Divercidade
Braga - Uma Viagem Intercultural

BRAGA Município

FUNDO ASILO, MIGRAÇÃO E INTEGRAÇÃO

SGMAI SECRETARIA GERAL
MINISTÉRIO DA ADMINISTRAÇÃO INTERNA

União Europeia

REPÚBLICA PORTUGUESA
CULTURA

Braga de Braços Abertos

Guia Agentes Anti-Rumor

Índice

Índice de Figuras 3
Introdução 5
Plano Estratégico Anti-Rumor 2021-2022 7
Estratégia Anti Rumor 7
Estereótipos, Preconceitos, Discriminação e Rumores 14
Estereótipos e Preconceitos 15
Discriminação 16
Rumores 17
Exposição de alguns rumores 18
Redes e Agentes Anti-Rumores 23
O que é um Agente Anti-Rumor 23
Importância e Objetivos 25
Formação de Agentes Anti-Rumores 26
Em que Locais e Instituições Podem Operar 28
Que tipo de Operações Podem ser Dinamizadas para Combate aos Rumores 29
Orientações Práticas para os Agentes Anti-Rumores 40
Sugestões de Combate a Rumores 40
Estratégias para o Combate a Rumores Face-a-Face 41
Técnicas de Combate a Rumores nos Meios de Comunicação 49
Bibliografia 54
Webgrafia 55

Índice de Figuras

Figura 1- Cidades Interculturais 9
Figura 2 - Cidades Interculturais Portuguesas ordenadas de acordo com o índice das cidades interculturais 9
Figura 3- Projetos do Programa Cidades Interculturais do Conselho da Europa 11
Figura 4 - Estratégias de Comunicação para Sensibilização face-a-face 43

Ficha técnica

Equipa Consultora: Capital Humano EDIT VALUE®, Lda

Copyright: Este documento é propriedade do Município de Braga não podendo ser reproduzido, total ou parcialmente, sem referência expressa à respetiva autoria. A utilização para fins comerciais está sujeita a autorização prévia, exceto se para fins de natureza académica e/ou de investigação.

Data: maio de 2022

Introdução

A interculturalidade é uma das características que mais impera em inúmeras cidades pelo mundo fora e Braga não é uma exceção. Como cidade multicultural e inclusiva, Braga está cada vez mais comprometida com a promoção da diversidade e inclusão a todos os cidadãos que nela habitam.

O Guia Agente Anti-Rumor tem por objetivo orientar para um conjunto de estratégias que auxiliem todos aqueles que possam vir a dinamizar uma rede de Agentes Anti-Rumor, a construir pontes mais seguras na desconstrução de estereótipos e rumores. Para o alcance deste propósito é necessário um esforço coordenado de diferentes pessoas em múltiplos contextos de ação, que assumam o papel de Agentes Anti-Rumor e que reconheçam a importância do combate aos preconceitos e estereótipos associados a imigrantes, atuando proactivamente no sentido de procurar minimizar atitudes e comportamentos discriminatórios.

A perpetuação de estereótipos e mitos sobre imigrantes alimenta a desconfiança dos locais em relação a estes grupos interculturais, o que exacerba o conflito social e potencia o discurso anti-imigração. Com o presente guia pretende-se dotar os Agentes Anti-Rumor de ferramentas de combate a atitudes discriminatórias pela promoção de uma imagem positiva sobre os imigrantes, baseada em informação fidedigna e inequívoca.

De modo a melhor desenhar uma abordagem de desconstrução desta narrativa discriminatória, é necessário identificar, numa primeira estância, o que é um Plano Estratégico Anti-Rumor, desmistificar os conceitos inerentes a esta temática, dar a conhecer o papel dos Agentes Anti-

Rumor, onde os mesmos podem atuar, as atividades que podem levar a cabo, e, por último, apresentar instrumentos e/ou ferramentas que possam ser úteis nas estratégias de combate aos rumores.

Plano Estratégico Anti-Rumor 2021-2022

O Plano Estratégico Anti-Rumor 2021-2022, no qual está integrado o Guia Agente Anti-Rumor, tem por objetivo delinear um conjunto de ações que estimulem a interculturalidade, fomentem a convivência e potenciem o alcance de uma cidade livre de rumores xenófobos e racistas.

O plano mencionado foi desenhado no âmbito do projeto **Braga - uma Viagem Intercultural**, e está em conformidade com o diagnóstico desenvolvido nesse domínio e com o conjunto de linhas de ação estratégicas definidas para combate ao rumor.

Estratégia Anti Rumor

A Estratégia Anti-Rumor teve a sua génese na cidade de Barcelona em 2010, enquanto ação do Plano Intercultural da Cidade. Desde o início, o projeto pioneiro chamou a atenção de muitas cidades internacionalmente, tendo os seus resultados fornecidos servido de inspiração para um projeto europeu liderado em 2014 pelo Conselho da Europa com o mesmo nome.

A Estratégia Anti-Rumor, enquanto projeto do Conselho da Europa, surge como integrante do programa Cidades Interculturais, programa conjunto do Conselho da Europa e da União Europeia fundado em 2008.

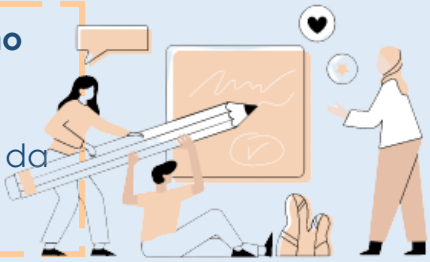
O Programa Cidades Interculturais[1] visa alcançar:

A Verdadeira Igualdade

Através da prevenção da discriminação e da adaptação da governação à população diversa que constitui para município

O Reconhecimento da Diversidade como uma Mais-Valia

Por parte dos líderes políticos e da maioria da comunidade



A Interação significativa entre os Diversos Grupos Sociais

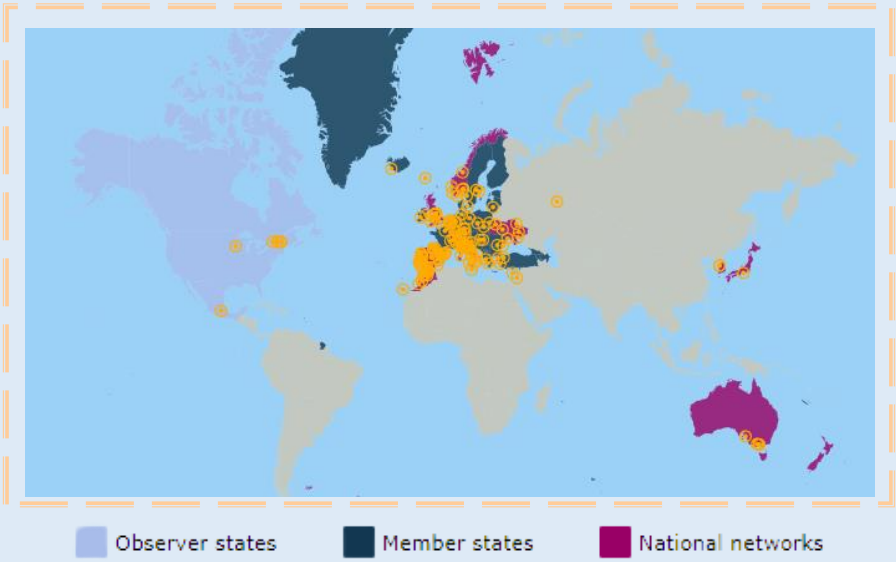
Projetada através de políticas públicas que promovam a confraternização

Estes objetivos apenas são passíveis de alcançar através do envolvimento e compromisso das autoridades locais e regionais, sendo que o Programa das Cidades Interculturais do Conselho Europeu apoia as entidades referidas na revisão das suas políticas, acompanha o desenvolvimento de estratégias interculturais auxiliadoras da gestão da diversidade, ao mesmo tempo que fornece um conjunto amplo e útil de ferramentas aos atores durante todo o processo.

