



Safer
Lab

TOOL BOX CRIE SUA CONTRANARRATIVA



O QUE É CONTRANARRATIVA

Uma narrativa é uma história, verídica ou fictícia. Narrativas são importantes porque elas influenciam a maneira de pensar das pessoas. Quando vozes que normalmente são silenciadas passam a ter espaço e têm chance de falar sobre si mesmas, criando suas próprias narrativas, surge um contra-discurso ao que é hegemônico. As histórias se diversificam, e a forma como as pessoas pensam também.

Quando a gente fala sobre "contranarrativas", falamos de histórias que se opõem ou desconstruem um senso predominante. No nosso caso, o discurso de ódio. Queremos hackear esse tipo de discurso: entender de onde ele vem, do que é feito, como funciona e desmontá-lo por dentro.

Contranarrativas para o discurso de ódio são maneiras de se opor e desconstruir narrativas comuns de discriminação e intolerância, mas vão além e têm uma abordagem propositiva, focando no diálogo, na igualdade, no respeito às diferenças e na liberdade. Isso pode ser feito com fatos, dados, humor, sensibilidade, humanidade e experiências que possibilitem experimentar diferentes pontos de vista. Provocar empatia é um dos objetivos.





BOAS PRÁTICAS





1 ENTENDA O CONTEXTO

a melhor forma de argumentar é tentando entender o ponto de vista da outra pessoa. Assim, procure compreender o que a pessoa pensa e o que a levou a pensar daquela forma — isso ajuda a enumerar os pontos fracos no argumento e a respondê-los respeitosamente.



2 CRITIQUE ARGUMENTOS, NÃO PESSOAS

procure se ater à mensagem, e não a quem a propagou. É difícil chegar a um acordo ou manter uma conversa respeitosa se as críticas se tornam pessoais.



3 ACEITE DIVERGÊNCIAS

nem toda discussão é briga. As pessoas são diferentes. Por isso, não há problema em existirem diferentes pontos de vista e discordância (desde, é claro, que esse ponto de vista não viole a dignidade de alguém).



4



SEJA PROPOSITIVO

muitas vezes, focar em possibilidades de solução (ou em exemplos que as representam) é mais eficiente do que simplesmente apontar o problema. Confie nas soluções.

5



APRENDA COM QUEM VIVE NA PELE

se você não pertence a um grupo mas quer falar sobre ele, consulte quem faz parte para saber a melhor abordagem e como você pode ser um(a) aliado(a).

4

6



PROMOVA A IGUALDADE

não reproduza a discriminação, mesmo que em pequena escala.



