

ANAT SHENKER-OSORIO  
CENTER FOR COMMUNITY CHANGE

# COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO ATUAL

UM GUIA PARA COMUNICADORES PROGRESSISTAS

TRADUÇÃO

NAR-  
RATI-  
VAS

# SUMÁRIO

**04** APRESENTAÇÃO

**06** INTRODUÇÃO

**08** CARTA DE ABERTURA

**10** PRINCÍPIOS PARA CONSTRUÇÃO  
DE MENSAGENS

**10** 1. COMEÇAR COM VALORES  
COMPARTILHADOS, NÃO COM PROBLEMAS

**13** 2. TRAZER AS PESSOAS À CENA  
- NOMEAR VILOES E HERÓI

**16** 3. CRIAR ALGO BOM,  
NÃO APENAS REDUZIR ALGO RUIM



# SUMÁRIO

19

4. MANTER O FOCO NO RESULTADO,  
NÃO NO PROCESSO

22

5. DESCREVER O QUE VOCÊ BUSCA,  
NÃO AO QUE VOCÊ SE OPOE

25

6. INTRODUIZIR CIRCUNSTÂNCIAS  
E DANOS PONTUAIS APOS COMPARTILHAR  
VALORES

28

7. DIVERGIR DA OPOSIÇÃO, COM O MÍNIMO  
DE REAÇÃO, NÃO É APENAS DESEJÁVEL  
- É NECESSÁRIO

32

8. SER MENOS  
MODESTO

33

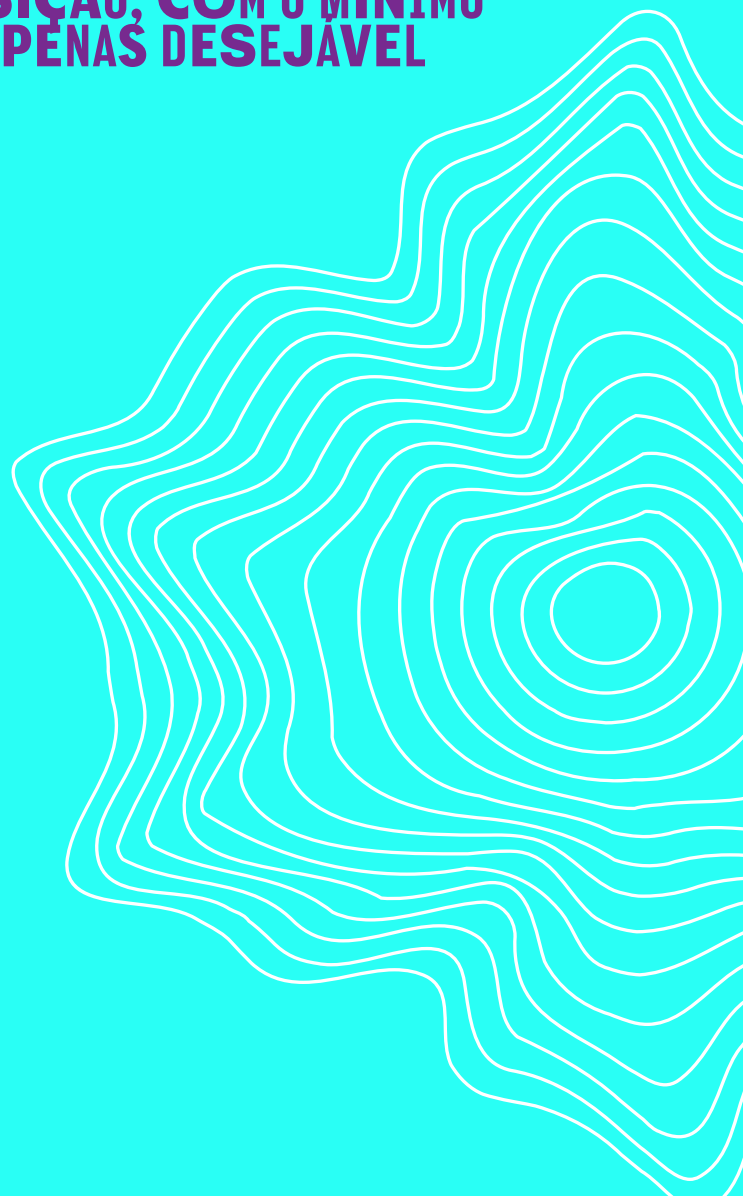
AMOSTRAS  
DE NARRATIVAS

45

EXPEDIENTE

46

SOBRE A  
REDE NARRATIVAS





# APRESENTAÇÃO

A vitória de um partido de extrema-direita na eleição presidencial de 2018 trouxe grandes novidades para o centro do poder no Brasil. Crescem as narrativas contra os direitos humanos e sociais, contra as ciências e contra Organizações Não Governamentais (ONGs), movimentos sociais e minorias políticas e identitárias. Ao mesmo tempo, multiplicam-se campanhas de desinformação, confundindo e manipulando o respeitável público.

Mas, se o avanço do conservadorismo não é um fenômeno exclusivamente brasileiro, as estratégias de resistência também não são. Ansioso com o futuro incerto e movido por um ardente desejo de nos preparar para a disputa de narrativas que se anunciam, um grupo de comunicadoras da rede Narrativas iniciou o trabalho de tradução e revisão da publicação *Messaging this moment: a handbook for progressive communicators* (2017), que sistematiza um pouco da experiência de movimentos e organizações do Terceiro Setor nos Estados Unidos pós-eleição de Donald Trump.

O trabalho foi coletivo e a muitas mãos. Aproveitamos o trabalho da Fundação Tide Setubal, que traduziu a publicação para uso interno, e nos debruçamos em uma revisão a partir de nossas experiências como comunicadoras. Dividimos tarefas, realizamos inúmeras reuniões virtuais, leituras e releituras e intensos debates sobre as nuances do texto, os recursos de linguagem e as impossibilidades de tradução, já que a publicação é recheada de temas políticos específicos do contexto dos Estados Unidos. E contamos com uma diagramação adorável, que faz jus à beleza da publicação original. Todo trabalho, militante e ativista, um investimento pessoal para construção de algo no qual acreditamos. Aproveitamos para agradecer especialmente à própria autora Anat Shenker-Osorio e à sua colaboradora Helena Laranetto, que ajudaram a esclarecer dúvidas da tradução.

Nosso desejo é que a leitura da publicação provoque em cada leitora e leitor o mesmo que provocou em nós: um chamado para ação. Esperamos que esta tradução apoie a reavaliação e construção de nossos discursos, capazes de fortalecer nossas bases de apoio e alcançar os indecisos e insatisfeitos. Que, se depender das decisões equivocadas dos governantes – e, claro, de nossos esforços para a verdadeira escrita desta história –, só tendem a aumentar.

**Junho/2019**

# INTRODUÇÃO

Uma mensagem poderosa não diz o que já é popular. Uma mensagem poderosa torna popular o que precisa ser dito.