Atualmente integram o Programa Cidades Interculturais mais de 140 cidades na Europa e além:

[1] https://www.coe.int/en/web/interculturalcities/about

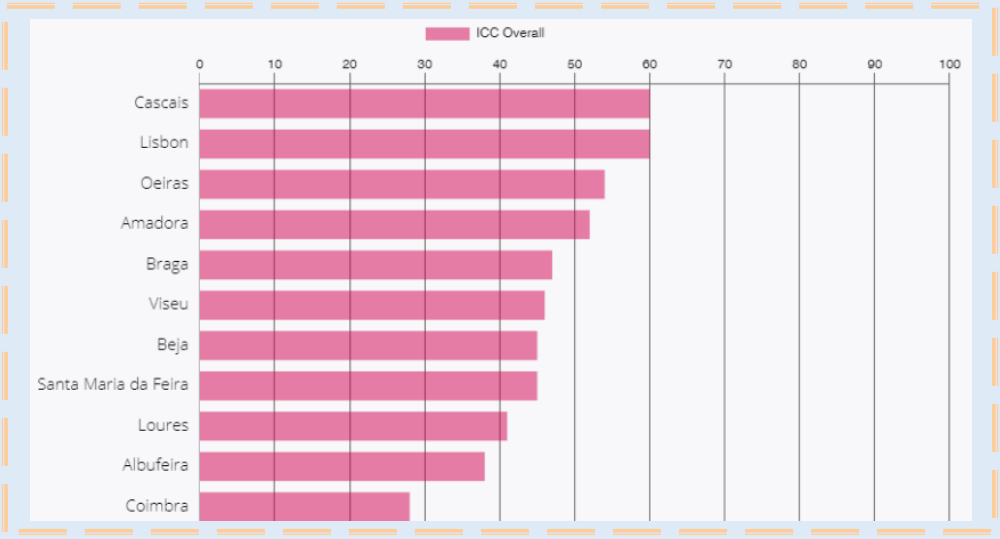
Figura 1- Cidades Interculturais



in https://www.coe.int/en/web/interculturalcities/interactive-map

Em Portugal, são cidades integrantes deste programa as constantes no seguinte gráfico, ordenadas de acordo com o Índice de Cidades Interculturais:

Figura 2 - Cidades Interculturais Portuguesas ordenadas de acordo com o índice das cidades interculturais

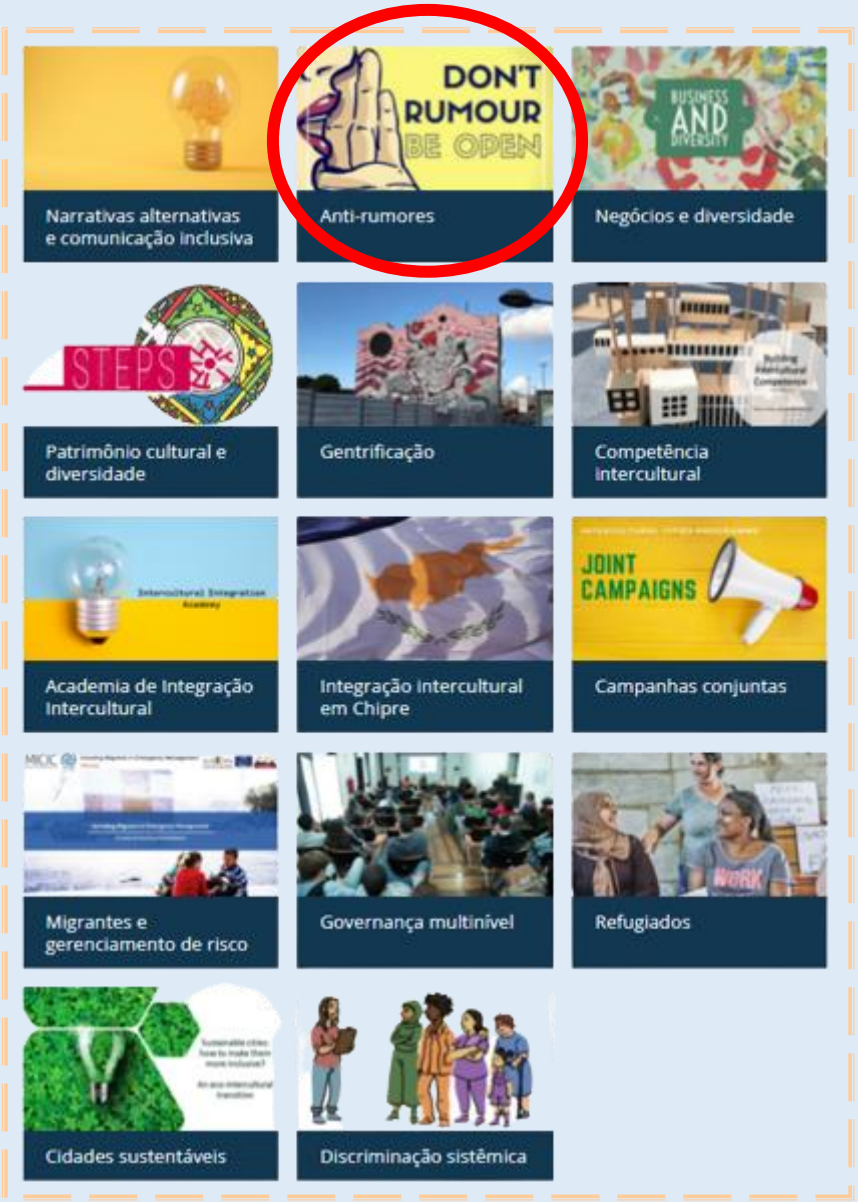


in https://icc.bak-economics.com/

O presente índice mede:

Como referido, o Programa Cidades Interculturais é constituído por diversos projetos, sendo um deles a Estratégia Anti-Rumores:

Figura 3- Projetos do Programa Cidades Interculturais do Conselho da Europa



In https://www.coe.int/en/web/interculturalcities/thematic-initiatives

De acordo com o Webite do Conselho da Europa, a "Metodologia Anti-Rumor"[2] foi desenvolvida para combater preconceitos e rumores relacionados à diversidade, que dificultam a interação positiva". "Entendida como uma política pública, a Estratégia Anti-Rumor, é composta por uma série de elementos: identificar os principais boatos existentes numa cidade; recolher dados e argumentos emocionais para desmantelar rumores falsos; criar uma Rede Anti-Rumores de atores locais

[2] https://www.coe.int/en/web/interculturalcities/anti-rumours

da sociedade civil; capacitar e treinar Agentes Anti-rumor; e projetar e implementar campanhas Anti-Rumores para aumentar a conscientização".

Este plano suporta-se nos seguintes objetivos:

Envolver- Para que a presente estratégia seja eficiente, eficaz e sustentável é necessário envolver um número considerável de indivíduos, de diferentes setores de atividade (educação, saúde, setor público, privado, entre outros) que estejam comprometidos com a diminuição dos preconceitos que ameaçam os direitos fundamentais de todos os cidadãos. Este envolvimento implica a implementação de políticas públicas locais.

Capacitar- É imprescindível dotar os diferentes Agentes Anti-Rumor, que proveem de diversos meios e se movem em diferentes setores da sociedade, de ferramentas para atuarem nas suas comunidades.

Comunicar- A comunicação é o aspeto fundamental da estratégia no combate à discriminação e estereótipo

Influenciar- Influenciar a agenda pública em todos os setores e alertar a opinião pública é fundamental para assegurar o comprometimento de todos os agentes e o sucesso da missão.

Consciencializar- Sensibilizar os intervenientes para os efeitos negativos dos estereótipos, preconceitos e rumores e promover o seu sentido critico é fundamental para que os Agentes Anti-Rumor atuem no sentido de consciencializar as populações e promovam mudanças de atitudes e comportamentos. Esta consciencialização é possível através da execução de ações posteriormente exemplificadas.

Entendido como processo de mudança social a longo prazo, a Estratégia Anti-Rumor pretende encorajar a participação diversa, promover a

interação positiva, estimular as mudanças de atitude e comportamento pelo reconhecimento da diversidade e direitos iguais e oportunidades para todos.

Regressando ao Plano Estratégico Anti-Rumor 2021-2022 a ser desenvolvido no âmbito do projeto do Município de Braga, o mesmo para além de beber muitas das características, pressupostos e objetivos do plano europeu, auspicia contribuir para a concretização da Agenda 2030 das Nações Unidas, mais concretamente para a implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável nº 10. "Reduzir as Desigualdades" e nº 11. "Cidades e Comunidades Sustentáveis", que podem ser consultados na página online da ONU, sendo os objetivos que se seguem, os que mais paralelismo tem com a Estratégia Anti-Rumor 2021-2022:

Reduzir as desigualdades no interior dos países e entre países:

- Promover a inclusão social, económica e política de todos os cidadãos;
- Garantir a igualdade de oportunidades e reduzir as desigualdades;
- Facilitar a migração e a mobilidade de forma segura, regular e responsável

Tornar as cidades e comunidades mais inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis

- Aumentar a urbanização inclusiva e sustentável;
- Proporcionar o acesso universal a espaços públicos seguros, inclusivo, acessíveis e verdes;
- Aumentar substancialmente o número de cidades e assentamentos humanos que adotaram e implementaram políticas e planos integrados para a inclusão.

Estereótipos, Preconceitos, Discriminação e Rumores

Tendo em conta o constante no Diagnóstico Inicial Anti-Rumor 2020, realizado no âmbito do projeto Braga - uma Viagem Intercultural,[3] o discurso anti-imigração tem vindo a crescer e está a moldar as perceções sociais e as inter-relações que se estabelecem entre os indivíduos e as suas comunidades.

Preocupações e ansiedades relacionadas com instabilidade económica e conflitos nas comunidades são frequentemente espelhadas nos migrantes que chegam aos diferentes países, na forma de mitos e preconceitos, alimentados por desinformação partilhada nas redes sociais, por discursos políticos de demonização dos imigrantes e por crenças erróneas partilhadas.

