



ART of Impact

Autres Directions

2026



Co-funded by
the European Union

Co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

ART
vocabulary
4Union



Co-funded by the European Union

Cofinanciado pela União Europeia. As opiniões e pontos de vista expressos são, contudo, da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es) e não refletem necessariamente os da União Europeia ou da Agência Executiva Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser responsabilizadas por eles.

Artvocacy 4 (U)nion

"ARTE de Impacto"

MATERIAIS DE EDUCAÇÃO NÃO FORMAL

Desenvolvido pela Stichting Autres Directions

2026

ARTEvocacia em defesa dos valores da (U)nion

A Arte do Impacto é um guia prático para organizações que desejam impulsionar a mudança social usando a arte e a narrativa como parte de uma estratégia de impacto.

Este manual foi desenvolvido como parte do projeto Artvocacy 4 (U)nion para permitir que organizações da sociedade civil (OSC) e profissionais que trabalham com jovens participem ativamente na formulação de políticas e contribuam para uma mudança social significativa.

Artvocacy 4 (U)nion é um projeto europeu de três anos liderado pela MasterPeace que combina ARTEvocacia e defesa de políticas públicas para fortalecer o envolvimento cidadão, capacitar organizações da sociedade civil (OSC) e promover valores europeus.

O projeto funciona através de trios rotativos de países da UE e conecta métodos artísticos — como teatro, música e narrativa digital — com a educação para a cidadania. Ao fazer isso, promove a inclusão, a participação juvenil e o engajamento democrático.

Em seu primeiro ano, liderado por organizações parceiras na Polônia, Grécia e Portugal, o projeto focou no tema “*A arte como palco para o diálogo*.” Por meio da música, do teatro e da contação de histórias, os cidadãos são ativamente envolvidos nos debates políticos e incentivados a participar dos processos democráticos.

A Arte do Impacto

Há mais de 20 anos, a Autres Directions desenvolve projetos nos quais histórias socialmente relevantes são apresentadas em diversos formatos para públicos amplos ou específicos. O objetivo é oferecer conhecimento, criar uma conexão emocional e, quando possível, fornecer às pessoas ferramentas para agir e contribuir para a solução do problema.

Nossas sociedades enfrentam muitos desafios urgentes. A democracia está sob pressão, a polarização está aumentando e os direitos humanos estão sendo violados. A confiança no jornalismo, no judiciário e no governo é baixa, embora essas instituições devam se responsabilizar mutuamente. À medida que a confiança diminui, corre-se o risco de que sejam descartadas como "obstáculos" quando se opõem a um líder populista.

Acreditamos que histórias impactantes, contadas de maneiras singulares, podem contribuir para a sociedade. Histórias podem proporcionar às pessoas novas perspectivas e inspirá-las a promover mudanças positivas.

A mudança pode acontecer por meio de pequenos passos, influenciando indivíduos em seu dia a dia, ou em uma escala maior, por meio de políticas e legislação — e de muitas outras maneiras intermediárias.

Neste manual, focamos no poder da forma — o que aqui denominamos arte ou forma artística — como uma intervenção criativa dentro de um projeto. Exploramos como a arte pode contribuir para uma estratégia de impacto: influenciando a maneira como espectadores, ouvintes, visitantes ou participantes pensam e agem, e incentivando-os a agir.

Este guia oferece ferramentas práticas.¹ para desenvolveres a tua própria estratégia de impacto, além de exemplos da vida real para te inspirar.

Recomendamos também a leitura dos outros manuais desenvolvidos para a *ARTEvocacia em defesa da (U)nion: Manual sobre Advocacia e Envolvimento Político para Impacto Social* por YEU International e “Liderança, Visão e Sustentabilidade para Organizações da Sociedade Civil”, da MasterPeace. Ambos os manuais abordam aspetos importantes do trabalho de advocacy e oferecem orientações valiosas sobre como refinar os teus objetivos, organizar o teu projeto ou campanha de forma eficaz e monitorizar os resultados. Estes manuais complementam o desenvolvimento de uma estratégia de impacto robusta, na qual a narrativa e a forma artística desempenham um papel fundamental.