Uma série de formações, apoio técnico e treinamentos, destinados a um conjunto talentoso de profissionais da comunicação atuantes no campo progressista, culminou na publicação deste guia. Este trabalho foi possível graças ao apoio generoso da área de Justiça Racial da Open Society Foundations. Mais de 100 pessoas ajudaram a construir esses encontros, garantindo a representação de um amplo espectro de questões, identidades e geografias. Esses participantes abraçaram o espírito de fazer as coisas de outro modo e fazer coisas diferentes. Gostaríamos de agradecer em especial as contribuições de Tarah Walsh, Jeffrey Parcher, Marisol Bello, Donna De La Cruz e Peter Woiwode, do Center for Community Change. Joseph Reid, da ASO Communications, foi fundamental para a realização dos encontros. Gratidão em particular a Alvin Starks, Leslie Gross-Davis, Andrew Maisel e Ken Zimmerman, da Open Society Foundations. A Fundação Ford

sediou nosso primeiro encontro, com o apoio de Laine Romero-Alston, Charlene Caronan e Elizabeth Wann. Jonathan Heller e Dorian Warren ajudaram a estruturar e projetar nossos esforços. Por fim, a rede Radical Communicators Network, lançada por Shanelle Matthews, possibilitou que uma expressiva diversidade de profissionais da comunicação fosse alcançada. Além disso, forneceu treinamento especializado para as atividades dos encontros.

A autora é responsável por quaisquer erros ou omissões deste trabalho.

# CARTA DE ABERTURA

**Caro leitor,**

A ascensão do trumpismo [ideais e políticas de Donald Trump] desafia todo e qualquer ideal progressista e as nossas organizações. Como muitos de nós temos dito, o trumpismo é uma ameaça existencial a tudo com o que nos importamos: justiça econômica, igualdade racial e de gênero, um planeta habitável e a paz mundial. No momento, os desafios de comunicar e narrar são críticos, bem como um presságio acerca de, pelo menos, duas grandes frentes:

1) Precisamos desenvolver com urgência uma narrativa mais ampla e inclusiva, capaz de mobilizar nossa base e persuadir muito mais pessoas indecisas pelo caminho. Mais estadunidenses precisam enxergar-se numa história movida por valores progressistas e que constrói as condições para uma mudança política arrojada. Sabemos que esta história precisa ser construída de forma orgânica, em torno de vivências reais, abarcando todas as nossas diversas identidades, especialmente aquelas deliberadamente negadas de respeito e de liberdade para prosperar.

2) Devemos expor o trumpismo e a doutrina conservadora “da” e “para a” alta sociedade. Um populismo narrativo, construído pelo populismo e ancorado



exclusivamente no ressentimento e no ódio, torna a população mais vulnerável da América bode expiatório, colocando em risco tudo o que somos e acreditamos. Seu ataque é contra as pessoas negras, indígenas e amarelas, promovido por meio de violência estrutural, a partir de políticas de detenção hediondas e do mapeamento dos perfis raciais para deportação. Ao mesmo tempo, ergue barreiras ainda mais altas para o bem-estar de todos, exceto para os mais ricos e para pessoas com maior influência (econômica e política) e status.

Em resposta a estes dois desafios, estou orgulhosa pela parceria entre o Center of Community Change e Anat Shenker-Osorio, a maior e mais provocante especialista da América em comunicar mudanças de paradigma. Seu trabalho inovador oferece assistência imediata aos ativistas que estão na linha de frente, resistindo e se opondo de forma direta e atuando como força capaz de trazer de volta uma visão progressista aos Estados Unidos.

Além desta publicação, fomos capazes de alcançar centenas de grupos de ativismo, através dos nossos encontros *Messaging This Moment*, webinars, memorandos e processos de treinamento com lideranças estratégicas.

Esperamos que este material seja útil e inspirador e que possamos nos tornar parceiros nesta jornada de atuação em conjunto para colocar a história de volta ao caminho da justiça.

Com ternura,



**Dorian Warren**

*Vice-presidente do Center of Community Change*  
*Presidente do Center of Community Change Action*

# PRINCÍPIOS PARA CONSTRUÇÃO DE MENSAGENS

**1**  
**COMEÇAR  
COM VALORES  
COMPARTILHADOS,  
NÃO COM PROBLEMAS**

Atualmente, grande parte da comunicação progressista segue uma ordem usual: iniciar com problemas, caminhar para uma solução e concluir convocando para uma ação. Americanos têm 99 problemas e não querem os seus. É compreensível nosso desejo de alertar sobre os danos notórios, crescentes e sistemáticos que sofrem nossas comunidades. Mas a forma como o fazemos não é atraente. O problema com os problemas é que as pessoas estão fartas deles.

Em vez de começar com problemas, construir narrativas que se conectam com valores compartilhados tem se revelado mais eficaz para promover a mudança de opinião em direção a soluções políticas progressistas.

Iniciar com valores também nos lembra de que precisamos desafiar nossas crenças arraigadas sobre o que podemos ou não dizer em nome de uma agenda progressista. Por muito tempo, a direita tem sido bem-sucedida na mobilização dos chamados “*values voters*”<sup>1</sup>, ao usar palavras fofas como “família” para encobrir sua agenda antifeminismo e anti-LGBTQIA. É uma estratégia tão eficiente que os progressistas rejeitam com frequência mensagens sobre família e liberdade como se fossem algo inerentemente conservador.

Precisamos confrontar estes medos com a verdade.

## **CONSERVADORES SÃO DERROTADOS EM DEBATES CENTRADOS EM VALORES.**

O casamento entre pessoas do mesmo sexo foi vitorioso precisamente porque a comunidade LGBTQIA promoveu um debate sobre os valores do compromisso e da família. Quando eles pararam de falar sobre “direitos” e começaram a falar sobre “amor”, a maré mudou. O movimento dos direitos dos imigrantes avançou a partir do debate sobre famílias, o sonho americano e a liberdade de ser quem você é e ir aonde você precisa ir.

### **Nossa pesquisa mostra que família é a “lente de valor” perfeita para falar sobre as regras que governam nossa economia e nossa nação.**

Se você perguntar aos estadunidenses (e nós o fizemos!) por que eles trabalham e o que querem para suas famílias, você ouvirá uma lista de ideais progressistas: aposentadoria segura para os idosos, futuro melhor para seus filhos, colocar o

---

<sup>1</sup> Não há tradução oficial para este termo, apresentamos então a definição original do Dicionário Online Wikitionary: “One who participates in elections and makes decisions based on issues such as religion, abortion, capital punishment and same-sex marriage” (disponível em: [https://en.wiktionary.org/wiki/value\\_voter](https://en.wiktionary.org/wiki/value_voter)).

jantar na mesa e estar em casa a tempo de comê-lo.

Embora *família* tenha sido a mais testada, descobrimos que os progressistas se saem melhor quando usam uma combinação de "lentes" como comunidade, justiça e liberdade.