Atualmente, a ideologia anti-imigração infiltrou-se no discurso convencional e *mainstream*, e está presente em meios de comunicação social amplamente consumidos. Estes difundem mensagens discriminatórias, infundadas e negativas sobre a imigração sob a fachada de argumentos razoáveis e válidos, usando técnicas de desumanização destes indivíduos. Estas comunicações, giram, tendencialmente, em torno de temáticas que suscitam respostas emocionais muito fortes, como o desemprego, criminalidade, entre outros, que impulsionam sentimentos negativos face a estes imigrantes.

É, por isso, crucial que se implementem, a nível global e local, iniciativas informativas que desmistifiquem estes argumentos falaciosos sob a imigração, baseados em conceções erradas, empoderando os

[3] Diagnóstico Inicial Anti-Rumor Braga- uma Viagem Intercultural

cidadãos para distinguirem a realidade da ficção e empregarem a razão e os factos na sua relação com o fenómeno da imigração. Para tal, numa primeira fase torna-se pertinente clarificar os vários conceitos-chave relacionados com a temática.

Estereótipos e Preconceitos

Pode-se definir estereótipos como:

> Conjunto de crenças detidas relativas a características de um grupo específico, maioritariamente características que diferenciam grupos (género, idade, etnicidade, nacionalidade, profissão, aparência física, etc.).

Tal constituem generalizações que podem ser negativas (mais frequentes) ou positivas (não se excluindo, contudo, consequências igualmente negativas de generalizações positivas).

Por sua vez, preconceitos são:

> Atitudes (na sua maioria negativas) injustificadas em relação a um grupo específico ou aos seus membros.

Estes representam uma dimensão afetiva das atitudes e incluem emoções e sentimentos que podem materializar-se em antipatia, desconfiança, medo ou até ódio, ainda que possam surgir outros preconceitos mais ambivalentes e até positivos.

Ambos os conceitos têm origem no uso de processos naturais cognitivos de identidade e categorização social como simplificadores da realidade complexa que vivemos. A categorização social diz respeito ao processo de posicionamento e agrupamento de indivíduos em grupo sociais com base em características aparentemente semelhantes, grupos sociais com os quais, posteriormente, cada indivíduo se identifica (processo de

identidade social). Estes processos de generalização têm inúmeras consequências negativas e injustas. Os estereótipos e preconceitos estão intimamente conectados com as normas sociais existentes em determinados ambientes, normas estas que acabam por ser adotadas inconscientemente pelas comunidades e que levam a aprender a estereotipar e a perpetuar comportamentos preconceituosos por se verificar que a ocorrência dos mesmos leva à não penalização e a uma melhor integração.

Estes fenómenos constituem um problema no sentido em que, por serem

passíveis de influenciar comportamentos e atitudes, podem ter consequências extremamente negativas, tais como a discriminação.

Discriminação

A discriminação pode ser definida como:

Comportamento injustificado e negativo, baseado na pertença de pessoas a determinados grupos.

A discriminação pode afetar várias áreas da vida (trabalho, educação, saúde, acesso à habitação, etc.) e pode ocorrer mediante variados aspetos: etnicidade (racismo), local de origem (xenofobia), religião (islamofobia, antissemitismo, etc.), género, orientação sexual, idade, estatuto social, profissão, entre outros.

Rumores

Os rumores são:

> Afirmações ou declarações sobre indivíduos, grupos ou eventos, passadas de pessoa para pessoa, geralmente de boca em boca, cuja veracidade não está comprovada.

A credibilidade dos rumores não advém de evidências concretas ou seguras, mas sim da confiança que o recetor tem no emissor da afirmação, da atratividade da informação ou da escassez da mesma (por vezes a falta de informação é de tal ordem que um rumor passa a ser tido como verdadeiro).

Os rumores são, na maior parte das vezes, baseados em estereótipos e preconceitos e contados em formato de história: "o meu primo contou-se que um tio de um colega viu….", "ouvi dizer que aconteceu x a um colega da empresa, não sei se é verdade mas…."

O segredo para o sucesso de um rumor reside na ambiguidade, ou seja, na imprecisão ou falta de clareza da informação, e na importância da informação, ou seja, relevância do conteúdo.

Contudo, não são só a ambiguidade e a importância da informação que auxiliam à disseminação e implementação de um rumor numa sociedade, fatores como situações de incerteza generalizada (como guerras ou crises) e a ansiedade provocada por essas mesmas situações são elementos chave.

Adicionalmente, a influência dos meios de informação, do conformismo e das polarizações dos grupos podem afetar a predisposição dos indivíduos para acreditarem e reproduzirem rumores.

Exposição de alguns rumores

No seguimento das clarificações apresentadas, e de modo a exemplificar o descrito, serão apresentados alguns dos rumores que são frequentemente difundidos, por diversos meios, sobre a migração.

Rumor 1 - Os migrantes e refugiados vivem de subsídios e roubam trabalho aos locais.

"Eles vêm para cá roubar os nossos trabalhos e viver à custa do Estado e dos impostos que nós pagamos."

Este rumor está completamente desfasado da realidade: em grande parte dos países, os migrantes pagam mais impostos do que o que recebem em benefícios sociais. A título de exemplo, desde o ano 2000 que os migrantes da Europa continental fixados no Reino Unido pagam mais 64% de impostos do que o que recebem em subsídios. Adicionalmente, estudos demonstram que os migrantes não só não tiram trabalhos aos locais como, na maior parte das veze, realizam

os trabalhos que os nativos não querem fazer ou não têm competências para fazer.

Rumor 2 – Os imigrantes cometem mais crimes do que os locais e não são deportados para os seus países de origem.

"Eles ameaçam a nossa segurança, cometem crimes, alguns deles até são terroristas infiltrados, mas continuam cá porque ninguém os deporta."

Esta afirmação representa um duplo mito: não só é erróneo pensar que os imigrantes são mais propensos a cometer crimes do que os locais, como também é falso que, quando estes incorrem em atos ilegais, o seu estatuto de migrante mantém-se imune.

Analisando o rumor por partes: variados estudos mostram que não há correlações entre aumento da imigração e crescimento da criminalidade, pelo que não há razões para acreditar que a criminalidade é uma cláusula incontornável na experiência da imigração. Os migrantes não mostram uma maior inclinação do que os locais para cometer crimes, à semelhança dos locais, os migrantes que se encontram em situações precárias, no seio de comunidades marginalizadas, em contextos propensos à violência, podem perpetrar ilegalidades.

Endereçando a questão, muitas vezes exacerbada no discurso político, de possíveis terroristas infiltrados nas comunidades migrantes da Europa, não podemos negar que, efetivamente, já existiram situações em que requerentes de asilo estiveram envolvidos em ataques terroristas. Contudo, estes ataques perpetuados por imigrantes ou refugiados

representam a exceção, e não a regra. É mais comum verem-se cidadãos a iniciar as suas atividades terroristas após muitos anos a habitar na Europa, do que propriamente terroristas que entraram na Europa para executar esses atos. O relatório *Who are the European Jihadis? From Criminal to Terrorista and Back*[4]*?* analisou 197 casos de terroristas presos ou expulsos da UE e constato que 144 desses sujeitos haviam passado a maioria da vida na UE. Ainda que os casos de terroristas que entram na UE por via da imigração sejam parcos, a perceção de perigo é frequentemente exagerada no discurso anti-imigração, o que, em última instância, pode levar a uma estigmatização de migrantes e refugiados.

Relativamente à afirmação de que os imigrantes cometem crimes e saem ilesos também esta é infundada, dado que estes, como todos os habitantes da UE, são sancionados no âmbito do direito penal. A lei europeia concede liberdade aos Estados Membros para rejeitarem candidaturas de asilo ou revogarem estatutos migratórios se um indivíduo constituir um perigo à segurança de um país ou se for condenado por crimes particularmente graves. As regras da UE são inflexíveis e rígidas no que toca a migrantes que infringem as leis, sendo que estes podem, em última instância, ser expulsos do território europeu.

[4] Who are the European Jihadis? From Criminals to Terrorists and Back? Midterm Report

Rumor 3 - A cultura e tradições portuguesas estão em risco com o crescimento da imigração.

"Os imigrantes não vivem o mesmo estilo de vida que nós, não conhecem as nossas tradições e às vezes nem falam português, não são católicos e não se conseguem adaptar à nossa cultura."

A presente afirmação é extremamente falaciosa e podemos refutar a mesma de imediato com o facto de nela esta patente que a cultura e tradição de um povo é estanque, imune a influências externas.

Atualmente vivemos numa era globalizada em que a nossa cultura é constantemente moldada por padrões externos, sem que outros povos tenham de entrar em massa no nosso país, porque temos acesso a redes de comunicação que nos mantêm ligados ao mundo, e porque consumimos diariamente entretenimento americano, música britânica, comida japonesa, calçado italiano, entre tantos outros.

