

# AÇÃO DIRETA

COMO PLANEJAR E FAZER

AÇÃO DIRETA

AÇÃO DIRETA

AÇÃO DIRETA



# O QUE É AÇÃO DIRETA?

AGIR COLETIVAMENTE  
PARA MUDAR AS CIRCUNSTÂNCIAS

Bloqueios, interrupções de audiências públicas, fechar coisas, abrir coisas, defender ou expôr algo, são exemplos de ações diretas.

Temos visto exemplos de ação direta em diversos momentos da história e lugares. Ela assume a forma de ação direta, quando deliberadamente decide-se, por exemplo, violar uma lei por considerá-la injusta.

De modo geral mesmo nas ações diretas não-violentas podemos quebrar ou infringir algumas legislações, mas esse não é o foco.

**A ação direta é um ato físico e geralmente fala mais alto e mais profundamente do que qualquer coisa que você diga ou escreva.** Uma ação inteligente considera sobretudo as relações de poder existentes e busca um modo de modificar estas estruturas.

“O PODER NUNCA DÁ UM PASSO ATRÁS, EXCETO FACE A UM PODER MAIOR.”

MALCOM X

As ações, quando criativas, podem surpreender, pois elas se orientam não pelo número de pessoas, nem pelos recursos que se têm, mas principalmente pelo **elemento surpresa**, pela irreverência ou humor, pela oportunidade de estar no momento e local certo entre outros fatores. Ações criativas envolvem geralmente uma boa análise de contexto sobre o problema e quem ou o que causa esse problema, as oportunidades em termos de comunicação e leva em conta assumir os riscos existentes, distinguir aqueles que se pode conter e aqueles que não se pode e avaliar as consequências de tudo isso aos participantes.

### 1.1 POR QUE FAZER UMA AÇÃO DIRETA NÃO-VIOLENTA?

A ação direta geralmente é escolhida quando todas as outras formas de acordo se esgotaram ou quando há desigualdade de poder entre as partes, impossibilitando o diálogo. Neste último caso, a ação deve conferir mais poder a quem a está executando, servindo para equilibrar as partes e tornar um diálogo possível.

Quando falamos em ação direta não violenta, é importante dizer que não exige comprometimento com o pacifismo eternamente. Acreditamos no sentido obtido pela tomada de decisão coletiva: “desta vez nós vamos agir dessa forma”. Uma decisão ativa, que inclui os mais radicais e os cautelosos, baseada principalmente na criação de instabilidades aos que realizam a opressão.

A AÇÃO DIRETA É UMA FORMA DE PRESSIONAR POR UMA DECISÃO OU CHAMAR A ATENÇÃO

PARA O QUE INTERESSA  
AO SEU COLETIVO

## MOMENTO

É fundamental planejar o melhor momento para realizar a ação, isso pode definir se ela será ou não bem-sucedida. Exemplos: o lançamento de um relatório ou de um dossiê, o esgotamento de prazo para assinatura ou implementação de uma lei, uma audiência, o lançamento de uma obra etc.



## CULTURA

As atividades precisam ser escolhidas levando em conta aspectos políticos e culturais do seu oponente e das pessoas que serão impactadas pela comunicação da ação. Linguagem, idioma, símbolos, religião e aspectos artísticos são exemplos de cultura que deve-se considerar.



## ESTRATÉGIA

A ação precisa fazer parte de uma estratégia. Ela deve estar encadeada com outras atividades – como publicação de dados, denúncias, propostas de soluções etc – para surtir o efeito esperado.



É BASTANTE COMUM REALIZARMOS AÇÕES DESCONECTADAS DA ESTRATÉGIA PORQUE NO MOMENTO DE TER IDEIAS ACHAMOS DIVERTIDO E INTERESSANTE, MAS ESQUECEMOS DE CHECAR SE AQUELA **AÇÃO NOS LEVARÁ AO TENSIONAMENTO QUE PRECISAMOS.**

# PLANEJANDO UMA AÇÃO



Uma ação improvisada pode ter bons efeitos. Mas...

UMA AÇÃO CONSCIENTE DE OBJETIVOS PODE SER MAIS EFETIVA E NOS POUPAR DE PROBLEMAS

**ATENÇÃO!**

CONVERSAR  
SOBRE ESTAS  
QUESTÕES  
VAI AJUDAR  
VOCÊ E SEU  
GRUPO NESTE  
PERCURSO DE  
CONSTRUÇÃO  
DA ESTRATÉ-  
GIA DE AÇÃO.

## 2.1 POR ONDE COMEÇAR: A ESTRATÉGIA

Para começar, retome e compartilhe com todas as pessoas do seu grupo a **ESTRATÉGIA**, perguntas como estas podem ajudar:

- 1- Por que vamos fazer uma ação?
- 2- Qual objetivo queremos alcançar com essa ação?
- 3- Por que agir neste momento?
- 4- Qual é a mudança que queremos?
- 5- Qual decisão ou mudança queremos que aconteça?

