



5

Provoque
um sorriso

adicione
humor

ESTA TÁTICA É INDICADA PARA
ATINGIR VÁRIOS TIPOS DE
PÚBLICO E PARA MOTIVAR AS
PESSOAS A DIVULGAREM SUAS
MENSAGENS

EXEMPLOS RETIRADOS DO VÍDEO

● Pôsteres presidenciais "remixados"

Artistas e ativistas no Egito

Egípcios remixaram imagens do presidente Mubarak em pôsteres de filmes famosos. As imagens se disseminaram rapidamente na internet. O humor nos pôsteres acabou com a mística em torno da imagem de Mubarak e permitiu que pessoas que não se viam como ativistas enfrentassem seu presidente, mesmo que através de uma piada.

FERRAMENTAS UTILIZADAS: Software para edição de fotos digitais, Facebook, blogs, email, YouTube

LINKS PARA SABER MAIS:

Apresentação de slides em vídeo: <http://bit.ly/363qyA> (youtube.com)

● Vídeos de Karaokê para Direitos Humanos

Asia Pacific Network of Sex Workers (Rede de Profissionais do Sexo da Ásia-Pacífico)

Em resposta a leis que os/as discriminam, profissionais do sexo produziram vídeos satíricos para karaokês utilizando proeminentes figuras políticas como personagens. Exibindo estes vídeos em bares, boates e festas, profissionais do sexo educaram uns aos outros em seu próprio ambiente de trabalho. Os vídeos também foram exibidos em reuniões de ativistas e em conferências, para expor as questões e as comunidades dos/as profissionais do sexo a pessoas em posição de tomada de decisão. Um dos vídeos teve 10.000 visualizações online.

FERRAMENTAS UTILIZADAS: Câmeras de vídeo digitais, software de edição de vídeo, blip.tv, YouTube, blogs

LINKS PARA SABER MAIS:

Website: <http://apnsw.org/>

Vídeo: <http://bit.ly/1CIB7N> (youtube.com)

● "Dê a Lukashenko sua própria Lu-net!"

Ativistas na Bielorrússia

Bielorussos criaram um grupo de websites chamado LuNet, em uma satírica homenagem no dia do aniversário do Presidente Alexander Lukashenko, após sua promessa de aumentar a censura na internet. Dois dos websites da Lunet foram chamados LuJournal e LuTube, ao invés de LiveJournal e Youtube, e foram recheados com propaganda pró-governo entre posts irônicos. Isto chamou atenção para a censura na internet e prisão de blogueiros por questões políticas.

FERRAMENTAS UTILIZADAS: Blogs, LiveJournal, YouTube

LINKS PARA SABER MAIS:

LuNet: <http://fromlu.net/>

Entrevista: <http://bit.ly/mNFV3> (globalvoicesonline.org)



PLANEJE SUA AÇÃO

- Mesmo utilizando o humor, é melhor casar as táticas de sua campanha com os pontos fortes das pessoas que você deseja mobilizar. A campanha dos pôsteres no Egito se aproveitou da habilidade em edição de imagens dos jovens e seu desejo de divulgar imagens engraçadas na internet.
- Com as ações da LuNet, não havia uma pessoa ou campanha específica no controle. Isto permitiu que mais pessoas participassem da fabricação e compartilhamento de paródias através de imagens e websites, e descentralizou a produção das imagens para que o risco de satirizar uma pessoa politicamente poderosa não recaísse sobre uma única pessoa.
- Os tipos de mensagens que você pode transmitir em um contexto informal – como um bar ou karaokê – podem ser bem eficazes para reduzir o medo das pessoas e aproximá-las para que se sintam incluídas na ação. Isto também é verdade quando campanhas são baseadas em locais onde as pessoas se socializam online.
- Diversão e reconhecimento social pode ser um eficiente fator de motivação. Como parte da remixagem do Presidente Mubarak em pôsteres de filmes ou criando a LuNet, as pessoas deixaram comentários umas para as outras em seus perfis de rede social, blogs e websites de compartilhamento de fotos e vídeos, com feedback positivo sobre cada imagem que postavam. Esta “recompensa” informal, sendo parte de uma campanha, pode manter as pessoas interessadas – até mesmo em questões mais desafiadoras e sérias.

