um logotipo e um ou mais *slogans*, para criar interesse e chamar a atenção de uma forma positiva e original. Estes podem ser elaborados com a ajuda de alguns agentes sociais e cidadãos, como uma forma de vinculá-los à estratégia, de promover a criatividade e de criar envolvimento.

Vincular agentes antirrumores, organizações, escolas, funcionários municipais, juventude, etc. através da criação conjunta de um logotipo e *slogans* vai reforçar a “dimensão da cidade” da estratégia e a conexão entre os cidadãos e a estratégia. Se forem ainda criativos e estiverem relacionados com a identidade da cidade, a mensagem ficará então na cabeça das pessoas e terá um maior impacto.

### b) Apresentações públicas

A determinada altura será necessário fazer uma apresentação pública da EAR, para explicar a decisão de implementar a estratégia, mostrar o envolvimento político e para que agentes locais

■ “Não se encharque com rumores!” A cidade e de Bilbao usou um guarda-chuva como logotipo, o que inspirou mais tarde a cidade de Patra a usar guarda-chuvas reais como símbolo antirrumores..



“Cuidado com os rumores. Não siga a multidão”. O papagaio do logo de Getxo merece uma menção especial, porque inspirou muitas outras cidades como Amadora, Botkyrka, Erlangen e Patras..



“Não papagueie, questione! É o que” diz o papagaio de Erlangen..



“Pense duas vezes antes de agir” sugere o papagaio de Botkyrka.



“Não alimente o rumor” alerta o papagaio da Amadora. .



Com “O rumor não tem arte” Jerez de la Frontera optou por um logotipo criativo, ligando a identidade EAR a uma popular expressão do flamenco.



“Vaccine-se contra os rumores. Não se deixe adoecer” de uma das campanhas mais criativas de Tenerife.



“Não alimente o monstro dos rumores. Coma-o!” de Santa Coloma de Gramenet..



“Loures livre de rumores” e “Cartagena livre de rumores” é um slogan direto e claro.

e cidadãos tomem conhecimento desta decisão. Será útil para solicitar participação ativa e para envolver futuros agentes da rede, mas também para analisar a reação do público e dos média.

■ **Na Amadora**, a estratégia antirrumores foi apresentada ao Presidente da Câmara, aos representantes de 17 autoridades locais, funcionários municipais, membros do Conselho Local de Ação Social (CLAS) e representantes de 43 parceiros. A apresentação durou dois dias e foi seguida por *workshops* de identificação de rumores. Os participantes identificaram os rumores sobre a cidade da Amadora, os mais generalizados e os que se relacionam com a população imigrante.

■ **Em Bilbao**, a apresentação pública da estratégia antirrumores foi organizada numa praça no bairro de Deusto (alvo da primeira campanha antirrumores de Bilbao), através de uma representação teatral que abordava questões sobre diversidade e imigração no bairro. O palco foi decorado com guarda-chuvas, símbolo da campanha antirrumores de Bilbao e da proteção contra rumores.

■ **Nuremberga e Erlangen** coorganizaram um evento, logo no início da EAR, para que organizações decisivas tivessem a oportunidade de debater a relação entre rumores e interculturalidade. Convidaram especialistas para apresentarem as suas opiniões sobre os rumores e o seu contexto mais abrangente. O evento ajudou a dar visibilidade à EAR nas

duas cidades, proporcionou o suporte necessário para criar uma rede e forneceu visões importantes de como avaliar o projeto. Permitiu também que os participantes expressassem motivos de preocupação antes ainda de as campanhas serem planeada em detalhe.

### c) Materiais e recursos de comunicação

As cidades desenvolveram uma grande quantidade de material criativo, numa tentativa de fazer chegar a EAR e os conteúdos antirrumores a audiências mais vastas e de complementar as ações mais intensivas no terreno. Entre elas encontram-se folhetos informativos, vídeos virais, bandas-desenhadas, canções, contos, produtos multimédia, copos, t-shirts, sacos, entre outros objetos.

### Bandas-desenhadas



■ **Barcelona** criou quatro edições da banda-desenhada “Blanca Rosita Barcelona”, com histórias quotidianas simples sobre convivência e sobre como abordar os rumores e estereótipos mais comuns sobre diversidade. Miguel Gallardo, um artista famoso, é o autor desta banda-desenhada.



■ **Erlangen** organizou a exposição de banda-desenhada “Vem como és e sairás diferente” na Câmara Municipal.

Várias outras cidades, como Amadora, Nuremberga e Getxo, usaram a banda-desenhada como ferramenta antirrumores.

### Panfletos, brochuras e infográficos



Barcelona



Limerick



Sabadell

### Vídeos



Várias cidades e organizações produziram vídeos com conteúdos antirrumores, como é o caso do vídeo produzido pela CEAR no País Basco “Não te deixes enredar” pelo rumores.



“Tudo aconteceu sem querer” é um fantástico conto antirrumores sobre a origem de um rumor na turma e das suas consequências, um conto que resultou da colaboração entre escritores profissionais e artistas de Fuenlabrada.



Vídeos com histórias, em Tenerife.



■ **Loures** criou um vídeo fantástico sobre o processo de construção da sua ação antirrumores de “arte urbana”.



■ O vídeo “Não alimente o rumor” da **Amadora**.



■ **Bilbao** desenvolveu um jogo, sob a forma de uma raspadinha e de uma aplicação online, que permite o acesso ao utilizador, esteja ele “protegido” ou “encharcado” pelos rumores.



■ Sessão fotográfica em **Sabadell**.



■ Faixas antirrumores de **Santa Coloma de Gramenet**: “Perante os rumores: refresque as suas ideias. Informe-se, reflita, atue.”



■ Exposições antirrumores em **Tenerife, Nuremberga e Erlangen**.



■ Marcadores de livros antirrumores de Getxo.

## Material de Marketing



■ Os produtos de marketing antirrumores produzidos pelas cidades, entre eles panfletos, sacos, copos de plástico, faixas, cartazes, t-shirts e até comprimidos antirrumores em Tenerife.



## d) Canais de comunicação

### Os média generalistas

Ainda que os média contribuam fortemente para disseminar mensagens que reforçam os preconceitos e rumores, em alguns casos podem também converter-se em potenciais aliados.

Mensagens, *slogans*, imagens e informação produzida, ou seja, tudo o que estiver relacionado com a campanha, deve ter uma componente comunicacional atrativa. Podemos tentar atrair a

atenção dos média fazendo conferências de imprensa, enquanto noutras ocasiões serão os próprios média a bater à porta à procura de mais informação sobre a estratégia. O resultado é um efeito de espelho que pode resultar numa grande cobertura dos média, seja da imprensa, rádio ou televisão, e que nos permitirá alcançar uma audiência mais alargada.

Os média podem também ser o público-alvo das atividades antirrumores. Podemos identificar aqueles que reforçam os estereótipos negativos e os falsos rumores no tratamento das suas notícias. Os agentes antirrumores podem, então, conduzir as suas ações no sentido de identificar e pôr em causa estes estereótipos e rumores disseminados pelos meios de comunicação e fornecer evidências das suas fraquezas ao nível da argumentação, salientando inconsistências e distorções da realidade. Isto pode ser feito, por exemplo, através das redes sociais. Por outro lado, é também muito interessante atrair jornalistas a participar e colaborar na estratégia, contribuindo com o seu conhecimento e experiência, e procurar oportunidades de colaboração para sensibilizar outros profissionais e meios de comunicação. Algumas cidades organizaram *workshops* com jornalistas, com resultados muito positivos.

Muitas outras cidades usaram publicações e newsletters para divulgar a EAR de várias formas.

■ Em **Borkyrka**, a colaboração com os média locais foi muito importante e alguns jornalistas decidiram até lançar um novo jornal local que se focasse nas notícias positivas da cidade, para contrabalançar com as perceções negativas, que são frequentes nos media tradicionais da cidade.

## Websites

É fortemente aconselhada a criação de um website onde todos possam aceder para obter informação mais detalhada sobre os

objetivos, ações ou recursos da EAR. É importante fornecer informação e chamar a atenção para a rede antirrumores e para o papel dos agentes antirrumores, assim como para os produtos que são gerados no âmbito das várias ações, uma vez que podem ser úteis e inspiradores (vídeos, bandas-desenhadas, brochuras, manuais, canções, etc.)

■ Quase todas as cidades têm o seu próprio website e usam as redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) para comunicar, divulgar e partilhar.

## Redes sociais

As redes sociais são um importante elemento de apoio para divulgar o projeto, transmitir mensagens, gerar debate, promover o envolvimento de novos participantes e tomar o pulso das ações no dia-a-dia. Tornam-se não só num canal de difusão, mas também numa ferramenta de consciencialização onde a interação espontânea vai acontecer. Dito isto, não nos podemos esquecer que as redes sociais se têm tornado no principal canal para a disseminação de falsos rumores e que, portanto, se devem tornar também num importante canal de sensibilização. Se houver a vontade de usar as redes sociais como canal antirrumores, é crucial que a equipa esteja familiarizada e formada para usá-las. Caso contrário, corremos o risco de não conseguir o impacto desejado e de poder sofrer efeitos contraproducentes. É preciso lembrar que boa vontade não é suficiente e formação adequada e rigor são sempre necessários.

■ **Castellón** lançou “uma selfie antirrumores” no âmbito da sua campanha “Stop Rumores”. As pessoas tinham de identificar rumores com um semáforo com três cores e fazer um comentário no Facebook para sensibilizar para o papel negativo dos rumores, mitos e preconceitos que existem na cidade.

■ **Barcelona** lançou uma campanha de comunicação #nocomparteixorumores (#Nãopartilhorumores) para prevenir a islamofobia após os últimos ataques terroristas.



## Eventos públicos e locais de encontro (festivais, conferências, seminários, eventos para entretenimento...)

Há inúmeras reuniões e eventos, tanto profissionais (conferências, seminários, etc.) como informais e populares (festivais locais, eventos culturais, etc.) onde podemos explicar a campanha e gerar debate sobre o assunto.

## Envolver os líderes de opinião

Envolver ícones locais, líderes da comunidade e influenciadores de opinião de áreas como a cultura e o desporto, pode também ser uma boa estratégia para conseguir um maior impacto junto dos cidadãos e dos média. Ainda assim, o seu envolvimento deve ser honesto e não apenas uma ação de publicidade superficial.

■ Várias foram as cidades que conseguiram envolver artistas locais, cartoonistas, escritores, cantores e pessoas de diferentes desportos, etc. como forma de consciencializar e divulgar a EAR.

## 2. Atrair novos aliados

Um dos fatores de sucesso da EAR é a capacidade de contagiar o maior número de pessoas possível com o vírus antirrumores. Isto passa por desenvolvê-las para que combatam os preconceitos e para que reforcem o pensamento crítico no seu quotidiano, no seu ambiente de trabalho ou até fazendo parte da rede antirrumores. Para fazê-lo, há vários espaços à escolha: a rede antirrumores, *workshops* de desenvolvimento de competências, formação de agentes antirrumores, entre outras atividades que visam atrair mais participantes.



Ainda que a estratégia de comunicação possa ser importante para capturar o interesse das pessoas, está provado que o que funciona melhor é a procura ativa e o convite direto. É importante reservar tempo para identificar quem mais pode contribuir para a EAR e convencê-los a participar, ainda que se tenha de manter flexibilidade para tirar partido das competências, experiência e influência de cada membro. Os perfis dos aliados podem ser muito diversos e distintos e quantos mais, melhor! Em vez de adotar a atitude de “esperar e ver” quem vem ter connosco, é preferível ser proactivo e encontrar novos aliados insuspeitos, para envolvê-los na EAR. Temos de ser proactivos e criativos e deslocar-nos para fora da nossa zona de conforto.

Há muitos exemplos de como uma atitude mais aberta e proactiva pode envolver participantes muito diversos. Em Patras foi possível envolver prisões, em Erlangen uma grande empresa como a Siemens, em Tenerife desenvolveu-se colaboração com hospitais, em Santa Coloma de Gramenet e Barcelona com restaurantes, em Getxo com grandes festivais de música e com uma grande competição internacional de skate, e muitas outras cidades envolveram equipas desportivas, como Lublin, Jerez ou Cartagena. Há muitos outros aliados “insuspeitos” cujo envolvimento é fundamental para que qualquer EAR chegue a audiências mais vastas.

Teremos sempre de considerar o risco de criar mal-entendidos ou expectativas desajustadas e de não sermos capazes de responder de forma adequada ao interesse gerado. Se as pessoas mostrarem interesse em colaborar, mas não soubermos como, o que pedir ou oferecer, isso será prejudicial para a EAR e nós estaremos a desperdiçar energia.

■ FC Cartagena a apoiar a estratégia antirrumores.



■ A EAR de Limerick optou por infográficos que “traduzem” informação complexa e argumentos num gráfico, para que possa ser partilhado nas redes sociais e assim obter um maior impacto. .

■ Em Santa Coloma de Gramenet foram produzidas, em colaboração com restaurantes locais, toalhas de mesa com argumentos antirrumores, para que as pessoas reflitam sobre eles durante o almoço!

### 3. Promover o conhecimento e o pensamento crítico

#### Disseminar contrainformação

Tentar desmistificar crenças fornecendo informação que as ponha em causa é, frequentemente, um método bastante ineficaz. As pessoas tendem a ignorar os conhecimentos contraditórios e pode até acontecer que este fator reforce as crenças negativas. Normalmente, as mensagens que são transmitidas de forma mais direta e interativa são consideravelmente mais eficazes. Por vezes, dependendo do alvo, até podem ser úteis, em especial se não pretendem difundir rumores e argumentos superficiais e se tiverem em conta as recomendações detalhadas nos capítulos anteriores.

#### Ações específicas de desenvolvimento de competências

Para além da formação de agentes antirrumores, há outros espaços de desenvolvimento de competências em que nos devemos focar, organizando *workshops*, seminários, debates, etc. Estas atividades devem ser flexíveis, de forma a envolver perfis muito diversos

e não apenas aqueles que já estão sensibilizados. Deste modo, devemos evitar limitar os nossos convites à nossa base de dados de pessoas que já estão envolvidas nestas ações e promover estas ações em contextos muito variados.