ADOpte	SUBSTITUA
Os Estados Unidos são uma nação fundada em torno de um ideal: todos são criados de forma igualitária.	O sistema de justiça criminal aprisiona afro-americanos e latinos numa desproporção alarmante.
Hoje e sempre, as pessoas se mudam para tornar a sua vida e a de suas famílias melhores.	Nosso sistema de imigração falho separa as famílias.
Não importa nossas diferenças, a maioria de nós quer coisas bem similares.	A diferença entre ricos e pobres neste país alcança níveis históricos.
Nos Estados Unidos valorizamos nossa liberdade.	Interesses corporativos estão engajados numa guerra contra os trabalhadores.
A maioria de nós acredita que a família vem em primeiro lugar.	Os Estados Unidos são a única nação do mundo sem licença parental remunerada.
Os estadunidenses estão, em grande parte, unidos. Esta informação não chegaria até você pelos políticos.	X é uma questão controversa, com alto grau de polarização e com uma oposição bem financiada.
A força do nosso país tem como alicerce nossa capacidade de trabalhar juntos.	Crimes de ódio atingem níveis históricos.
Todo o trabalho tem valor e todos os trabalhadores têm direitos.	Existe uma guerra contra os trabalhadores.
Implementar soluções.	Resolver problemas.

# 2

## TRAZER AS PESSOAS À CENA - NOMEAR VILÕES E HERÓIS

Embora não seja aconselhável iniciar a abordagem pelo problema, é importante deixar claro o que está em jogo em nossas lutas. Apresentar o problema após estabelecer valores compartilhados contribui para gerar uma dissonância cognitiva junto aos públicos. Reordenar a mensagem na introdução ao problema é só uma parte da questão. É preciso atenção ao modo como descrevemos o problema.

Infelizmente, tendemos a fazer com que os problemas existentes e iminentes pareçam não ter uma origem clara. "Desigualdades sistêmicas" não se criam sozinhas; aquele "gap" não aumentou por conta própria. Legisladores implementam políticas e podem escolher fazê-las ou não. Da mesma maneira, costumamos falar que as pessoas estão "perdendo seus direitos" ou que "seus salários estão caindo". As pessoas "perdem" chaves e carteiras. Os políticos confiscam o nosso seguro-saúde. Os presidentes das empresas mantêm ou forçam as reduções salariais.

As motivações importam. Não é coincidência que os benefícios massivos às empresas e aos mais ricos sejam parte do mesmo orçamento, que retira medicamentos, educação e serviços públicos dos estadunidenses em situação de maior vulnerabilidade.

Sempre que possível, descreva quem está por trás dos problemas que você aponta. Quando não estiver claro, use verbos como “escolher” ou “decidir”, “eliminar” ou “confiscar” para caracterizar o que o Legislativo tem feito ou planeja fazer a respeito.

Por outro lado, é fundamental dar visibilidade às ações das pessoas pelas quais lutamos. É comum elas serem retiradas do campo de visão ou relegadas à condição de objeto, não sujeito.

## ADOTE

Presidentes de empresas decidem pagar menos aos trabalhadores. Legisladores retiram nossos direitos.

Políticos erguem barreiras à prosperidade das comunidades negras. Legisladores vetam recursos para a nutrição e a saúde dos estadunidenses, que batalham para pagar suas contas. Presidentes de empresas demitem mais pessoas.

Salário reduzido de mulheres (e outras minorias). Barreira para o bem-estar. Equidade salarial para o trabalhador que realiza a mesma função.

## SUBSTITUA

Empregos/casas foram perdidos. Pessoas perderam cobertura assistencial.

A diferença de renda/riqueza aumentou. As disparidades aumentaram na área da saúde. A diferença de conquistas está ampliando. A taxa de desemprego cresceu. As condições persistem.

[Nome do grupo] tem vivenciado  
[Nome do grupo] continua a enfrentar

Diferença salarial entre os gêneros.  
Desigualdade econômica entre as raças.

## ADOTE

## SUBSTITUA

Ambiciosos fraudaram o jogo.  
Empresas/presidentes de empresa subtraíram da classe trabalhadora.

Inequidades sistemáticas.

Muita riqueza nas mãos de poucos.  
Regras econômicas favorecem os ricos à custa do restante da população.  
Uma pequena quantidade de poderosos lucra com a riqueza que nós geramos.

Desigualdade [econômica].

[Pessoas] reúnem-se em sindicato.  
[Pessoas] negociam coletivamente.  
Reúnem-se em sindicatos.

Ação coletiva, negociação coletiva.

As empresas achataram tanto os salários, que muitos funcionários que trabalham em período integral se tornaram elegíveis ao [nome do programa social].

Muitos empregos oferecem aos trabalhadores tão pouco em termos de horas e salários, que os tornam elegíveis ao [nome do programa social].

\_\_\_\_\_ recebem menos do que \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_ ganham menos do que \_\_\_\_\_.

Danos ao meio ambiente.  
Decisões dos legisladores poluem nosso ar e nossa água.  
Corporações lucram prejudicando nosso clima.

O clima está mudando.  
Os níveis do mar estão subindo.

Pessoas/estadunidenses têm dificuldade de pagar suas contas.  
Pessoas/estadunidenses trabalham para sustentar a família.

Pobre, trabalhando em más condições.  
Marginalizado, desassistido.

Sindicato de pessoas trabalhadoras.

Sindicatos dos trabalhadores.