## 2.2 QUEM É O SEU Oponente?

*Compreenda como se estrutura o poder e você terá melhores subsídios para determinar sua ação.*

**A ação deve levar em conta o impacto que ela vai causar e em quem**, seja por sua intervenção direta (ex.: bloqueio de uma via de acesso que impede as pessoas de passarem), seja pela pressão que causa nos tomadores de decisão (ex.: uma greve). Para desenhar a estratégia, é importante definir quem tem o poder de realizar a mudança desejada.

### PENSE, CONVERSE COM SEU GRUPO E DEFINA:

#### 1- Quem tem o poder para mudar a situação?

Ex.: o prefeito, os vereadores, o presidente de uma empresa, o presidente do país, algum ministério, uma comissão técnica, uma empresa, a universidade.

#### 2- Quem exerce influência sobre o seu oponente?

Ex.: a população local, a mídia, os artistas etc

#### 3- Como essa ação irá impactar seu oponente e quais serão suas possíveis reações?

Considere os pontos de discurso e **maior exposição do oponente**.



### PUNTO DE ATENÇÃO

#### UMA AÇÃO FALA COM MUITA GENTE

Lembre-se que qualquer ação que fizer terá expectadores para além do seu oponente ou do público que o influencia. Sua ação comunicará com eles, mesmo que você não queira. Portanto, ao definir o local, os detalhes e a mensagem que irá passar, reflita sobre como cada um irá interpretar e ser impactado por ela. E se a foto da ação cair nas mídias sociais? E se aparecer ilustrando uma matéria de jornal? E como quem estará passando pelo local ou assistindo a ação entenderá?

**DICA:**

**UMA BOA ESTRATÉGIA DE PRESSÃO É GARANTIR QUE AS PESSOAS QUE APOIAM O SEU Oponente ENTENDAM E APOIEM SUA DEMANDA TAMBÉM. PARA ISSO, **VOCÊ NÃO PODE AFASTÁ-LAS DE IMEDIATO COM ALGO QUE PODE SER OFENSIVO.****

## 2.3 LOCAL ESCOLHA A DEDO O LOCAL DA AÇÃO

Quando estamos lutando contra grandes oponentes, precisamos encontrar o **ponto fraco**. A escolha do local ideal para uma ação é essencial para causar o impacto desejado. Muitas vezes só conseguimos pensar nos locais óbvios e deixamos de lado a oportunidade de dar visibilidade a um local que até então parecia invisível.

Alguns Exemplos:

### PONTO DE DESTRUIÇÃO

AÇÃO DO MOVIMENTO XINGU VIVO, em 2012

Foi realizada no *Ponto de Destruição* da Hidrelétrica de Belo Monte que estava longe de quem pode fazer algo para impedir as injustiças: quem decide sobre ela e as pessoas da cidade, que podem também realizar a pressão. Realizar uma ação lá é trazer à cidade a noção de urgência e do tamanho da destruição. A tática de faixa humana é simples de executar, mas exige um esforço ou recursos para obter uma boa imagem. Não adianta escrevermos ou desenharmos algo que só pode ser lido do alto e não ter esse público lá em cima vendo. Do chão, a imagem que geramos é de um monte de pessoas juntas. Para isso, precisamos pensar em espaços com um ponto alto próximo para fotografar a ação, como um prédio ou um andaime. Uma alternativa é fotografar com um drone. Uma ação desse tipo depende de uma boa foto.



### PONTO DE CONSUMO

AÇÃO REALIZADA PELA ANIMAL EQUALITY

Realizada no *Ponto de Consumo* principal local de comercialização da denuncia. Manifestantes chamaram atenção dos donos do negócio e também da população que fazia compras. Utilizaram um imenso aparato e placas com informativos sobre irregularidades e exigiam uma retratação

## 2.4 DEFINA A AÇÃO: TENDO UMA BOA IDEIA

Você pode fazer uma ação clássica ou inovar. Escolher entre uma e outra vai depender do quanto é desejável divertir ou surpreender as pessoas e seu oponente. Para chegar a uma novidade, você pode combinar coisas já conhecidas, ter ideias mirabolantes ou combinar tudo! Além de explorar as referências de ações já realizadas, um bom método criativo é o da **Chuva de Ideias**.

## CHUVA DE IDEIAS

### COMO TER IDEIAS CRIATIVAS PARA REALIZAR UMA AÇÃO NO PONTO DE INTERVENÇÃO ESCOLHIDO

Apesar de termos acesso a centenas de referências de tipos de ações diretas não violentas que podemos usar, sempre seremos capazes de criar outras, seja combinando ações que já conhecemos, seja pensando em algo completamente novo. O PASSO A PASSO DESTE TEMPORAL:

#### 1-CONVIDE

as pessoas do seu grupo para participarem. Defina um local, uma data e um horário. Mas lembre-se que isso não é uma reunião aberta pois idealmente não é interessante que muita gente tenha acesso as informações que serão apresentadas.