Este tipo de formação pode ser ministrada a funcionários públicos, organizações sociais, empresas, centros culturais e desportivos ou cidadãos em geral, etc.

Todas as cidades antirrumores promovem ações específicas de desenvolvimento de competências, pelo que só alguns exemplos serão referidos de seguida.

■ Erlangen promoveu uma campanha antirrumores em cooperação com a empresa Siemens, um dos maiores empregadores da região. A campanha focou-se essencialmente em rumores relativos a requerentes de asilo e incluía *workshops* antirrumores de desenvolvimento de competências com funcionários e estágios a requerentes de asilo qualificados, para promover a diversidade entre a mão-de-obra da empresa. O projeto tinha por objetivo criar uma situação vantajosa para as três partes envolvidas, em primeiro lugar para os requerentes de asilo que receberiam uma orientação no local de trabalho, depois para os funcionários que teriam a possibilidade de refletir sobre o seu preconceito em relação aos refugiados e migrantes e, por fim, para a própria empresa, que poderiam usar o potencial das qualificações dos requerentes de asilo.

■ **Fuenlabrada** desenvolveu uma campanha específica antirrumores focada nas famílias. Entre outras ações, promoveram *workshops* literários criativos para famílias com crianças (6-12 anos), conduzidos por escritores profissionais. O objetivo consistia em desenvolver consciência e competências para reconhecer o papel negativo dos rumores e preconceitos, e desenvolver competências para combatê-los.

■ **Em Montreal**, o Carrefour de ressources en interculturel (CRIC) está a promover *workshops* para encorajar a análise intercultural e discussão sobre rumores. Os rumores das pessoas que participam nos *workshops* são recolhidos e com eles são preparados conteúdos de antemão. Ao longo dos *workshops* propõem-se aos participantes algumas ferramentas como forma de encorajar o diálogo e o pensamento crítico (ferramentas para reconhecimento de generalizações, para reconhecimento de situações em que usamos a nossa bagagem cultural para interpretar situações, encorajando os participantes a colocarem-se questões a si próprios). Os *workshops* são promovidos em escolas primárias, escolas secundárias, centros de idosos, organizações comunitárias, etc. Uma vez que os *workshops* têm uma abordagem cultural, abordam rumores que impactam a diversidade, mas também rumores sobre a população local. Esta abordagem serve dois propósitos: criar empatia e facilitar o intercâmbio cultural; conseguir maior abertura de espírito através do espírito crítico.

■ **Patras** implementou o processo de desenvolvimento de competências em colaboração com prisões. A prisão é uma sociedade pequena e fechada que tem de lidar com os mesmos problemas do resto da sociedade. Na prisão as pessoas são obrigadas a conviver 24 horas por dia, com grande proximidade, sem oportunidades para se evitarem e para usufruírem de privacidade. Logo, torna-se difícil esconder as suas crenças e evitar rumores e preconceitos. Os *workshops* antirrumores na prisão de Patras foram desenvolvidos com total apoio da direção e do pessoal. Nos *workshops* participaram tanto os reclusos como os funcionários e o material antirrumores foi preparado em colaboração com o serviço educativo da prisão.

■ **Logroño**, entre muitos outros *workshops* antirrumores, organizou um em especial para promover interação positiva e consciencializar sobre preconceitos e discriminação. Os participantes eram na sua maioria desempregados e também pessoas com algum tipo de incapacidade. O *workshop* foi uma exigência do departamento municipal para o emprego.

■ **Santa Coloma** de Gramenet oferece uma grande variedade de *workshops* antirrumores específicos para diferentes públicos. Organizaram, por exemplo, sessões de formação antirrumores para funcionários municipais, em que abordavam tópicos como a diversidade religiosa e a interculturalidade sob o ponto de vista de género.

### *Atividades integradas no programa formal*

Este conteúdo tem um grande impacto se for incluído nos programas regulares (das forças de segurança, professores, oficiais, etc.), em vez de ser apresentado em módulos específicos e sessões voluntárias (onde os participantes são normalmente pessoas já sensibilizadas).



No caso das escolas, apesar de haver bons exemplos de ações implementadas por várias cidades antirrumores, é preferível não dedicar uma única sessão a este tópico, mas antes incorporar esta abordagem como parte de um projeto pedagógico, no âmbito de um compromisso transversal para a educação intercultural. Proporcionar conhecimento sobre a história e raízes do racismo e discriminação provou ser uma estratégia com excelentes resultados.

■ **Limerick**: A organização Doras Luimní desenvolveu uma formação antirrumores forte e ambiciosa, que se foca no sistema educativo formal. Após os *workshops* antirrumores iniciais, surgiu o interesse de desenvolver um modelo mais sustentável, integrado nos estudos superiores, secundários e também em programas informais para a juventude. Cada instituição de ensino superior incorporou a abordagem antirrumores num dos aspetos dos seus cursos e usou-a também como tema de um trabalho de curso.

■ **Amadora:** professores que assistiram a uma “formação de formadores” antirrumores começaram a desenvolver ações antirrumores em escolas. Um efeito “bola de neve” foi criado e outras escolas decidiram incluir a abordagem antirrumores nos seus programas educativos de forma criativa, usando artes (teatro, fotografia e atividades musicais) como principal catalisador do seu trabalho.

■ *Workshop* criativo antirrumores em Jerez.

### *Materiais, recursos e ferramentas práticas*

Elaborar materiais e recursos que complementem e apoiem a formação é um objetivo fundamental da EAR. Foram várias as cidades que desenvolveram manuais, guias, vídeos e outros materiais, para que outras pessoas e profissionais aprofundem o conhecimento e os adaptam às suas áreas de trabalho. É muito importante desenvolver materiais que forneçam ferramentas práticas aos agentes antirrumores e a outros interessados, para que possam aplicá-los no seu quotidiano no combate e redução dos preconceitos.



Há muitos exemplos de materiais, guias e manuais práticos produzidos pelas cidades antirrumores (como por exemplo, Nuremberg, Sabadell, Botkyrka, Fuenlabrada ou Limerick) para apoiar o trabalho dos agentes antirrumores e os profissionais que queiram implementar ações antirrumores nas suas áreas de trabalho. Aqui só referimos algumas delas, mas podem encontrar muitas outras nas páginas web das cidades.



■ **Barcelona:** O guia prático para agentes antirrumores foi a publicação de referência desde o início para muitas cidades. Com uma abordagem teórica, mas maioritariamente prática, fornece informação consistente e ferramentas úteis de como combater rumores e preconceitos.



■ **Bilbao:** “Jogos para desmistificar rumores” é um manual com atividades antirrumores para a juventude. É uma publicação muito atual e completa e oferece muitas estratégias e métodos para promover pensamento crítico e sensibilizar a juventude.

## 4. Consciência participativa e ações de desenvolvimento de competências

Há outras ações menos formais para promover o desenvolvimento de competências, consciência e pensamento crítico, que são muito úteis para envolver e implicar audiências mais vastas. As ações que promovem a participação através da cultura e das artes, como forma de lidar indiretamente com os preconceitos, são frequentemente as mais eficazes.

■ **Bilbao**: “Workshops de vídeo para a juventude”. Vários centros para a juventude da cidade promoveram *workshops* de produção de micro vídeos, usando uma metodologia participativa, para enfatizar e facilitar a compreensão dos rumores no seu bairro.

■ **Botkyrka**: Os cafés antirrumores foram organizados em bibliotecas como plataforma pública para discutir e explorar rumores e preconceitos. Foram escolhidas as bibliotecas porque são fortemente frequentadas por jovens entre os 18 e 25 anos. Os Cafés Antirrumores tinham sempre um tópico central de discussão, mas o objetivo principal de cada café residia em encorajar as pessoas a falar sobre rumores com que normalmente se sentem pouco à vontade para discutir.

■ **Getxo**: Ações antirrumores nas Bibliotecas Municipais: Desconstruir estereótipos e fomentar a interação através de *workshops*, contadores de histórias, bandas-desenhadas, conferências, etc. Em Getxo foi possível também contar com a colaboração da escola de teatro local que incorporou a abordagem antirrumores, fazendo com que os estudantes produzissem peças antirrumores ao longo do ano e a que assistiram centenas de familiares.

■ **Loures**: Galeria de arte pública: Os objetivos consistiam em mudar a imagem estigmatizada de um bairro específico, a Quinta do Mocho, para abordar o preconceito e o estigma, para aumentar o orgulho e o sentido de pertença a um espaço público e desenvolver uma galeria de arte pública, tendo em conta as características da diversidade da sua comunidade. A ideia surgiu a partir do planeamento do festival “O Bairro i o Mundo”. A equipa antirrumores decidiu que uma grande parte do festival poderia consistir na pintura de murais dentro da área da comunidade, como forma de intervenção artística e de desenvolvimento da comunidade. Foram promovidas reuniões e debates na comunidade e envolvidos vários intervenientes e artistas. O objetivo principal consistia em mudar o preconceito externo (sentimento de insegurança, medo dos migrantes) e interno (falta de autoestima e de apropriação) relativamente a este bairro. Foram pintados um total de 33 murais pelos 45 artistas envolvidos nesta intervenção.

■ **Lublin**: Em Lublin, ao longo dos *workshops* “devoradores de rumores” os participantes não só ficavam a conhecer os segredos da produção de cinema, como também criavam vídeos curtos para promover a integração. Os participantes tinham a oportunidade de conhecer a situação dos estrangeiros em Lublin, de definir quais os maiores problemas relacionados com a comunidade intercultural, mas tinham também a oportunidade de abordá-los de forma criativa com vídeos curtos feitos por si mesmos. O produto destes *workshops* foi apresentado durante a Gala Devoradores de Rumores no Centro Cultural de Lublin.

Devemos usar espaços que já existem, ao invés de criar novos. É muito importante poder contar com profissionais e também com metodologias variadas e inovadoras que podem ser oferecidas em centros e eventos culturais, bibliotecas, associações, empresas e até em hospitais e prisões, como aliás foi feito em várias cidades.



■ **Nuremberg:** Foto ação: A foto ação de Nuremberga lançou aos participantes o desafio de escreverem uma frase sobre um grupo a que pertençam, incluindo uma característica que seja normalmente associada a esse grupo mas que não possuam. Por exemplo: “Sou asiático, mas sou bom a matemática” O objetivo é fazer com que quem vem ver as fotografias tome consciência dos estereótipos e que fiquem assim menos suscetíveis aos rumores.



■ **Patras:** Carnaval infantil. Foi durante o *workshop* de formação de formadores antirrumores que surgiu a ideia de incluir a abordagem antirrumores no Carnaval Infantil de Patras. O plano foi elaborado e o resultado foi excelente; muitas crianças participaram e o evento chegou a muitos dos cidadãos de Patras. A experiência é um bom exemplo de como podemos ser inspirados por campanhas de outras cidades: o evento exibiu um carro alegórico com um papagaio gigante, inspirado pela campanha de Getxo, em Espanha, e pelo guarda-chuva antirrumores de Bilbao.



■ **Sabadell:** rap da convivência. A cidade convidou um rapper famoso entre adolescentes e jovens, para ajudar alunos a compor e a gravar uma canção rap antirrumores. Participaram na campanha desta cidade atores de televisão, celebridades, líderes do bairro e diretores de escolas.



■ **Barcelona:** O “Catálogo de atividades Antirrumores” oferece mais de 30 atividades antirrumores promovidas por várias organizações e profissionais e foi distribuído gratuitamente pela Câmara Municipal pelas escolas, organizações, serviços municipais, etc. Participaram nestas atividades mais de 20 000 pessoas ao longo dos últimos 5 anos. O Catálogo oferece mais de 30 atividades antirrumores, onde se incluem *workshops* criativos (hip-hop, rádio, vídeo. . .), teatros-fórum, debates, eventos para promoção de interação positiva, etc. “Não sou racista, mas. . .” é um teatro-fórum dinamizado por La Xixa Teatre, uma organização antirrumores muito experiente e criativa.



## 5. Promover interação positiva

Seria desejável que as atividades contassem com participantes de perfis diversos, o que nem sempre é possível. Este fator vai depender da diversidade de espaços em que desenvolvemos as ações (escolas, bairros, centros culturais, espaços públicos, etc.) e da capacidade de atrair para as atividades participantes de diferentes perfis socioculturais. Esta é a razão pela qual é fundamental que algumas ações se foquem especificamente na promoção de interação positiva entre pessoas de origens, nacionalidades, crenças, identidades de género e grupos etários, etc. diferentes.



Verificámos que a interação positiva contribui para reduzir preconceitos, mas a “teoria do contacto” alerta que tal não acontece só por causa da interação. É necessário que algumas circunstâncias se verifiquem, como um estatuto igualitário, uma dinâmica cooperativa e não competitiva, e acima de tudo, uma atividade baseada em objetivos comuns que transcendam as diferenças e que enfatizem os interesses comuns. Em alguns casos consiste

apenas em incorporar os critérios para assegurar a diversidade em muitas das ações promovidas, começando pela própria rede antirrumores, que deve ser realmente diversa, com participantes de diferentes origens e de grupos minoritários estigmatizados. Noutros casos será, porém, necessário promover espaços e ações específicas para que esta interação positiva aconteça.

■ **Erlangen**: Piquenique Banquete e “livros vivos”. A cidade de Erlangen preparou uma mesa de banquete de mais de 180 metros para acolher um piquenique gigante na rua principal da cidade. Cerca de 1000 residentes e muitos requerentes de asilo tiveram assim a oportunidade de comunicar e interagir diretamente, levando consigo informação sobre rumores e de como combatê-los. Nesta mesa de piquenique, dez “livros vivos” promoviam conversas abertas com refugiados. Os participantes foram convidados a fazer perguntas a 10 requerentes de asilo sobre a sua vida, talentos, competências, experiências e sonhos. O objetivo residia em colocar perguntas que normalmente não nos atreveríamos a fazer, ultrapassando assim rumores e conhecendo mais o outro. Os participantes tiveram a oportunidade de conhecer histórias excecionais e talentos inesperados dos seus vizinhos, refugiados em Erlangen. Foi uma excelente oportunidade para promover intercâmbios positivos em pé de igualdade e para criar amizades que se mantêm até hoje.