adicione humor: p2



ESTUDO DE CASO

TÍTULO: "Flash-mobs" ("aglomerações-relâmpago") na Bielorrússia

QUEM: Ativistas bielorrussos

ONDE: Praças públicas na Bielorrússia, 2006

WEBSITE: http://community.livejournal.com/by_mob/

DESCRIÇÃO:

Em resposta às contestadas eleições presidenciais na Bielorrússia em 2006, ativistas utilizaram a internet para planejar reuniões para fazer oposição ao governo do Presidente Lukashenko. As mobilizações planejadas foram 'flash-mobs' – manifestações breves, inesperadas, realizadas por grandes grupos de pessoas que se reuniam em público e depois se dispersavam rapidamente. Estas manifestações-relâmpago eram organizadas um ou dois dias antes de sua realização através de blogs, websites, SMS e salas de bate-papo online. As manifestações tiveram um significado especial na Bielorrússia, pois lá ações públicas não-autorizadas são proibidas pelo governo. Em uma manifestação destas, 40 ou 50 pessoas entraram numa praça tomando sorvete, chamando atenção para as restrições às reuniões públicas de forma bem-humorada. Embora os jovens envolvidos não tenham feito nada a não ser tomar sorvete juntos, muitos deles foram presos. Outros tiraram fotos das detenções e as fotos foram amplamente divulgadas no LiveJournal e outros websites. O 'flash-mob' recebeu significativa atenção da mídia internacional. Zhenya Mantsevich, jornalista e blogueiro na Bielorrússia diz: "O resultado dos 'flash-mobs' foi o fato de que muitas pessoas viram como as autoridades podem ser estúpidas e cruéis, já que são capazes de prender pessoas que estão tomando sorvete. As pessoas viram que alguma coisa estava errada em nossa sociedade".

FERRAMENTAS UTILIZADAS: Perfis pessoais e comunitários no LiveJournal, ICQ (programa de bate-papo), SMS em telefones móveis.

ALCANCE: 12 eventos do tipo 'flash-mobs' em resposta às eleições de 2006, com a participação de 100-200 pessoas, nas manifestações maiores. A maioria dos participantes eram de Minsk.

CUSTOS: Em geral sem custos, apenas alguns custos individuais de envio de SMS.

RECURSOS: Acesso à internet e telefones móveis para as pessoas que participaram.

DURAÇÃO: De algumas horas até alguns dias para coordenar pessoas para cada manifestação, mas não mais do que isso para não chamar a atenção das autoridades, o que ocorreria se muito tempo fosse dispendido para anunciar os encontros.

NÍVEL DE DIFICULDADE: 1

LINKS PARA SABER MAIS:

Blogs & Fotos: http://community.livejournal.com/by_mob/

Artigo: <http://bit.ly/11hBvm>

Mais analyses críticas: <http://bit.ly/3pmAPN> (neteffect.foreignpolicy.com)



[HTTP://BIT.LY/19ZKTI](http://bit.ly/19ZKTI)

FAÇA VOCÊ MESMO (A)

Pergunte-se:

- Você estará pedindo para as pessoas produzirem coisas – imagens, vídeos, animações – para sua campanha? Como você irá compartilhá-los online e o que você precisa para proteger a identidade das pessoas?
- Pode ser difícil monitorar todas as imagens e vídeos que as pessoas fazem como parte de uma campanha bem-humorada ou em forma de paródia. Como você irá arquivar e organizar as contribuições de cada um?
- Como você irá equilibrar o respeito pelas pessoas envolvidas nas questões com o conteúdo satírico? De que forma você pode fazer piadas e ainda manter a confiança das pessoas? Haverá consequências sérias nas regiões em que você está trabalhando para aqueles que criticam o governo e pessoas em posições de poder?
- Você irá abordar a mídia diretamente para publicar seus projetos e campanhas?
- Qual a relação entre sua campanha espontânea ou de paródia com organizações de direitos humanos que fazem campanhas mais “tradicionais”? Você deveria tentar se articular com estas organizações de alguma forma?
- Como você irá fazer pontes entre os posts online e ações offline?