#### 2-COMPARTILHE

as informações com todo o grupo. Escreva em uma folha de papel grande: qual é o objetivo da ação, qual é o seu propósito e o local da ação. Explique também para o grupo porque essa ação precisa ser feita agora e qual é a mudança da realidade que queremos com ela.



#### 3-EXPLIQUE

as regras. Sem críticas. Não há discussão sobre nenhuma ideia apresentada, qualquer uma será aceita. Não zombe nem desconsidere nenhuma ideia. Por mais louca que seja a ideia, fale!



#### 4-GERAÇÃO DE IDEIAS

Anote todas as ideias exatamente como foram descritas. Tente organizar as falas para que apenas uma ideia seja apresentada por vez. Ao final, você terá uma lista de ideias.



#### 5-CONCLUSÃO DO PROCESSO

Elimine com seu grupo as ideias duplicadas ou reagrpe aquelas que podem ser complementares. Tente melhorar as ideias boas e descarte aquelas que se distanciam do objetivo ou com muitas dificuldades de execução. Defina junto com o grupo a ideia mais adequada para o seu objetivo e que seja viável.



### ATENÇÃO!

MUITAS VEZES PERDEMOS POTENCIAIS BOAS IDEIAS PELA FORMA COMO ELA FOI APRESENTADA INICIALMENTE OU POR QUEM A APRESENTOU. REDUZIR A IMPORTÂNCIA DA AUTORIA DA IDEIA PARA QUE ELA SEJA DE FATO ADOTADA COMO COLETIVA PODE SER ESSENCIAL. PARA ISSO, VOCÊ PODE FAZER UM PROCESSO DE MELHORAMENTO DE IDEIAS:

Anote em um papel todas as ideias que surgirem na Chuva de Ideias

Retome cada ideia buscando melhorá-la. Mesmo as que excluiria ou as que considera perfeitas.

★ BOAS IDEIAS PODEM SURTIR NESSE PROCESSO!



## 2.5 ESCOLHENDO A AÇÃO MAIS ADEQUADA

Essa não é uma parte fácil do processo e pode levar muito tempo e gerar frustrações por termos que nos desfazer de ideias bacanas mas que não são as mais adequadas. Para ajudar, depois de selecionar duas ou três ideias que considera boas o suficiente, é hora de fazer uma checagem para verificar se a ação que você vai escolher está realmente conectada à sua estratégia. **Para isso, use a lista de perguntas abaixo.**

### LISTA PARA VERIFICAR A AÇÃO ESCOLHIDA

#### SOBRE A ESTRATÉGIA

- 1- Essas escolhas fazem sentido com a estratégia que resolvi adotar?
- 2- Como elas podem mudar o cenário atual?
- 3- Nos fariam chegar mais perto do nosso objetivo?

#### SOBRE SEU(S) Oponente(S)

- 1- A ação coloca meu oponente em um dilema?
- 2- Como ele(s) poderá/ão reagir à ação?
- 3- Como essa reação afetará a opinião pública sobre meu oponente?
- 4- Meu oponente se preocupa ou é atingido pela opinião pública?
- 5- Qual mensagem essa ação passa para meu(s) oponente(s)?

#### SOBRE OUTROS IMPACTOS

- 1- Qual mensagem essa ação passa para o público que quero atingir?
- 2- Como essa ação impacta meus parceiros?
- 3- Essa ação pode causar uma perturbação para a população?
- 4- Como essa ação pode ser vista na cultura das pessoas locais?
- 5- Como a mídia vai cobrir essa ação? Será favorável ou não a cobertura?

**SOBRE O LOCAL**\*

- 1- O local escolhido tem a ver com o objetivo?
- 2- Tenho condições de chegar ao local? E a imprensa (se houver)?
- 3- Conseguirei registrar a ação para divulgar depois?
- 4- O local é grande demais ou pequeno demais, a ponto de não caber a ação ou ela ficar pequena e insignificante em uma foto?

\*  
VER MAIS  
QUESTÕES  
SOBRE O LO-  
CAL NO ÍTEM  
SEGUINTE,  
SOBRE VISI-  
TA TÉCNICA.

AO FINAL DESTE MOMENTO, É IMPORTANTE QUE A GENTE SAIBA O QUE VAI FAZER, MAS NÃO PRECISAMOS SABER OS DETALHES OU COMO VAMOS FAZER.

**2.5.1 DETALHE SUA AÇÃO**

Agora que você já estruturou a estratégia e está com uma boa ideia, chegou a hora de preparar sua atividade, desenhar sua ação em detalhes, estabelecer as mensagens e garantir que a história chegue a quem deve chegar!

