

# COMO UM VÍDEO PODE AJUDAR NA SUA CAMPANHA CONTRA O DESPEJO FORÇADO

Vídeos podem ser usados em reuniões e eventos como ferramenta para Expor, Pressionar, Mobilizar, Educar e Inspirar. Vídeos permitem situar pessoas e suas vidas no centro de uma sala. Isso ajudará você a alcançar os objetivos pelos quais luta. Este manual ensinará a usar gravações em encontros e eventos para ajudar na sua campanha contra o despejo forçado.

## MOSTRE O PORQUÊ DOS DESPEJOS FORÇADOS

Você pode se concentrar em uma campanha em particular, mas despejos forçados acontecem por todas as partes. Contextualizá-la sua globalmente pode reorientar os objetivos da campanha e alimentar a empatia entre lutas semelhantes, estejam elas perto ou longe.

Incorporar a exibição de “Pessoas Antes do Lucro” na sua agenda, antes de seus vídeos ou de discussões, poderia sensibilizar novos apoios, gerar uma maior mobilização social, alimentar a solidariedade e inspirar novas ideias.

## SAIBA O PORQUÊ DE USAR VÍDEOS

Por todo o mundo, comunidades e ativistas têm usado vídeos como estratégia para proteção e defesa dos direitos humanos. Independentemente de você usar o seu próprio vídeo ou o de outras pessoas, ele poderá ser uma ferramenta para:



**EXPOR:** Vídeo usado no Quênia para convencer juízes a devolver aos indígenas suas terras.



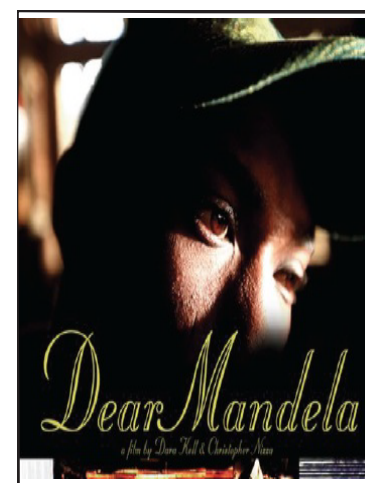
**PRESSONAR:** Uma comunidade no México exibiu imagens a um político como forma de assegurar sua promessa de impedir a construção de uma hidrelétrica.



**MOBILIZAR:** Ativistas no Camboja compartilharam formas de resistir a despejos forçados entre comunidades afetadas.



**EDUCAR:** Este vídeo explica como um polêmico plano de moradia na Itália causou o despejo forçado de centenas de ciganos.



**INSPIRAR:** Este documentário conta histórias pessoais que acabaram em uma conquista histórica em um tribunal sul-africano.

# PEOPLE BEFORE PROFIT

O vídeo “Pessoas Antes do Lucro”, filmado por ativistas e comunidades de todo o mundo, mostra os padrões comuns de violações de direitos humanos que ocorrem antes, durante e depois de uma situação de despejo forçado, e como as vítimas estão reivindicando e assegurando os direitos à posse de terras e à moradia.



Assista a exemplos de vídeos aqui: <http://bit.ly/14R4eye>

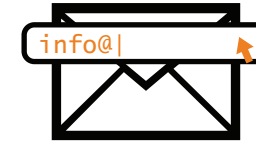
# LISTA PARA GRAVAÇÕES



## PREPARAÇÃO



## APRESENTAÇÃO



## SEGUIMENTO

### PREPARAÇÃO

#### 4 SEMANAS

Confirme local, contatos e equipamento. Selecione o melhor vídeo para alcançar seus objetivos e decida como incorporá-lo em seu encontro.

#### 2 SEMANAS

Se você planeja uma exibição pública, divulgue o evento, a programação e o vídeo. Se for algo privado, com pessoas com poder de decisão, confirme presenças, prepare e divulgue a programação e providencie materiais que possam ser necessários na reunião.

#### 1 SEMANA

Faça cópias do vídeo em diferentes formatos. Se você estiver planejando exibir o vídeo online, cópias de segurança em DVD, pendrive ou memórias portáteis, assegurarão a exibição do vídeo caso surjam problemas técnicos durante. Se você pretende distribuir cópias do vídeo para os convidados, salve o vídeo em formatos adequados para a utilização por você pretendida.

#### 3 DIAS

Teste o equipamento e reproduza o vídeo no local. Independentemente do tamanho da audiência, assegure-se de que todos possam ver e ouvir o vídeo, bem como ler os textos ou legendas. Não espere até o dia do evento para testar o equipamento.

#### DIA DO EVENTO

Esteja no local do evento pelo menos duas horas antes para preparar-se.

Ande pela sala mais uma vez para se assegurar de que todos na audiência poderão ver e escutar o vídeo, bem como ler qualquer texto que apareça no vídeo.

Se você for exibir apenas parte de um ou vários vídeos, deixe cada uma delas no ponto exato de começar antes dar o play.

### APRESENTAÇÃO

#### Apresentar:

Apresente o vídeo brevemente: explique por que foi feito e por que está sendo exibido. Existe alguma cena ou frase que o público deverá prestar maior atenção?

#### Depois:

Após o vídeo – relacione a mensagem principal do vídeo ou alguma parte específica à próxima atividade da programação. Outra opção, se houver tempo, consiste em solicitar ao público que identifique e discuta a mensagem principal do vídeo e, em seguida, relacionar as respostas aos objetivos do evento.

#### Participação:

Tenha, no local, um meio de permitir um maior envolvimento da audiência com a campanha, tais como: uma lista de e-mail para futuro contato, uma petição, a possibilidade de juntar-se a um grupo de trabalho ou um convite para participar de outras atividades.

#### Compartilhar:

Se você não está distribuindo cópias do vídeo, informe o público sobre como consegui-las ou como assistir o vídeo online.

#### Seguimento:

Não importa se o evento é público ou privado, explique a os presentes como o evento será conduzido.

### SEGUIMENTO

#### Discutir:

Discuta com os demais os pontos positivos e negativos do encontro ou evento.

#### Resultados:

O vídeo conseguiu alcançar o objetivo de Expor, Pressionar, Mobilizar, Educar ou Inspirar?

#### Passos Seguintes:

Se o encontro for público, use os dados de inscrição para agradecer a audiência, compartilhar anotações e divulgar os passos seguintes e as próximas iniciativas a serem tomadas.

#### Compartilhar:

Talvez você queira compartilhar essas informações com pessoas da sua rede de contatos que não puderam participar do evento.

#### Contato:

Se o encontro for privado, mantenha-se em contato com os presentes para discutir os temas abordados. Envie uma cópia do vídeo e das anotações, destacando os próximos passos e o papel de cada um.