Pelle Yntema e Tijn Akkermans

Direções de Stichting Autres, 2026

¹ Fique à vontade para usar e ajustar a [apresentação no Canva](#) criada para o workshop sobre o tema deste manual.

Índice

A Arte do Impacto	5
Introdução	7
O que é uma estratégia de impacto?	7
Passo 1: Determine o que precisa ser mudado.	9
1.1 Defina sua visão	9
1.2 Realizar pesquisas	10
1.3 Qual é a causa?	10
Etapa 2: Quem está envolvido?	12
Etapa 3: Desenvolver uma Teoria da Mudança	13
Etapa 4: Intervenções criativas	15
4.1 Determine onde a mudança precisa ocorrer.	15
4.2 Escolha uma intervenção criativa	16
4.3 Da conscientização à ação	19
Etapa 5: Planejar e executar intervenções	20
5.1 Escolha um local	20
5.2 Escolha o momento certo	20
5.3 Estratégia de Comunicação	21
Etapa 6: Avaliar o impacto	22
6.1 Resultados	22
6.2 S.M.A.R.T	23
Casos adicionais:	24
CASO: ATO pela Liberdade	24
CASO: Ranchi Baby's	29
Recursos	32

Introdução

A arte, em qualquer forma, pode comover as pessoas emocionalmente. Embora a arte seja frequentemente autônoma, ela também pode ser deliberadamente integrada a uma estratégia de impacto para contribuir com um objetivo específico — neste caso, a mudança social.

Para fazer isso de forma eficaz, é importante compreender o papel que a arte pode desempenhar e como usá-la estrategicamente.

Ao dizer "causar impacto", queremos dizer que o teu projeto deve levar a mudanças de pensamento e comportamento, envolvendo ativamente o espectador ou participante. Em outras palavras: a consciencialização sobre um problema pode levar as pessoas a agir.

Nos setores cultural e social, a importância do impacto está em constante crescimento. Financiadores, doadores e programadores frequentemente exigem uma estratégia de impacto clara para apoiar ou apresentar o teu projeto. Mais importante ainda, o teu projeto deve visar abordar uma questão social específica. Com uma estratégia de impacto bem elaborada, podes ajudar a impulsionar a mudança social — e o formato escolhido desempenha um papel fundamental nesse processo.

Após a leitura deste guia, serás capaz de desenvolver a tua própria estratégia de impacto e compreender o papel que as formas de arte e as intervenções criativas podem desempenhar dentro dela. Com uma visão, um objetivo e uma abordagem claros, poderás comunicar à tua equipa, rede de contactos e doadores qual é o problema social, qual impacto o teu projeto pretende causar, qual história desejas contar, quais formas de arte utilizarás, quem é o teu público-alvo e como ele pode contribuir para a mudança.

O que é uma estratégia de impacto?

Impacto é um termo cada vez mais utilizado, inclusive em ONGs e organizações de arte e média. Em resumo, refere-se a algo que leva à mudança social.

Uma estratégia de impacto define antecipadamente o que precisa de mudar e como essa mudança pode ser alcançada. O conceito é amplamente utilizado na média, no jornalismo e nas artes. Envolve o desenvolvimento de um plano no qual a tua forma de arte ou narrativa desempenha um papel fundamental na geração de conhecimento sobre uma questão social e na promoção da mudança desejada.

Os passos principais são:

1. **Problema:** Qual é o problema social que precisa mudar?
2. **Partes interessadas:** Quem desejas alcançar e quais atores podem apoiar ou opor-se à mudança?
3. **Influência:** O que podes influenciar e o que está além do teu controlo? (Teoria da Mudança)

4. **Intervenção criativa:** Que história vais contar e de que forma?
5. **Atividades:** Que ações ou atividades vais realizar?
6. **Avaliação:** Qual o efeito do que fizeste?



Caso > NÓS SOMOS DADOS - Sala dos Espelhos

A instalação artística WE ARE DATA – Mirror Room coloca os visitantes diante dos dados pessoais que compartilham sem saber. A instalação percorreu o país a partir de 2016, antes da entrada em vigor da legislação sobre proteção de dados pessoais.