# 3 CRIAR ALGO BOM, NÃO APENAS REDUZIR ALGO RUIM

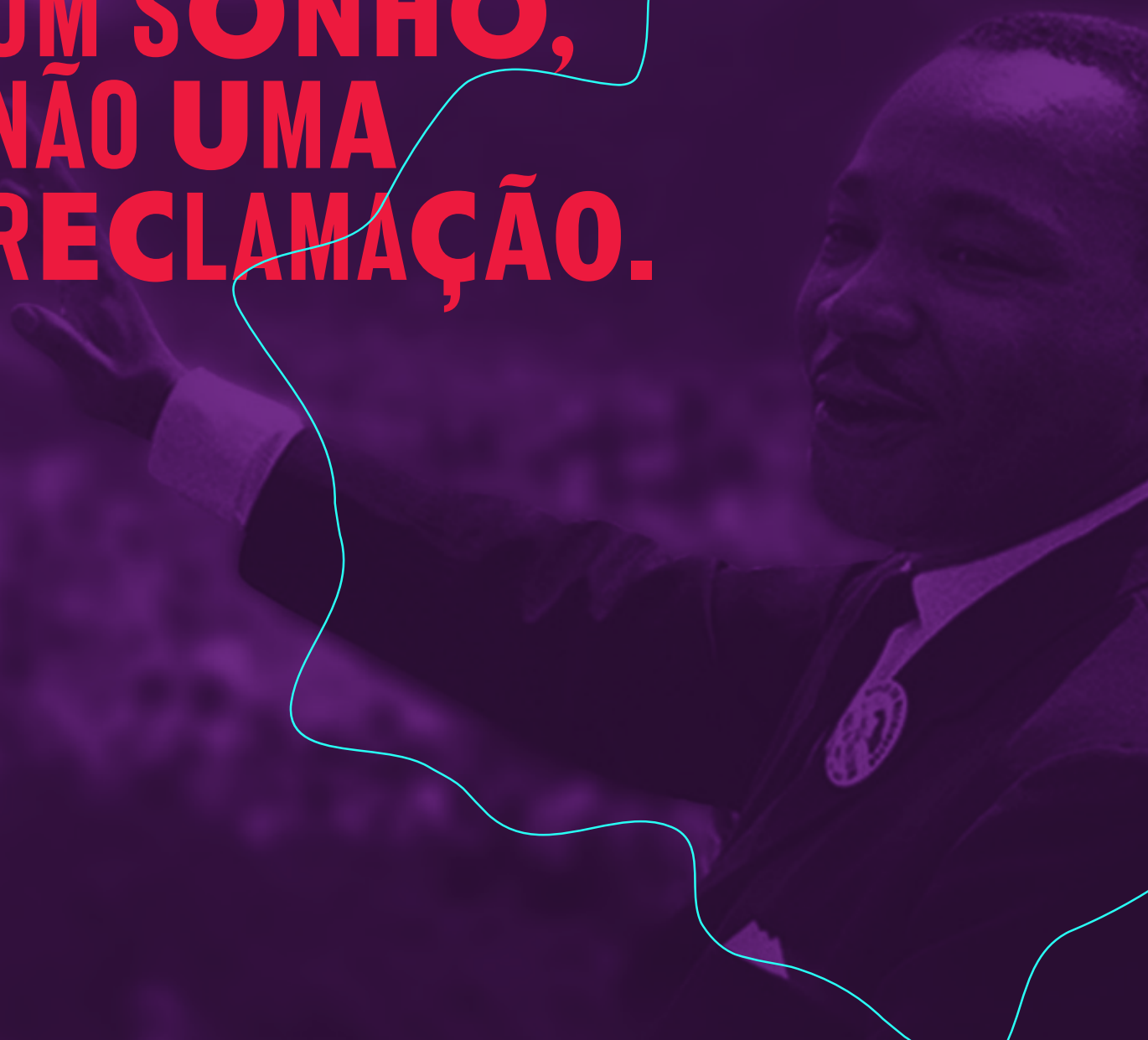
Uma vez identificado nosso valor compartilhado, o problema a ser enfrentado descrito, e todos os envolvidos nomeados, podemos caminhar em direção às nossas soluções. Quando o assunto é descrever os objetivos da nossa política, costumamos utilizar termos como “corrigir” ou “reformular”, “aperfeiçoar” ou “mitigar”. Amenizar o dano – ou descrever a política como a redução de algo notoriamente ruim – pode parecer correto. Porém isto inibe motivação e engajamento no longo prazo. Como alternativa, descrever a razão pela qual a sua política, campanha ou movimento existe ajuda a sustentar o desejo de lutar da sua base de apoio e gera interesse entre os mais céticos.

Isso também significa que devemos atuar em favor de algo desejável, e não somente contra algo deplorável. Chamar a atenção para um esquema de evasão de impostos mascarado de plano de atenção à infância ou uma licença-maternidade inerente machista e inadequada não funciona, a não ser que tenhamos uma alternativa atraente e concreta para solucionar o problema. Um “não” sem um “sim” leva os ouvintes a pensar que estamos somente praticando a velha política de sempre. Soa como se estivéssemos somente denunciando seja lá o que for que a outra parte esteja oferecendo com o intuito de derrotá-la, em vez de apresentar uma proposta sincera, para que uma boa política seja regulamentada.



COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO ATUAL:  
UM GUIA PARA COMUNICADORES PROGRESSISTAS

**MARTIN LUTHER  
KING TINHA  
UM SONHO,  
NÃO UMA  
RECLAMAÇÃO.**



## ADOTE

Crie um processo de imigração.

Remuneração justa para o sustento da família,  
o suficiente para preparar os filhos para um  
futuro brilhante.

Pessoas que trabalham para sobreviver devem  
ganhar para tanto [com tempo para viver].

Estabeleça padrões.

Mude as regras.

Crie ambientes de trabalho estáveis.

Ganhe um bom salário e tenha uma vida digna.

Estar presente e prover boas condições de vida  
àqueles que você ama é inegociável.

Criar comunidades seguras e saudáveis.

Proteger a saúde das nossas crianças.

## SUBSTITUA

Melhorar nosso sistema falido de imigração.

Melhores salários e condições de trabalho.

Melhores salários e benefícios.

Ampliar o acesso à licença familiar  
remunerada.

Interromper, mitigar, atenuar as mudanças  
climáticas.

# 4

## **MANTER O FOCO NO RESULTADO, NÃO NO PROCESSO**

Com frequência, defensores de direitos costumam descrever suas preocupações nomeando processos. Por exemplo, ao caracterizar o corte do Medicaid<sup>2</sup> como “congelamento do repasse de verbas para os estados”, o foco da mensagem enfatiza os meios e desvaloriza os fins.

Ao mesmo tempo, tendemos a divulgar as soluções que desejamos valorizando sua dimensão política, e não os resultados. Por exemplo, “aumento do salário mínimo” e “licença-maternidade remunerada” são mensagens mais usadas do que “as pessoas ganham o suficiente para uma vida digna” ou “você está ao lado do seu bebê recém-nascido”, respectivamente.

Na saúde, mudanças nos critérios de elegibilidade, corte de benefícios e dificuldades no cadastramento provocam ou prolongam as doenças das pessoas. Porém, em vez de descrever a experiência corriqueira de ter alguém doente na família ou acompanhar um ente querido sofrer, damos demasiada importância à burocracia e aos procedimentos. Insisto na experiência concreta das pessoas, a preocupação não está nos critérios de elegibilidade ou nos benefícios, mas sim na necessidade real de precisar receber um atendimento médico, ter acesso a um tratamento, ter condições financeiras para comprar medicamentos, etc.

---

<sup>2</sup> Medicaid é um programa de saúde voltado para pessoas de qualquer idade que têm recursos financeiros extremamente limitados. O programa é financiado pelo governo federal em conjunto com os estados. Eles reembolsam hospitais e médicos que fornecem tratamento a pessoas que não podem arcar com suas próprias despesas médicas. (disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Medicaid>)

Além do mais, costumamos ocultar as pessoas, denominando-as “beneficiários”, “cadastrados”, “candidatos”, “indivíduos elegíveis”. Nosso público nem seus entes queridos se identificam com estes rótulos. Isto se aplica até mesmo ao popular termo “trabalhadores”, o que já foi comprovado por meio de inúmeros testes que apontam que o seu uso não tem peso algum e até reduz o interesse por políticas como remuneração por licença médica e seguro-desemprego. “Gente que trabalha<sup>3</sup>” é muito mais impactante e, na realidade, demonstrou ser mais eficaz para alcançar a “classe média”.

Uma política pública é eficiente quando ela cria condições para a prevenção de doenças incuráveis no seu bebê, quando você tem um dinheiro extra para poupar e tempo para estar com sua família, etc. São experiências e mensagens como estas que humanizam as questões, em vez de reduzi-las a um debate sobre políticas.