Existem duas coisas importantes a fazer para começar: desenhar um roteiro da ação que vai detalhar um conjunto de atividades e decisões a serem tomadas; a outra é visitar o lugar onde a ação vai acontecer para trazer mais detalhes e informações para o roteiro. A ordem desses passos dependerá de seu grupo, do tipo da ação escolhida e onde ela acontecerá. **VAMOS EM FRENTE!**

**ROTEIRO:**

ESCREVER OU DESENHAR O ROTEIRO  
É COMO CONTAR UMA HISTÓRIA.

Pense em como a ação começa, quem está aonde e com o quê. Quais outras pessoas estão na cena, quem são e o que estão fazendo? Como a atividade se desenrola? E, muito importante, como a ação termina?

**VISITA:**

VISITAR O LUGAR ONDE A AÇÃO  
VAI ACONTECER PODE AJUDAR A DAR  
IDEIAS SOBRE O QUE FAZER  
E COMO FAZER.

Será que cabe a quantidade de pessoas que se pretende colocar? Quantas entradas existem? Qual o melhor ângulo para quem vai filmar/fotografar a atividade? Tudo isso ajusta o plano para que a ação tenha sucesso!

**DICA:**

DE PREFERÊNCIA, A VISITA TÉCNICA É REALIZADA EM HORÁRIO E DIA PARECIDOS COM O MOMENTO ESCOLHIDO DA AÇÃO, PARA QUE SE POSSA AVALIAR O MOVIMENTO DO LOCAL E A LUZ.

**PAUSA:**

ANTES DE AVANÇAR E COMEÇAR A MONTAR  
SUA EQUIPE OU MESMO CRIAR MATERIAIS,  
PARE TUDO E CONSULTE UM(A) ADVOGADO(A).

Uma análise de risco é fundamental e, muitas vezes, ela muda ou ajusta o desenho pensado para que ativistas e militantes corram o menor risco legal possível.

RISCO SEMPRE EXISTE, O IMPORTANTE É ESTAR SABENDO QUAIS SÃO ELES E OPTAR POR QUAIS SE QUER CORRER COM CONSCIÊNCIA.

**EQUIPE:**

DE ACORDO COM O DESENHO DA AÇÃO QUE SE  
PRETENDE FAZER E COM O ROTEIRO IMAGINADO É  
HORA DE MONTAR SEU GRUPO.

Pessoas com tarefas e responsabilidades bem definidas fazem uma ação de impacto. Liste todos os papéis desta atividade e escale seu time. Temos uma lista de sugestões para você se preparar.

### **2.5.2 VISITA TÉCNICA**

Após ter uma ideia de qual será a ação e uma ou mais opções de local a realizar, **é preciso fazer uma visita investigativa das condições, segurança e os possíveis riscos no local onde acontecerá a ação**, o que pode ser chamado de ‘visita técnica’ (ou VT).

- 1- Defina quem vai visitar o local.** É preciso que seja mais de uma pessoa, para que possam se dividir nas observações do local, trocar ideias e para medir espaços.
- 2- Leve papel, caneta e câmera** para fazer anotações e para tirar fotos, para que você possa analisar com calma junto com seu grupo.
- 3- Se sua ação depende de um efeito surpresa, tenha discrição!** Você pode acabar colocando as pessoas do local em estado de alerta ou as assustando com um comportamento “suspeito”. Lembre-se que os locais podem ter câmeras e seguranças e pessoas com celulares que vão te reconhecer no dia da ação.

#### **ANTES DE SAIR PARA A VT, ELENCAR OS PONTOS A OBSERVAR:**

- 1- Rotas de chegada e saída da atividade**
- 2- Iluminação do local**
- 3- Possíveis pontos de conflito**
- 4- Pontos para fotografia e vídeo da ação**
- 5- Possível local de distribuição de foto e vídeo perto: pontos de wifi**
- 6- Local onde pode ficar a imprensa, se houver, ou ponto de encontro com a imprensa**
- 7- Parede (no caso de projeção)**
- 8- Tamanho do espaço da ação**

Nesta etapa, o objetivo é adquirir informações que ajudem a se preparar para os pontos críticos, ameaças ou oportunidades. Dessa forma será possível calcular com precisão os planos A, B e C, quantas pessoas serão necessárias para a ação e qual o tamanho das peças e materiais que vai usar. **VEJA ABAIXO UMA LISTA DE PERGUNTAS QUE AJUDAM A FAZER O RECONHECIMENTO DO LOCAL:**

- 1- Qual o melhor dia e horário para fazer a ação? Onde o sol nasce e se põe? Fazer uma ação no contraluz nem sempre é uma boa opção.**
- 2- Qual o número mínimo de pessoas que precisamos para que a imagem fique interessante e para que a gente consiga realizar toda a ação em um tempo curto?**
- 3- Como são as formas de acesso ao local e seus obstáculos?**

- 4- Que tipo de segurança o local tem? Câmeras, guardas?
- 5- Tome medidas de todo o local. Tamanho do portão, distância até o ponto da ação, local para subir faixas ou placas, distância dos seguranças etc. Faça isso de forma discreta, sem chamar atenção, caso seja um local com vigilância.
- 6- Se o local tiver um aparato de segurança grande é interessante que você crie uma “história cobertura” para ajudar a realizar a VT
- 7- Faça uma análise dos riscos e oportunidades do local.