7

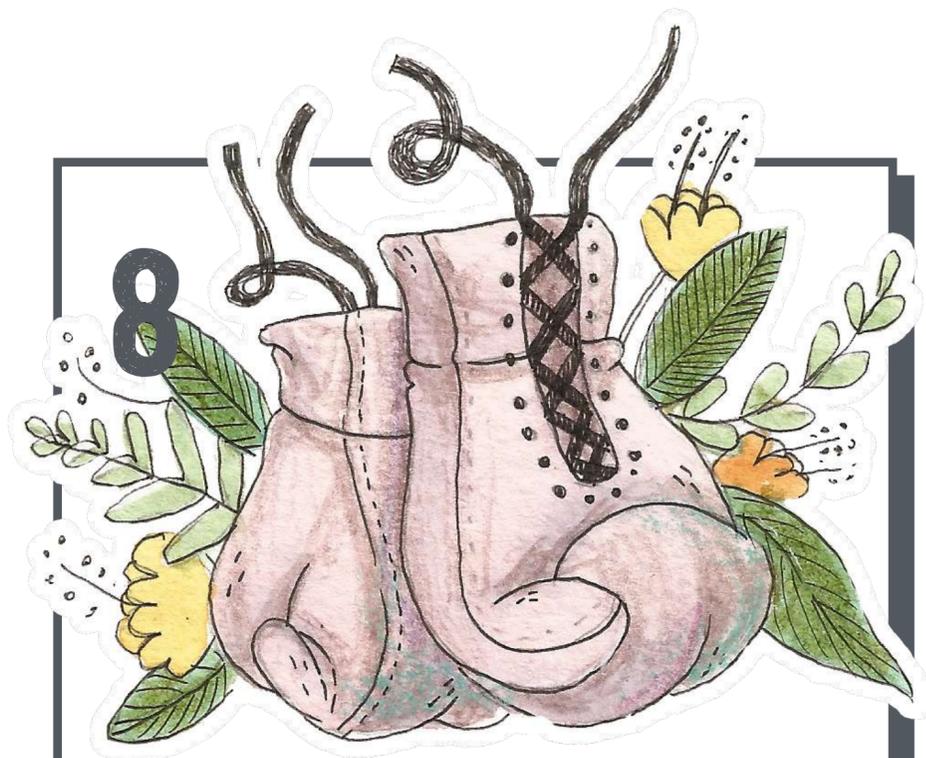


BUSQUE A MELHOR INTERPRETAÇÃO

Muitas vezes, em uma discussão, a gente se concentra nos piores argumentos e no que pode ser mais criticado no que o outro diz, mesmo que tenha sido má formulação ou um erro não refletido. Tente fazer o contrário: exercite generosidade com o ponto de vista do outro e busque a melhor interpretação possível - quando valer a pena.



7



CONFRONTO DIRETO

muitas vezes, responder diretamente é tudo o que o opressor quer para continuar com as mensagens agressivas. Veja se vale a pena.



8

9



USAR ESTEREÓTIPOS

evite descrever certos grupos com as mesmas palavras, reforçando estereótipos. Essa é a mesma lógica que opressores costumam usar para oprimir. Não desumanize seu interlocutor ou interlocutora.



6

10



GRITAR

evite escrever em caixa alta — o que é lido como grito na linguagem da internet.



10

11



ALIMENTAR OS TROLLS

tem gente que só quer causar — no pior dos sentidos. Assim, propagam mensagens de ódio justamente para gerar buzz e desestabilizar as pessoas. Em muitos casos, o melhor a fazer é denunciar e ignorar.

12



A LÓGICA NÓS CONTRA ELES

muitas vezes é inevitável se opor a alguém ou a um grupo. Mas se prender a essa visão pode limitar a nossa capacidade de compreender e dialogar com o diferente. Se a pessoa não é um adversário e pode se tornar uma aliada, #chamapraconversa.

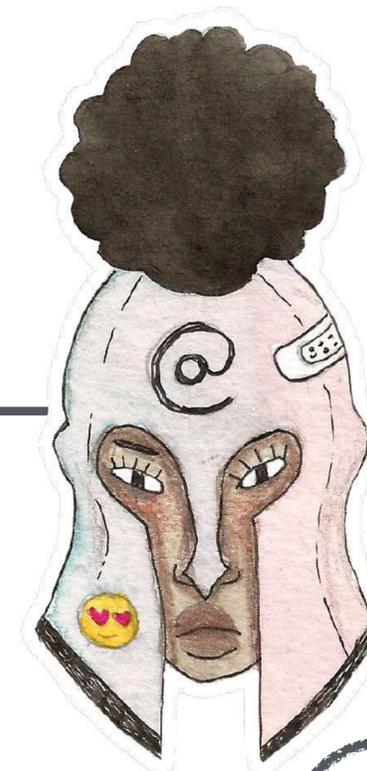
13



ficar na DEFENSIVA

Ficar na defensiva ou tentar justificar um ato de intolerância impede qualquer possibilidade de reflexão. Além disso o ataque ou a defesa reproduzem a mesma lógica do opressor contra o oprimido. Aceitação e reconhecimento podem ser os primeiros passos para a mudança.

14



JUSTIÇAMENTO

Bancar o justiceiro ou a justiceira nas redes sociais é um problema e não solução. Incentivar vingança ou justiça com as próprias mãos, incitando o coletivo a fazer o mesmo, pode gerar consequências graves, maiores e piores do que as previstas. E não atacam a raiz do problema.