ADOTE	SUBSTITUA
Alimentação, moradia, saúde.	Rede de proteção.
Equilíbrio financeiro, aposentadoria com dignidade, prevenção e tratamento de doenças.	Exercício dos direitos.
Remuneração para cuidar dos entes queridos. Se fazer presente na família não é negociável.	Licença-maternidade, seguro-saúde e seguro-desemprego.
Tempo para cuidar da família.	Folgas.
As regras sobre _____. Mudanças nas regras trabalhistas e remuneração. Eliminar as barreiras para o bem-estar social.	_____ política/políticas.

<sup>3</sup> Os testes aos quais a autora se refere foram feitos em inglês e espanhol – e não em português.

## ADOTE

## SUBSTITUA

Barreiras para a prosperidade de [grupos específicos – nomear].  
Obstáculos para o bem-estar social de \_\_\_\_\_.

Lacuna entre ricos e pobres.

[Nome do programa] garante que os trabalhadores em situação de vulnerabilidade possam prover alimentação para suas famílias.

[Nome do programa] é um programa estratégico que oferece suporte aos trabalhadores de baixa renda.

Mães, crianças, amigos, vizinhos, jovens, etc.

Indivíduos elegíveis, beneficiários, cadastrados, etc.

Redução de assistência, pessoas têm acesso negado à assistência, pessoas são forçadas a se endividar para ter acesso a tratamento médico.

Bloqueio de benefícios.

Assistência, tratamento, prevenção, medicação, recuperação da saúde.

Cobertura e acesso à cobertura.

Garganta inflamada, câncer, braço quebrado, etc.

Condições de saúde e acesso à saúde.

Estadunidenses lesados, pessoas sofrendo.

Economia prejudicada.

Pagamento justo pelo trabalho.  
Pessoas que trabalham para sobreviver devem ganhar o suficiente para tanto.

Aumento de salários, salário mínimo, salários justos.

Salas de aula com tamanho ideal para a interação entre pares.  
Recursos e materiais escolares atualizados.

Prioridades de investimentos na sala de aula.

# 5

## DESCREVER O QUE VOCÊ BUSCA, NÃO AO QUE VOCÊ SE OPÕE

Com esse fluxo ininterrupto de retóricas perversas e regras vindo em nossa direção, é tentador rejeitar, refutar e criticar o que os nossos oponentes estão oferecendo. Entretanto, reproduzir o que os nossos oponentes dizem, mesmo com o objetivo de contrapor, simplesmente oferece a eles mais visibilidade. Trata-se também de atuar com foco no problema, e não nos valores compartilhados.

É comum a oposição fazer acusações descabidas sobre as nossas comunidades ou suas próprias ações. Pode ser tentador entrarmos em um combate para convencer nossos ouvintes de que “imigrantes não são uma questão de segurança” e de que o plano de assistência à criança de Trump “não ajudará as famílias trabalhadoras”. No entanto, esta condução é o mesmo que repetir suas palavras e dar-lhe ainda mais credibilidade, mesmo que esta não seja a intenção.

Por mais que desejemos o contrário, negar uma declaração, na realidade, a coloca ainda mais em evidência. As pessoas se agarram ao mais tangível elemento de uma frase, normalmente os substantivos. Por outro lado, palavras como “não” são intangíveis.

Décadas de pesquisas apontam que as tentativas de refutar informações

inverídicas podem aumentar ainda mais a crença das pessoas nessas declarações. Testes mostram que as pessoas se lembram das afirmações e se esquecem que se trata de uma mentira.

Além do mais, as pessoas aceitam argumentos que reforçam aquilo que já acreditam e rejeitam aqueles que defendem o que elas duvidam. Isto é chamado de "confirmação tendenciosa". É o efeito do "contra-ataque", quando as pessoas se tornam ainda mais convictas daquilo que já acreditam, quando desafiadas. As pessoas são mais suscetíveis a acreditar em contestações quando estas são apresentadas de forma fria e exata, por exemplo, por meio de gráficos. Experimentos realizados em diferentes áreas do conhecimento revelam que informações factuais são ainda mais eficazes quando acompanhadas de uma "afirmação" que traz uma lembrança de uma experiência positiva consigo mesmo. (Observe que este é um caso de conversa presencial entre duas pessoas, e não de uma transmissão de massa, etc.)

## ADOTE

Nós apoiamos o plano \_\_\_\_\_ de assistência à criança, que possibilita que qualquer pai trabalhador tenha condições de oferecer cuidados de qualidade ao seu filho – nada menos do que isso.

Imigrantes contribuem para a nossa cultura e nossa comunidade. Nós nos desenvolvemos muito por tê-los aqui.

Imigrantes vieram para a América porque acreditaram na promessa de liberdade e de oportunidade nesse país.

É presumível que a América seja a “terra dos livres e a casa dos valentes” (trecho do Hino Nacional dos EUA). Isto é maravilhoso, portanto, vamos fazer valer.

Americanos muçulmanos são nossos vizinhos e colegas de trabalho. São as crianças nas nossas escolas e os pais nos nossos parques. A América foi fundada sob o pilar da liberdade de religião. Não excluimos pessoas usando como critério onde e como elas rezam.

Sem [Programa], as pessoas não podem trabalhar e muito menos prosperar. Sem comida, as crianças não podem aprender e muito menos ter um futuro garantido. [Programa] é tudo o que separa os americanos da fome recorrente e da desnutrição infantil.

Nesse momento crucial, os políticos devem se concentrar naquilo que de fato importa: empregos com bons salários, comunidades vibrantes e vizinhanças habitáveis – nada de agir como cão de guarda de nossos vizinhos e amigos.

## SUBSTITUA

Este não é um plano adequado de assistência às crianças.


Imigrantes não são “estrangeiros criminosos”. Não ter seus documentos não é um crime. Nenhum ser humano é ilegal.

A grande maioria dos muçulmanos não representa uma ameaça à nossa segurança.

[Programa] não desencoraja o trabalho. As pessoas não deixam de trabalhar quando estão no [Programa].

Há várias coisas que ameaçam as nossas crianças, mas transgêneros usando o banheiro público como qualquer outra pessoa não são uma delas. O banheiro público não é o local onde mulheres e crianças estão em risco.





## **INTRODUZIR CIRCUNSTÂNCIAS E DANOS PONTUAIS APÓS COMPARTILHAR VALORES**

Geralmente, lutamos por comunidades específicas, que sofrem o impacto da ação do Estado e a crueldade do mundo corporativo. Assim sendo, naturalmente desejamos principiar ressaltando estas preocupações. Contudo, iniciar a partir do que nos diferencia restringe o alcance a audiências passíveis de persuasão. Além disso, esta é uma forma de começar a partir dos problemas, conforme descrito acima.

Precisamos falar abertamente sobre etnia, gênero, orientação e identidade sexual, diferentemente dos nossos oponentes que rotulam estas questões como “políticas identitárias”. Nos testes de comunicação, ficou provado que o mais eficaz é fazê-lo após nomear cada um dos valores compartilhados. Ao enquadrarmos o dano, descrito como um ataque não apenas a um grupo específico, mas também a um valor compartilhado preestabelecido, oferecemos um padrão moral elevado e ampliamos nossa base de apoio.