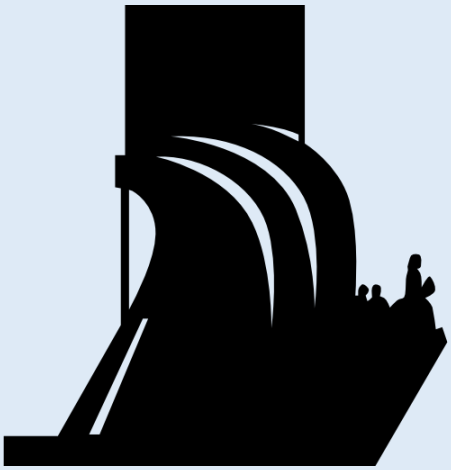
Estas influências são externas, mas não se pode responsabilizar os imigrantes por tal, até porque estes, muito frequentemente, passam por processos de aculturação que lhes imputam muitas das normas sociais e hábitos do país anfitrião – o que, inclusive, leva a que muitas vezes estas comunidades comecem a identificar-se tanto com a sociedade que os acolhe, que o desafio passa a ser manter a identidade da cultura do país-natal.

Adicionalmente, urge também relembrar que a própria identidade portuguesa foi construída com base em séculos de fluxos migratórios, e por isso a cultura portuguesa é fruto, em grande parte, dos que se fixaram cá, vindos de fora, e dos que nasceram em território nacional, mas eventualmente partiram.

É possível argumentar ainda que sem o contributo de estrangeiros para a nossa cultura, não teríamos, no espólio sociocultural português, as obras de artistas como Francisco Venegas (imigrante espanhol), ou o progresso social trazido por ativistas como Carolina Michaëlis (nascida no Reino da Prussia).

Também as divisas desportivas portuguesas seriam reduzidas sem o contributo de atletas como a Naíde Gomes (nascida em São Tomé e Príncipe), o Nelson Évora (nascido na Costa do Marfim, com origens cabo-verdianas) e o Francis Obikuwelu (natural da Nigéria). Até o golo que valeu a Portugal o campeonato europeu de futebol em 2016 se deve, em parte, à migração já que o seu autor, Éder Lopes, é de origem guineense.

Aliás, a interculturalidade advinda da expansão portuguesa (séculos XV a XVIII) está intensamente documentada como tendo sido crucial na moldagem do património cultural e identidade coletiva dos portugueses, sendo que os intercâmbios ocorridos entre o povo português e o resto do mundo marcam a nossa vida em sociedade até hoje, desde a maneira como se desenrolam as relações sociais, até ao modo como falamos o português, passando pelas especiarias que adornam os nossos pratos favoritos.



Redes e Agentes Anti-Rumores

Os estereótipos, preconceitos e rumores infundados em torno de pessoas de diferentes nacionalidades e culturas estão na ordem do dia. No entanto, nem toda a gente corrobora ou perpetua estes comportamentos desviantes.

Os Agentes Anti-Rumor desejam contribuir para um ambiente intercultural, para a fomentar a convivência e para o alcance de uma cidade livre de rumores.

O que é um Agente Anti-Rumor?

Um Agente Anti-Rumor é um qualquer individuo que assuma o compromisso de sensibilização da população e modificação de conceções existentes em torno das comunidades de diversas origens culturais. Este agente é uma figura chamada a adotar uma atitude ativa e crítica no combate aos boatos, atuando como facilitador e multiplicador de disseminação de informação verídica.

Adicionalmente, um Agente Anti-Rumor é uma pessoa que atua em prol de um ambiente intercultural pautado pela convivência inclusiva e tolerante, e desprovido de quaisquer atitudes discriminatórias e preconceituosas. Tal missão é alcançada através do fomentar de imagens positivas sobre a migração baseada, uma vez mais, em informação fidedigna e inequívoca.

Qualquer cidadão pode agir como um Agente Anti-Rumor, sendo aconselhada a formação e capacitação com o objetivo de contribuir

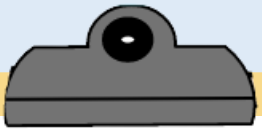
de forma eficaz para o desenvolvimento de competências e ferramentas práticas, para lidar com assuntos de extrema complexidade, ao mesmo tempo que terá de motivar e envolver as pessoas de várias formas.

Um Agente Anti-Rumor tem como missão, como o próprio nome denuncia, o combate a rumores sendo que, para além de serem chamados a intervir em diálogos desconstrutores de rumores, estes podem e devem realizar inúmeras atividades, integrando-se neste guião exemplos de iniciativas que podem ser levadas a cabo, bem como ferramentas práticas de combate a rumores em interações face-a-face e em meios de comunicação.

Profissionais de diferentes serviços, associações cívicas, líderes sociais e cidadãos em geral são exemplos de Agentes Anti-Rumores sendo que esta posição (de Agente Anti-Rumor) terá mais impacto se for um esforço de toda a comunidade.

Importância e Objetivos

Os objetivos dos Agentes Anti-Rumor são:



- ✓ Contribuir e operacionalizar o Plano Esratégico Anti-Rumor com propostas de atividades e intervenções;
- ✓ Incentivar à participação e envolvimento das comunidades para a dissolução de rumores e favorecimento da convivência;
- ✓ Prolongar a ação Anti-Rumor no futuro e criar sustentabilidade;
- ✓ Ajudar a transformar a comunidade como um todo, num Agente Anti-Rumor.

Os Agentes Anti-Rumor são importantes porque:

- ❖ São os principais intervenientes no Plano Estratégico Anti-Rumor e a chave do sucesso do mesmo;
- ❖ Permitem mobilizar mais recursos, físicos e imateriais, e criar sinergias positivas quando atuam em rede;
- ❖ Contactam diretamente com a realidade e por esse motivo permitem conhecer melhor a mesma, permitem conhecer os principais e mais recentes rumores, assim como identificam em primeira mão as melhores formas de os combater;
- ❖ Contribuem para o desenvolvimento das sociedades.

Formação de Agentes Anti-Rumores

Capacitar Agentes Anti-Rumores é um dos elementos chave do Plano Estratégico Anti-Rumor, uma vez que um dos principais objetivos é tornar aptos os mesmos, usando conhecimento teóricos, competências e ferramentas práticas, para que sejam mais eficientes quando confrontados na prática com preconceitos e rumores.

A formação destes agentes vai consistir maioritariamente no enquadramento teórico e prático das temáticas subjacentes e na transmissão de ferramentas para que consigam lidar com as situações desconfortáveis que se adivinham.

Apesar de inevitavelmente ter de sofrer adaptações para melhor corresponder ao contexto de cada localidade, a formação dos Agentes Anti-Rumores deve incluir os seguintes tópicos:

- Introdução ao Plano Estratégico Anti-Rumor: princípios, objetivos e metodologia;
- Apresentação do conceito abrangente de cultura e do modo como a mesma 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 Anti-Rumor: estereótipos, preconceitos e rumores;
- Identificação dos principais rumores; das causas inerentes aos mesmos e de argumentos desmanteladores.

- Apresentação de meios e métodos de redução e combate a rumores;
- Desenvolvimento de competências comunicacionais para consciencializar e desconstruir rumores em interações presenciais, bem como ferramentas de combate a rumores nos meios de comunicação;
- Exemplos de campanhas Anti-Rumor, ferramentas e ações de sucesso no combate aos preconceitos;

O conteúdo e duração da formação dos Agentes Anti-Rumores tem vindo a evoluir e já existem diferentes modelos e opções. É possível, no entanto, identificar dois principais tipos de formação:

- **Formação de conteúdo básico e fundamental:** é a formação mais elementar cuja duração pode variar entre 8 a 20 horas consoante a extensão;
- **Formação de conteúdo mais específico e complementar:** dependendo do objetivo e do grupo a que a formação é destinada, podem ser desenvolvidas sessões e módulos complementares, dando maior ênfase a tópicos específicos. Estas sessões podem durar 2-4 horas e constituem uma ferramenta que permite complementar os conteúdos fundamentais e atrair pessoas para uma formação mais completa.

A formação completa vai fazer com que os participantes se tornem Agentes Anti-Rumor e deve distinguir-se de formatos mais específicos, que não são o suficiente para formar Agentes Anti-Rumores. Um mínimo de 8 horas de formação serão necessárias para adquirir conhecimentos básicos para um Agente Anti-Rumor.

Em que Locais e Instituições Podem Operar

Os Agentes Anti-Rumor foram pensados numa lógica local, de intervenção ao nível de cada cidade e das respetivas comunidades. Deste modo, os Agentes Anti-Rumor podem atuar:

- ✓ Na praça pública- abordando os cidadãos diretamente ou desenvolvendo atividades, como teatros, concertos, caminhadas, convívios, entre outros;
- ✓ Junto de entidades parceiras- através da visita das mesmas e desenvolvimento de workshops, palestras, e outras atividades com e para essas mesmas organizações;
- ✓ Junto de organismos públicos- como câmaras municipais, juntas de freguesia, prisões, hospitais, empresas públicas, entre outros;
- ✓ Junto de institutos escolares- creches, pré-primárias, primárias, ensino básico, secundário, profissional e universitário, adaptando sempre as diversas atividades passíveis de realizar ao público-alvo, tendo em conta a idade e o desenvolvimento físico e intelectual;
- ✓ Junto de empresas privadas;
- ✓ Junto das entidades do terceiro setor;
- ✓ Nos meios digitais;

Concluindo, os Agentes Anti-Rumor podem atuar em todos os lugares, em todos os momentos, desde que de modo oportuno, construtivo e consentido. Não existe nenhum momento ideal para o combate ao

preconceito, discriminação, ou rumores, sendo que esta deve ser uma luta diária, consistente e devidamente estruturada

Que tipo de Operações Podem ser Dinamizadas para Combate aos Rumores

O Plano Estratégico Anti-Rumor é executado em inúmeros municípios, sendo exemplo as cidades de Bilbao (Espanha), Erlangen (Alemanha), Lublin (Polónia), Patras (Grécia), Limerick (Irlanda), entre outros. Em Portugal, os concelhos de Braga, Amadora e Loures são exemplos de municípios que integram as cidades inclusivas com Estratégias Anti-Rumor operacionais.