### HISTÓRIA COBERTURA É...

A história-cobertura é uma técnica usada no campo da inteligência que visa esconder ou ocultar uma história real. No campo do ativismo pode ser utilizada em diferentes situações como visitas técnicas, ações diretas, processos investigativos ou de pesquisa, reuniões sensíveis etc. Sua sofisticação e profundidade dependem: do grau de risco do tipo da atividade que estará planejando/executando; do nível de acesso a dados e informações que deseja obter e grau de segurança e privacidade desejados e/ou necessários.

Para criar um boa historia, pense em detalhes, não exagere na historia, quanto mais simples melhor. Tente usar historias da sua vida, mudando datas, locais e outros. Exemplo: Se for falar que é pesquisador em uma universidade, ligue para o local, descubra o nome de um professor, aula que ele oferece e alguns detalhes, ache uma foto, estudantes de 1º e 2º semestres é uma boa escolha!

### COMO MEDIR O ESPAÇO DISCRETAMENTE

Para garantir o efeito surpresa de algumas ações, é preciso manter discrição na visita técnica e não sair tirando medidas em passos ou com uma trena. Uma boa alternativa é usar o tamanho de uma pessoa. Na visita, leve outra pessoa junto com você. Fotografe o local com ela em cena: perto da porta, da fachada, de um poste em que pretende pendurar algo. Depois, tire a medida da altura da pessoa e, com as fotos em mãos, utilize a imagem da pessoa como medida. Por ex.: Se ela tem 1,70 m e o poste na foto é o triplo de seu tamanho, então o poste mede  $3 \times 1,70 = 5$  metros e dez centímetros. **Atenção:** considere deformações de perspectiva, de acordo com o ângulo da foto.

DICA:

AO RETORNAR DA VT, REÚNA O GRUPO E COMPARTILHE OS DETALHES. O USO DE MAPAS E PROGRAMAS COMO STREET VIEW PODE SER ÚTIL.

**VISUALIZEM A AÇÃO: DESENHE NO ESPAÇO, RABISQUE, TESTE O POSICIONAMENTO DAS PESSOAS E AS DIMENSÕES DE FAIXAS. SE ALGUÉM NO GRUPO SOUBER COMO, PODE FAZER MONTAGENS OU COLAGENS NO COMPUTADOR COM AS FOTOS FEITAS NA VT. ENSAIOS SÃO IMPORTANTÍSSIMOS!**

### 2.5.3 ROTEIRO

Preparar uma ação é como preparar uma festa. **Estabelecer um roteiro previamente**, com horários e responsáveis por cada etapa, garante maior jogo de cintura para lidar com imprevistos.

- 1- **Qual o cenário de sucesso da ação? Como você imagina que vá ser a ação?**
- 2- **Qual o horário da ação?**
- 3- **Como ela começa?**
- 4- **Como ela termina?**
- 5- **Qual o cronograma de atividades da ação?**
- 6- **Como o espaço será aproveitado?**
- 7- **Quantas pessoas serão necessárias para garantir que a ação aconteça?**
- 8- **Como elas vão se comunicar entre si?**
- 9- **Como sua mensagem ficará exposta?**
- 10- **Quais materiais são necessários?**
- 11- **Como vocês vão chegar e sair do local da ação?**
- 12- **Quem vamos convidar?**



## CENÁRIO

### QUAL É A CENA EM QUE A AÇÃO ACONTECE?

**Quais são as imagens que queremos gerar?** **O cenário deve conter os elementos simbólicos da história que se quer contar com a ação.** Por exemplo, se a ação é em uma empresa específica, certifique-se de que a marca está presente: em sua fachada, em um cartaz ou na faixa.

**É possível fazer uma foto e/ou um vídeo da ação?** **Pense no local de onde será feita a foto ou o vídeo.** Se possível, teste antes, para ter certeza de que não ficará longe demais ou que caibam na foto todos os elementos relevantes para a compreensão da mensagem que quer passar. Tome cuidado com o posicionamento. O ângulo da imagem pode fazer a ação parecer agressiva. Ao mesmo tempo, se tirada de baixo para cima, pode destacar o poder dos personagens na ação. Controle a história que você quer contar com as imagens.



## FAIXA:

### COMO VAMOS PASSAR A MENSAGEM?

**Teremos faixa?** A ação tem que falar por si só e ser facilmente entendida pelas pessoas.

**O que estará escrito na faixa?** Evite siglas e um texto muito longo. Cuidado com trocadilhos, eles podem ser apenas uma piada interna ao seu movimento.