Além de simplesmente referenciar os grupos sujeitos a abusos dos direitos humanos, certas frases examinadas revelaram-se úteis para sensibilizar audiências passíveis de persuasão para nossas soluções.

## ADOTE

Todos, significa todos, sem exceções.

---

Políticos/CEOs decidiram fazer \_\_\_\_\_, especialmente em comunidades negras.

---

Não importa a sua aparência nem a sua origem.

---

Os lugares que mais necessitam, as comunidades negligenciadas há mais tempo.

---

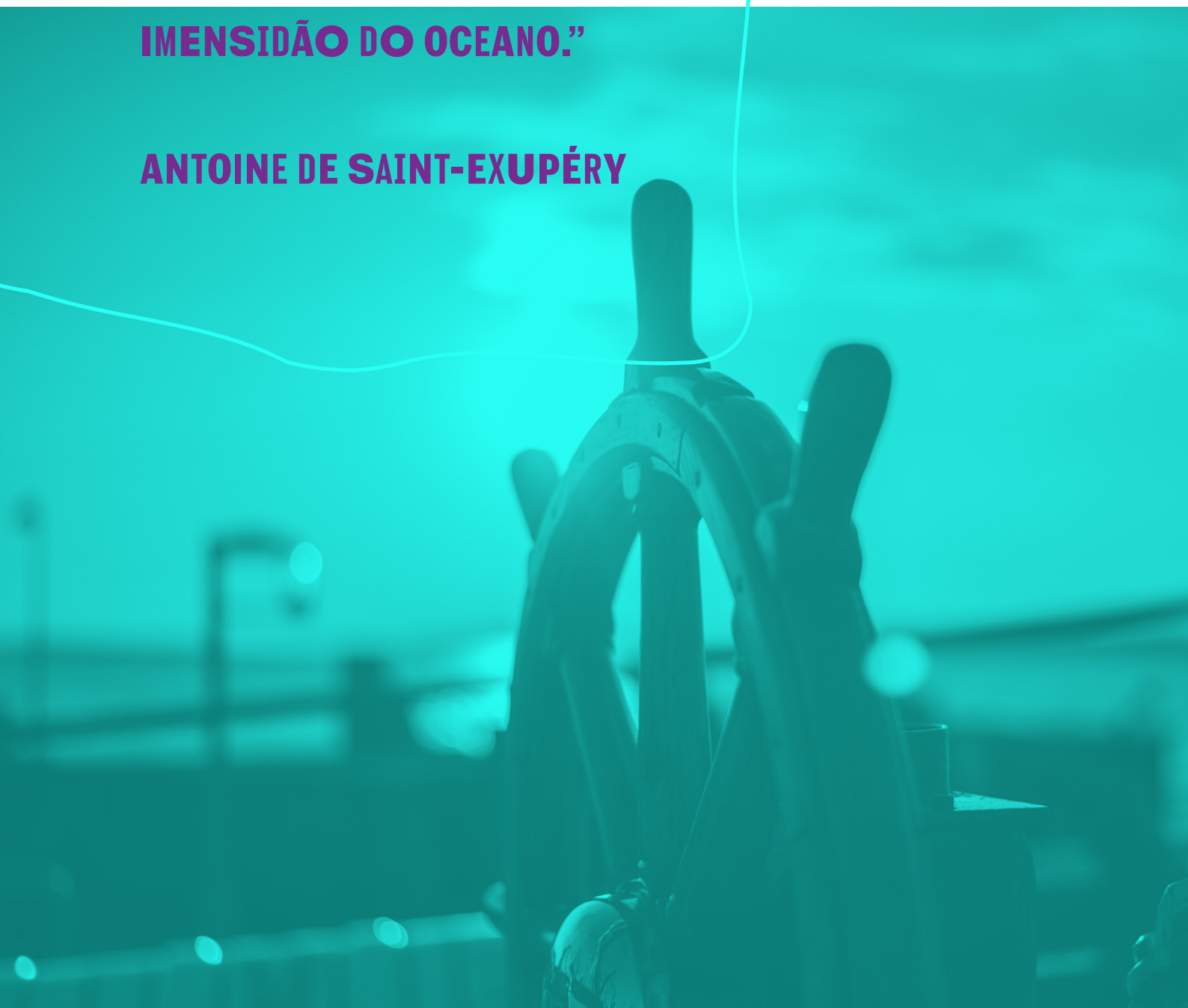
Não importa o seu endereço.

---

COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO ATUAL:  
UM GUIA PARA COMUNICADORES PROGRESSISTAS

**“SE VOCÊ QUER CONSTRUIR  
UM NAVIO, NÃO RECRUTE  
PESSOAS PARA COLETAR  
MADEIRA, NÃO LHES ATRIBUA  
TAREFAS E TRABALHO. ENSINE-AS  
A DESEJAR PROFUNDAMENTE A  
IMENSIDÃO DO OCEANO.”**

**ANTOINE DE SAINT-EXUPÉRY**



## **7 DIVERGIR DA OPOSIÇÃO, COM O MÍNIMO DE REAÇÃO, NÃO É APENAS DESEJÁVEL - É NECESSÁRIO**

Políticos e advogados costumam criar e testar a linguagem que utilizam em suas mensagens para atrair e agradar o maior número de pessoas, independentemente de sua ideologia. Esta prática nos impediu de alcançar as pessoas das quais precisamos para agir como vanguardas da mudança, desempoderando-as por completo. Mensagens tímidas e com pouco posicionamento não incomodam. Também não seduzem e não cumprem o papel de diferenciar nossas crenças daquelas da oposição.

Usar palavras que inspirem e sejam reproduzidas por nossa base de apoio significa nos libertar de buscar mensagens que os nossos oponentes tolerem. Desta forma, reunimos e mantemos nosso público mais amplo, que tem à disposição os nossos pontos de vista progressistas – e o tóxico discurso de medo dos outros, com foco na adoração ao livre mercado e ao individualismo feroz.

Nós alcançamos inúmeras conquistas quando usamos mensagens que engajam a nossa base, que convencem os indecisos e divergem da oposição.

Primeiro, empoderamos nosso público para que incentive o diálogo e o debate. Em seguida, discutimos entre nós. Caso a parte engajada da oposição reaja às nossas mensagens, podemos entender como um sinal de que estamos avançando

em nossas ideias, em vez de meramente comunicar sem impacto e de maneira inofensiva. Por último, podemos mostrar que a oposição está em desacordo com o que a maior parte da população acredita e deseja.

Claro que é fundamental não provocar uma reação que desencadeie o desejo de engajamento político entre aqueles que estão apáticos na oposição. Existe uma diferença entre apagar o brilho do oponente e incendiá-lo.

Contudo, precisamos também olhar para os fatos. Até mesmo as nossas mensagens mais neutras podem provocar a oposição. Isto significa que devemos redobrar os esforços com o intuito de persuadir os indecisos.