Estes atores levam a cabo um conjunto de operações que podem servir de inspirações para ações de combate aos rumores, destacando-se as seguintes:

A. **Criação de Slogans e Logotipos -** construir uma identidade para a Estratégia Anti-Rumor de uma cidade é muito importante, sendo relevante, neste sentido, a construção de logotipos e slogans por parte dos Agentes Anti-Rumor. Este elemento identificativo deve ser atrativo, original e impactante, de maneira positiva, de modo a incentivar a comunidade a pesquisar sobre a iniciativa. Eis alguns exemplos de logotipos e slogans desenvolvidos neste âmbito:

O guarda-chuva é o elemento identificador do logotipo da Estratégia Anti-Rumor da cidade de Bilbao. Mais tarde, o guarda-chuva foi adotado por Patra como símbolo da estratégia semelhante

Derivado de uma popular expressão do Flamenco, este foi o slogan e logotipo desenvolvido por Jerez de la Frontera

Em território Português, este foi o slogan direito e claro pensado em Loures

"Não alimente o rumor" é a imagem de marca da iniciativa Anti-Rumor da Amadora

Em Braga, "Não vás em cantigas... Procura os factos!" é o slogan do projeto anti-rumor da cidade

B. **Apresentações Públicas –** realizar apresentações à comunidade é importante para introduzir e dar a conhecer tanto a Estratégia e os Agentes Anti-Rumor, como as atividades neste âmbito desenvolvidas.

Durante dois dias, na cidade da Amadora, foi levado a cabo a apresentação pública da Estratégia Anti-Rumor a diversos parceiros

Apresentação pública das últimas atividades Anti-Rumores realizadas em Barcelona

c. **Elaboração de Panfletos, Posters, Cartazes -** desenvolver material físico de marketing cativante, de preferência colorido com muitas imagens e informação sucinta, é uma boa maneira de proceder à luta contra os rumores. Este material deve estar colocado em locais estratégicos, com boa visibilidade, por exemplo nas paredes de entidades públicas (câmaras municipais, juntas de freguesia, hospitais, lojas do cidadão, bibliotecas, escolas e universidades, transportes públicos), entidades parceiras, painéis de publicidade, entre outros. Adicionalmente, este material pode ser distribuído diretamente aos cidadãos, em locais onde geralmente ocorrem grandes aglomerações de pessoas, por exemplo, nos recintos das feiras semanais, nas principais ruas das

cidades durante os fins de semana, no final das missas, em festas das cidades, entre outros. Exemplos de material de comunicação já desenvolvido e que podem servir de inspiração:

Folheto informativo da ação Anti-Rumor levada a cabo em Amadora

Cartaz de sensibilização e combate a rumor desenvolvido pelo município de Braga

Poster Top 5 Mitos da Migração elaborado pelo município de Limerick

D. **Criação de Vídeos -** Os vídeos são conteúdos que podem deixar qualquer comunicação mais clara e dinâmica. Estes materiais constituem instrumentos excelentes para a transmissão de qualquer mensagem, tornando inclusive o processo de transmissão e compreensão da informação mais eficiente. A produção de vídeos curtos e dinâmicos associados a esta temática é um meio pedagógico de consciencializar os indivíduos para as questões dos rumores e, inclusive, desmistificar os mesmos. Apresentar os vídeos no decorrer de atividades como palestras, workshops, seminários, apresentações públicas, em contexto sala de aula, entre outros, faz despertar a atenção dos recetores da mensagem e provoca um maior envolvimento dos mesmos na temática e na atividade a decorrer. Para além disso, ter estes recursos tecnológicos disponíveis em meios de comunicação digitais vai aumentar a probabilidade de visualização do conteúdo. Adicionalmente, desenvolver vídeos publicitários e garantir a sua reprodução em meios locais são garantia de impacto.

Vídeo "Intercultural cities – how can migration and diversity work for cities" desenvolvido na Polónia.

Amadora produziu este vídeo como meio de apresentação da campanha "Não Alimente o Rumor"

E. **Organização de Exposições -** Também as exposições constituem formas de comunicação e educação, deste modo, a organização das mesmas pode ser um meio excelente de publicitar a estratégia em questão e de combater rumores. Levar a cabo concursos (de desenho, fotografia, pintura, poesia, etc) junto da comunidade e depois publicitar os trabalhos desenvolvidos em exposições é um mecanismo inteligente de prosseguir a missão Anti-Rumor. Este instrumento vai obrigar os participantes a pesquisar e refletir um pouco sobre a temática em questão para desenvolverem o seu trabalho, e vai, na fase da exposição, sensibilizar a comunidade.

Os locais das exposições devem ser estrategicamente pensados, por exemplo, se for uma exposição de arte street, como a representada na imagem que se segue, esta deve ser realizada em prédios um pouco mais degradados, contudo, com boa visibilidade. Na sua generalidade, os restantes concursos (de música, desenho, pintura, fotografia, escultura, cerâmica) podem ser expostos em museus, bibliotecas, salas de espetáculos, edifícios públicos, praça pública, entre outros.

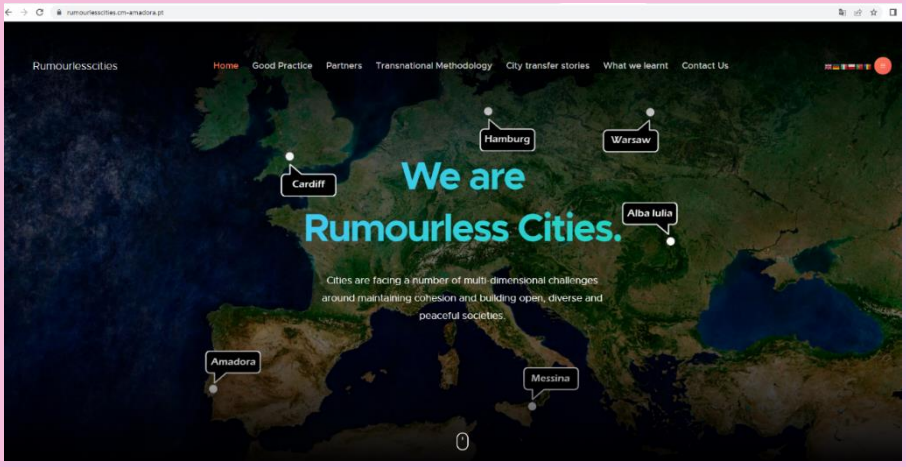
Arte street nas ruas de Loures

Exposição Anti-Rumores em Tenerife

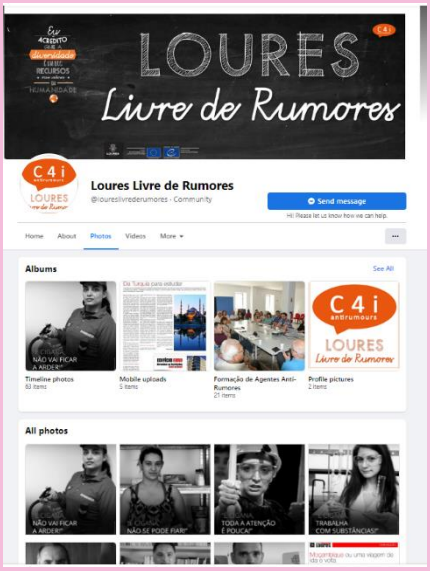
Pintura de um moral numa escola da Amadora, por parte de alunos do ensino básico primário alusivo à campanha Não Alimente o Rumor

F. **Desenvolvimento de Produtos -** Criar produtos como material de escrita (canetas, lápis, bloco de notas, etc), peças de vestuário (camisolas, bonés, lenços), mochilas, garrafas e copos de água, pins, entre muitos outros objetos podem constituir ações de combate a rumores.

G. Criação de Web-Sites e Redes Sociais - Passando a sociedade tanto tempo nos meios digitais, sendo atualmente um dos meios de comunicação preferenciais, a criação e recorrente atualização de Web-sites, páginas e grupos no Facebook, Instagram, Twitter com conteúdo diversificado e apelativo é a melhor maneira de divulgar e envolver os cidadãos nesta luta, que devia ser, comum.



Rumourless Cities é um website desenhado pelo município da Amadora que contém informações sobre o projeto levado a cabo em parceria com outras cidades europeias



Página do Facebook da Iniciativa Loures Livre de Rumores

H. **Redação de Material Educacional -** Redigir manuais, documentos de apoio, coletânea de partilhas ajuda não só os futuros e atuais Agentes Anti-Rumores como é material de apoio e de informação mais completo para o público-alvo.