■ **“Refeições para o encontro” (Bizilagunak) Getxo, Bilbao, San Sebastián** entre outras cidades implementaram este projeto promovido pelas organizações SOS Racismo Gipuzkoa: Esta iniciativa foi inspirada pela “Família da porta ao lado” criada em 2004 na República Checa e depois disseminada pela Europa. Consiste na organização de uma refeição entre uma família ou grupo de amigos nativos e outra família estrangeira, com o acompanhamento de um dinamizador, onde se vão partilhar mesa e experiências. São várias as cidades bascas que promoveram este projeto no âmbito das suas estratégias antirrumores. O Comité Económico e Social Europeu (CESE) premiou o SOS Racismo Gipuzkoa em Dezembro de 2016 por este projeto, como uma das cinco organizações e indivíduos europeus que promoveram exemplos excecionais de solidariedade em relação a refugiados e migrantes.

■ **Sabadell**: “Experiência gastronómica Antirrumores”: um evento gastronómico intercultural de quatro semanas, organizado em parceria por um grupo de mulheres imigrantes de vários Espaços de Mulheres de Sabadell e por 25 estudantes e profissionais do restaurante Escola Gastronómica, propriedade e gestão do Departamento para o Desenvolvimento Económico do município. O evento atraiu um grande número de pessoas que tiveram assim a oportunidade de partilhar informação e de interagir sobre rumores e atividades antirrumores.

■ **Carthagène**: “Raparigas em ação” A cidade está a implementar a sua EAR focando-se essencialmente nas escolas secundárias para combater os preconceitos sobre as diferentes culturas. Uma atividade antirrumores interessante é dinamizada por um grupo de “boas alunas” de diferentes origens, que promovem debates com outros estudantes sobre as suas culturas, para que haja um maior conhecimento sobre a diversidade cultural e a interação positiva

■ **Nuremberg**: “A cozinha móvel” é uma iniciativa para promover interação social e foi inspirada pelo projeto C4i de Nuremberga. O objetivo da cozinha móvel é criar encontros entre residentes de vários bairros, motivados pela facilidade de transporte da cozinha de madeira, à qual facilmente se podem juntar mais cadeiras. A ideia é convidar os transeuntes a conversar uns com os outros.



## 6. Confrontação direta dos preconceitos e rumores

Outros dos pontos-chave da EAR é a necessidade de promover uma atitude proactiva, tanto pessoal como coletivamente, de confrontação direta dos preconceitos sempre que sejam identificados. Confrontar os preconceitos é fundamental para reduzir a impunidade, para parar a espiral descendente dos rumores e para evitar a “normalização” de alguns comentários, atitudes e comportamentos. Esta confrontação pode e deve ser feita de várias formas e através de diferentes canais:

- ▶ Cara a cara, com pessoas do nosso ambiente



- ▶ Ao nível político e institucional, através de declarações públicas, para criar consenso
- ▶ A partir da rede antirrumores, das organizações e dos intervenientes sociais, através de manifestos, ações específicas, etc.
- ▶ Lançando campanhas de comunicação específicas.

O anexo 1 mostra uma série de estratégias para combater preconceitos e rumores frente a frente. Este é um ponto importante na formação de agentes antirrumores, já que as nossas reações são por vezes contraproducentes e este é um ponto fulcral para um desempenho eficaz.

■ **Tenerife:** “Vaccine-se contra os rumores. Não se deixe adoecer”. Os agentes antirrumores de Tenerife promoveram um teste antirrumores num hospital e convidaram os cidadãos a analisar as suas opiniões sobre rumores. Iniciava-se então uma conversa fundamentada nas respostas e, no final, ofereciam-se comprimidos antirrumores e uma receita com argumentos antirrumores.



■ A “rodinha dos rumores” de Tenerife é uma ferramenta usada para promover conversas e analisar os rumores dos cidadãos num espaço público, como é o caso dos mercados. A atividade “Dê a volta ao rumor” pedia aos cidadãos para rodarem a roda e discutirem as suas opiniões sobre os rumores selecionados. É um excelente exercício para testar as competências comunicacionais dos agentes antirrumores.

## Confrontar rumores nas redes sociais

São várias as cidades que incluíram nas suas formações estratégias para contrariar rumores e narrativas negativas sobre a diversidade nas redes sociais.

■ **Barcelona**: No âmbito da campanha #NoComparteiXoRumors (#Nãopartilho rumores), implementada após os ataques terroristas na cidade em Agosto de 2017, a rede Antirrumores desenvolveu um protocolo para desenvolver e preparar os cidadãos no combate aos rumores e ao discurso de ódio nas redes sociais. O objetivo era mostrar aos utilizadores como agir face a estas mensagens discriminatórias e rumores, que se tornaram virais muito rapidamente, apelando à responsabilidade de cada um. No caso dos rumores baseados em estereótipos e dados falsos, o protocolo recomendava que se pedisse respeito, que se notificasse o emissor para não usar mais este tipo de mensagens e se sugerisse uma maior informação prévia e uma ação mais responsável nas redes sociais. A campanha pede aos cidadãos que sejam críticos em relação às mensagens recebidas, em especial se o conteúdo for insultuoso e manipulador. Acrescenta ainda: “Não reaja de forma impulsiva, reflita sobre a veracidade da informação e procure outras fontes. Não partilhe para minimizar a sua disseminação”. Por fim, a rede propõe que se denunciem as mensagens de ódio, previstas no Código Penal, às respetivas instituições.

## 7. Espaços livres de rumores

Promover a criação de espaços livres de rumores é uma iniciativa interessante, que vai muito para além de uma simples ação antirrumores numa escola, biblioteca pública, empresa ou Câmara Municipal, e que implica desenvolver uma intervenção bastante mais intensa. Trata-se de implementar uma “mini” EAR em determinado espaço, com o compromisso de que se torne livre de rumores.

Isto implica um compromisso formal e o desenvolvimento de um plano de trabalho que contemple diversas ações de formação e consciencialização, mas também que se torne parte da identidade e valores centrais do centro. Estas ações podem fazer parte da estratégia global da cidade, que inclui a decisão de criar vários espaços livres de rumores. Estas ações terão um impacto externo,



influenciando não só os seus funcionários, mas também quem usa, frequenta ou visita estes espaços. Estes centros, à semelhança das cidades antirrumores, devem respeitar vários requisitos.

“Cidades livres de rumores” é o título do guia do projeto europeu C4i e o *slogan* escolhido por várias cidades para as suas estratégias, como é o caso de Loures e Cartagena. Ainda que os rumores nunca desapareçam porque fazem parte da condição humana e têm uma função, esta iniciativa pode ser encarada como uma referência que pode ser aplicada a vários espaços da cidade.

■ O pedido de um “bairro livre de rumores” tem sido usado pela associação “La Casa Amarilla” para orientar um *workshop* específico no âmbito do Catálogo de Atividades Antirrumores da cidade. Esta iniciativa visa consciencializar crianças e famílias sobre a importância de combater os rumores e estereótipos ligados à diversidade cultural e reforçar o conhecimento e valor dado às diferentes expressões culturais. São apresentados através de jogos os conceitos de rumor e estereótipo e as consequências negativas da sua disseminação.

■ A Federação Andaluza “Andalucía Acoge”, através da agência “Stop Rumores”, está a promover uma iniciativa interessante nas cidades andaluzas, assim como em Ceuta e Melilla. As províncias de Huelva, Granada e Málaga foram pioneiras na criação de “espaços livres de rumores”, que se mostraram essenciais para a deteção e desconstrução de rumores sobre diversidade e imigrantes. As pessoas que trabalham nestes locais recebem formação para erradicar a propagação dos rumores no seu local de trabalho. A Biblioteca Pública da Província de Huelva foi o primeiro Espaço Livre de Rumores. Em Granada foi o centro de serviços sociais e comunitários do Distrito Norte, e em Málaga este trabalho foi feito através do plano comunitário “Proyecto Hogar”. As ações visavam os bairros com população diversa e com muitas necessidades de transformação e que fossem particularmente afetados pelos rumores.

## 8. Laboratórios criativos antirrumores

Sendo a EAR uma estratégia a longo prazo, é fundamental que seja permanentemente alimentada com novas ideias, experiências e contribuições de novos participantes e disciplinas. Por estas razões, a criatividade e inovação são fatores chave para a estratégia. O pior que pode acontecer a uma EAR é a estagnação e a mostra de sinais de inércia, sob a forma de um conjunto de ações consolidadas que deixam de ser enriquecidas por novas metodologias, atividades e participantes.



Mas para assegurar este espírito de inovação permanente, é necessário promover espaços dedicados a este objetivo, para garantir a continuidade desta energia criativa. Assim sendo, a linha de ação da EAR deverá ser especificamente sobre a geração de novas ideias. Tenerife destacou-se com uma das redes mais criativas, assim como Getxo, Barcelona, Lublin ou Patras.

É também importante atrair perfis diversos e continuar a envolver novos agentes na discussão de ideias e nos *workshops* criativos, como aliás fizeram várias cidades como Fuenlabrada, Loures, entre outras.



■ No “Laboratório Criativo Antirrumores” está atualmente a ser promovida uma iniciativa muito interessantes que conecta o projeto global antirrumores a um centro de criatividade e co-working baseado em Barcelona, mas como muitas ligações internacionais. O MOB: Makers of Barcelona, ganhou um dos prémios do “Diversity Advantage Challenge” promovido pela Rede Espanhola de Cidades Interculturais (RECI). O MOB é um espaço que respira dinamismo, criatividade e diversidade. Foi precisamente a diversidade da equipa e da comunidade dos “mobbbers” que lhes permitiu inovar de várias formas. A fundadora Cecilia Tham, que tem origens interculturais, afirma que existe uma necessidade de diversidade de ideias, contextos, perfis, perspetivas, géneros, nacionalidades, etc. para encontrar soluções inovadoras para os principais desafios das sociedades atuais. A diversidade ao serviço da inovação, empreendedorismo e empenho para o desenvolvimento social e económico do ambiente. O objetivo é criar uma plataforma colaborativa que promova a criatividade ao serviço da EAR e que permita integrar áreas e disciplinas diversas, baseada no conceito de “criadores”.

## 9. Alcançar novos níveis de influência

Os objetivos da EAR são ambiciosos e complexos e não é realista esperar que sejam alcançados na sua totalidade apenas através do desenvolvimento de um conjunto de ações de sensibilização a nível local. Já mencionámos que os preconceitos e atitudes em relação à diversidade sociocultural têm múltiplas causas e são influenciadas por vários agentes.

Para que as mudanças sejam profundas e não meramente superficiais, é necessário envolver outras áreas de influência que permitam atuar sobre estas causas. É por esta razão que é importante que a EAR seja capaz de construir pontes e criar alianças com agentes de diferentes níveis de influência e competências, tais como as associações do município, administração regional e local, partidos políticos, os média, grandes associações sociais e culturais, universidades, empresas e outros ambientes com capacidade de decisão.

A EAR mostrou que, apesar de ter uma base maioritariamente local e comunitária, com políticas e redes participativas onde atuam diversos agentes sociais, conseguiu também influenciar muitas outras áreas que são decisivas para reforçar o compromisso no combate e redução dos preconceitos, discriminação e narrativas negativas sobre a diversidade.



Em 2012, um acordo de colaboração foi anunciado entre três níveis da administração catalã, o município de Barcelona, a administração da província e o governo catalão, com o objetivo de colaborar na promoção da EAR de forma mais global e em várias cidades catalãs, através da partilha de materiais, formação e campanhas conjuntas. Este caso demonstra como criar sinergias e novas colaborações pode aumentar a eficácia e o impacto. O facto de as administrações destas instituições serem formadas por diferentes partidos políticos, que se comprometeram com os objetivos da EAR, é um bom indicador da capacidade de juntar esforços transversais no sentido de construir sociedades mais inclusivas, interculturais e justas.



■ **A Rede Basca Antirrumores ZAS!** Começou com um projeto humilde de formação de 20 agentes antirrumores em Getxo e expandiu-se agora a uma aliança de muitas das mais relevantes entidades sociais, municípios, o governo basco, a Universidade do País-Basco e outras instituições importantes como o mediador autonómico. Este envolvimento permitiu colocar o assunto na agenda social e política e conseguir avanços importantes, que vão muito para além da cidade.

■ **Erlangen: o impacto da Siemens:** O facto de Erlangen ter envolvido a empresa Siemens, com mais de 25 000 funcionários na área, foi um fator de extrema importância para combater as percepções negativas em relação à diversidade cultural, e em especial em relação às contribuições importantes que os refugiados podem trazer para as sociedades que os acolhem. Os bons resultados alargaram-se a outras empresas do grupo noutras cidades e fortaleceram o seu compromisso com as políticas de integração intercultural nas respetivas cidades. Os resultados incluem :

- Redução do número de rumores entre os funcionários da Siemens contra os refugiados
- Reforço do intercâmbio, consciencialização e competências interculturais de ambos os lados
- Maior sensibilização e uso da “vantagem da diversidade”
- Intercâmbio de conhecimentos e competências
- Melhoria da capacidade ocupacional dos refugiados
- Grande contribuição para uma integração intercultural a longo prazo



## Média

O impacto da EAR nos média tem sido espetacular em todas as cidades em que já foi implementada, incluindo nos média de cobertura nacional. Televisões, jornais, rádios, meios de comunicação *online*, etc. têm difundido notícias, entrevistas e documentários sobre a EAR. Um dos exemplos mais notáveis é o do programa da televisão catalã “Tout un Món” (Todo um Mundo) que ao longo de vários anos transmitiu iniciativas antirrumores e testemunhos de estrangeiros de forma a combater estereótipos e falsos rumores sobre a diversidade cultural.

Há muitos outros exemplos, como vimos anteriormente, de como os antirrumores resultaram numa importante influência em áreas determinantes como a educação, cultura e desporto, etc.



## Dimensão internacional

Um dos exemplos que melhor ilustra a grande capacidade da EAR de gerar interesse para além do contexto em que se insere é a sua expansão internacional e o interesse demonstrado, não só por países europeus, mas também pelo Japão, México, Canadá, Marrocos, Jordânia e Nova Zelândia. Nos últimos anos, a EAR foi apresentada em 25 países e em vários fóruns internacionais de alto nível.