Pesquisas mostram que frases como “todo pai/mãe trabalhador deve receber o suficiente para oferecer aos seus filhos um futuro brilhante”, “americanos imigrantes vieram pela promessa de liberdade e oportunidade neste país” e “alguns gananciosos manipularam o jogo a seu favor e, agora, muitos empregos não remuneram o suficiente para prover nossas necessidades, muito menos nossos desejos” criam distanciamento em 15% dos eleitores estadunidenses. E para eles dizemos: boa viagem. Queremos fomentar o debate sobre esses temas, especialmente porque sabemos que a maioria dos estadunidenses não apenas se interessa, mas abraça ativamente essas causas.

## ADOTE

## SUBSTITUA

Faça o que é certo pelas crianças.  
Todas elas têm direitos.

Invista nas crianças.

Bom para os Estados Unidos/para nossa  
nação/para a cidade \_\_\_\_/para o Estado  
\_\_\_\_\_.

Bom para nossa economia.

A educação cria condições para que as  
crianças realizem seus sonhos.

A educação permite que as crianças alcancem  
estabilidade econômica na vida adulta.

Priorize água potável e ar limpo em detrimento  
dos interesses das corporações, que só  
beneficiam poucos.

Aja para mitigar as mudanças climáticas.

Todo estadunidense deve receber um salário  
que garanta um bom futuro aos seus filhos.

O aumento dos salários fará a nossa economia  
crescer.

A América não está atendendo às necessidades  
de todos, especialmente das comunidades  
afrodescendentes e latinas.

Devemos avançar na busca por uma sociedade  
mais inclusiva.

Não existe liberdade quando alguém consegue  
reduzir o seu salário, independentemente dos  
lucros da empresa ou das suas realizações  
como trabalhador.

Crescimento da classe média.

Imigrantes americanos contribuem com a nossa  
cultura e com a nossa comunidade, portanto  
estamos muito melhores com eles aqui.  
Eles se mudaram para os EUA com a promessa  
de liberdade e oportunidade no país e  
acreditamos que fazer tal mudança é uma das  
coisas mais difíceis a se fazer.  
A América deveria ser a "terra do livre e a casa  
do valente" (trecho do Hino Nacional dos EUA).  
Então façamos jus a isto.

Devemos aumentar a segurança das nossas  
fronteiras, impedir o trabalho ilegal e tornar os  
imigrantes cidadãos estadunidenses legais,  
pagadores de impostos.



COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO ATUAL:  
UM GUIA PARA COMUNICADORES PROGRESSISTAS

**É FICANDO NO  
MEIO DA ESTRADA  
QUE VOCÊ  
ACABA SENDO  
ATROPELADO.**



# 8 / SER MENOS MODESTO

Já que constantemente atuamos em coalizão, nossas vitórias são sempre parciais e nunca deixamos de lutar pela liberdade de todas as pessoas, temos a tendência de expressar nossos esforços e conquistas com frases tímidas.

Expressões adicionais como “buscar”, “lutar para” e “trabalhar para” ofuscam o impacto de nossos desejos e realizações. São mensagens que levam o público a se questionar: nós realmente fazemos algo ou simplesmente tentamos com muito esforço?

Felizmente, de todos os nossos erros comuns de comunicação, este é de longe o mais fácil de corrigir.

## ADOTE

## SUBSTITUA

Nós alcançamos...

Nós trabalhamos para alcançar...

Nós criamos...

Nós lutamos para criar...

Nossa campanha desafia...

Nossa campanha busca desafiar...

Nossa coalizão constrói...

Nossa coalizão se dedica a construir...



# AMOSTRAS DE NARRATIVAS



Narrativas eficientes começam com valores compartilhados.



Em seguida, introduzem o problema.



E propõem soluções.

# CUIDADOS NA INFÂNCIA

## 1) Exemplo de narrativa: Pessoas que trabalham



Pessoas que trabalham duro merecem mais do que sobreviver de forma modesta; nós merecemos ter uma vida digna.



Isto significa garantir que todas as crianças sejam cuidadas em um local apropriado, que não custe uma fortuna. Por isso, apoiamos o plano \_\_\_\_\_, que torna a pré-escola acessível para que os filhos de pais e mães que trabalham sejam bem assistidos.



O plano de assistência à criança de Trump é conceder descontos fiscais para seus amigos ricos, com a possibilidade de criar uma conta privada para pagar os gastos com o cuidado infantil. Se os estadunidenses tivessem economias, não estariam escolhendo entre pagar a pré-escola ou o aluguel.



Todos precisamos que a educação pré-escolar seja acessível e de qualidade – isto é o que o plano \_\_\_\_\_ oferece.



Todos significa todos, sem exceções.

## 2) Exemplo de narrativa: Todas as crianças têm direitos



Os pais querem o melhor para os seus filhos e nossos líderes devem desejar o mesmo. Isto significa pré-escola de qualidade, independentemente da sua renda, ter o direito de cuidar de seus entes queridos, enquanto você trabalha para sobreviver.



Por isso, endossamos o plano de assistência à criança \_\_\_\_\_, que oferece suporte para tornar a pré-escola acessível e de qualidade, independentemente da renda da família.



Enquanto isso, o plano de Trump é gerar mais incentivos para os já ricos, enquanto as pessoas que trabalham para sobreviver são deixadas à margem.



Todas as crianças têm direitos, não apenas aquelas cujos pais são ricos e bem conectados.

### 3) Exemplo de narrativa: A família em primeiro lugar



A maioria de nós acredita que a família está em primeiro lugar.



É por isso que apoiamos o plano \_\_\_\_\_ de assistência à criança.



Todo pai/mãe quer acreditar que seus filhos estão em ótimas mãos, sem temer não conseguir pagar o aluguel.



É isso que o plano \_\_\_\_\_ faz – torna o atendimento de qualidade acessível aos pais que trabalham.



O esquema proposto por Trump é redução de impostos para alguns de seus apoiadores milionários, sem apoio real para os pais que batalham para pagar as suas contas.



Se os políticos querem falar sobre os valores da família, é hora de começar a valorizar as famílias.



E isso começa com o plano \_\_\_\_\_ de assistência à criança.

# IMIGRAÇÃO

## 1) Exemplo de narrativa: Nação de valores



Os Estados Unidos são uma nação de valores, fundada sob o princípio de que todas as pessoas são iguais.



Qualquer ordem que desrespeita o direito das pessoas de terem acesso ao devido processo legal e à igualdade de tratamento viola a nossa Constituição e não pode existir.



Todos são todos, sem exceções.



É por isso que devemos [chamada para ação].

## 2) Exemplo de narrativa: Pessoas em trânsito



As pessoas se mudam para tornar sua vida e a de suas famílias melhores. Os estadunidenses imigrantes se mudaram para cá pela promessa de liberdade e oportunidade.



Qualquer ordem que viole o direito de uma pessoa permanecer e contribuir com nossas comunidades fere a liberdade que tanto prezamos.



É por isso que estamos [solução/chamada para ação].