I. **Organização de Palestras, Workshops, Dias Temáticos, Eventos Públicos-** Organizar palestras, workshops, webinares, colóquios, entre outros, são meios convencionais de atividades indoor que funcionam bem e apresentam resultados positivos no alcance do propósito dos Agentes Anti-Rumor. Contudo, estes agentes podem realizar atividades para além deste formato mais tradicional. Organizar dias temáticos; festivais; saraus culturais; concursos de desportos, danças, culinários, entre outros; corridas e caminhadas temáticas; manifestações pacíficas ou marchas; feiras culturais; acampamentos e convívios são apenas alguns exemplos de atividades que podem ser executadas e que certamente terão grande aderência de toda a comunidade.

Encontro anual, em 2020 virtual, da rede de Agentes Anti-Rumor de Bilbao

Ação de consciencialização nas ruas de Bilbao

Orientações Práticas para os Agentes Anti-Rumores

Para que os Agentes Anti-Rumor possam cumprir o seu propósito, serão apresentadas algumas sugestões de práticas para consciencializar a população e combater os rumores existentes em torno dos indivíduos estrangeiros.

Sugestões de Combate a Rumores

Perante os rumores existentes em todas as esferas da vida quotidiana a questão que se impõe é "que atitude se deve adotar face aos mesmos?". Infelizmente, na maior parte das vezes a atitude é simplesmente ouvir, raras são as situações em que são refutados os comentários proferidos. Em grande parte, tal deve-se a experiências desagradáveis no passado em situações semelhantes, ou a medo do confronto. Contudo, especialistas afirmam que esta atitude não é a mais correta, os mesmos defendem que é de extrema importância apresentar discordância e pontos de vista diferentes na tentativa de provocar reflexão no emissor da mensagem.

Neste seguimento, e tendo por base as sugestões práticas fornecidas pelo Guia Prático para Agentes Anti-Rumores de Barcelona[5], o Manual

[5] Guía Práctica Para Agentes AntiRumores - Cómo combatir los rumores y estereotipos sobre la diversidad cultural en Barcelona

Stop Rumores de Andalucia[6], o Manual Anti-Rumor Youth Tenerife 2020[7] e o Manual Anti-Rumores 2019 [8]do Conselho da Europa, nesta parte do guião pretende-se fornecer algumas ferramentas para que os Agentes Anti-Rumores possam levar a cabo a sua missão aquando do confronto efetivo com rumores ou aquando do combate aos mesmos em iniciativas pelos Agentes Anti-Rumor levadas a cabo.

Neste momento, é relevante mencionar que as estratégias apresentadas não são universais, intemporais, nem esgotam a totalidade de ferramentas a utilizar em momentos de confronto com rumores ou atividades de sensibilização, são apenas técnicas consideradas úteis para a consciencialização e tratamento da temática em causa.

Estratégias para o Combate a Rumores Face-a-Face

O que se pretende é fornecer algumas ferramentas para que os Agentes Anti-Rumor possam levar a cabo diálogos, palestras, workshops, entre outras atividades, produtivos e positivos com os emissores de rumores ou públicos alvos das iniciativas, na tentativa de promover a erradicação das informações inexatas e indutoras de comportamentos discriminatórios.

Antes de apresentar as ferramentas, deve-se ter em atenção um conjunto de premissas que são tão importantes quando as estratégias:

- **Manter as Expetativas Baixas** - não existem fórmulas mágicas, palavras secretas ou discursos poderosos que garantam o sucesso da missão Anti-Rumor. Eliminar preconceitos e estereótipos é um processo complexo e demorado que não depende em exclusivo do Agente Anti-Rumor, pelo que se deve manter as expetativas baixas. O simples

[6] Stop Rumores Edición 2020 Manual
[7] Anti-Rumor Youth – Keys to work anti-rumo contente with young people Tenerife 2020
[8] Manual Antirrumores 2019

facto de provocar um pensamento ou reflexão no outro deve ser entendido como um grande sucesso.

- **Reconhecer que "Somos todos iguais"** - toda a gente tem preconceitos e uma visão estereotipada do mundo. O Agente Anti-Rumor não é melhor, nem mesmo diferente das pessoas que vai tentar consciencializar, portanto, é de extrema importância a empatia no processo de comunicação. Um diálogo ou iniciativa construtiva só é possível quando se entende o outro como válido e não se julga ou inferioriza os intervenientes.

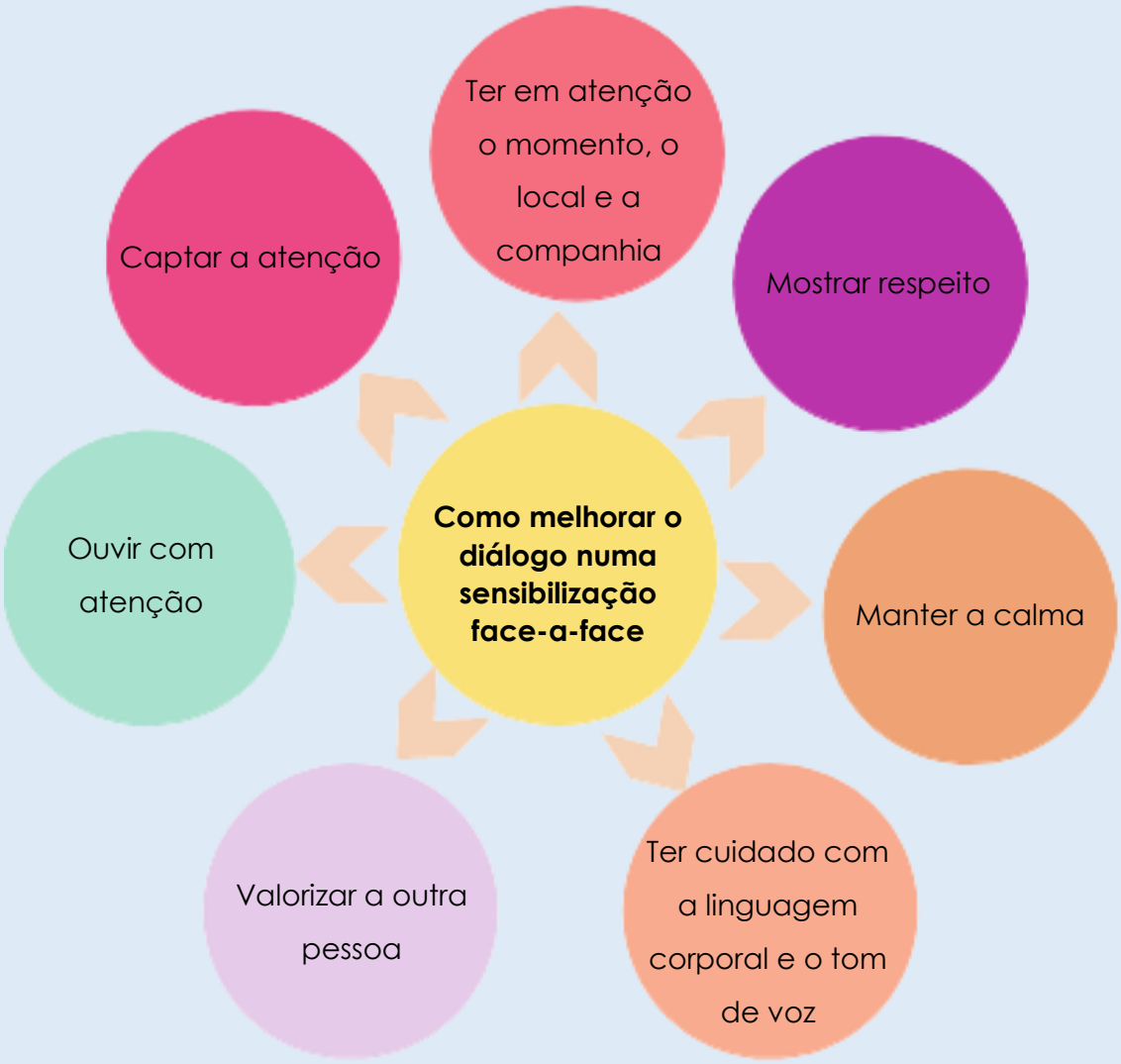
- **Manter uma Atitude Positiva** - apesar de ser um clichê, a atitude com que se enfrenta uma situação é a chave para o sucesso da mesma. Ao considerar que uma atividade ou conversa vais ser um pesadelo, é estar inconscientemente a sabotar a mesma, de maneira que a apresentação e adoção de uma atitude positiva é um passo dado no alcance do sucesso.

- **Adotar um Posicionamento Profissional** - ciente de que o tema em questão suscita muitos sentimentos em ambos os intervenientes da conversa, o melhor a fazer é adotar um posicionamento profissional, promover um distanciamento seguro e um desligamento emocional do interlocutor e do tema.

