

3



use imagens

**visualize sua
mensagem**

ESTA TÁTICA É INDICADA PARA
A COMUNICAÇÃO DE FORMA
CRIATIVA EM VÁRIAS LÍNGUAS E
NÍVEIS DE ALFABETIZAÇÃO, E PARA
CHAMAR A ATENÇÃO DAS PESSOAS.

EXEMPLOS RETIRADOS DO VÍDEO

● Folclore Animado com uma virada feminista

Women and Memory Forum, Cairo, Egito

Artistas e ativistas criaram um vídeo de animação baseado em histórias tradicionais árabes, contadas a partir de uma perspectiva feminista. O vídeo utiliza animais e objetos para abordar a desigualdade de gêneros de uma forma criativa e também sensível ao seu público.

FERRAMENTAS UTILIZADAS: software Adobe (Photoshop, After Effects e Premiere) para fazer a animação de desenhos feitos à mão e escaneados para o computador.

LINKS PARA SABER MAIS:

Women & Memory Forum: <http://www.wmf.org.eg/>

● Mapeando um conflito ao vivo

Samidoun, Líbano

Durante a invasão de Israel em 2006, ativistas colaboraram para criar e atualizar mapas de bombardeios e danos causados à infraestrutura do Líbano. Estes mapas foram utilizados para organizar obras de reconstrução e movimentos ativistas.

FERRAMENTAS UTILIZADAS: Adobe Illustrator, Blogspot, Wordpress

LINKS PARA SABER MAIS:

Samidoun: <http://www.samidoun.org/>

● Colocando a tortura no mapa do Presidente

Ativistas tunisianos da Nawaat.org

O governo da Tunísia bloqueou websites de compartilhamento de vídeos como Youtube e Dailymotion para impedir a população de assistir testemunhos de pessoas que acusavam o governo de violações aos direitos humanos. Ativistas responderam a isso fazendo uma colagem interativa no Google Earth, colocando vídeos de direitos humanos em um mapa 3D no mesmo local do Palácio Presidencial. Isto também permitiu que as pessoas pudessem assistir aos vídeos, ainda que o acesso direto ao YouTube houvesse sido negado.

FERRAMENTAS UTILIZADAS: Google Earth, Google Maps, YouTube

LINKS PARA SABER MAIS:

Vídeo-mapa: <http://bit.ly/1a2OrH> (nawaat.org)



SAMIDOUN



WWW.NAWAAT.ORG

PLANEJE SUAS AÇÕES

- As animações de histórias folclóricas do Cairo (à direita) utilizaram símbolos e personagens de forma a transformar uma questão volátil em algo que um público hesitante pudesse abordar mais facilmente.
- O material visual que você criar pode ser bem prático. Por exemplo, os mapas do Líbano foram utilizados de várias maneiras: como registro histórico, para denunciar crises e planejar ajuda humanitária.
- Recursos visuais interativos podem utilizar fotos, ilustrações, vídeos e outros tipos de contribuição de várias pessoas diferentes. Com o uso mesclado do Google Earth e do YouTube na Tunísia, novos vídeos foram adicionados automaticamente à medida em que as pessoas os colocavam online e adicionavam 'tags'.
- Para alcançar as pessoas que não têm acesso a uma conexão de internet rápida, recursos visuais complexos também podem ser compartilhados offline: em vídeos para download ou em VCD/DVDs, como pôsteres grandes, filipetas impressas ou projeções em espaços públicos, ou em pen-drives e cartões de memória.
- Recursos visuais eficientes não deveriam apenas tornar algo atraente e divertido. O mais importante é que eles facilitem o entendimento e esclareçam significados.



WOMEN AND MEMORY FORUM



WOMEN AND MEMORY FORUM

ESTUDO DE CASO

TÍTULO: 350: International Day of Climate Action

QUEM: 350.org

ONDE: Ações em aproximadamente 100 países

WEBSITE: <http://www.350.org>

DESCRIÇÃO:

Para inspirar pessoas a organizarem movimentos sobre mudança climática por todo o mundo, a 350.org criou uma animação sobre mudança climática. A animação utiliza fortes elementos visuais, mas não usa palavras, ou seja, não é necessário falar uma língua específica para entendê-la. O conceito principal é o número 350, que se refere ao número "defendido por cientistas como o limite seguro de dióxido de carbono na atmosfera", diz Phil Aroneanu da 350.org. "Nós sabíamos que se fôssemos ativar esta campanha a nível global poderíamos utilizar este número para esquentar o debate". Após a 350.org ter feito uma paródia em vídeo utilizando o software Microsoft Paint, os Estúdios Free Range desenharam e produziram a versão completa da animação utilizando Flash. A animação foi publicada no site da 350.org, assim como no YouTube e Facebook. DVDs do vídeo foram enviados para grupos e canais de televisão em regiões onde o acesso à internet dificultava o download do vídeo. Sobre o sucesso da animação, Phil diz que "É difícil chamá-lo de uma ferramenta de organização, mas é um modo de chamar a atenção das pessoas, chamá-las para o website para que possam pensar sobre o que elas mesmas querem fazer. A animação também tem um caráter descolado – as pessoas pensam que estão por dentro de alguma coisa. Por outro lado, esta ferramenta não ajuda as pessoas a entenderem a 350 como eu gostaria, já que é tão rápida." Embora a produção da animação tenha sido de alto custo, ela criou uma forte identidade gráfica

que agora a 350 pode utilizar consistentemente em todo seu material.

FERRAMENTAS UTILIZADAS: YouTube e página no Facebook com 10.000 membros, Orkut, MySpace, Twitter, Zandy, e uma ferramenta de organização de eventos como Facebook Events, traduzida em muitas línguas.

ALCANCE: O vídeo foi visto 100.000 vezes durante um ano no YouTube. A campanha foi mundial, teve em torno de 30 funcionários e estagiários e aproximadamente 100 planos de ação organizados mundialmente.

CUSTO: USD\$ 10.000 para o vídeo. Gastos contínuos com funcionários para gerenciar e implementar o projeto.

RECURSOS: A campanha foi formada a partir de redes de ativistas locais nos EUA e expandiu-se internacionalmente através de cúpulas e conferências sobre mudança climática. "A colaboração é o que nos permite funcionar com uma verba quase inexistente", diz Phil. "Nós não estamos somente usando uma rede, mas também criando uma."

TEMPO: Três meses para criar o vídeo. Tempo total do início ao fim da campanha: final de 2008 ao início de 2010.

NÍVEL DE DIFICULDADE: 3 de 5

LINKS PARA APRENDER MAIS:

Animação da 350: <http://bit.ly/89GA8> (youtube.com)

Canal YouTube da 350: <http://bit.ly/Ai4hl> (youtube.com)



DO IT YOURSELF

Pergunte-se

- O que é mais importante para sua campanha visual: comunicação em várias línguas, apresentação de informação complexa em imagens simples ou surpreender e cativar pessoas com elementos visuais atraentes e criativos?
- Sua campanha está focada em um único conceito ou slogan? Como você poderia desenhá-lo para que seja compreendido rapidamente pelas pessoas que você mais precisa alcançar?
- Como você pode envolver pessoas na ação de contribuir para a campanha – com fotos, vídeos, colaboração à distância ou em pessoa, ou compartilhando seus vídeos, mapas e animações com os outros?
- Para qual ação você irá pedir o apoio das pessoas ou qual tipo de atitude você pedirá que elas tomem a partir de sua campanha? A ação seria compartilhar seu material de imprensa? Com quem você está pedindo que eles partilhem sua mídia – pessoas-chave no governo, em organizações locais ou comunitárias, a imprensa?
- Como você irá divulgar o material visual da sua campanha para aqueles que não possuem acesso à internet ou mesmo a um computador?

visualize sua mensagem: p4

Formas alternativas de executar o projeto

- 1 Crie sua própria versão de um mapa da cidade ou mapa turístico que inclua os principais pontos da cidade, mas também ofereça informações sobre uma questão específica de sua campanha. Distribua o mapa para turistas e visitantes, estudantes ou outras pessoas que poderiam ser convocadas a participar.
- 2 Se você não sabe como fazer uma animação, você pode fazer um vídeo a partir de fotos adicionando música, legendas e até dublagens para unir as imagens em torno de uma história.
- 3 Crie adesivos que podem ser utilizados para re-etiquetar produtos com informações que empresas não disponibilizam prontamente, como por exemplo: investigações criminosas da empresa, formas através das quais o produtor apoia conflitos armados.
- 4 Distribua câmeras de vídeo para as pessoas gravarem histórias pessoais e utilize os vídeos para criar um mapa interativo, mostrando como várias pessoas em diferentes regiões sofrem os impactos provenientes da mesma questão.
- 5 Você não tem que ser um especialista em efeitos gráficos para criar recursos visuais. Uma 'tag cloud' - um aglomerado de palavras-chave que representam o corpo de um texto – pode ser uma forma simples de explicar a questão visualmente através do destaque das palavras-chave retiradas de um documento ou website importante.