**Qual o tamanho?** Escolha um tamanho de faixa que não tampe o cenário escolhido e nem fique pequena demais em relação a ele na hora de fazer o registro da imagem. Para isso, meça a área em que realizará a ação antes de planejar a faixa.

**E a cor?** Use uma cor de pano que contraste com o fundo da ação e uma cor de letra que contraste com a cor do pano. Faixas brancas podem estourar a luz na foto e ficarem ilegíveis. Texto escuro em um pano também escuro não ficam bem em uma impressão de foto preto-e-branco, como nos jornais. Não use estampas nem muitos desenhos, a não ser que faça muito sentido.

**Vai ter assinatura?** Como você ou seu grupo vai assumir a autoria da ação? Defina se é importante assinar a faixa e como o fará.



## PERSONAGENS NA CENA:

### COMO VAMOS PASSAR A MENSAGEM?

**Quantas?** Além das funções para a produção da ação, é preciso definir quantas pessoas são necessárias na cena, segurando a faixa, fazendo uma performance, dando entrevista, conversando com transeuntes etc.

**Como se posicionarão?** Planeje bem para que não fique todo mundo aglomerado ou para que o espaço não fique vazio demais. Cuidado para não ficar de costas para seu público, seja ele as pessoas que estão passando ou uma câmera.

**Como estarão vestidas?** Sua aparência é parte da ação e pode passar uma mensagem. Evite camisetas temáticas (a não ser que façam sentido para a ação).

### **2.5.4 EQUIPE**

Conheça bem as pessoas que farão parte da ação para que as funções e tarefas sejam adequadas às capacidades de cada um. As pessoas precisam estar tranquilas e confiantes com seu papel na ação.

- 1- Coordenação:** Quem tem a visão geral da ação para ser o “maestro”.
- 2- Porta-voz:** Quem vai falar com a mídia? Escolha apenas uma pessoa.
- 3- Conciliadores:** Quem vai dialogar com a polícia, seguranças ou dissuadir possíveis conflitos?
- 4- Comunicadores:** Quem vai fazer fotos, vídeo, fazer release e cuidar do contato com a imprensa? Escolha mais de uma pessoa.



**FAÇA VOCÊ MESMO O PAPEL DA MÍDIA.**

**GARANTA AS MELHORES FOTOS E VÍDEOS PARA DISTRIBUIR PARA A MÍDIA E PARCEIROS E REDUZIR OS IMPACTOS DO RISCO DE NÃO TER MÍDIA NO LOCAL.**

---





# ANÁLISE DE RISCOS

A AÇÃO TEM RISCO DE CONFLITOS?

É preciso sempre consultar a legislação sobre o que se pretende realizar.

**Corremos risco de infringir alguma lei? O que podemos mudar na ação para reduzir o risco? Precisamos ter contato de algum advogado?**

Toda ação oferece riscos e é extremamente importante que todos os participantes estejam cientes desses riscos e tenham topado suas consequências. Sempre faça uma boa avaliação jurídica e passe todas essas informações antes de começar a ação e, caso alguém não tope o risco, busque outra solução. **Nunca force alguém a fazer algo para o qual não está preparado.**

- 1- **Faça uma avaliação jurídica para executar a ação de forma menos arriscada**
- 2- **Faça uma análise e adequação de risco e garanta que todos os participantes estejam cientes dos riscos que estão correndo.**
- 3- **Garanta que a equipe da ação se conheça e esteja confiante nos seus pares, evitando confusão em caso de dificuldade.**

## COMO FAZER UMA ANÁLISE DE RISCO:

### ETAPA 1

Para começar, é preciso fazer uma lista de riscos potenciais. Algumas perguntas podem te ajudar a listar os riscos:

- 1- O que pode dar errado ou sair de maneira diferente do que você planejou? Quais fatores internos e externos você não pode controlar
- 2- Qual a probabilidade disso acontecer: alta, média ou baixa?
- 3- Que impacto isso terá sobre o resultado esperado para o seu projeto, campanha ou atividade, caso o risco se concretize: ele é considerado ALTO, MÉDIO ou BAIXO?

### ETAPA 2

- 1- É possível evitar esse risco de alguma maneira? Como?
- 2- Se não for possível evitar, há algo que você possa fazer para reduzir o impacto deste risco? O quê?
- 3- Se não for possível evitar nem reduzir, como você pode lidar com ele de maneira que o impacto sobre o seu plano não seja tão grave?
- 4- Qual é a melhor saída ou a melhor maneira de lidar com este risco?
- 5- Qual é o plano B?

ALGUMAS RESPOSTAS A ESSAS PERGUNTAS SÓ PODERÃO SER ESCLARECIDAS APÓS A REALIZAÇÃO DE UMA VISITA AO LOCAL ESCOLHIDO PARA A AÇÃO.