■ A equipa das cidades interculturais no México, onde se organizou um *workshop* antirrumores no Museu Nacional de História da cidade.





Asahi, o segundo maior jornal do Japão, associado ao New York Times e ao Guardian, publicou uma longa entrevista a Dani de Torres sobre a EAR, com comentários de Keizo Yamawaki, o especialista japonês em interculturalismo mais relevante do país, ligado também ao programa das cidades interculturais do Conselho da Europa.



Outro exemplo do impacto da EAR é a colaboração entre o projeto global Antirrumores com o Facebook para elaborar uma campanha de sensibilização para os estereótipos e preconceitos em relação à diversidade. O Facebook organizou o “Hack for good”, uma recolha de ideias durante dois dias, com equipas diferentes de jovens criativos que competiam para ganhar o prémio da melhor campanha antirrumores.

## 10. Cooperação e intercâmbio com outras cidades e o projeto global

Um dos pontos fortes da EAR é o seu caráter global. O facto de várias cidades de diferentes países promoverem a mesma estratégia adaptada ao seu contexto é uma excelente oportunidade para enriquecer a abordagem antirrumores e aumentar o seu impacto. Neste sentido, é necessário estabelecer meios de contacto e de cooperação entre eles.

Muitas das cidades que começaram a promover as suas estratégias contactaram outras para consulta e partilha de experiências. É necessário adotar uma atitude proactiva de comunicação e de

busca de inspiração nas boas práticas, que devem depois der adaptadas às circunstâncias.

Em alguns casos, as cidades partilharam projetos comuns e beneficiaram do intercâmbio e da forma como cada cidade encontrou soluções inovadoras para os desafios partilhados. É por esta razão que é tao importante que as cidades estejam ligadas ao projeto geral promovido pelo Conselho da Europa. Desta forma, é possível definir enquadramentos comuns que a todos beneficiam e também imprimir rigor e legitimidade através das lições aprendidas. Disto são exemplos a formação antirrumores, o método para criação de redes antirrumores e os métodos de avaliação.



Os “Encontros Antirrumores da Juventude” são anuais e reúnem juventudes de diferentes cidades espanholas antirrumores, que participam em formação antirrumores intensiva para formar uma rede de jovens agentes antirrumores. O primeiro encontro aconteceu em Sabadell em 2016 e o segundo em Getxo em 2017, com a participação de 60 jovens de sete cidades (Getxo, San Sebastian, Barcelona, Sabadell, Getxo, San Sebastián, Bilbao, Cartagena e Tenerife).

■ Na reunião de coordenadores de ICC em Reiquiavique organizaram-se *workshops* e formações antirrumores com todas as cidades da rede que promovem uma EAR ou que estão interessadas em implementá-la. O objetivo consistia em trocar experiências e identificar os maiores desafios e necessidades das cidades, para elaborar, consolidar ou partilhar os pontos fortes e de melhoria das suas estratégias. Na reunião para celebração dos 10 anos das ICC em Lisboa, em Novembro de 2017, foi facultada uma formação para todas as cidades e organizações interessadas.

■ A 22 de Junho de 2017, Barcelona acolheu a primeira reunião de 15 cidades antirrumores espanholas. Esta reunião fazia parte do processo de elaboração do Manual Antirrumores. Junto com todos os seus pares europeus, as cidades responderam a um questionário relativamente ao estado atual das suas estratégias e ao seu progresso, principais desafios, boas práticas e sistemas de avaliação e de indicadores.



## Capítulo 6

# Impacto e avaliação da EAR

### A. Um processo de menos para mais

Avaliar e medir o impacto de uma estratégia como a EAR, que aborda assuntos tão complexos como a percepção das pessoas, rumores, preconceitos e atitudes, não é uma tarefa fácil.

O início da EAR em Barcelona foi um processo de menos para mais. Começou com algumas ações concretas, ainda que planeadas de forma um pouco vaga, mas o seu impacto imediato e o interesse gerado à volta da estratégia tornou possível o reforço da iniciativa, no sentido de definir de forma mais clara a abordagem e de aumentar significativamente o número de atividades.

Ficou claro desde o começo que a EAR tinha algo que a diferenciava de outras iniciativas. Quando o município de Barcelona anunciou a sua intenção de promover a EAR, ficou provada a capacidade da estratégia em gerar interesse e atrair a atenção de muitos agentes diferentes (entidades sociais, cidadãos, média, políticos, organizações internacionais, cidades de diferentes países).

Mas após este impacto inicial inesperado e depois de um intenso e estimulante desenvolvimento da EAR, no qual várias cidades começaram a definir as suas próprias estratégias, tornou-se absolutamente necessário o foco na avaliação do impacto.

### B. Evolução da avaliação

Em 2013, o município de Barcelona (através da organização “Sòcol”), realizou a primeira avaliação da EAR para inventariar o processo até à data e para identificar os pontos fortes e fraquezas da estratégia. Esta avaliação foi especialmente útil para que algumas questões fossem repensadas e para que alguns dos elementos das metodologias fossem refinados. No entanto, os resultados estavam mais focados em aspetos relacionados com o processo. Por isso, ainda tinha de ser desenvolvida uma análise do impacto mais direto na mudança de percepção e atitude das pessoas.

Uma avaliação semelhante, focada no processo de envolver agentes na estratégia, foi também realizada em 4 territórios da rede espanhola de Cidades Interculturais, RECI, as primeiras a implementar a experiência de Barcelona fora da cidade.

Outras cidades, como Getxo, fizeram também avaliações das suas estratégias, usando abordagens diferentes e focando-se em aspetos mais concretos do seu processo e impacto.

Por fim, em 2014, o Conselho da Europa decidiu liderar o projeto europeu C4i para testar a sua capacidade de se adaptar a cidades de diferentes países europeus e, acima de tudo, para medir, em maior profundidade, o seu impacto real.

Fizeram-se duas avaliações diferentes do C4i e ambas foram muito úteis.

#### 1. O processo de avaliação C4i (realizado por **Seán Ó Siochrú**)

Proporcionou uma excelente visão geral da Gestão dos Programas do C4i, dos processos das cidades e de estudos de caso completos de cada cidade, o que fez com que outras cidades lhes seguissem o exemplo.

#### 2. Avaliação do impacto e da mudança (realizada por **Kseniya Khovanova-Rubicondo**)

Fornece uma análise em profundidade sobre o impacto do C4i, baseada na teoria da mudança.

A avaliação do projeto C4i e da estratégia antirrumores de 10 cidades forneceu resultados muito completos e, no seu geral, muito positivos.

Segue-se um breve sumário das principais conclusões sobre o impacto e resultados das avaliações da mudança. Os resultados das duas avaliações podem ser consultados na página web do projeto C4i, junto com muitos outros documentos e relatórios:

<http://pjp-eu.coe.int/en/web/c4i/methodology>

## C. Avaliação do impacto e mudança do C4i

Acreditamos eu é importante apresentar um sumário com os principais resultados da avaliação do impacto do projeto C4i, uma vez que se trata da avaliação de impacto mais rigorosa da EAR até à data e que por isso permite identificar aspetos importantes do seu impacto.

Pela primeira vez analisou-se o impacto na perceção e atitude das pessoas, após a implementação de uma campanha antirrumores específica. A principal fraqueza prendia-se com a duração das campanhas, que é de apenas alguns meses. Ainda assim, os resultados mostraram estarmos no bom caminho e reforçaram a ideia de que a EAR estava a ter um impacto relevante.

### Mudança social

A mudança social refere-se a uma alteração na ordem social de uma sociedade e pode incluir mudanças na natureza, instituições sociais, comportamento social ou relações sociais. Para avaliar a

EAR no âmbito do projeto C4i desenvolveu-se a teoria da mudança, que serviu para conectar os elementos da EAR, sobretudo a participação dos agentes locais com a mudança social desejada, com os objetivos da iniciativa. A teoria da mudança proporciona aos intervenientes a oportunidade de avaliar o que pode e o que não pode ser influenciado, o impacto que as suas ações podem ter e se é realístico planear atingir os objetivos dentro do tempo previsto e com os recursos disponíveis. (Anderson, A. *The community builder's approach to theory of change*, New York, 2005).

O resultado foi uma teoria da mudança de seis passos para avaliar o impacto do projeto C4i em cidades parceiras, onde se inclui:

1. Identificar objetivos a longo prazo;
2. “Mapear” as condições locais para identificar os pré-requisitos necessários para atingir os objetivos;
3. Identificar assunções básicas sobre o contexto;
4. Identificar as ações necessárias para criar os pré-requisitos necessários;
5. Desenvolver indicadores para avaliar o desempenho (justificar os pré-requisitos);
6. Articular a teoria da mudança do C4i (por exemplo, resumir vários componentes, princípios e partes móveis da teoria).

As cidades participantes apresentaram declarações iniciais sobre o contexto da implementação do projeto C4i, sob a forma de “visões de êxito” individuais. Para fazer destas visões realidade, as assunções básicas das cidades foram discutidas e verificadas, de forma a justificar o plano da sua estratégia de comunicação, públicos-alvo, agentes sociais prioritários, ferramentas e tipos de intervenção.

Num processo participativo com agentes locais foi também elaborada, e testada com sucesso, uma metodologia replicável de avaliação baseada em resultados, para implementação de atividades antirrumores. Esta metodologia combina :

- a) Verificar a aplicabilidade da abordagem da comunicação social e do trabalho em rede das estratégias antirrumores;
- b) Avaliar o impacto desta abordagem em termos de mudança de atitudes na população;

Em termos de monitorização da abordagem EAR, a avaliação concluiu que:

- ▶ Em todas as cidades participantes, a comunidade nativa e os migrantes tonaram-se participantes ativos da campanha antirrumores e trabalharam em conjunto para desconstruir ideias erradas e rumores, contribuindo assim para um debate público informado sobre integração e diversidade;
- ▶ As administrações locais implementaram as suas estratégias de comunicação sempre focadas nas vantagens da diversidade, contribuindo assim para a criação de um clima social e político acolhedor para os imigrantes;
- ▶ Como resultado da campanha de comunicação e das atividades do projeto C4i na maioria das cidades, observa-se que os meios de comunicação se tornaram mais rigorosos e justos (nomeadamente os locais), notando-se um aumento do uso de informação documentada;
- ▶ A consulta e cooperação entre administração local e sociedade civil nos assuntos da diversidade e integração intercultural tornou-se numa prática comum em todas as cidades;
- ▶ As comunidades e grupos locais melhoraram a sua compreensão do contexto, escala, dimensão e impacto socioeconómico da migração;
- ▶ Os resultados da avaliação também demonstraram a relevância, eficácia, aplicabilidade e replicabilidade da metodologia antirrumores, verificada pelo C4i em contexto de comunidades urbanas europeias, para a criação de estratégias locais inovadoras de mobilização social, para desconstruir ideias e rumores falsos e para melhorar a atitude em relação à migração.

O impacto de três rumores foram testados antes e depois da implementação do projeto para verificar a mudança de atitudes nas comunidades das cidades. A avaliação concluiu que, como resultado das atividades e campanhas antirrumores, mais pessoas desaprovavam as seguintes afirmações:

- ▶ “O nível de criminalidade aumenta nas comunidades à medida que o número de imigrantes aumenta” (cerca de 30% no 2º inquérito em oposição a pouco mais de 20% no 1º);
- ▶ “Os imigrantes tiram trabalho aos nativos” (40% no 2º inquérito, contra cerca de 30% no 1º).

- ▶ “Os imigrantes beneficiam mais do sistema de Segurança Social do que os nativos” (31% no 2º inquérito, contra 24% no 1º).

Para além disto, em termos de mudança de atitudes, a avaliação concluiu que:

- ▶ Verificou-se um aumento da predisposição para partilhar o espaço público com pessoas de diferentes nacionalidades (52% no 2º inquérito, contra 42% no 1º). Em geral, verificou-se uma ligeira melhoria nas relações comunitárias.
- ▶ A escala das mudanças comportamentais produzidas pelo projeto são significativas, principalmente se tivermos em conta o curto período de implementação do projeto (18 meses) e a duração das campanhas de comunicação das cidades. Este fator pode explicar a razão por que a avaliação demonstrou não haver mudança significativa ao nível da interação com pessoas de origem estrangeira.
- ▶ Verificou-se um grande nível de satisfação dos inquiridos com as campanhas de comunicação antirrumores e com a sua eficiência. Cerca de 60% dos representantes das redes locais concordaram com o facto de as campanhas serem participativas.

Em suma, o estudo de impacto do C4i validou a eficiência, eficácia, relevância e aplicabilidade da abordagem antirrumores. Quanto às orientações para futuras avaliações, o projeto desenvolveu e testou com sucesso os seguintes instrumentos de avaliação EAR, para monitorização e avaliação participativas:

- ▶ Conjunto de indicadores chave do projeto C4i para avaliação de impacto e mudança;
- ▶ Dois modelos para análise do 1º e 2º inquéritos;
- ▶ Articulação da Teoria da Mudança do projeto C4i;
- ▶ Mapa da Teoria da Mudança do projeto C4i.

## D. Definição de um sistema de monitorização e avaliação global e partilhado

Dada a disparidade existente entre sistemas e abordagens de avaliação e de lições aprendidas durante a implementação, o Conselho da Europa, em conjunto com a equipa global Antirrumores, está atualmente a desenvolver um sistema de avaliação que pode ser usado e partilhado pelas cidades que participaram em 2018.

Esta manual foi elaborado tendo por base todas estas avaliações, tal como os pontos fortes e fraquezas que nelas foram identificados. Nos próximos meses, este sistema de avaliação comum vai ser definido, o que facilitará futuras análises do impacto da EAR e análises comparativas entre cidades.

O método de avaliação EAR basear-se-á na Teoria da Mudança Social, na qual a avaliação do projeto C4i já estava baseada.