- **Praticar** - Ninguém nasce ensinado e nenhuma teoria funciona sem a prática, por isso treinar e aperfeiçoar as técnicas de comunicação, sempre ciente que o treino é um processo inacabável e que inevitavelmente haverá o confronto com situações complicadas e resultados inexpressivos.

Por forma a dar ferramentas aos Agentes Anti-Rumor para um contacto proveitoso numa sensibilização face-a-face seguem-se algumas estratégias de comunicação.

Figura 4 - Estratégias de Comunicação para Sensibilização face-a-face



in PT_Antirumours Handbook WEB

Ter em Atenção o Momento, Local e a Companhia - Tentar controlar o tempo, o local e a companhia são elementos essenciais para que a mensagem tenha impacto. Conversas rápidas, em locais desadequados, com companhias com opiniões totalmente diferentes e muito vincadas, é inoportuno, não só não tem efeito nenhum no momento, como comprometem conversas futuras. Apesar de não existirem momentos perfeitos, para este tipo de diálogo é essencial garantir que existe tempo para ouvir, estruturar e apresentar os diferentes argumentos. Em atividades programadas, no decorrer da iniciativa propriamente dita, esta questão não se coloca porque se pressupõe que os interessados estão predispostos a lidar com a temática.

Mostrar Respeito - A comunicação está baseada, em grande parte na imitação, é extremamente provável que se levante a voz se no seguimento de uma conversa o outro assim o fizer. Respeitando esta lógica, ao mostrar uma atitude de respeito perante o outro pode-se estar a influenciar para a adoção da mesma postura.

Manter a Calma - Não são raras as vezes em que diálogos sobre estes temas terminam em confrontos diretos. Tal acontece porque a carga ideológica e emocional associada a estas questões é muito forte e complexa e porque existe a tendência de radicalizar os discursos. Face a estas situações desconfortáveis é imperativo manter a calma e não fazer acusações, devem comunicar-se as diferenças salientando simultaneamente as semelhanças entre os diferentes discursos.

Ter cuidado com a Linguagem Corporal e o Tom de Voz - A linguagem corporal e o tom de voz devem sempre procurar refletir o que se está a comunicar. É muito importante mostrar coerência entre o que se verbaliza e o que se demonstra com a expressão corporal ao mesmo tempo que é relevante ler a outra pessoa através da sua postura,

tendo sempre subjacente a ideia de que existem padrões culturais que influenciam toda a linguagem e comunicação não verbal.

Valorizar a Outra Pessoa - Numa comunicação de sensibilização face-a-face é muito importante reconhecer e valorizar o outro, em nenhum momento se deve desconsiderar as suas preocupações. Ao dar valor ao outro e focar a comunicação no mesmo, consegue-se que se sinta compreendido, apreciado e aceite, consequentemente mais predisposto a ouvir outros argumentos mesmo que contradigam na totalidade os seus.

Ouvir com Atenção - Num qualquer cenário de sensibilização, mais importante que expor argumentos é ouvir com atenção tudo o que é transmitido. A escuta ativa, que é necessária praticar neste processo, engloba ouvir na totalidade, nunca interromper, e tentar compreender o raciocínio, pensamentos, sentimentos e ações do outro. Para além de ouvir, tem que se demonstrar que se está a ouvir, deve fazer-se perguntas, tentar ir ao cerne da questão para construir e apresentar argumentos fortes e válidos.

Captar Atenção - É extremamente complicado manter um nível de interesse constante em qualquer cenário, principalmente em situações que se adivinham densas e onde à partida vão ser postas em causa ideologias, pelo que captar a atenção do interlocutor é fundamental. Para tal devem-se evitar monólogos, algo um pouco complicado em palestras, seminários, discursos, entre outros, evitar argumentos longos e conceitos abstratos. Argumentos breves, claros e diretos, uso de perguntas, exemplos e argumentos já utilizados pelo

interlocutor, são ótimas ferramentas para manter uma pessoa engajada.

Depois destas ferramentas globais e gerais sobre como levar a cabo atividades e conversas produtiva, apresentam-se agora algumas estratégias de respostas que são uteis para despertar e criar alguma consciência crítica em relação aos rumores e estereótipos.

- **Fazer Perguntas -** Fazer perguntas é uma boa maneira de manter o outro atento e comprometido e de entender mais profundamente o seu ponto de vista. Contudo, colocar questões não se restringe às finalidades apresentadas,

introduzir perguntas num discurso semeia a curiosidade, induz respostas no interlocutor (o que é mais eficaz do que fornecer a resposta) e potencia a distinção entre descrição e interpretação, fenómenos que levam à disseminação de rumores. Nesta estratégia tem que se ter especial cuidado com a entoação, intencionalmente podem ser usados tons sarcásticos que podem provocar a adoção de posições defensivas e radicais no outro.

- **Incentivar a Curiosidade –** Atualmente está disponível uma infinidade de meios de informação, pelo que é urgente distinguir os meios de informação verdadeiros e os propagadores das denominadas Fake News. Os Agentes Anti-Rumor devem estimular o outro a ter um espírito crítico face a toda a informação com o qual é bombardeado e convidar a consultar apenas fontes públicas e oficias.

- **Estimular o Contacto da Realidade -** Para além de convidar o outro a pesquisar informações em fontes credíveis, uma excelente maneira de terminar com os rumores pode ser a estimulação da aproximação à realidade. Se existe um rumor sobre determinada pessoa ou etnia, a convivência com a mesma, apesar de ser incomodo no início, é ótima para terminar, espera-se, com os preconceitos, estereótipos e rumores.

- **Evidenciar Incongruências -** Como é percetível, muitos dos argumentos usados para justificar rumores são inconsistentes e imprecisos. Colocar em evidência estas incongruências são ótimas maneiras de fazer o outro refletir e olhar criticamente para o seu próprio argumento.

- **Enfatizar Aspetos em Comum -** No combate aos rumores é importante reforçar os argumentos que demonstram que somos todos iguais. É certo que somos todos diferentes, mas partilhamos, na generalidade, as mesmas preocupações, expetativas e desejos. São nos argumentos que enfatizam o que se partilha que o discurso deve incidir para assim ultrapassar as diferenças socioculturais.

- **Manter um Discurso Positivo-** Procurar sempre trazer para debate um aspeto positivo de qualquer temática a ser discutida. O mostrar um discurso positivo é importante para semear a dúvida e a reflexão.

- **Questionar Generalizações -** Quase todo o rumor tem uma generalização subjacente. Os Agentes Anti-Rumor devem questionar essas mesmas generalizações, advertir para o perigo das mesmas, mostrar, inclusive, como alguns exageros são ridículos. Acima de tudo

é importante passar a mensagem de que cada pessoa é produto das circunstâncias e dos seus próprios traços de personalidade (que em muito são toldados e moldados pelas suas vivências provocadas pelas circunstâncias) e que por tal única.

- **Sensibilizar para o Facto de "Todos Podemos ser Vítimas" -** Todos somos suscetíveis a rótulos e preconceitos. A sensibilização para isto, recorrendo a exemplos de outras generalizações ou preconceitos e consequências práticas sofridas pelos alvos de tais fenómenos, pode despertar empatia no interlocutor e desencorajar o mesmo a acreditar ou propagar rumores.

- **Reconhecer que algo incomoda –** Se existe alguma confiança com o outro pode-se expressar diretamente o desconforto que se sente com determinados comentários e expressões. Ignorar um assunto, apesar de ser a maneira mais fácil de evitar um conflito, principalmente entre pessoas com algum tipo de laços, não contribui para a missão Anti-Rumor, pelo que, num ambiente mais confortável, expressar o incomodo pode levar a reflexões do comentário, piada, entre outros.

- **Reconhecer abertamente os direitos –** Enquanto Agentes Anti-Rumor e indivíduos não se deve nunca ter medo de reconhecer abertamente os direitos e liberdades. Neste sentido pode-se enfatizar junto de toda a comunidade, a nível abstrato, que todos concordam com direitos fundamentais como saúde, educação, propriedade, acolhimento, entre outros, pelo que se deve, depois, ser coerentes no reconhecimento desses mesmos direitos no dia-a-dia a todos os indivíduos sem exceção.

Técnicas de Combate a Rumores nos Meios de Comunicação

É imensurável e inegável o poder e o impacto que todo e qualquer meio de comunicação tem na sociedade e na opinião pública. Dado

o elevado número de fontes de informação disponíveis e a escassez de tempo e predisposição para a procura pelas melhores e mais fidedignas fontes, acaba-se por consumir sempre os mesmos meios, acabando por, aos poucos, se descurado o espirito crítico.

Tal não seria problema se os meios de comunicação mais convencionais tratassem corretamente todos os fenómenos, principalmente os relativos à diversidade cultural. A questão que se impõe é porque não o fazem? Quais os elementos que explicam, mas não justificam este tratamento incorreto?

- **Falta de Pluralidade de Fontes -** os meios de comunicação procuram, atualmente, ser os primeiros a fornecer as informações mais imediatas, pelo que acabam por dar primazia a fontes de informação específicas, que em norma não variam muito, carecendo as noticias, em muito casos, de pluralidade de perspetivas e fontes. Dá-se atualmente preferência à rapidez da notícia do que à robustez da mesma.