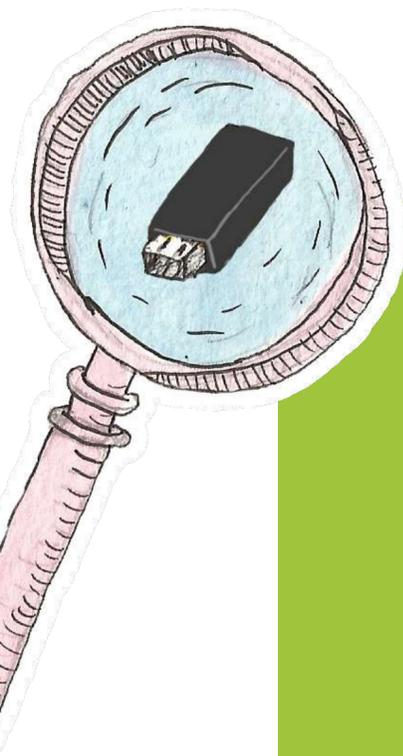




TIPOS DE CONTRANARRATIVAS



TIPOS DE CONTRANARRATIVAS



DADOS E INFORMAÇÕES

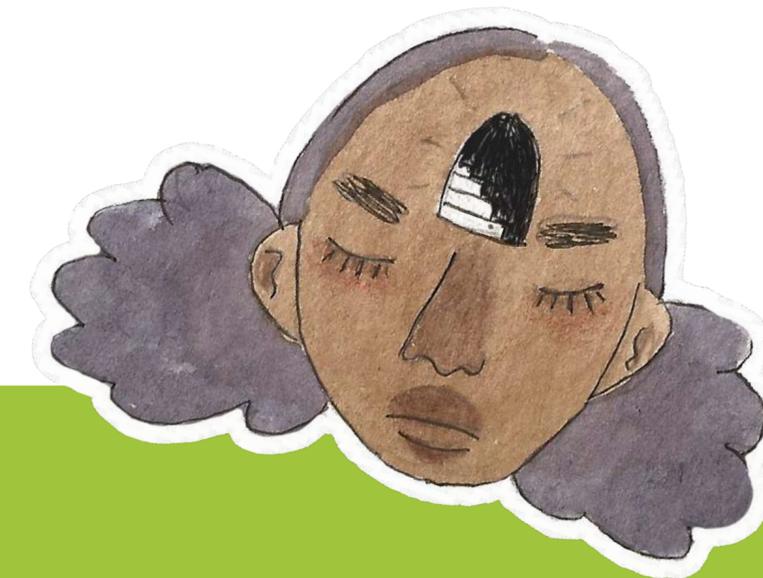
Contra imprecisões e mentiras, dados e informações checadas podem ter um grande valor. Procure sempre fontes primárias: institutos de pesquisa, universidades e os próprios pesquisadores. Veja se o que eles têm a dizer é aquilo mesmo que está sendo propagado. Além disso, existem no Brasil agências de jornalismo especializadas na checagem, como é o caso da Lupa e Aos Fatos. Também há sites que se dedicam a desmontar boatos e mentiras que circulam na web, como o E-farsas e o Boatos. Uma narrativa com informação qualificada pode ajudar a enriquecer o debate.

EXEMPLOS



<https://goo.gl/MVr9bk>

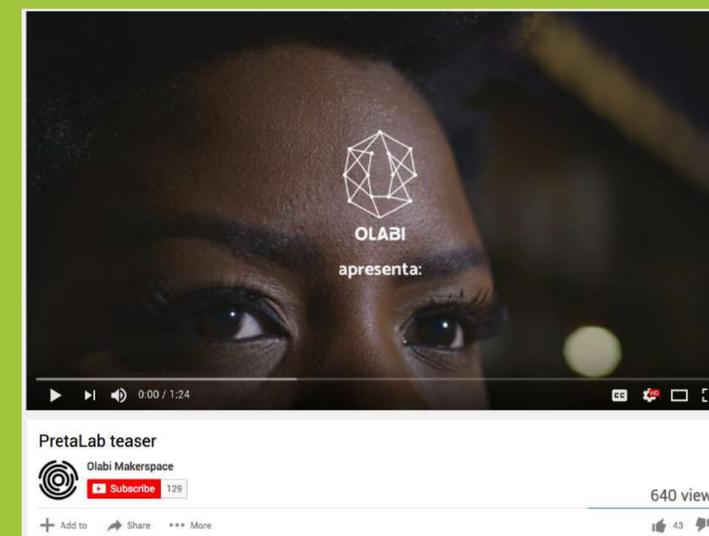
Aos Fatos checa ponto a ponto a argumentação utilizada por um deputado para justificar um projeto de lei.



INSPIRAÇÃO

Para que sejam eficientes, narrativas precisam fazer sentido para quem recebe a mensagem, para que sejam criados novos sentidos relacionados à suas emoções e desejos. Ou seja: precisam se conectar ao contexto e às necessidades das pessoas que serão impactadas por ela. Narrativas sobre pessoas inspiradoras são eficientes para isso.