A EAR evoluiu ao longo dos últimos anos e algumas das premissas e abordagens têm vindo a refinar-se. É, por isso, importante ter um enquadramento avaliativo que permita monitorizar estas alterações. No início, o foco estava claramente nos rumores e nos argumentos antirrumores, mas à medida que a estratégia evoluiu, o foco alargou-se ao usar os rumores como pretexto para abordar outros assuntos relacionados com uma visão mais lata da diversidade e interculturalidade. k

Assim, muitas das ações da EAR lidam menos com a lógica de identificação de rumores e de uso de argumentos antirrumores, como referido em capítulos anteriores, e mais com o aprofundamento do diálogo e com a promoção da interculturalidade. A EAR tornou-se num processo muito mais flexível e aberto, capaz de abordar muitos assuntos, como é o caso da redução de preconceitos através do reforço do pensamento crítico e autonomia, que acabou por substituir ações mais explícitas sobre rumores e argumentos antirrumores.

Esta é a razão pela qual se sentiu a necessidade de atualizar o sistema de avaliação, de forma a incluir estas mudanças na abordagem, mudanças essas que já forma consideradas na elaboração deste manual.

O novo modelo de avaliação do impacto da EAR que está a ser desenvolvido faz parte de um grande trabalho no âmbito do projeto C4i. Baseia-se na evolução da EAR nos últimos anos e é em grande parte resultado das lições aprendidas e do número crescente de cidades que a estão a implementar.



## Capítulo 7

# Evolução e sustentabilidade da EAR

No guia do projeto europeu C4i, promovido pelo Conselho da Europa, há um capítulo específico dedicado a salientar os aspetos mais relevantes a ter em consideração para garantir a continuidade e sustentabilidade da EAR. A experiência acumulada desde a publicação deste guia só vem confirmar os aspetos e recomendações que nele foram referidos. Esta é a razão pela qual este capítulo é praticamente idêntico ao do guia.

Referimos que a EAR deve ser vista como uma estratégia a longo prazo, uma vez que não há atalhos quando pretendemos mudar perceções, desconstruir preconceitos e rumores. Para além disso, podem surgir novos desafios por causa de alterações sociais, económicas e demográficas e aí novos rumores podem obviamente surgir.

Há, no entanto, a necessidade de definir calendários e etapas específicas. Assim que alcançamos uma dessas etapas, por exemplo no final de uma campanha antirrumores específica ou no final de um plano de trabalho de um ou dois anos, é então tempo de avaliar o que foi feito e o que deve ser feito depois.

Como asseguramos a sustentabilidade da EAR? Como justificamos a necessidade de alocar recursos? E como mantemos o empenho e a motivação de tantas pessoas?

Não há uma resposta mágica para estas perguntas, mas através da experiência das várias cidades, podemos identificar alguns pontos ou passos que devemos considerar para garantir a sustentabilidade da estratégia. Mais uma vez, vale a pena referir o caso de Barcelona porque, apesar dos sete anos após o lançamento da estratégia e de duas mudanças de administração, continua ativa e em desenvolvimento.

### A. Uma análise em profundidade da avaliação e do impacto

A primeira coisa que se deve demonstrar sempre que for necessário justificar a continuação da estratégia são os resultados. Ainda que seja difícil influenciar a perceção das pessoas, usando a avaliação é possível identificar resultados concretos em algumas etapas, que vão indicar se vale a pena dar continuidade à estratégia. Se não formos capazes de mostrar estes resultados, teremos dificuldades em conseguir apoio para continuar com a estratégia.

Assim que ficarmos convencidos pela análise do impacto da estratégia de que vale a pena continuar, será muito mais fácil convencer os outros também. É por isso que é tão importante começar a trabalhar na avaliação da estratégia desde o início da EAR ou de qualquer campanha em particular. É também importante obter resultados de várias dimensões do impacto em diferentes momentos da estratégia/da(s) campanha(s).

Em último lugar, temos de ter em atenção a forma como apresentamos os resultados e o impacto. Ainda que sejam necessários mais estudos em profundidade e mais detalhes, dados ou argumentos sobre o impacto, temos de garantir uma apresentação dos pontos principais que seja simples, direta e entusiasmadora, adaptando sempre a comunicação destes resultados às diferentes audiências, tais como políticos, média ou cidadãos.

## B. Apoio interno

Uma vez que este projeto requer uma abordagem transversal, já devemos ter contruído uma rede municipal informal de pessoas de diferentes departamentos (educação, cultura, políticas sociais, participação, planeamento urbano, comunicação, recursos humanos, etc.). Dependendo do nível de envolvimento e do número de responsáveis, teremos ou não capacidade de conseguir um maior apoio interdepartamental e mais oportunidades para divulgar e implementar a EAR em diferentes áreas.

É óbvio que precisamos de um apoio político forte. Talvez o tenhamos obtido no início da estratégia quando, por exemplo, um deputado municipal convenceu o presidente da câmara e outros políticos da importância desta política. Mas o apoio político será maior se construirmos uma rede interna de aliados e se apresentarmos resultados positivos no final da implementação da estratégia.

O sucesso na identificação e envolvimento dos aliados internos não é só uma condição necessária para ser mais efetivo e para obter um maior impacto, mas é também algo que vai facilitar a sustentabilidade da EAR.

Por fim, não nos podemos esquecer que trabalhar desde o início para conseguir um consenso político forte entre partidos deveria ser uma prioridade, talvez até a que influencia de forma mais decisiva a sustentabilidade da EAR.

## C. O envolvimento e compromisso externo

Para além da importância de obter apoio interno, a escala e a força da rede antirrumores local é um dos fatores principais para assegurar a sustentabilidade e o desenvolvimento da estratégia no futuro. A experiência de várias cidades demonstrou que quando a estratégia se concebe como “estratégia global da cidade” e os agentes locais sentem que são parte preponderante, a sua capacidade de crescer, desenvolver-se e continuar é muito mais elevada.

O simples facto de organizações como escolas, ONGs, bibliotecas públicas, centros culturais e desportivos, bairros e associações de imigrantes, instituições de saúde e até prisões, e uma grande variedade de entidades profissionais e cidadãos participarem na EAR e implementarem ações antirrumores, implica uma maior autonomia e identidade da estratégia. Esta rede formal ou informal de envolvimento social coloca pressão sobre a administração local, no sentido de não suspender a estratégia e assegurar a sua continuidade.

Quando ocorre uma mudança política, a nova administração pode hesitar quando se trata da continuidade da estratégia. Se a nova equipa perceber que há muita gente na cidade motivada e preparada para defender a EAR, será mais difícil para a administração suspendê-la. Para além disso, se houver uma rede interna de funcionários municipais de vários departamentos, que também defendem a importância da estratégia, será mais fácil para a nova administração tomar a decisão de dar continuidade à iniciativa.



Por último, se o partido ou os partidos da nova administração foram consultados pela administração anterior, durante o processo de elaboração e lançamento da EAR, e chegaram a um acordo, então as probabilidades de garantir a sua sustentabilidade serão ainda maiores.

## D. Fazer parte de uma estratégia global e inovadora

Há ainda outra lição importante aprendida até à data e que em muito contribui para a sustentabilidade da EAR. Como sabemos, a abordagem antirrumores lida com um desafio complexo, sensível e global. Quando uma cidade, de um país específico, decide seguir uma política pública como esta, poderá ter de enfrentar alguns desafios e dificuldades, como a falta de consenso no seio da sua própria administração ou partido político, a reação por parte dos média que dê uma visão incorreta dos objetivos da estratégia ou fortes críticas da oposição e de algumas organizações ou cidadãos locais.

Uma estratégia importante para enfrentar estas possíveis energias negativas consiste em explicar que a EAR não é só uma ideia “estranha” de uma administração específica, mas uma tendência global, com a participação de muitas cidades europeias e não europeias. A estratégia envolve cidades de diferentes cores políticas, é promovida pelo Conselho da Europa e foi reconhecida como uma boa prática inovadora por muitas organizações e instituições internacionais.

Recomendamos a qualquer cidade que queira implementar a EAR que dê especial ênfase ao caráter global desta estratégia e ao valor de pertencer a uma rede de pessoas inovadoras e seguidores das recomendações de instituições internacionais como o Conselho da Europa. Não estamos sozinhos, estamos no mesmo barco de muitas outras cidades, liderando a implementação de novas práticas que continuarão a disseminar-se internacionalmente.

A mensagem de pertencer a uma rede global e inovadora, apoiada por instituições internacionais, pode ser determinante para receber mais apoio interno e externo e para dar legitimidade à estratégia. Organizar atividades com o objetivo de dar visibilidade a estas ligações internacionais da estratégia, como convidar outras cidades antirrumores para explicar o seu trabalho e trocar experiências, pode ajudar a passar esta mensagem. Para além disso, a experiência mostra que estes intercâmbios trazem resultados positivos em

termos de conhecimento, desenvolvimento de competências e motivação. Estar ligado internacionalmente aumenta as probabilidades de aceder a recursos e fundos de projetos europeus e internacionais. O projeto C4i foi um esforço conjunto de pequenas e grandes cidades, ativas e envolvidas no âmbito internacional, e de alguma forma ligadas à Rede de Cidades Interculturais do Conselho da Europa.

## E. E agora?

Quando se termina uma etapa do desenvolvimento da EAR de uma cidade (por exemplo, o termo de um projeto europeu, como o C4i, que proporcionou fundos, mas também um enquadramento metodológico, um plano de trabalho, aconselhamento e trabalho em rede) podem surgir muitas questões. O que fazer agora? Como continuar?

A experiência ajudou-nos a identificar alguns fatores importantes para obter o apoio interno e externo necessário para dar continuidade à estratégia. Por exemplo, conseguimos assegurar os orçamentos internos para dar continuidade ou a nossa rede local é forte e suficientemente motivada para continuar a desenvolver a estratégia.

Ao mesmo tempo, o fim de uma determinada fase, como um projeto europeu, pode ter um efeito negativo, pela falta de dinamismo e motivação que resulta da participação numa rede formal e internacional com calendário, apoio e responsabilidades concretas.

Apesar disso, a EAR tem demonstrado uma grande capacidade de manutenção de um bom nível de apoio e envolvimento e de encontrar sempre novas formas de se desenvolver. Apontamos o exemplo de Barcelona, mas foram muitas mais as cidades que conseguiram internalizar a EAR como uma política local importante, tendo até sido incluída em diferentes Planos Municipais.

Temos sublinhado que a EAR é uma viagem longa e que alguns dos resultados podem não ser visíveis ao longo do primeiro ano de implementação. Mas esta estratégia já demonstrou alguns resultados importantes, tanto a curto como a médio prazo, e acreditamos que, na perspetiva das cidades, é sempre benéfico aderir à abordagem antirrumores e continuar a enriquecer a sua metodologia. Cada nova cidade fornece uma nova perspetiva, novas ideias, ações e ferramentas que vale sempre a pena partilhar com outros.

Os pontos abaixo são apenas uma seleção de respostas para a pergunta “E agora?”

1. Identificar de forma clara as lições aprendidas na primeira etapa da EAR, as debilidades e os pontos fortes.
2. Verificar o apoio interno e externo da estratégia.
3. Adaptar os próximos passos para que se foquem em resultados e públicos específicos e para que reforcem a rede local e o apoio político.
4. Manter o contacto com outras cidades a um nível internacional: identificar as que se focaram em públicos semelhantes e propor visitas e intercâmbio de experiências, práticas, etc. É importante lembrar que podemos sempre aprender com os outros e que também temos a responsabilidade de deixar os outros aprender connosco.
5. Procurar incluir todos os grupos e diversidades na EAR (são abordados também os rumores que as minorias podem ter em relação à maioria e a outras minorias? As minorias estão devidamente representadas na estratégia e na rede?).
6. Manter uma atitude proactiva em relação às redes europeia e internacional e procurar novas formas de conseguir maior apoio e reconhecimento.
7. Comunicar devidamente as experiências e os resultados e adaptar a estratégia de comunicação aos diferentes públicos; políticos, sociedade civil, média, cidadãos, agentes internacionais (pode ser importante traduzir para inglês um sumário da campanha, das boas práticas e resultados, o que vai permitir ganhar mais visibilidade).
8. Dedicar algum tempo a apoiar outras cidades e organizações que tenham mostrado interesse em aprender com a nossa experiência. Estas relações trazem benefícios para todos. Pode parecer que não há tempo para dar atenção aos pedidos dos outros que nos querem visitar ou que nos pedem para contar a nossa experiência. Mas com o tempo vamos perceber que as outras cidades fazem coisas fantásticas que gostaríamos de adaptar e se colaborarmos com elas desde o início, vamos enriquecer a nossa estratégia. Este princípio de partilha deve ser parte central da nossa atitude desde o começo. Este é talvez o conselho mais importante que podemos dar.

Por fim, o propósito deste manual passa também por contribuir para a futura evolução e sustentabilidade da EAR. Partilhar e comunicar esta experiência vai ajudar mais cidades a dar o primeiro passo para elaborar e complementar a sua EAR e a ficarem inspirados pelas experiências das atuais cidades antirrumores. Para além disso, o manual pode também ajudar as cidades veteranas a demonstrar e a visualizar a sua contribuição, de forma a convencer algumas pessoas importantes da importância de continuar a desenvolver esta estratégia.

Sabemos que construir sociedades mais inclusivas, interculturais e dinâmicas é um dos maiores desafios globais deste século.

O que também sabemos é que os preconceitos, as ideias preconcebidas e os rumores são barreiras fortemente enraizadas que dificultam a concretização destes objetivos. Temos assistido a um aumento considerável de discursos populistas e xenófobos em muitos países, que estão a alimentar narrativas e percepções negativas sobre a diversidade e sobre minorias particularmente estigmatizadas. É necessário que uma vontade política mais alargada combata este impacto negativo dos preconceitos e dos rumores, e que o faça junto com a sociedade civil, uma vez que se trata de uma responsabilidade de toda a sociedade.

Não há soluções mágicas ou atalhos, mas há políticas e estratégias que podem trazer aspetos positivos, e acreditamos que a estratégia antirrumores é uma delas. Esperamos que este manual se torne numa ferramenta que inspire e envolva mais cidades e intervenientes sociais, que se comprometam com a construção de sociedades verdadeiramente interculturais, trabalhando para combater a discriminação e o racismo e tirando partido da “vantagem da diversidade”.