*\*Ver o item Visita Técnica.*

### 3.1 O PLANO B

Sempre elabore um plano alternativo considerando os riscos calculáveis e o roteiro da ação. Uma forma simples de listar o que pode dar errado e elaborar propostas de solução, é fazer perguntas:

“E SE...?”,

como: “E SE CHOVER?”

---



# CUIDADOS

É IMPORTANTE QUE SEU GRUPO  
TAMBÉM PACTUE ALGUNS PROCEDIMENTOS

## CUIDADOS: DIGITAIS



- 1- Escolha um meio de comunicação seguro como “Signal” para se comunicar com o seu grupo.
- 2- **Evite fazer reuniões de conteúdo sensível próximo de celulares. Celulares não desligam nunca. É sempre difícil saber se eles estão totalmente livre de vírus e outros aparatos e aplicativos que podem ouvir sua conversa;**
- 3- No dia da ação vá com seu celular o mais limpo possível. Ele será importante para a comunicação geral com seu grupo, também para produzir imagens e gravações, mas quanto menos informações anteriores a ação você tiver, melhor será, caso seu equipamento seja perdido ou apreendido.

- 4- Se você é da comunicação e precisa levar seu computador e cartões de memória para a ação, tenha o mesmo cuidado. Leve seus equipamentos limpos! Tenha cartões de memória extra, garanta as imagens e troque o cartão!
- 5- Mantenha no seu celular rápido acesso aos seus contatos de emergência.

## **CUIDADOS COM OS MATERIAIS E EQUIPAMENTOS**

- 1- Quando sua ação for finalizada verifique o que você levou e não deixe nada para trás, a não ser a sua mensagem!
- 2- Equipamentos como máquinas fotográficas, celulares, computadores precisam ser muito bem cuidados, afinal você não vai querer comprar um novo todas as vezes que fizer uma ação, não é mesmo?
- 3- Ações que envolvem materiais como papel picado, tintas e outros podem rasgar e se espalhar. O destaque precisa ser para a sua ação e não para sujeira que ficou! Então atenção para a saída da ação – O FIM.

## **CUIDADOS CONSIGO E COM O GRUPO**

- 1- Cuidar de si e do grupo é fundamental! Lembre-se dos combinados feitos durante a organização da ação e leve-os muito a sério!
- 2- **Se a ação envolver muitas pessoas, organize o grupo em duplas, para que uma pessoa cuide da outra;**
- 3- Prepare-se mentalmente para a ação. Busque equilibrar-se repassando tudo o que você precisa fazer. Isso lhe dará confiança para
- 4- **Ao término da ação é interessante fazer uma avaliação, verificar o que funcionou, o que não funcionou e deixar o grupo todo saber o que aconteceu durante o processo.**
- 5- Celebrem! A prática é a mais avançada das teorias, comemorar o fato de estarem juntos em ação é bem importante!

# DURANTE A AÇÃO



NO DIA DA AÇÃO, É IMPORTANTE  
REUNIR  
O GRUPO RELEMBRAR O ROTEIRO E ENSAIAR

## QUANDO E COMO A AÇÃO INICIA,

Quem está com qual papel, quando e como a ação acaba e listar os materiais necessários.

## **POSICIONAMENTO**

De todos os envolvidos deve ser coerente com o tom da ação: se é uma ação confrontativa ou mais festiva. É importante manter o foco, principalmente na pessoa que tem a visão do todo.

## O QUE LEVAR

Identidade ou outro documento de identificação.  
Evite levar itens ou equipamentos sem necessidade.  
Não deixe de levar água para todos e protetor solar.

## COMUNICAÇÃO

Estejam em comunicação constante uns com os outros. É a única forma de todos cuidarem de todos e conseguirem improvisar se for necessário.

## MUITA CALMA

Mantenham a calma. Vocês estão realizando uma ação para defender direitos. Não há nada de errado nisso.

EM TEMPOS  
DE PANDEMIA:  
**NÃO ESQUEÇA**  
DE USAR  
MÁSCARA  
N95 OU  
EQUIVALEN-  
TES  
E LEVAR  
ÁLCOOL GEL.



### CONSTITUIÇÃO DE REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988

*Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade (...)*

*Art. 6º São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição. (...)*

6

# COMUNICAÇÃO DA AÇÃO

TODA AÇÃO É COMUNICAÇÃO E DIZ ALGO PARA ALGUÉM

O QUE ESTA AÇÃO QUE VAMOS FAZER QUER DIZER?  
E PARA QUEM?

Quando vamos pensar uma ação precisamos ter muito claro que todos os aspectos dessa atividade vão fazer parte da mensagem, desde o perfil dos ativistas, passando pelas roupas que eles estão usando, até a forma de se portar e cores usadas nos cartazes e faixas.