Trailer: <https://vimeo.com/showcase/9587311>

Etapas 1: O que precisa mudar? (Problema)

Muitas pessoas não têm conhecimento suficiente sobre os dados pessoais que compartilham e como esses dados são coletados, analisados e usados por empresas e governos.

As tecnologias digitais coletam continuamente dados sobre comportamento, preferências e até mesmo emoções. Para muitos usuários, esse processo permanece invisível e abstrato. Como resultado, a privacidade é frequentemente subestimada e os dados pessoais são facilmente compartilhados.

Essa falta de conscientização dificulta que as pessoas reflitam criticamente sobre como seus dados são usados ou que exerçam pressão social ou política sobre empresas e governos para que lidem com os dados de forma mais responsável.

Declaração do problema

Muitas pessoas desconhecem a quantidade de dados pessoais que compartilham diariamente e quais podem ser as consequências disso.

Passo 1: Determine o que precisa ser mudado.

1.1 Define a tua visão

Existem muitos desafios no mundo, e queres contribuir para resolvê-los. Para fazeres isto de forma eficaz, é importante definires claramente o que desejas mudar e compreenderes as causas subjacentes do problema. Também precisarás de convencer os outros sobre a necessidade desta mudança e como ela pode ser alcançada.

Que mudanças gostarias de ver? Como trabalharás com outras pessoas, é essencial teres uma visão clara que possas partilhar e discutir com a tua equipa e potenciais parceiros.

Sê ambicioso, mas também específico. A tua visão deve ser clara o suficiente para que os outros a entendam e convincente o bastante para que acreditem nela — idealmente expressa em poucas frases.

Uma visão bem formulada:

1. **Está claro** – outros entendem isso imediatamente
2. **É credível** – outros podem apoiar e se identificar com isso
3. **É ambicioso** – reconhece que a mudança é desafiadora, mas possível com comprometimento.
4. **Proporciona estabilidade** – Escreve a tua visão em cerca de 30 palavras para que a possas partilhar e consultar facilmente.

Examples of visions to inspire	
Strengthen democratic engagement by reconnecting people with stories of life without democracy. Changing Democracies	Empower citizens to recognise and defend democratic freedoms. ACT for Liberty
Make nonviolence the strategy of choice in Israel-Palestine. Budrus	
Make people aware of the personal data they share and inspire more responsible digital behaviour. We Are Data	Create space for recognition, dialogue and understanding of the Dutch colonial past. The Ranchi Baby's

- **Tarefa: Elabora a tua visão.**
- *Discute os exemplos acima com um colega ou com a tua equipa. Eles atendem aos critérios descritos?*
- *Em seguida, formula uma visão para o projeto que estás a desenvolver.*
- *Aprimora a tua visão à medida que o teu projeto evolui, se necessário.*

1.2 Realizar pesquisas

Já sabes o que desejas mudar e, portanto, qual é o problema. No entanto, a maioria dos problemas tem múltiplas causas. Ao compreenderes estas causas, poderás determinar melhor onde concentrar os teus esforços e como influenciá-las a situação.

Uma análise completa do problema leva tempo, mesmo que prefiras começar imediatamente. No entanto, se conseguires definir o problema com clareza e compreenderes as suas causas subjacentes, as tuas hipóteses de gerares mudanças significativas serão muito maiores.