## Capítulo 8

# Algumas lições aprendidas

**T**endo por base a análise das diferentes avaliações feitas até à data (mais focadas no processo, nos resultados ou no impacto) e os questionários realizados pelos responsáveis das EAR na grande maioria das cidades antirrumores, apresentamos um conjunto de pontos fortes, fraquezas e principais desafios que podem surgir no futuro imediato da EAR.

### Pontos fortes, fraquezas e desafios da EAR

Identificámos três áreas distintas de análise:

- ▶ A abordagem antirrumores
- ▶ O processo interno da EAR
- ▶ O impacto externo

#### a) A abordagem antirrumores

Ainda que já tenha sido destacado neste manual em várias ocasiões, é importante começar por identificar aqueles aspetos que a maioria das cidades consideram como os mais relevantes para explicar o “sucesso” de uma EAR (aqui deve entender-se não o sentido do seu impacto direto, mas a sua capacidade de gerar interesse e integrar cada vez mais cidades, agentes sociais e organizações a um nível internacional).

#### *Dar foco aos rumores*

Construir uma iniciativa que dê foco aos rumores, em vez de centrar-se noutros conceitos abstratos e excessivamente técnicos, demonstrou ser um fator decisivo para chamar a atenção e gerar interesse, o que deve ser usado como pretexto para abordar outros assuntos e promover debates mais complexos e abrangentes.

#### *Abordagem “não culpar os cidadãos”*

O compromisso com uma abordagem baseada na empatia e na ausência de culpabilização das pessoas por terem preconceitos (a maioria ambígua da população, não a minoria racista ou aqueles que se dedicam a disseminar discursos xenófobos e de ódio) permitiu também atrair o interesse de outros públicos, que não se sentem alvo de outros discursos e que tendem a mostrar uma certa superioridade moral e até desdém.

#### *Combinação de uma política pública e de um “movimento social” da cidade*

O facto de a EAR ser uma política pública, mas de ser também baseada numa estratégia com uma componente fortemente participativa e colaborativa, que utiliza uma grande variedade de agentes da sociedade civil e cidadãos em geral, é uma grande mais-valia que deve ser consolidada e preservada.

## *Muito mais do que difundir factos e argumentos*

A convicção (assim como as evidências resultantes de experiências e inúmeros estudos) de que a simples divulgação de dados objetivos tem um impacto mínimo no que toca à influência das percepções, preconceitos e mudanças de narrativa, e de que outras abordagens mais qualitativas que incluem a componente emocional, diálogo e promoção de pensamento crítico conseguem melhores resultados é outro dos aspetos chave.

## *O compromisso com o desenvolvimento de competências*

Centrar uma parte da estratégia no desenvolvimento das competências dos diferentes intervenientes, através de várias ações formativas e do desenvolvimento de ferramentas práticas, que permitam um confronto mais eficaz dos preconceitos e narrativas negativas sobre a diversidade, é outro dos fatores fundamentais para o sucesso da EAR.

## *Acrescentar valor, e valorizar, o trabalho já desenvolvido*

Construir a EAR partindo de um processo coletivo e colaborativo de intercâmbio social, através da identificação e envolvimento do maior número possível de experiências, projetos e agentes chave ligados a estes temas, é fundamental para maximizar recursos e energia, assim como para obter um maior impacto e garantir a sustentabilidade da EAR ao longo do tempo.

## *Flexibilidade e adaptabilidade*

A capacidade de adaptar a abordagem antirrumores a diferentes contextos e âmbitos diferentes, assim como de expandir a sua área de influência com uma metodologia que combina rigor e flexibilidade, foi também destacado como um dos seus principais pontos fortes.

## **b) O processo “interno”**

Com o termo “processo interno” pretendemos referir-nos a tudo o que esteja relacionado com o desenvolvimento, metodologia e agentes envolvidos na implementação da EAR.

## *Pontos fortes/oportunidades*

A abordagem e metodologia da EAR provaram ser muito úteis para facilitar o envolvimento e compromisso tanto dos políticos como dos técnicos municipais.

## Transversalidade e cooperação interdepartamental

- ▶ A abordagem e a flexibilidade da EAR permite o envolvimento de diferentes departamentos municipais, que incorporam assim esta abordagem nas suas políticas e atividades.
- ▶ A transversalidade permite chegar a várias audiências, promovendo assim uma cultura de colaboração no seio do município, o que facilita a sustentabilidade da EAR quando acontecem mudanças na administração.

A criação de uma rede composta por diversos agentes sociais e pessoas motivadas para cooperar e para formarem uma parte fundamental da EAR permite:

- ▶ Chegar a uma audiência mais alargada e conectar-se com diferentes agentes sociais.
- ▶ Incorporar com facilidade diversas experiências, projetos e conhecimentos.
- ▶ Promover a corresponsabilidade e o vínculo entre administração pública e sociedade civil, que devem colaborar para atingirem objetivos comuns.
- ▶ Facilitar a criatividade e a inovação das atividades.
- ▶ Aumentar a visibilidade e o impacto das ações fornecendo um enquadramento comum.
- ▶ Promover níveis mais elevados de reflexão crítica e construtiva sobre o funcionamento da EAR.
- ▶ Reforçar a dimensão de uma “estratégia da cidade” global, o que facilita a sua sustentabilidade no caso de possíveis mudanças de administração.

## A formação de agentes antirrumores

- ▶ Em geral, as opiniões das pessoas que assistiram à formação para se tornarem agentes antirrumores são muito positivas; reconhecem que lhes trouxe conhecimentos e ferramentas práticas muito relevantes.
- ▶ Muitos dos agentes antirrumores adotaram a abordagem e ferramentas nas suas áreas de trabalho e nas suas vidas.
- ▶ Permite a criação de espaços de desenvolvimento de competências, partilhados por funcionários municipais e membros da sociedade civil, o que facilita a ligação e o intercâmbio de conhecimento e experiências.
- ▶ Cria um sentido de identidade positiva ligado a um projeto global da cidade, que é considerado importante

para melhorar a convivência, a coesão e a prevenção da discriminação.

A colaboração entre três áreas chave: políticas públicas, sociedade civil e academia:

- ▶ Em muitas cidades, a EAR serviu para promover a colaboração entre o mundo académico, políticas públicas e muitos agentes sociais, o que permitiu um maior rigor na gestão de esforços e um maior impacto dos seus conteúdos e atividades.

Produção de materiais, recursos e ferramentas antirrumores

- ▶ Em geral, os materiais desenvolvidos no âmbito da EAR de todas as cidades são muito valorizados pela qualidade do seu contexto e também pela criatividade, o que transmite uma imagem rigorosa, mas também estimulante e motivadora.

### *Fraquezas / riscos*

- ▶ Dificuldade em encontrar equilíbrio entre o nível de formalidade e informalidade das redes antirrumores, assim como o seu grau de autonomia em relação ao município.
- ▶ Expetativas altas criadas por muitos agentes e membros da rede, que podem ser depois difíceis de satisfazer dependendo da capacidade da equipa antirrumores, recursos, etc.
- ▶ A perda de energia de pessoas motivadas, que fizeram a formação antirrumores e que não se conseguem vincular efetivamente à abordagem EAR, em especial se não fazem parte de nenhuma entidade (talvez uma organização ou grupo).
- ▶ O risco de a rede não ser permeável à integração de pessoas e perfis novos e diversos, levando assim à excessiva homogeneização e profissionalização, muito marcada pela presença maioritária de entidades que estão normalmente envolvidas nestes assuntos.
- ▶ Dispersão excessiva de atividades. Ainda que a capacidade da EAR de chamar a atenção de muitos agentes que decidem promover ações antirrumores deva ser vista como positiva, é importante definir planos de ação concretos e campanhas com objetivos, atividades e calendários bem definidos, de forma a garantir um maior impacto viabilizar a avaliação.
- ▶ É necessário aprofundar as ações destinadas às redes sociais, que são um espaço fulcral para a disseminação de rumores,

estereótipos e preconceitos, mas também gerar espaços de comunicação e intercâmbio entre agentes antirrumores e agentes envolvidos na EAR.

- ▶ Existe o risco de se perder o rigor em algumas atividades, que incluem a disseminação de rumores ou a superficialidade de alguns argumentos antirrumores. Há também o risco de uma grande proliferação de agentes que promovem todo o tipo de atividades e formação antirrumores, sem preparação ou conhecimento da EAR e de todas as lições aprendidas ao longo dos anos. Os erros por vezes cometidos nas primeiras fases da estratégia foram corrigidos, mas as atividades ineficazes da EAR que não conseguem tirar vantagens destes avanços podem prejudicar a imagem da EAR no geral.
- ▶ A disparidade dos métodos de avaliação usados pelas várias cidades pode dificultar comparações e mostra a necessidade de se definir um sistema mais atualizado e abrangente para avaliar o seu impacto.

### **c) O impacto “externo”**

Aqui vamos abordar os aspetos relativos aos impactos sobre assuntos, agentes e públicos prioritários da EAR, que se pretendem influenciar de forma a alcançar os objetivos propostos.

### *Pontos fortes / Oportunidades*

- ▶ O efeito de “contágio” que a EAR tem demonstrado no momento de comunicar, envolver e capacitar os intervenientes e indivíduos que não estão normalmente ligados ou não se sentem atraídos por assuntos e estratégias deste tipo.
- ▶ A capacidade da EAR de colocar estes assuntos na agenda social e política, com o apoio transversal de diferentes partidos políticos e com um impacto significativo nos média.
- ▶ A capacidade da EAR de influenciar a educação, incorporando esta abordagem em várias escolas, institutos e outros programas de formação, tanto a um nível municipal, como a um nível académico ou de formação de adultos.
- ▶ A expansão internacional da EAR, que mostra o interesse gerado em diferentes contextos e países, não só na Europa, mas também em países tão diversos como o Japão, México, Canadá, Marrocos e Jordânia, entre outros.

- ▶ A capacidade da EAR em influenciar as políticas públicas, ao promover um maior número de políticas de gestão da diversidade a partir de uma perspectiva intercultural, e ao reforçar e complementar políticas e discursos antirracistas e estratégias anti discriminação.
- ▶ Por fim, o impacto positivo que demonstrou, em especial depois da avaliação do projeto C4i, na melhoria das percepções e atitudes dos cidadãos em relação a assuntos de diversidade sociocultural e em relação a grupos como os imigrantes, refugiados e outras minorias estigmatizadas.
- ▶ A tendência identificada em algumas cidades de não manter uma atitude de permanente autocrítica e não continuar a inovar e a incorporar o conhecimento de várias disciplinas, que podem enriquecer enormemente a abordagem, a eficácia e o impacto da EAR.
- ▶ Os preconceitos que por vezes se percebem entre alguns intervenientes, tanto ao nível municipal, como ao nível das entidades e da rede, no sentido de não quererem atuar em áreas tão relevantes como o setor privado e grandes empresas, o que limita a expansão da EAR em áreas chave.

### *Fraquezas / riscos*

- ▶ A complexidade de impulsionar e manter campanhas específicas que demonstram mudanças substanciais e duradouras ao longo do tempo.
- ▶ Limitações no impacto através de um uso mais profissional e rigoroso das redes sociais.
- ▶ O risco de não manter uma atitude proactiva no envolvimento de pessoas de áreas muito diferentes, para chegar a um maior número de pessoas que não estão sensibilizadas.



# Anexos

## Anexo 1 – A comunicação cara a cara

Que atitude devemos adotar perante rumores e comentários discriminatórios? O Guia Prático para Agentes Antirrumores de Barcelona dá-nos muitas sugestões úteis de como combater os rumores no dia-a-dia. Neste anexo fazemos um resumo desses conteúdos.

Infelizmente, são poucos os que questionam estes comentários e rumores. Um dos planos de ação consiste em fornecer ferramentas para uma comunicação mais eficaz e para um diálogo mais produtivo e positivo com as pessoas que queremos sensibilizar. Para fazê-lo, devemos ter em conta as seguintes premissas:

Baixar as expectativas

Não há nenhum truque de magia no processo de comunicação, nem há frases secretas que nos permitam persuadir os outros. Fazer com que o nosso interlocutor fique com algumas dúvidas, ou que interiorize um pouco da nossa narrativa, é já uma grande vitória. Temos de ter sempre presente que é mais eficaz que as pessoas cheguem às suas próprias reflexões e conclusões, sem se sentirem pressionadas: deixemo-las fazer o seu próprio processo.

Tratar as pessoas como iguais

Não somos melhores, ou sequer diferentes, das pessoas que queremos sensibilizar. A empatia tem de começar por reconhecermos os nossos próprios estereótipos e preconceitos. O diálogo construtivo, que promovemos com o fim de sensibilizar, só é possível quando reconhecemos no outro um interlocutor válido, com quem podemos trocar conhecimentos e experiências.

Manter uma atitude positiva

Se acreditarmos desde o início que uma conversa vais ser insuportável, o mais provável é que o seja, porque há uma predisposição para isso. Pelo contrário, se acreditarmos que, independentemente do resultado, vamos sempre conseguir algo positivo, é muito provável que consigamos o objetivo de melhorar as relações interculturais.

Adotar uma atitude profissional

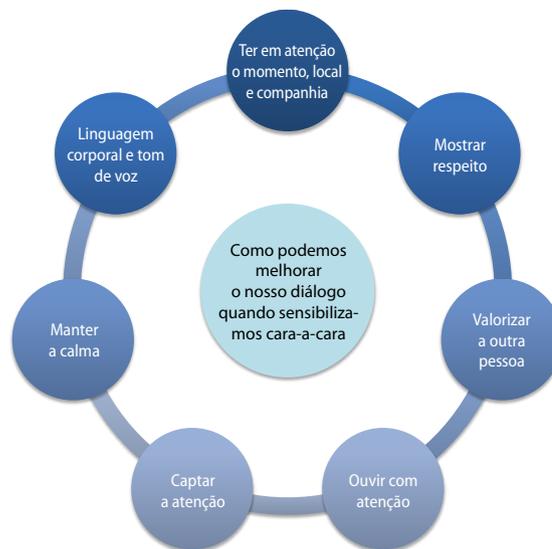
Os assuntos familiares e quotidianos são os mais difíceis de gerir. Onde quer que estejamos, temos de ter a consciência que podemos ouvir comentários que são ofensivos. É importante criar empatia com a pessoa com quem estamos a falar (ainda que estejamos em desacordo). É importante lembrar o quão confusos nos sentimos quando nos deparamos com situações que não compreendemos e como as interpretamos com base na nossa perspetiva cultural. É importante não esquecer que as mudanças vêm por vezes acompanhadas de medos.