- **Falta de Diversidade nas Redações de Notícias -** a presença de jornalistas profissionalmente e culturalmente distintos não é apenas socialmente correto como também é jornalisticamente necessário. Contudo, apesar desta tomada de consciência o meio ainda não se encontra equilibrado neste aspeto.

- **Inexistência de Conexão com a Realidade e com os Leitores -** Como já foi mencionado, dado o ritmo acelerado de produção jornalística, os profissionais não conseguem muitas vezes "ir para o terreno" e procurar informações na primeira pessoa. Esta desconexão faz com que a realidade não seja exposta como ela é nos meios de comunicação.

- **Linha Editorial do Medo –** nos dias que correm, assiste-se, na generalidade dos meios de comunicação, a um discurso sensacionalista, alarmista e discriminatório, em alguns casos produto de decisões conscientes de satisfação ou resposta a ideologias e interesses políticos específicos.

Face a esta realidade é necessário despertar a consciência crítica da sociedade, pelo que os Agentes Anti-Rumor têm um papel importante a desempenhar. Os Agentes Anti-Rumor devem seguir as seguintes recomendações e aconselhar o seu exercício à restante comunidade:

- **Questionar sempre se é Justificada a Menção de Determinadas Características dos Protagonistas nas Notícias -** na prática profissional jornalística, e com o objetivo de disponibilizar noticias o mais completas possíveis, por vezes são mencionadas características pessoais dos protagonistas que não tem qualquer relevância ou ligação com a matéria. O exercício mental que deve ser levado a cabo pelos Agentes Anti-Rumor e que deve ser incentivado a ser praticado pela restante comunidade é o de questionar a relevância de determinada informação para a notícia. "Será que a menção da etnia de determinado indivíduo me ajuda a compreender a notícia? Será a religião um elemento explicativo do fenómeno descrito na notícia?". A introdução nas notícias de características como raça, etnia, nacionalidade, religião, estrato social, entre outro, favorecem estereótipos e não refletem necessariamente a realidade.

- **Desconfiar das Explicações Simplistas e Generalizações da Realidade –** A boa intenção de alguns meios de comunicação em facilitar a compreensão de notícias pode implicar distorções e simplificações da realidade. É necessário olhar com suspeita e desconfiança para notícias que ofereçam justificações simples e generalizações de fenómenos que se percebem ser complexos, estas impulsionam categorias sociais e reforçam pensamentos, atitudes e comportamentos discriminatórios.

- **Não se Deixar Enganar por Notícias Negativas e Sensacionalistas -** Investigações mostram que notícias respeitantes a indivíduos nacionais de países terceiros têm regularmente associadas

conotações negativas. Noticias envolvendo estes indivíduos retratam geralmente problemas, ameaças, violência, entre outros. Se os média apenas falam da diversidade neste sentido é expectável que a comunidade adquira também esta perceção. É por isso imperativo a procura e partilha em massa de informações que falem da diversidade como um aspeto positivo e uma característica da sociedade atual.

- **Não Ficar pela Leitura Superficial de uma Notícia -** Não são raras as vezes em que meios de informação escrevem títulos fortes e chamativos para atrair a atenção do leitor, mas que no corpo da noticia desenvolvem conteúdo num tom diferente. É, deste modo, importante alertar para a leitura integral das notícias.

Apesar do seguimento destas recomendações serem importantes para a desconstrução de estereótipos e preconceitos e diminuição da propagação de rumores, enquanto Agentes Anti-Rumor podem ainda fazer uso de algumas ferramentas para denunciar as práticas jornalísticas e influenciar o modo como a diversidade é retrata pelos meios de informação.

- **Denunciar** - A lei nº93/2017 de 23 de agosto estabelece o regime jurídico da prevenção, proibição e combate a qualquer forma de discriminação relativa à origem racial e étnica, cor, nacionalidade, ascendência e território de origem. A aplicação da lei é acompanhada pela a Comissão para a Igualdade e Contra a Discriminação Racial, adiante designada por Comissão, que funciona junto do Alto Comissariado para as Migrações, I. P. (ACM, I.

P.), sendo a esta entidade que devem ser dirigidas quaisquer denúncias e participações, ao abrigo do artigo 17ºda lei em questão.

- **Mobilizar** - Com a aparição das redes sociais, passa-se de um cenário em que apenas os grandes meios de comunicação imperam, para um cenário em que os indivíduos não são meros recetores de informação, mas também emissores. Face a tal e ao poder inegável das redes sociais, é aconselhado o uso das mesmas para a divulgação de mensagens positivas sobre a diversidade e para o combate ativo contra o discurso de ódio predominante. Tal combate nunca pode descurar a boa educação e a empatia, as redes sociais são lugares negros e radicais pelo que a adaptação ao digital das recomendações feitas anteriormente no discursos face-a-face são imprescindíveis.

Bibliografia

Alto Comissariado para a Imigração e o Diálogo Intercultural (2008) *Imigração – os Mitos e os Factos*. ACIDI.

Barderi, T. D. (2019) *Manual Antirrumores 2019*. Conselho da Europa. Disponível em: rm.coe.int/manual-antirrumores-2019-by-daniel-de-torres-barderi/1680969353

Conselho da Europa. (2020) *Cidade Intercultural passo a passo- Guia prático para aplicação do modelo urbano de inclusão intercultural.* Conselho da Europa. Disponível em rm.coe.int/a-cidade-intercultural-passo-a-passo/16809e8efb

© Diversit. (2020). Guía Antirumores en el ámbito educativo. Concelho da Europa. Disponível em: rm.coe.int/guia-antirumores-en-el-ambito-educativo/16809f976a

D-CAS (Col•lectiu d'Analistes Socials). (2016). *Guía Práctica Para Agentes Antirrumores - Cómo combatir los rumores y estereotipos sobre la diversidad cultural en Barcelona.* Barcelona: Dirección de Servicios de Derechos de Ciudadanía e Inmigración, Área de Derechos de la Ciudadanía, Participación y Transparencia, Ayuntamiento de Barcelona. Disponível em: ajuntament.barcelona.cat/bcnacciointercultural/sites/default/files/documentos/guia_antirumors_barcelona_2016_cas.pdf

Edit Value (2020) *Diagnóstico Inicial Anti-Rumor.* Braga. Disponível em: www.bragadivercidade.pt/Diagno%CC%81sticoInicialAnti-Rumor2020.pdf

Garcia, M. Fco. M. (2015). *Manual de Ayuda Para Deconstruir Rumores.* Junta de Andalucia. Disponível em: www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/desconstruir_rumores_manual.pdf

Madero Â., Sánchez I. (2020) *Stop Rumores Edicíon 2020 Manual*. Andalucia. Disponível em: https://stoprumores.com/wp-content/uploads/2021/05/Manual-STOP-RUMORES-2020.pdf

Rekawek R., Matejka S., Szucs V., Benuska T., Kajzarova K., Rafay J. (2018). *Who Are the European Jihadis? From Criminals to Terrorists and Back? Midterm Report*. Consultado em 25/05/2022 em: https://www.globsec.org/wp-content/uploads/2018/09/GLOBSEC_WhoAreTheEuropeanJihadis.pdf

Torres, D. (2021). Claiming the powe of dialogue – Toolkit for antirumours dialogue. Conselho da Europa. Disponível em: rm.coe.int/policy-brief-toolkit-for-antirumours-dialogue-icc-academy-narratives-d/1680a23540

Webgrafia

ajuntament.barcelona.cat/dretsidiversitat/es/noticia/os-presentamos-las-ultimas-actividades-que-hemos-hecho-al-catalogo-anti-rumores-16_1157162

ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicacio-inclusiva/es/

ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicacio-inclusiva/pdf/guiaInclusiva-es.pdf

casadobrasildelisboa.pt/wp-content/uploads/2021/03/Relat%C3%B3rio_MigraMyths_singlepage.pdf

coe.int/en/web/interculturalcities

coe.int/en/web/interculturalcities/about

coe.int/en/web/interculturalcities/good-pratice
coe.int/en/web/interculturalcities/interactive-map
coe.int/en/web/interculturalcities/thematic-initiatives

eurocities.eu/stories/anti-rumour-agents-against-racism/

globsec.org/wp-content/uploads/2019/06/Europe%E2%80%99s-Migration-Myths_web_new1.pdf

icc.bak-economics.com/

nativas.org/antirumor.html

pjp-eu.coe.int/en/web/c4i/images/limerick%20gp%20pop-up.pdf

stoprumores.com/

surveymonkey.com/r/ICCantirumourscourse

unric.org/pt/wp-content/uploads/sites/9/2019/01/SDG_brochure_PT-web.pdf

vitoria-gasteiz.org/wb021/was/contenidoAction.do?idioma=es&uid=u_27b22060_1631f1673ee__7f22

rm.coe.int/guide-anti-rumour-youth-keys-to-work-anti-rumours-content-with-young-p/1680a0adcb

rm.coe.int/user-manual-for-the-escape-roomours-facilitation/1680a53db4