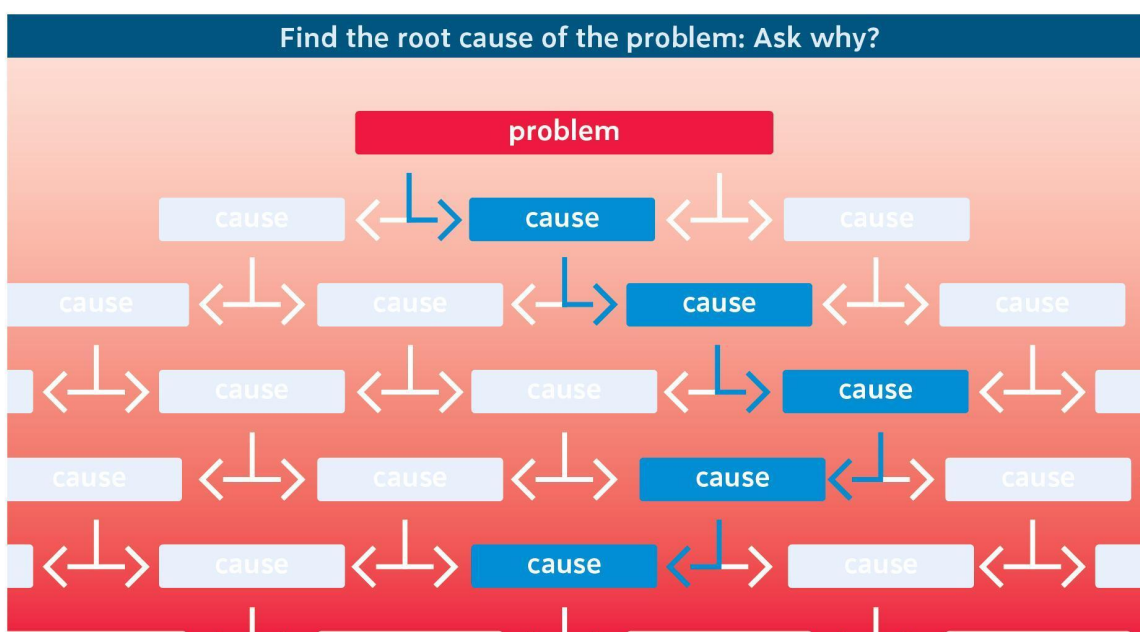
Questões de pesquisa:

- O que já se sabe sobre esse problema?
- O que foi noticiado na mídia?
- Fale com pessoas diretamente afetadas e com aquelas que têm experiência própria.
- Consulte especialistas para obter aconselhamento.
- Quais leis e regulamentos se aplicam?
- O que outras pessoas já estão fazendo para resolver esse problema?

1.3 Qual é a causa?

Para chegares à raiz do problema, precisas de identificar as suas causas subjacentes. Usa a tua pesquisa para apoiar este processo. Às vezes, a causa principal não é imediatamente visível. Pergunta repetidamente *porquê*. Para cada causa identificada, aproxima-te gradualmente da raiz do problema.

Dentro do teu projeto, podes optar por abordar múltiplas causas por meio de diferentes intervenções ou atividades. No entanto, é importante considerares se tens tempo e recursos suficientes para o fazeres de forma eficaz. Concentra-te nas causas sobre as quais podes ter maior influência.



Exemplo: Nós Somos Dados

Problema: As pessoas não têm consciência dos dados pessoais que partilham online.

Por que? Porque a coleta de dados pessoais muitas vezes ocorre de forma invisível.

Por que? Porque as empresas e os governos nem sempre são transparentes sobre como os dados são coletados e utilizados.

Por que? Porque ainda não existem regras e regulamentos suficientemente claros relativamente à utilização de dados pessoais.

Por que? Porque não há demanda por parte dos cidadãos para a criação de regras ou leis melhores.

Por que? >Porque o tema é altamente abstrato para a maioria das pessoas.

→ **Tarefa: Qual é a essência do teu problema?**

→ *Anota o teu problema e responde à pergunta "porquê?" cinco vezes. Não precisas de parar na quinta vez — a maioria dos problemas tem múltiplas causas interligadas.*

→ *Qual é o problema:*

.....
.....

→ *Por quê? >*

.....
.....

→ *Por quê? >*

.....
.....

→ *Por quê?* >

.....

.....

→ *Por quê?* >

.....

.....

→ *Por quê?* >

.....

.....

Caso > NÓS SOMOS DADOS - Sala dos Espelhos

Etapa 2: Quem faz parte do problema?

Usuários: A maioria das pessoas compartilha dados pessoais sem estar totalmente ciente das consequências.

Empresas de tecnologia: Recolher e analisar dados para melhorar os seus serviços ou gerar valor comercial.

Governos e formuladores de políticas: Eles são responsáveis por regulamentar a privacidade e o uso de dados, e também fazem uso dos dados dos cidadãos.

Organizações de mídia e da sociedade civil: Esses atores podem contribuir para aumentar a conscientização sobre a privacidade digital.