Praticar

Vai depender da atitude e da predisposição da pessoa que queremos sensibilizar, mas também é importante o nosso domínio da situação, algo que só se consegue com prática. A prática e a perseverança vão ajudar-nos a refinar a nossa técnica e as nossas competências.

Alguns elementos chave da comunicação para melhorar o diálogo quando queremos sensibilizar cara-a-cara:

1. **Ter em atenção o momento, local e companhia.** O desperdício é o maior inimigo da comunicação efetiva: ter tempo para ter uma conversa calma, com margem suficiente para ouvir os argumentos do outro, ajuda-nos a elaborar argumentos mais convincentes e melhores estratégias de resposta. Uma boa estratégia seria afastar-se e retomar a conversa mais tarde, com calma, quando estiverem sozinhos, para evitar o sentimento de confronto (“nós contra eles”): “Estava a pensar no que disse no outro dia e...”. As pessoas à nossa volta podem destruir as nossas tentativas de manter uma conversa descontraída, o que poderá resultar numa atitude defensiva.
2. **Mostrar respeito.** A comunicação quotidiana baseia-se principalmente na imitação (levantar a voz ou sorrir). Quando mostramos uma atitude de respeito em relação ao nosso interlocutor, podemos influenciá-lo para que adote a mesma atitude em relação a nós. Queremos despertar a consciência crítica das pessoas, diluir o mais possível os limites entre “nós” e os “outros”, ficando mais próximos de quem queremos sensibilizar. No final da conversa, devemos perguntar-nos: tenho vontade de falar novamente com esta pessoa? E ela também quer voltar a falar sobre estes assuntos? Se a resposta for não, então não fomos bem-sucedidos na nossa abordagem.
3. **Valorizar a outra pessoa.** Os rumores mais disseminados são os que nos são mais próximos, que se relacionam com temas que nos preocupam e que respondem aos nossos medos e preocupações. Em caso algum devemos desconsiderar as preocupações de um membro de uma família. Reconhecer e valorizar a sua preocupação pode contribuir para que oiça mais facilmente os nossos argumentos, ainda que contradigam os deles. Ao valorizarmos o interlocutor, fazemos com que se sinta compreendido, apreciado e aceite. A comunicação centrada na pessoa pode fazer com que o interlocutor se torne defensivo.



4. **Ouvir com atenção e compreender o raciocínio do outro.** A escuta ativa ajuda a compreender os pensamentos, sentimentos e ações do nosso interlocutor, e a analisar o que está a passar. Quando se trata de um rumor que queremos desconstruir, o que acontece é que, quando a outra pessoa está a falar, nós já estamos a pensar no contra-argumento. Temos de mostrar que estamos a ouvir: não devemos interromper, acabar as frases do outro ou falar ao mesmo tempo. Não devemos ter receio de colocar perguntas; quanto melhor entendermos os seus raciocínios, sentimentos e inquietações, mais capacidade teremos de adaptar a resposta.
5. **Captar a atenção.** É muito difícil manter um nível de interesse constante. Em primeiro lugar temos de evitar argumentações longas e conceitos abstratos, tais como globalização ou interculturalidade. É muito mais eficaz usar argumentos breves e claros, que vão diretos ao cerne da questão, usando exemplos e argumentos já referidos pelo interlocutor, mas dirigindo-os para os pontos comuns. É importante ter consciência do poder das perguntas quando se trata de conseguir que alguém reflita e se mantenha interessado.

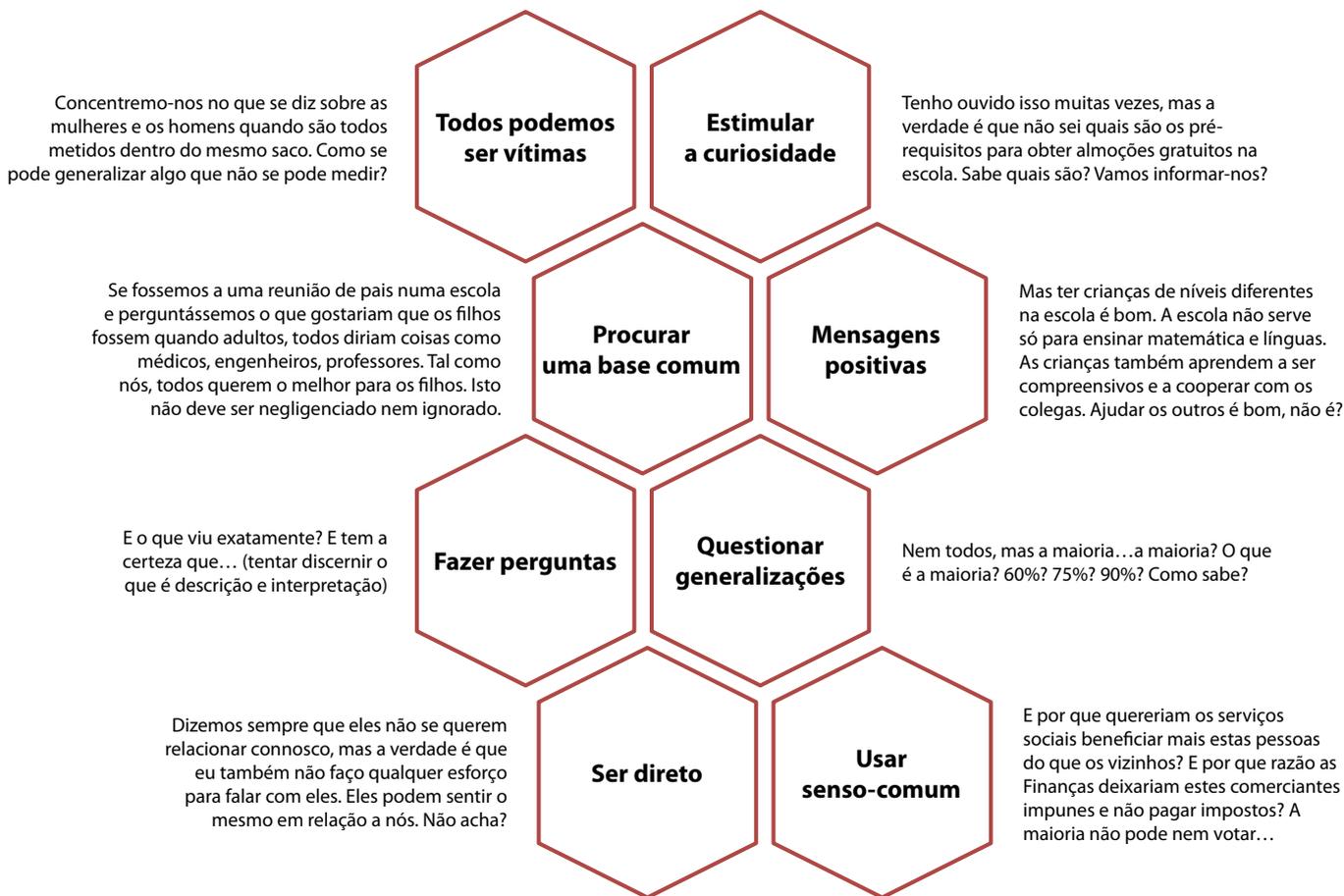
**6. Manter a calma.** Normalmente, os interlocutores acabam por radicalizar o seu discurso inicial. Perante uma situação tão complexa, é importante manter a calma e não fazer acusações, comunicar as nossas diferenças, mas sublinhando sempre os pontos comuns. O diálogo será mais fácil se eliminarmos as afirmações com carga emocional e trabalharmos sobre o acordo mútuo.

**7. A linguagem corporal e tom de voz** deve refletir o que tentamos transmitir na conversa. É importante mostrar coerência entre o que queremos expressar com palavras e o que o nosso corpo e voz estão a comunicar. Em vez de interpretar as respostas de acordo com os nossos códigos culturais, é preferível perguntar

o que podemos fazer para que ambos se sintam mais confortáveis, enquanto deciframos gradualmente os diferentes códigos culturais.

**Estratégias de resposta.** Podemos usar várias estratégias para criar consciência crítica em relação aos rumores e estereótipos, semeando a dúvida e criando espaços de reflexão.

Para concluir, não devemos ter receio em reconhecer abertamente os direitos fundamentais de todas as pessoas. Temos de ser coerentes e reconhecer estes direitos da vida quotidiana, assim como os de todos os vizinhos que vivem connosco nos nossos bairros e cidades.



## Anexo 2 – Cidades antirrumores

**AMADORA (Portugal):** A Rede Social da Amadora lançou a campanha Não Alimente os Rumores! – uma atividade central do projeto C4i. A cidade contou com o apoio da universidade para avaliar o impacto das ações nas atitudes dos cidadãos. As principais atividades foram: Concurso Vamos falar a verdade!; Caminhos da integração; Fórum O Valor dos Factos; concurso de papagaios com todas as escolas primárias e secundárias.

### Mais informação

**BARCELONA (Espanha):** A EAR de Barcelona é uma linha de ação do Plano Interculturalidade de Barcelona (2010). A cidade realizou uma pesquisa para confrontar falsos rumores, que muitos cidadãos estavam a disseminar, com a verdade. O município decidiu então impulsionar uma ação e a EAR logo começou a construir uma rede de mais de 300 associações e pessoas que trabalharam juntas para combater estes falsos rumores e para divulgar mensagens positivas sobre diversidade cultural. A estratégia foi testada em quatro outras cidades espanholas (2013), com o enquadramento do projeto C4i (2014-15), validando assim o trabalho da EAR. A rede de Barcelona é atualmente formada por 1000 membros, entre os quais se encontram organizações, programas municipais e serviços, o município e cidadãos.

### Mais informação

**BILBAO (Espanha):** Em 2014, Bilbao iniciou a sua EAR ao nível do distrito e dos bairros (Deusto e Rekalde) para trabalhar principalmente com a juventude e os média. Com um forte compromisso por parte dos agentes antirrumores, as formações e as ações de sensibilização são um pilar importante da estratégia. Foi criada uma *app* no âmbito da estratégia, que é um jogo para medir os conhecimentos sobre a imigração, onde se incluem dados e argumentos antirrumores. Bilbao é membro da Rede Basca Antirrumores ZAS.

### Mais informação

**BOTKYRKA (Suécia):** Apesar do objetivo geral de desmentir rumores que criam hostilidade e/ou conflito, a campanha de Botkyrka visou identificar e desenvolver indicadores de mudança social ligada à eliminação de rumores e preconceitos que geram racismo, discriminação e xenofobia. A sua meta era trabalhar com jovens que queriam contribuir ativamente para desmentir rumores. O

objetivo nacional a longo prazo da EAR era cooperar com outros municípios, principalmente através da plataforma LUCS da UNESCO.

### Mais informação

**ERLANGEN (Alemanha):** A cidade centrou a sua estratégia na população em geral e em dois grupos específicos: idosos e estudantes universitários. Foi aberta uma oficina anti discriminação em 2016. Durante a sua campanha com o C4i foi dada prioridade aos requerentes de asilo. As suas ações incluíram um “Piquenique banquete da diversidade”, a “biblioteca viva” e o programa de refugiados qualificados na Siemens AG.

### Mais informação

**LIMERICK (Irlanda):** A EAR identificou os jovens como grupo alvo. Limerick colaborou com Doras Luimní, uma entidade ligada aos direitos dos imigrantes, com acesso a redes de intervenientes com poder de decisão e à rede de jovens. Escolas e institutos incorporaram a abordagem antirrumores em algum dos conteúdos dos seus cursos e usaram o projeto como tarefa académica. O núcleo da juventude de Limerick organizou *workshops* que resultaram no desenvolvimento de um conjunto de recursos educativos que foram aplicados em escolas secundárias por toda a Irlanda. .

### Mais informação

**LOURES (Portugal):** Um dos objetivos primordiais de Loures era desmistificar os preconceitos sobre os imigrantes residentes em habitação social, nomeadamente os dos bairros mais desfavorecidos. A estratégia incluiu *workshops* de sensibilização e a exploração do tópico da imigração com ONGs de referência, grupos religiosos, autoridades locais, paróquias e escolas. Foi também organizado um festival no âmbito do projeto “O bairro e o mundo”, assim como uma galeria de arte pública.

### Mais informação

**LUBLIN (Polónia):** A campanha de Lublin no âmbito do projeto C4i focou-se na população em geral, nos média, na rede local e entidades locais que trabalham com imigrantes. Promoveram campanhas de comunicação específicas para jovens e idosos. Eis algumas das atividades: Loja de Troca de Rumores, para refletir sobre os rumores em espaço público e para atrair a atenção positiva dos média; e o *workshop* “Devoradores de rumores”, onde os participantes criaram vídeos curtos para promover a integração.

### Mais informação

**NUREMBERGA (Alemanha):** A campanha C4i foi implementada na cidade de Langwasser e centrou-se nas escolas e nas entidades sociais. Formou-se um grupo de agentes antirrumores com entidades civis (assistentes sociais, voluntários) e pessoas que trabalham nas escolas. De entre as várias ações, destacam-se uma campanha fotográfica onde foram retratadas pessoas com preconceito em relação à sua origem e a “Cozinha portátil” para promover encontros e diálogos interculturais, através de sessões de culinária partilhadas no espaço público.

#### Mais informação

**PATRAS (Grécia):** Esta cidade focou-se nos jovens como grupo alvo principal. Vale a pena destacar as atividades seguintes: *Workshop* na prisão (o serviço educativo da prisão incorporou a abordagem e os materiais antirrumores como tema de trabalho); e o Teatro do Oprimido, onde artistas e associações de imigrantes se uniram para chegarem aos jovens através de simulações e narração de histórias contra a xenofobia.

#### Mais informação

**SABADELL (Espanha):** Membro da Rede Espanhola de Cidades Interculturais desde 2012, a cidade lançou o projeto “TEJIENDO LA CONVIVENCIA: red antirrumores de Sabadell” após o final do projeto C4i. A cidade organizou um concurso com escolas secundárias para criar um rap antirrumores no âmbito da EAR.