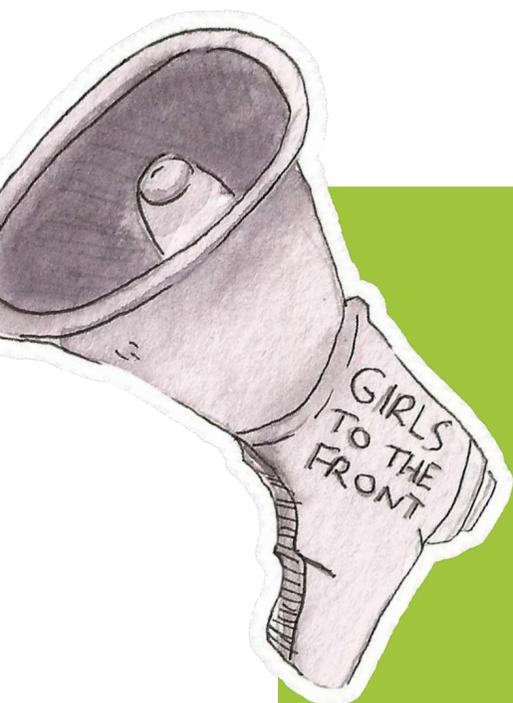
EXEMPLOS



<https://goo.gl/zRDzNj>

Vídeo do Olabi mostra mulheres negras que são referência na tecnologia

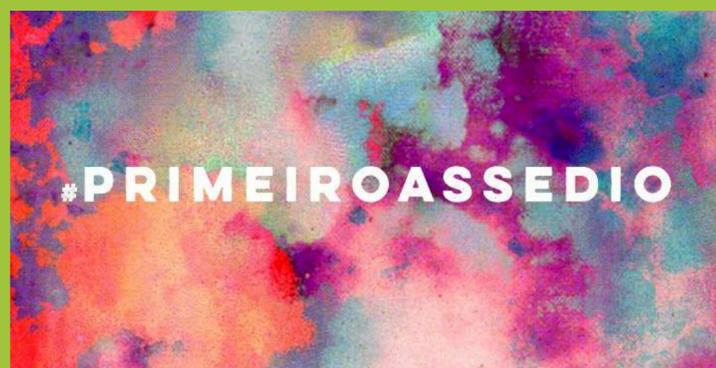
TIPOS DE CONTRANARRATIVAS



TESTEMUNHOS

Depoimentos de pessoas que tiveram atitudes racistas, homofóbicas ou machistas, mas que reviram sua posição, podem funcionar porque representam o ponto de vista de quem reproduziu opressão — e, por isso, podem gerar identificação em quem ainda tem esse tipo de atitude. Além disso, campanhas que promovem sensibilização através de depoimentos de vítimas costumam ter um grande impacto, mostrando que casos de discriminação não são isolados — mas, sim, um problema estrutural na sociedade.

EXEMPLO



<https://goo.gl/m5AsGQ>

#meuprimeiroassédio, campanha feita pela Think Olga que estimulava que mulheres postassem em suas redes relatos da primeira vez em que foram assediadas



HUMOR

Memes e sátiras são eficientes porque atingem o público de uma forma mais emocional — além de terem potencial para chegar a um grande público na rede. O humor, no entanto, precisa ser dosado para não desqualificar ninguém. E cuidado no uso da ironia: nem sempre ela é compreendida na rede.

EXEMPLO



<https://goo.gl/MqvNtd>

Vídeo da SaferNet em comemoração ao Dia Internacional de Direitos Humanos usa memes para mostrar que direitos humanos são para todos

TIPOS DE CONTRANARRATIVAS



CONVERSAS

A distância e a falta de contato com o diferente é um dos fatores que desencadeia o discurso de ódio. As tensões entre grupos diferentes acabam gerando hostilidade e variadas formas de discriminação. Esse cenário, em uma época em que as pessoas acabam restritas à bolhas de conteúdo e opinião na rede, acaba se agravando. Por isso, iniciativas que promovam encontros e conversas qualificadas, respeitando as diferenças, podem aliviar tensões e prevenir manifestações de intolerância. Mas, para isso, o diálogo precisa garantir uma troca genuína de visões de mundo, e permitir a exposição das diferenças.