DICA:

TENTE ENXERGAR ALÉM DO TEXTUAL E DO ÓBVIO, TRABALHE COM O SUBJETIVO PARA QUE SUA MENSAGEM ESTEJA ESTAMPADA EM TODA A AÇÃO, NÃO SÓ NO TEXTO.

## 6.1 REGISTRO E PROTEÇÃO

Se sua ação não é apenas para as pessoas que estão passando no local, planeje um bom registro. Na maioria das vezes, distribuir a foto da ação para veículos de imprensa ou nas mídias sociais é mais importante do que explicar o que está fazendo aos transeuntes.

### FAREMOS FOTO E VÍDEO?

Garanta seu próprio registro da ação com imagens que sustentem o seu ponto de vista. Além disso, câmeras podem intimidar uma possível reação violenta de seu oponente. Nem sempre é necessário fazer vídeo profissional (mais complexo e mais caro). Imagens de celular podem ser suficientes. E é importante que foto e vídeo sejam feitos por pessoas diferentes.

### DISTRIBUIÇÃO

SERÁ PRECISO DISTRIBUIR ESSES MATERIAIS RAPIDAMENTE, DURANTE OU LOGO EM SEGUIDA DA AÇÃO? Se sua ação requer impacto midiático, é preciso fazer um plano para envio das fotos e vídeos para quem os irá publicar. Alguém pode pegar o cartão de memória da câmera e ir até um lugar com internet para escolher algumas boas fotos e enviar aos seus contatos da imprensa ou enviar diretamente por aplicativo de mensagem seguro. Ou, se a ação durar muito tempo, como um bloqueio pode durar, pode ser preciso pensar em mais de uma pessoa registrando para estabelecer um rodízio.

DICA:

AS CÂMERAS  
INTIMIDAM  
A VIOLÊNCIA  
E PODEM  
NOS GARANTIR  
UMA FOTO  
QUE COLOQUE  
O OPRESSOR  
EM SEU  
LUGAR.

## 6.2 IMPRENSA

Vamos chamar a imprensa? Qual será a notícia? Quem falará com a imprensa?

### ESTRUTURA

- 1- Aviso de pauta (que não deve ser feito quando se quer ter o elemento surpresa) e press release
- 2- Lista de contatos interessantes de imprensa
- 3- Lista de materiais que serão enviados
- 4- Quem vai falar com a imprensa e quais as frases-chave?
- 5- Quem vai cuidar do contato com jornalistas?



Se você for fazer uma ação em um evento que já conta com a presença da imprensa (uma coletiva de um político ou o lançamento de uma empresa), é importante lembrar que possivelmente toda a ação será registrada de uma forma que você não tem controle. **Assim, não será apenas a ação, mas sua chegada e saída serão filmadas e fotografadas.**

**HÁ SEMPRE UM RISCO DE CONSTRUIREM UMA NARRATIVA CONTRÁRIA A SUA AÇÃO, ENTÃO TENHA SEMPRE CUIDADO. HOSTILIZAR A IMPRENSA NUNCA É UMA BOA ESTRATÉGIA.**

### **6.3 DIVULGAÇÃO EM MÍDIAS SOCIAIS**

Se sua ação não é apenas para as pessoas que estão passando no local, planeje um bom registro. **Na maioria das vezes, distribuir a foto da ação para veículos de imprensa ou nas mídias sociais é mais importante do que explicar o que está fazendo aos transeuntes.**

- 1- **Canais de distribuição**
- 2- **Conteúdo para cada canal**
- 3- **Por que agir neste momento?**

Pense na construção de uma frase e/ou hashtag que será usada na divulgação. Nesse momento, você pode usar as imagens da ação somadas a um texto (curto!) com mais informações complementares ao que foi feito no ato. **O objetivo aqui é tocar e mobilizar as pessoas a comentarem e compartilharem a ação, criando engajamento à sua pauta.**

Se você quiser fazer algo muito grande (como uma nota pública ou um manifesto) coloque em um blog ou página na internet e **divulgue o link junto com o texto curto das postagens.** Lembre que há muita informação na rede. Se você precisou de duas páginas para falar o motivo da ação, algo errado aconteceu.

---

# DEPOIS DA AÇÃO



É HORA DE CONVERSAR SOBRE COMO FOI E O QUE APRENDEMOS

Além de celebrar (o SUCESSO!), é hora de conversar sobre como foi para registrar o que aprendemos e conseguir ter a dimensão dos próximos passos. É importante que se crie um espaço de confiança e liberdade para que todos possam compartilhar:

- 1- **Suas impressões**
- 2- **Como se sentiram**
- 3- **O que gostaria que fosse diferente em uma próxima vez**

Quem fez o trabalho de comunicação pode dar as notícias de repercussão da ação neste momento. É muito importante que a conversa seja registrada, para que tudo vire aprendizado e o desenho de uma **NOVA AÇÃO** possa acontecer!

**E AÍ, COMEÇA  
TUDO OUTRA VEZ!**