#### Mais informação

**CARTAGENA:** Parceiro do projeto das Cidades Interculturais e membro da RECI desde 2011, a cidade participou também no projeto europeu DELI. A EAR foi apresentada na cidade no início de 2016, pela organização global antirrumores, e decidiu-se que a campanha seria dirigida à população em geral e aos jovens em particular. A cidade criou então Espaços Livres de Rumores, um ponto de informação antirrumores e organizou *workshops* nas escolas secundárias.

#### Mais informação

**FUENLABRADA:** Fuenlabrada juntou-se ao projeto “Estratégia Antirrumores para prevenção do Racismo” com outras cidades RECI em 2013. Começou com uma campanha que visava a colaboração das famílias com as escolas e a promoção de atividades

como *workshops* de criação literária e o desenvolvimento de um conto *online*, com a participação de vários artistas.

#### Mais informação

**GETAFE:** Parceira do projeto das cidades interculturais, a cidade apresentou em 2016 o seu Plano de Convivência em 2016 para gerir de forma positiva a diversidade. A EAR foi implementada no início de 2016 como parte deste plano. O foco foi dado às crianças, jovens e idosos. Para além disso, foi também analisada a adoção da abordagem antirrumores no âmbito da saúde mental. Estão a ser exploradas as possibilidades de colaborar com câmaras de comércio e com empresas para desenvolver alianças com a estratégia.

**JEREZ DE LA FRONTERA:** A cidade aprovou o seu Plano da Diversidade e Convivência Intercultural para o período 2015-2018 e lançou a sua EAR em 2016, pelo que se encontra numa fase inicial. Os grupos em que decidiu focar as suas ações forma os jovens e as crianças. Estão a criar uma rede antirrumores e têm um *slogan* muito inspirador: “o rumor não tem arte”.

#### Mais informação

**LOGROÑO:** A cidade integrou a RECI em 2015 e a apresentação da EAR foi feita em 2016 em conjunto com a antirrumores global. A cidade pôs em prática a criação da rede antirrumores e formou agentes antirrumores e técnicos municipais. Quanto às ações, priorizaram o trabalho com a população em geral e com os jovens, centrando-se nas redes sociais e nos rumores relacionados com a islamofobia.

#### Mais informação

**ILHA DE TENERIFE:** O Grupo Antirrumores é um grupo de trabalho da estratégia de gestão da diversidade “Juntos na mesma direção”, lançado pelo Cabildo e pela Universidade de Laguna em 2013. O grupo tem 3 linhas de ação: 1) formar agentes antirrumores e organizar laboratórios de diálogo; 2) Campanhas de sensibilização (ex: ciberracismo); 3) elaboração e divulgação do material.

#### Mais informação

**CASTELLÓN:** Com o projeto “Stop Rumores”, Castellón implementou várias atividades antirrumores, como *workshops* de formação para funcionários municipais e agentes sociais, o uso do teatro como

uma ferramenta antirrumores ou campanhas de comunicação criativa como a “*selfie* antirrumores”.

#### Mais informação

**OUTROS:** BHá muitas outras cidades que estão na fase inicial de lançamento da sua EAR, como é o caso de Montreal, Leganés e San

Sebastián, ou que já têm algum tempo de implementação, como é o caso de Zaragoza e de muitas outras cidades da Andaluzia. Em ambos os casos, a expansão e os avanços das estratégias antirrumores nas cidades de todo o mundo é encorajador para todos os que estão empenhados na luta pela promoção da interculturalidade e pela derrota da discriminação.



## Anexo 3 – Monitorização das cidades antirrumores

### Informação geral

Cidade:

Contacto para a estratégia antirrumores (EAR):

Courriel:

Data de início da EAR:

Situação atual da EAR: (fase inicial, consolidação, crescimento, pendente, progresso irregular, liderança feita por outras organizações e a cidade não participa, etc).

### Compromisso e envolvimento político

▶ Há um grande envolvimento político com a EAR?

Sim, Não

Em caso afirmativo,

– Quais os fatores que facilitaram / dificultaram o envolvimento político com a estratégia ao longo do tempo?

▶ Há consenso com os outros partidos políticos em relação à EAR?

Sim, Não

▶ A EAR está incluída no âmbito de algum plano estratégico do município?

Sim, Não

Em caso afirmativo,

– Em qual?

O Município referiu-se à EAR em alguma comunicação política ou declaração institucional?

Sim, Não

Em caso afirmativo,

– Em qual(ais)?

▶ Há um orçamento municipal específico para a EAR?

Sim, Não

Em caso afirmativo,

– Qual é o orçamento anual?

### Equipa central e desenvolvimento de competências

▶ Que departamento municipal coordena a estratégia?

▶ Quantas pessoas formam a parte da equipa central, responsável pela gestão e coordenação da EAR?

▶ Qual o perfil dos membros da equipa central? Quem faz parte da equipa que promove e coordena a EAR? (Quantas pessoas, perfil, agentes externos e internos...)

▶ Foram realizados *workshops* de desenvolvimento de competências sobre a EAR?

Sim, Não

Em caso afirmativo,

– Quem participou nestes *workshops*? (Apenas a equipa central, políticos, técnicos municipais, sociedade civil...)

### Colaboração transversal entre departamentos

▶ O trabalho desenvolvido no âmbito da EAR assume uma lógica transversal entre os diferentes departamentos municipais?

Sim, Não

Em caso afirmativo,

– O que facilitou / dificultou este processo?

– Qual o departamento mais envolvido?

– Descrevam 2-3 exemplos de ações antirrumores promovidas em colaboração com outros departamentos municipais.

### Diagnóstico Antirrumores

▶ Foram identificados os principais desafios da cidade em relação à diversidade?

Sim, Não

Em caso afirmativo,

– Pode identificar os principais 3-5 desafios?

- ▶ Foram identificados os agentes chave e as iniciativas existentes neste âmbito ou similares?

Sim, Não

Em caso afirmativo,

- Pode dar alguns exemplos concretos de projetos e agentes chave identificados?
- ▶ Realizou-se um processo para identificar os principais rumores da cidade relacionados com a diversidade em geral e em relação a grupos específicos?

Sim, Não

Em caso afirmativo,

- Quais os rumores identificados?
- Quais os rumores mais preocupantes, pelo impacto na convivência e por constituírem terreno fértil para o racismo e a discriminação?
- Qual a metodologia usada para identificar os rumores?
- ▶ Organizaram-se atividades participativas ou criativas para identificar os rumores?

Sim, Não

Em caso afirmativo,

- Apresentem um exemplo.
- ▶ Recolheram dados e argumentos antirrumores?

Sim, Não

Em caso afirmativo,

- Como foram compilados estes dados e argumentos?
- Como foi recolhida esta informação?
- Que tipo de argumentos acreditam serem os mais eficazes e quais são os mais contraproducentes? (2-3 exemplos)
- Trabalharam com rumores que anda têm a ver com a diversidade cultural? (rumores sobre os bairros ou a cidade, ou sobre outras dimensões da diversidade, como o género, a orientação sexual, deficiências, etc.)

Sim, Não

Em caso afirmativo,

- Apresentem alguns exemplos.

## Rede antirrumores

- ▶ Foi criada uma rede antirrumores?

Sim, Não

Em caso afirmativo,

- Quem faz parte da rede? (quantidade e perfil) e como evoluiu desde a sua criação?
- Que direitos / compromissos foram acordados com os primeiros membros da rede?
- ▶ Existe uma estrutura formal da rede?

Sim, Não

Em caso afirmativo,

- Como está estruturada a rede e como é gerida? (Quem a coordena, há uma comissão estratégica, grupos de trabalho, que direitos/ compromissos dos membros...)
- Na vossa opinião, quais os principais desafios que devem ser abordados em relação ao funcionamento e ao papel da rede? (2-3 exemplos)
- ▶ Quais são as principais tarefas da rede?

## Formação de agentes antirrumores

Realizou-se formação antirrumores?

Sim, Não

Em caso afirmativo,

- Quantos agentes antirrumores foram formados e quais os seus perfis?
- Como se divulga a formação? (divulgação aberta a quem possa interessar ou dirigida a públicos específicos)
- Como está estruturada a formação básica? (títulos dos conteúdos e duração)
- Há outros formatos de formação? Em caso afirmativo, dê um exemplo

## Elaboração e implementação de ações antirrumores

- ▶ Foram identificadas prioridades e públicos-alvo na estratégia? (priorização de alguns rumores, grupos, lugares, âmbitos de ação...)

Sim, Não

Em caso afirmativo,

- Quais e porquê?
- ▶ Como se identificaram estas prioridades e públicos-alvo e quem o fez?

### Comunicação general

- ▶ Foi criada uma estratégia de comunicação para a EAR?

Sim, Não

- ▶ Como se divulga a informação à população em geral? Especifique quais os recursos usados:
  - canais e ferramentas de comunicação (web, redes sociais, vídeos, banda-desenhada, etc.)
  - exemplos de logotipos e slogans
  - eventos
  - declarações institucionais
  - apresentação aos média e notas de imprensa
  - etc.
- Na sua opinião, que tipo de ações e comunicação tiveram maior impacto no momento de dar a conhecer a estratégia aos cidadãos?

### Ações e campanhas antirrumores

- ▶ Como foram selecionadas as ações antirrumores a implementar?
- ▶ Foi elaborado um plano de ação para ações e campanhas antirrumores específicas?

Sim, Não

Em caso afirmativo,

- Quais são os objetivos específicos, grupos prioritários, atividades e calendário?

- ▶ Como foram definidas / classificadas as diferentes ações antirrumores implementadas? (As categorias que se seguem podem ser usadas para agrupá-las)
  - Comunicação
  - Atrair novos aliados para a EAR
  - Promover conhecimento e pensamento crítico
  - Ações participativas, de sensibilização, de desenvolvimento de competências
  - Promover a interação positiva
  - Ação direta para combater rumores e preconceitos
  - Criação de espaços livres de rumores
  - Promover laboratórios criativos antirrumores
  - Alcançar novos níveis de influência (politica, social...)
  - Colaboração com cidades antirrumores e o projeto global
- ▶ Quem é o responsável pela implementação destas ações?
  - Técnicos/as municipais
  - Membros da rede antirrumores
  - Agentes antirrumores
  - Outras entidades, organizações, escolas, bibliotecas públicas, etc.
- ▶ Qual a percentagem de ações antirrumores realizadas no âmbito do plano de trabalho da EAR, e que percentagem pode ser considerada “externa” ou “autónoma” no que respeita às decisões tomadas pela equipa de coordenação da estratégia?

### Avaliação e sustentabilidade

- ▶ Foi feita alguma avaliação da estratégia ou de algumas campanhas/ações específicas?

Sim, Não

Em caso afirmativo,

- Qual o método de avaliação usado?
- Resuma os principais resultados da avaliação?
- Identifique os principais aspetos positivos da implementação da EAR?
- Na sua opinião, que tipo de indicadores deveriam ser tidos em conta?

- ▶ A EAR é uma estratégia sustentável na cidade?

Sim, Não

- ▶ Que fatores facilitaram / dificultaram a sua sustentabilidade?
- ▶ Na sua opinião, quais os principais desafios da EAR na sua cidade, no sentido de garantir um desenvolvimento e crescimento adequado?
- ▶ Quais os passos seguintes previstos para o futuro da EAR na sua cidade?

## Boas práticas

- ▶ Quais as melhores práticas da sua EAR que possam ser inspiradoras para outras cidades?
  - Descreva brevemente 2-3 exemplos

Os discursos populistas, demagógicos e frequentemente xenófobos proliferam nos últimos anos. Reforçando os preconceitos e as barreiras entre “nós” e os “outros”, grupos “definidos” segundo identidades étnicas, nacionais, culturais e religiosas. A história mostrou-nos como processos radicais de polarização social podem resultar em consequências negativas, ou até catastróficas.

A Estratégia Antirrumores (EAR) é um processo de mudança social a longo prazo, cuja finalidade reside em prevenir a discriminação, fomentar a inclusão e potenciar a diversidade através da transformação das perceções, atitudes e comportamentos dos cidadãos e de determinados grupos prioritários. A EAR está centrada em três objetivos específicos:

- ▶ Implicar e capacitar um vasto leque de agentes sociais e cidadãos, através da implementação de uma política local e da construção de uma plataforma social e cooperativa multinível, no âmbito de uma estratégia antirrumores da cidade a longo prazo.
- ▶ Promover o pensamento crítico e sensibilizar para os efeitos negativos dos estereótipos, preconceitos e falsos rumores, implementando ações inovadoras para reduzi-los e questionando as narrativas negativas sobre a diversidade.
- ▶ Influenciar a agenda política e social, para que se reconheça que reduzir preconceitos e prevenir a discriminação é um objetivo coletivo primordial para toda a sociedade.

La EAR foi implementada pela primeira vez em 2010, em Barcelona e foi o Conselho da Europa que promoveu o seu desenvolvimento e expansão posteriores a mais de cinquenta cidades europeias. Nos últimos anos atraiu ainda o interesse de cidades, governos e muitas organizações de países não europeus como o Japão, Canadá, México, Jordânia, Marrocos e Chile, entre outros.

Este manual é uma continuação prática do Guia “Cidades Livres de Rumores” publicado em 2015 pelo Conselho da Europa. As lições aprendidas nos últimos anos, juntamente com o aumento das cidades que escolheram implementar a EAR e com o interesse gerado desde então exigem uma atualização e sistematização mais rigorosas da abordagem e metodologia antirrumores. Este manual fornece também exemplos práticos que pretendem ajudar e inspirar as cidades e outros agentes sociais interessados em conhecer melhor a iniciativa e a sua possível implementação.

[www.coe.int](http://www.coe.int)

O Conselho da Europa é a principal organização de defesa dos direitos humanos no continente. Integra 47 Estados membros, 28 dos quais são também membros da União Europeia. Todos os Estados membros do Conselho da Europa assinaram a Convenção Europeia dos Direitos do Homem, um tratado que visa proteger os direitos humanos, a democracia e o Estado de direito. O Tribunal Europeu dos Direitos do Homem controla a implementação da Convenção nos Estados membros.