EXEMPLO

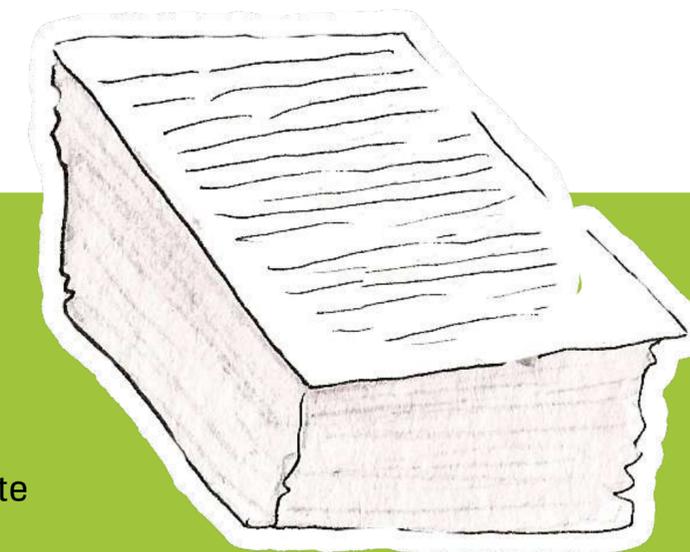


<https://goo.gl/atVvKh>

Campanha da Heineken coloca pessoas com opiniões muito diferentes para conversar. E dá certo

RESPOSTA

Às vezes um bom textão é suficiente para mostrar um ponto de vista e desmontar um discurso misógino, racista ou homofóbico. Uma boa maneira de fazer isso é mostrando, de forma didática, qual é o dano daquela opinião.



EXEMPLO



<https://goo.gl/CMHctk>

"Assediada", texto escrito em resposta a um artigo de um publicitário que relata sua atração por uma funcionária.

TIPOS DE CONTRANARRATIVAS



ANALOGIAS

Fazer analogias é tornar simples noções que seriam complexas ou nem sempre de fácil definição, especialmente quando naturalizadas e já instituídas no cotidiano.



<https://goo.gl/oHC7so>

Campanha da SaferNet projeta, literalmente, o que acontece quando as mulheres têm sua intimidade exposta

INVERTER A LÓGICA

Entender como a mensagem se propaga, e por onde, e propor uma nova abordagem para ela.

EXEMPLOS



hashtag #écoisadepreto, que se apropriou da expressão racista para divulgar grandes feitos de pessoas negras.

<https://goo.gl/kAHSXB>



NA SUA CARA

A exposição às vezes funciona. Projetar o discurso em lugares públicos, gravar e levar essa mensagem para outros meios pode dar a quem costuma propagar esse tipo de discurso a ideia da dimensão de seus danos.

EXEMPLOS



<https://goo.gl/VKLMW2>

Campanha espalhou comentários com dizeres racistas em outdoor perto das casas dos comentaristas





VAI LÁ E FAZ



DEFINA A ESTRATEGIA

MAPEIE QUAL É A NARRATIVA OPRESSIVA PREDOMINANTE SOBRE A QUAL VOCÊ QUER SE POSICIONAR, ENFRENTAR, RESPONDER OU PROPOR UM OUTRO OLHAR. ESCOLHA QUAL SERÁ A MENSAGEM, O MEIO E A FORMA DE DISTRIBUIÇÃO, LEVANDO EM CONTA O PÚBLICO QUE VOCÊ QUER ATINGIR