## 3) Exemplo de narrativa: Somos interdependentes



A maioria de nós acredita que a família está em primeiro lugar.



Porém, hoje, alguns legisladores querem separar à força mães de crianças, maridos de esposas e irmãos de irmãs. Qualquer coisa que despedace nossas famílias ameaça a nossa nação.



Quando nos opomos a essa nova determinação, afirmamos nossa crença de que ter “valores de família” significa valorizar as famílias, mantendo-as juntas e honrando as contribuições que os estadunidenses imigrantes fazem ao nosso país e às nossas comunidades.



É por isso que as famílias estadunidenses estão [solução/chamada para ação].

# SERVIÇOS E ASSISTÊNCIA À SAÚDE

## 1) Exemplo de narrativa: Família



Nos Estados Unidos, a família deve vir em primeiro lugar. Seja para um recém-nascido que você jura que já sorri, para sua mãe idosa ou para seu cônjuge que se recupera de uma lesão, cuidar da família na saúde ou na doença não é negociável.



No entanto, empresários bilionários assumiram o controle do nosso governo. Eles usam o seu poder para manipular as regras e assim se beneficiar ainda mais da riqueza que produzimos. Com uma mão, eles estão se ajudando, enchendo suas próprias contas bancárias. Com a outra, tomam medicamentos de pessoas que estão batalhando pela sobrevivência.



É por isso que nós estamos [solução/chamada para ação].

## 2) Exemplo de narrativa: Saúde



Nossas diferenças não importam, muitos de nós desejamos coisas semelhantes – como viver com uma boa saúde e receber atendimento e tratamento rápido, eficaz e humano em situação de doença ou lesão.



Políticos conservadores querem impedir que as pessoas que lutam para sobreviver possam contar com uma assistência médica acessível e eficiente e um seguro-saúde como [inserir número de estadunidenses inscritos no Medicaid] contam.



É por isso que nós [solução/chamada para ação].

## 3) Exemplo de narrativa: Humanidade



Seja uma doença de rotina, como dor de garganta, ou assustadora, como um câncer, adoecer nos lembra de que, na essência, somos todos humanos. Todos querem tratamentos comprovadamente eficientes sem temer ir à falência para acessá-los.



Mas, atualmente, o Legislativo ameaça [inserir número estimado de estadunidenses que serão descadastrados do programa] com uma escolha entre ter acesso a um plano de saúde ou colocar comida na mesa para a sua família. Sem o programa Medicaid, famílias pobres não conseguem levar seus bebês para uma consulta de rotina, fazer um tratamento para doenças graves ou ter acesso a medicamentos para permanecer com saúde e em condições para trabalhar todos os dias.



É por isso que nós [solução/chamada para ação].



#### 4) Exemplo de narrativa: Justiça



Nós falamos que os Estados Unidos foram fundados sobre o ideal de que todos somos iguais. É por isso que o acesso aos medicamentos de que precisamos para viver com saúde deveria estar disponível igualmente para todos; ficar doente e precisar de atendimento não depende do quanto você tem na sua carteira. Ninguém deveria ficar endividado para cuidar da saúde.



Hoje, o Partido Republicano quer decidir quem terá longevidade com boa saúde e quem irá enfrentar dificuldades para cuidar de si e de sua família. Eles veem como mais valiosa uma vida na Califórnia, um estado próspero que alega cuidar de todos os seus cidadãos, do que uma vida no Mississippi, onde o Legislativo busca bloquear o acesso à assistência para aqueles que mais necessitam.



É por isso que nós [solução/chamada para ação].

## 5) Exemplo de narrativa: Unidade



Os políticos talvez não percebam, mas o povo permanece unido: trabalhamos muito por nossas famílias, cuidamos dos nossos amigos e desejamos que os nossos vizinhos desfrutem de boa saúde e vida próspera.



Entretanto, na atualidade, um pequeno grupo de legisladores deseja retirar o direito à saúde preventiva, a tratamentos e medicamentos de nossos companheiros estadunidenses. Eles têm como alvo nossos amigos, familiares e vizinhos, que já contam com o mínimo – o objetivo é recompensar com mais receitas os seus maiores doadores.



É por isso que nós [solução/chamada para ação].

# GÊNERO NÃO BINÁRIO E PESSOAS TRANS

## 1) Exemplo de narrativa: Equidade



Independentemente de nossas diferenças, a maioria de nós deseja coisas bem parecidas – chegar ao fim do expediente e ter tempo com a família e os amigos.



Mas, para algumas pessoas, situações mais básicas – como usar banheiros públicos – se transformaram em luta diária, porque elas não aparentam ou não se encaixam nesse ideal genérico de “homem” ou “mulher”.



Todos nós precisamos de um lugar seguro, limpo e confortável para ir ao banheiro – não importa nossa aparência ou como nos identificamos.

## 2) Exemplo de narrativa: Viva e deixe viver



A maioria de nós tem coisas demais para se ocupar com a própria vida para ter tempo de se preocupar com o que se passa na vida alheia.



Mas, em alguns estados, certos políticos querem policiar situações mais básicas – como o uso dos banheiros públicos.



As pessoas se ajustam melhor quando podem definir por si mesmas aonde devem ir, quando precisam ir.



Neste momento crítico, os políticos precisam se concentrar no que realmente importa – empregos bem remunerados, comunidades vibrantes e bairros habitáveis –, e não agir como cão de guarda dos corpos de nossos amigos e vizinhos.

# COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO ATUAL

UM GUIA PARA COMUNICADORES PROGRESSISTAS

## Organização

Camilla Ceylão  
Christiane Sampaio  
Débora Borges  
Laura Leal  
Rosa Maria Mattos  
Sandra Mara Costa

## Tradução

Camilla Ceylão  
Christiane Sampaio  
Giovana Bianchi  
Laura Leal  
Renata Saavedra  
Rosa Maria Mattos  
Sandra Mara Costa

## Revisão

Mauro de Barros

## Diagramação

Marina Castilho

# **SOBRE A REDE NARRATIVAS**

## **Faça parte!**

O Narrativas é uma rede de profissionais de comunicação de causas que tem como objetivo fortalecer o papel da comunicação nas organizações da sociedade civil, a partir da difusão de conhecimento e promoção de espaços de debate para a transformação social.

A rede é aberta à participação de todos os profissionais que se dedicam à garantia e à ampliação de direitos por meio da comunicação nas mais diversas partes do Brasil.

Todos os comunicador@s de organizações da sociedade civil interessados no assunto estão convidados a acessar, compartilhar, comentar e sugerir conteúdos, bem como participar dos eventos e atuar colaborativamente na rede.

**[www.narrativas.org.br](http://www.narrativas.org.br)**  
**[contato@narrativas.org.br](mailto:contato@narrativas.org.br)**

**[YouTube Rede Narrativas](#)**  
**[Linkedin Rede Narrativas](#)**





**COMMUNITY**  
Power from the  
ground up **CHANGE**

**aso**)))  
ANAT SHENKER OSORIO  
COMMUNICATIONS

**N** NAR-  
RATI-  
VAS