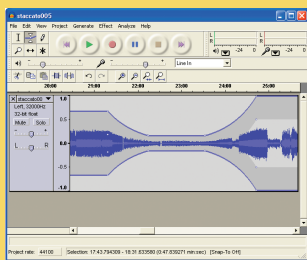
Diferentes formas de executar o projeto:

- 1 Se você não puder usar Twitter ou algum outro serviço para enviar mensagens para um grupo de modo a coordenar ações rapidamente, ou se você precisar de vias mais privadas de comunicação, você pode enviar mensagens de texto diretamente para os telefones móveis dos participantes. Profissionais de sexo fizeram isto para criar um ‘flash-mob’ de guarda-chuvas vermelhos abertos – o símbolo de sua campanha – em frente a prédios do governo, com apenas algumas horas de antecedência.
- 2 Você pode disseminar mensagens utilizando toques de telefones celulares. Após a eleição de 2004 nas Filipinas, um toque de celular foi criado utilizando uma conversa gravada com o presidente que parecia mostrar evidências de fraude e isso foi remixado com música. Este toque se tornou um dos mais baixados mundialmente. Uma organização forneceu a suposta gravação original e convidou as pessoas a criarem suas próprias versões remixadas.
- 3 Utilize imagens remixadas ou paródias que foram postadas em blogs e websites de redes sociais para sua campanha, adaptando-as para criar arte de rua, pôsteres e filipetas.
- 4 Além de criar websites em forma de paródia como a LuNet, você pode criar websites de notícias satirizando a mídia censurada e também fornecer informação prática e fatos de forma inteligente e surpreendente.

FERRAMENTA EM DESTAQUE

Mixe seu próprio toque de telefone e conscientize através do humor

Se você quer chamar atenção para comentários de um político ou figura pública você pode editar estes comentários a partir de uma transmissão de rádio ou televisão e remixá-lo com música para fazer seu próprio toque de celular. O Audacity (<http://audacity.sourceforge.net/>) é um software livre de código aberto que lhe ajudará a fazer isto. É bem fácil de usar e permite a produção de gravações novas e a mistura de várias gravações. Para instruções detalhadas sobre como fazer seu próprio toque de celular, veja o website Audacity Wiki (<http://bit.ly/6i3wS>). Você também pode compartilhar seu toque no seu website e em websites de compartilhamento de toques conhecidos, como <http://www.phonezoo.com/>, para que eles sejam divulgados ainda mais rapidamente.



adicione humor: p5

DICAS

ALAA, TECNÓLOGO E PROGRAMADOR DE SOFTWARE DE CÓDIGO LIVRE, SOBRE HUMOR E MENSAGENS DE VÍRUS:

"No Egito estamos sob um regime de ditadura há 25 anos. Se eu receber uma piada sobre meu Presidente e a encaminhar para 10 dos meus amigos, e cada um deles encaminhá-la para seus amigos, a piada pode até sofrer modificações ao longo do caminho, mas ela estará se espalhando de forma viral e muito rapidamente."

ATIVISTAS NA BIELORÚSSIA, SOBRE AS LIMITAÇÕES DA INTERNET:

"Os 'flash-mobs' na Bielorrússia não foram muito bem-recebidos em todas as regiões, pois eles dependiam de uma comunidade online ativa, e naquele tempo a penetração da internet não era muito intensa fora da capital. Mas eles foram importantes, pois mostraram uma forma nova e criativa de pensar, e reuniram muitas pessoas jovens, que muito provavelmente nunca haviam participado de ações políticas ou cívicas."

SAMI GHARBIA, DO GLOBAL VOICES, SOBRE DESAFIAR O PODER:

"O humor é o primeiro passo para desafiar medos e tabus. Fazer as pessoas rirem sobre questões perigosas como ditaduras, repressão, censura etc., é a primeira arma contra estes medos... sem combater o medo você não pode fazer mudanças. Por isso o humor é tão eficiente".