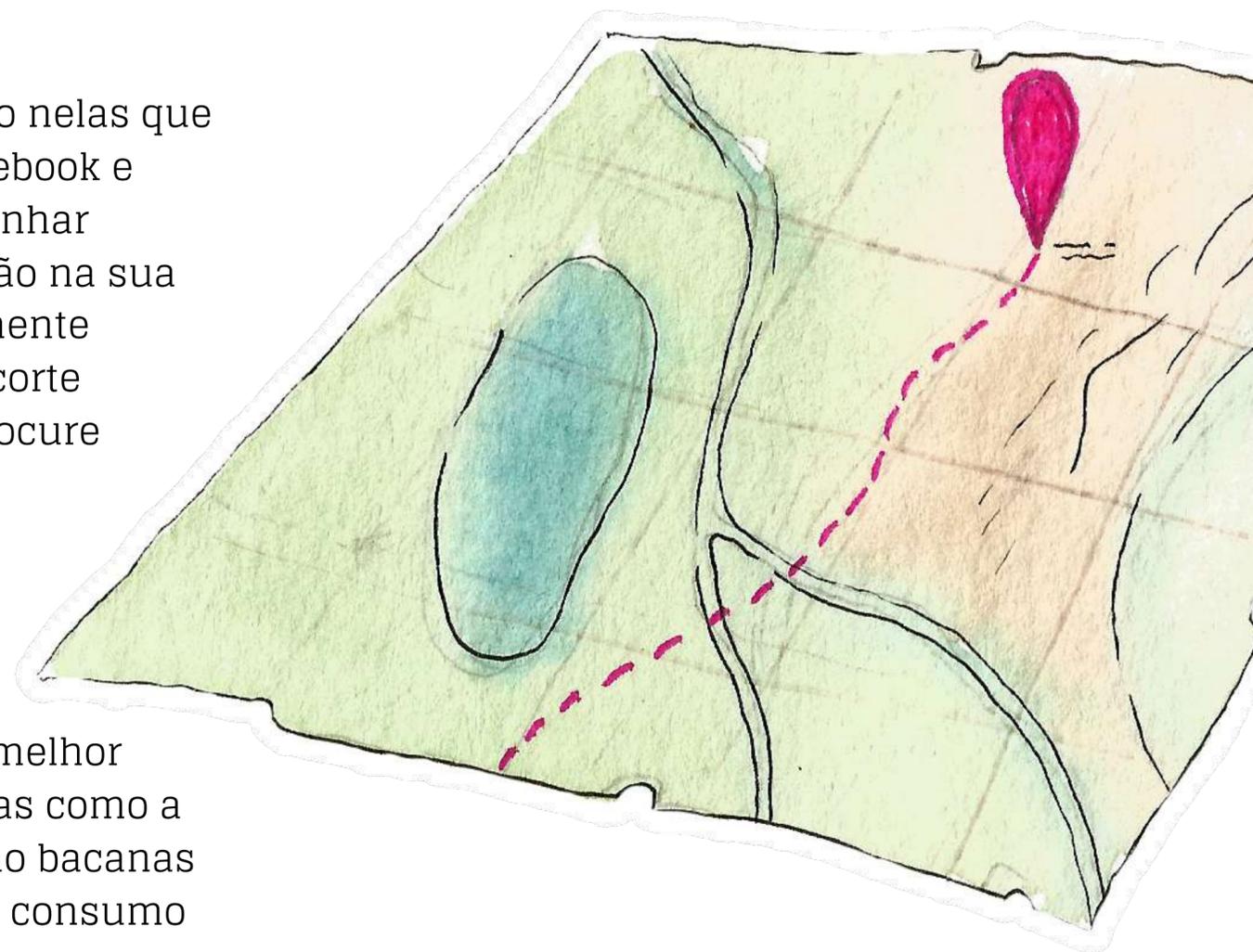
FERRAMENTAS:

REDES SOCIAIS

Não tem muito como fugir: são nelas que as conversas acontecem. Facebook e Twitter são bons para acompanhar tendências, mas preste atenção na sua timeline: ela não necessariamente representa o mundo. É um recorte enviesado de seus amigos. Procure diversificar quem você segue ;)

PESQUISAS

Institutos de pesquisa podem ajudar a definir o público e a melhor forma de abordagem. Empresas como a Box1824 e a TrendWatching são bacanas para ir atrás de tendências de consumo e questões relacionadas a jovens. ComScore, por exemplo, ajuda a entender dados sobre a internet e o uso de tecnologia.



BUSQUE APOIO

TRABALHE EM GRUPO. ACREDITE: MUITA GENTE PENSA COMO VOCÊ. PEÇA COLABORAÇÃO E OPINIÕES — ELAS AJUDAM A ENTENDER AS REAÇÕES E FORTALECER A MENSAGEM QUE VOCÊ QUER PASSAR.



FERRAMENTAS:

TRELLO

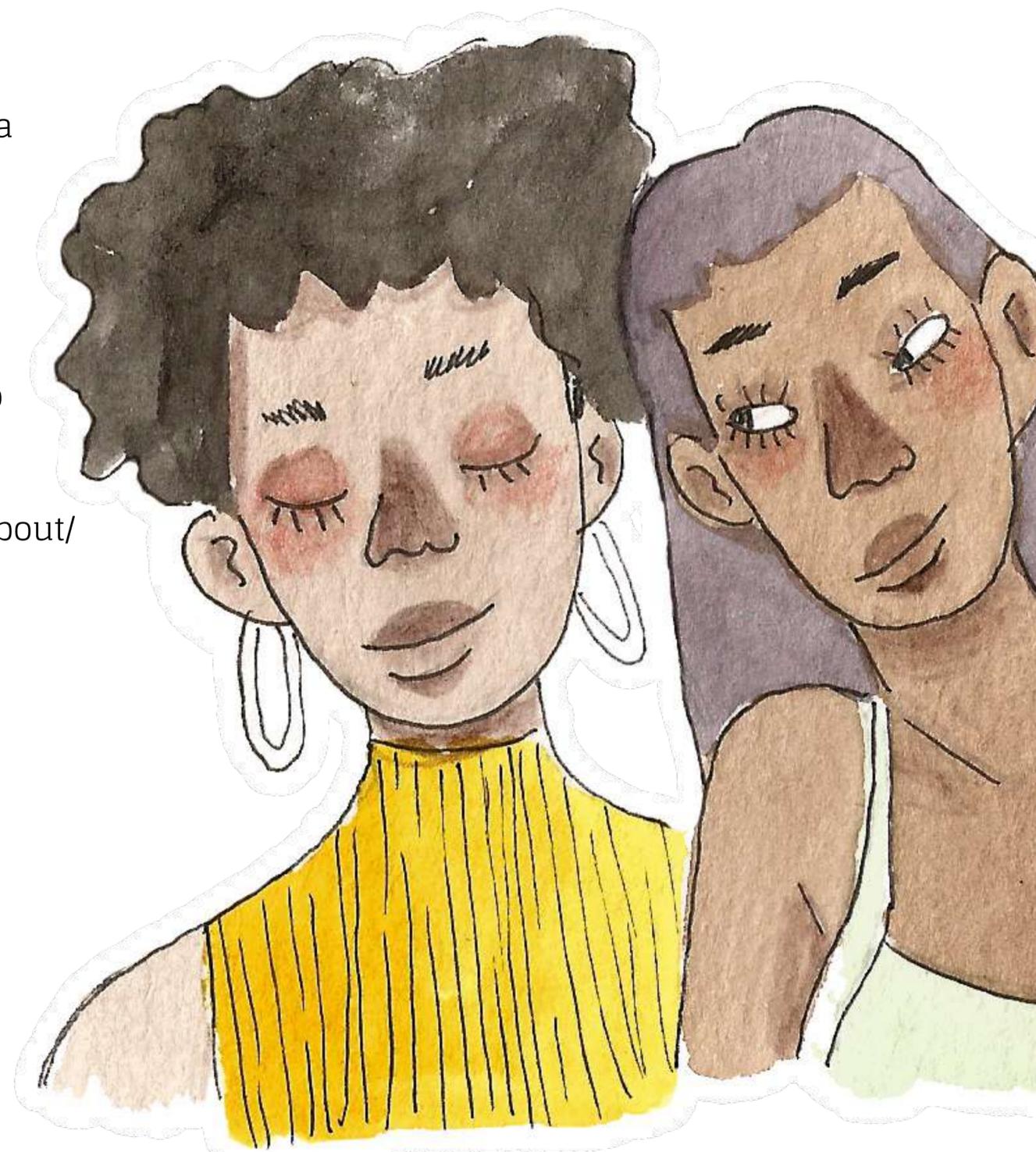
Ferramenta super simples para fazer cronogramas e distribuir tarefas com a galera
<https://trello.com/>

GOOGLE DOCS

Ótimo para fazer planejamento e criar textos em colaboração com outras pessoas. De graça.
<https://www.google.com/docs/about/>

SLACK

Ferramenta de comunicação instantânea para times. Super simples e ajuda a organizar as conversas
<https://slack.com>



PRODUZA

É HORA DE MÃO NA MASSA. ESCREVER, EDITAR, FOTOGRAFAR, GRAVAR - É POSSÍVEL CRIAR CONTEÚDO DE QUALIDADE COM AS FERRAMENTAS CERTAS.

FERRAMENTAS

GOOGLE DOCS

Ótimo para fazer planejamento e criar textos em colaboração com outras pessoas. De graça.
<https://www.google.com/docs/about/>

IMAGEM

PIXLR

aplicativo online gratuito para edição de imagens. Super completo e simples de usar. <https://pixlr.com/editor/>

CANVA

ferramenta excelente para criar infográficos, imagens para redes sociais e até logotipos.
<https://www.canva.com/>

INFO.GRAM

para criar infográficos de maneira simples e intuitiva
<https://infogr.am/>

MEMEGENERATOR

ferramenta para criar memes com imagem e texto
<https://memegenerator.net/>

GIPHY

ferramenta para pesquisar GIFs (tem de tudo, acredite!) e criar e subir o seu próprio.
<https://www.giphy.com/>



TEXTO / STORYTELLING

MEDIUM

ferramenta ótima para publicar textos. É possível diagramar, conversar com outros autores e gerar dados sobre a audiência. <https://medium.com/>

WORDPRESS

plataforma de publicação em código aberto, que pode ser adaptada livremente. É muito simples de usar, pode ser customizada e transformada em vários formatos (site, blog etc). <https://wordpress.com>

TIMELINE

ajuda a criar uma linha do tempo, recurso útil para contar fatos em ordem cronológica <https://timeline.knightlab.com/>

STORYMAP

ferramenta que permite contar histórias com textos, fotos e vídeos em um mapa <https://storymap.knightlab.com/>

STORYFORM

ferramenta para contar histórias multimídia, que incluam textos, fotos e vídeos <https://storyform.co/>

AUDIO / PODCAST

AUDACITY

ferramenta simples de edição de áudio. <http://www.audacityteam.org/>

GARAGEBAND

ferramenta de criação de músicas e edição de áudio já pré-instalada em computadores Apple.

