

Aumentar a divulgação através de conteúdos multimédia

Os participantes irão aprender e identificar as formas através das quais vários tipos de conteúdos multimédia podem ser usados para promover a divulgação sobre um assunto.

Utilizar Conteúdos Multimédia para Promover a Mudança

Parte Um

Informa os Teus Alunos

Os conteúdos multimédia são uma ferramenta fantástica para partilhar ideias com outros. Para muita gente, as plataformas digitais de conteúdos multimédia são a maneira favorita para comunicarem as suas mensagens. Por exemplo, o HolaSoyGerman utiliza o YouTube para partilhar histórias engraçadas com pessoas de todo o mundo e a Malala Yousafzai recorre ao Twitter para lutar pelos direitos das mulheres e dos jovens.

Por vezes, jovens ativistas utilizam conteúdos multimédia digitais para combater problemas específicos. Por exemplo, Amandla Stenberg é uma jovem atriz e ativista que publicou um vídeo em 2015 para a sua aula de história sobre a cultura afro-americana e a apropriação cultural. Ao publicar o vídeo, ela aumentou a sensibilização por um tema que defende e pelo qual é entusiasta. Outras pessoas preferem utilizar plataformas analógicas ou não-digitais de conteúdos multimédia, como a televisão, a rádio ou os jornais para fazerem as suas ideias chegarem ao público.

Num ecrã de projeção, colocado no início da sala, apresenta um exemplo de um vídeo recente que esteja relacionado com o contexto regional ou local dos teus participantes de forma a ilustrar melhor como os conteúdos multimédia podem ser utilizados para fomentar a sensibilização e a defesa de determinada causa.

Informa os Teus Alunos

Como defensores da mudança, os conteúdos multimédia de qualquer tipo podem ser ferramentas poderosas para atingirmos os nossos objetivos. Na atividade que se segue, vais explorar esta ideia através da criação de uma mensagem e da sua divulgação por vários tipos de conteúdos multimédia de forma a atingir um vasto público.

Tarefa

Parte Um

Informa os Teus Alunos

Encontra um exemplo de um conteúdo multimédia (p. ex., vídeo do Youtube, publicação do Facebook, uma fotografia) que seja inspirador e que possa ser uma forma boa de ajudar a divulgar a mensagem sobre uma causa do teu interesse. Terás 15 minutos para encontrar esse conteúdo. Depois, cada participante irá apresentar ao grupo o que encontraram e porque é que consideram esse conteúdo é inspirador.

Interação da turma

Dá 15 minutos aos participantes para encontrarem um exemplo de um conteúdo multimédia que eles acreditam ter o poder de divulgar com sucesso uma mensagem sobre uma causa. A seguir, tira 15 minutos para pedires a cada participante que descreva em poucas palavras e/ou que apresente o conteúdo multimédia ao grupo, e que depois discutam porque é que eles consideram esse conteúdo inspirador.

A segunda metade desta tarefa pode ser concluída durante a atual ou a segunda reunião de grupo a convocar, dependendo do tempo atribuído.

Parte Dois

Informa os Teus Alunos

Agora que já encontramos e discutimos um exemplo de um conteúdo multimédia inspirador e eficaz para promover uma causa, está na hora de criares o teu próprio conteúdo multimédia sobre o tema pelo qual te interessas. Dentro dos próximos 20 minutos, pensa numa causa que é importante para ti e toma umas notas sobre a tua ideia para um tipo de específico de conteúdo multimédia de forma a aumentar a sensibilização sobre a tua causa. Isso poderá incluir:

1. Uma publicação de texto para comunicares a tua causa e explicares porque é que as pessoas se deviam envolver.
2. Uma ideia para uma imagem ou gráfico (ou uma imagem/gráfico em si mesmo) para comunicares a causa e como é que as outras pessoas podem apoiá-la.
3. Uma ideia para um vídeo de modo a promover a sensibilização e encorajar o envolvimento das pessoas.

Além desta ideia, também podes escrever:

1. Pelo menos duas maneiras possíveis de espalhar a tua mensagem de conteúdos multimédia de forma a aumentar a visibilidade e a divulgação da causa.

Interação da turma

Dá aos participantes 20 minutos para apontarem as suas ideias. Em seguida, pede aos participantes para partilharem com o grupo aquilo que eles escreveram. Dá 15 minutos para discussão.