VIDEO

WEVIDEO

editor online de vídeos. <https://www.wevideo.com/>

IMOVIE

ferramenta de edição de vídeos, já pré-instalada em computadores Mac. <https://www.apple.com/lae/imovie/>

WINDOWS MOVIE MAKER

ferramenta de edição de vídeos já pré-instalada em computadores com Windows (a partir do Windows 8). <https://www.microsoft.com/en-us/store/p/movie-creator-free-video-editor/9nblggh4wwjr>

AVIDEMUX

software livre para edição de vídeos. Permite edições simples e correções de imagem <http://fixounet.free.fr/avidemux>

ENGAJE

É MUITO IMPORTANTE ESCOLHER O PERÍODO CERTO PARA PUBLICAÇÃO. VOCÊ PODE LEVAR EM CONTA O COMPORTAMENTO DA AUDIÊNCIA, EFEMÉRIDES, DATAS ESPECIAIS OU MESMO APROVEITAR UM ASSUNTO QUE É TRENDING TOPIC OU A POLÊMICA DO DIA COMO GANCHO.

E É FUNDAMENTAL QUE VOCÊ MANTENHA SUA CAUSA VIVA NAS REDES SOCIAIS OU EM OUTRAS FORMAS DE ACESSO.



FERRAMENTAS:

MEDIUM

rede social de textões. É uma ferramenta interessante para textos mais longos, porque tem leitura agradável e permite edições na página para uma leitura mais fluida.

WORDPRESS

plataforma de publicação em código aberto. É muito simples de usar, pode ser customizada e transformada em vários formatos (site, blog etc). <https://wordpress.com>

WIX

ferramenta simples e intuitiva de criação de sites, com versões gratuitas e pagas. <https://www.wix.com/>

TWIBBON

you can create avatars for people to place in their profile photos. It's very simple to create a campaign. <https://twibbon.com>

MAILCHIMP

free and simple tool to create newsletters. There is also a paid option, more sophisticated, but the free one works well. <https://mailchimp.com/>

INSTAGRAM

interesting for specific actions within the social network. The way topics are grouped in hashtags can help amplify the cause. A disadvantage is that the network is closed to itself and does not favor external links.





MONITORE

ACOMPANHE AS REAÇÕES,
SE VIRALIZOU E COMO VIRALIZOU,
COMO AS PESSOAS SE POSICIONARAM,
COMPARTILHARAM OU REAGIRAM.
ESSE MONITORAMENTO É
IMPORTANTE PARA VOCÊ AJUSTAR
OS PRÓXIMOS PASSOS.



FERRAMENTAS:

GOOGLE ANALYTICS

ferramenta para ter acesso a dados
de audiência e como o público
acessou o conteúdo
[https://analytics.google.com/
analytics/web/](https://analytics.google.com/analytics/web/)

HOOTSUITE

aplicativo ótimo para
gerenciar várias redes sociais
ao mesmo tempo
<https://hootsuite.com/>

SOBRE O SAFERLAB



**Safer
Lab**

O SaferLab é um laboratório de ideias que apoia o protagonismo de jovens na criação de projetos e conteúdos que ajudam a tornar a internet um lugar com mais diálogo e respeito à diversidade.

Apostamos no potencial das redes sociais, na criatividade da cultura da internet e nos desafios das metodologias colaborativas para estimular a produção de contranarrativas para o discurso de ódio e discriminação on-line.

A nossa proposta é uma abordagem construtiva para o problema: amplificar a voz de quem normalmente é alvo e oferecer insumos para a qualificação do discurso e para a ocupação do debate público com conteúdo propositivo. Pode ser um vídeo, um meme, uma hashtag, um aplicativo ou qualquer boa ideia que propague mensagens que façam frente ao ódio, promovendo respeito a direitos fundamentais.

Saiba mais: www.saferlab.org.br