Para a mudança que almejamos, é fundamental que os utilizadores se tornem mais conscientes do seu comportamento digital. Isso pode ajudá-los a serem mais críticos em relação à partilha de dados e a exercer pressão social sobre empresas e legisladores.

Etapa 2: Quem está envolvido?

Na tua pesquisa, provavelmente já identificaste várias pessoas e grupos que fazem parte do problema ou da solução. Mapeia quem são e qual influência ou força contrária exercem sobre a mudança pretendida.

Isso pode incluir diferentes indivíduos ou organizações, como formuladores de políticas, grupos de defesa, empresas e ativistas, bem como aqueles diretamente afetados e as suas comunidades. A questão fundamental é qual o papel que desempenham e o que precisa de mudar no seu comportamento ou posicionamento para ajudar a resolver o problema.

Considere o seguinte:

- As pessoas afetadas precisam de ter a oportunidade de partilhar as suas histórias.
- Quem causa o problema precisa de mudar o seu comportamento.
- Aqueles que desejam manter o status quo precisam de ser persuadidos.
- Aqueles que apoiam a mudança precisam de ser encorajados.
- Aqueles que já estão informados precisam de ser capazes de convencer os outros.
- Aqueles que ainda não estão cientes > precisam entender o problema
- Quem ocupa posições de tomada de decisão precisa de estar consciente das alternativas.

- **Tarefa: Determina quem precisas de influenciar e como.**
- *Faz uma lista das pessoas e organizações envolvidas no problema. Para cada uma, indica qual o papel que desempenham na mudança e o que precisa de mudar no seu comportamento ou posição.*
- *Quem? > O que precisa mudar?*

Caso > NÓS SOMOS DADOS - Sala dos Espelhos

Etapa 3: Teoria da Mudança

A instalação foi concebida para tornar uma questão abstrata — a coleta de dados — pessoal e acessível.

O que está à tua disposição: Conceito artístico, tecnologia interativa, locais (semi)públicos e público.

Atividade: Uma instalação de arte interativa na qual os visitantes são apresentados ao seu próprio perfil de dados e podem optar por compartilhá-lo com outras pessoas.

Resultado: Os visitantes podem ver quais as informações que podem ser recolhidas sobre eles.

Resultado: Maior consciencialização e diálogo sobre privacidade e uso de dados.

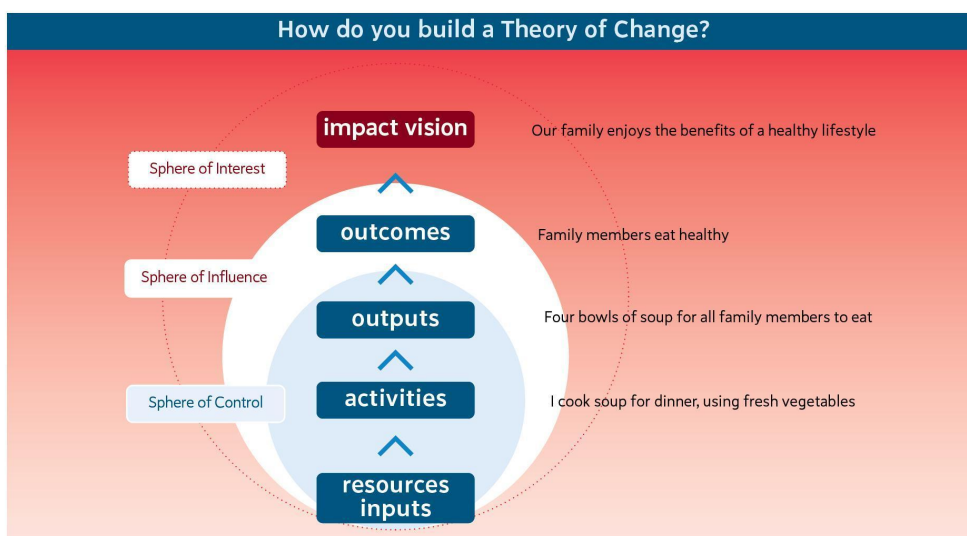
Impacto: Uma atitude mais crítica em relação à recolha e à partilha de dados pessoais, e uma maior atenção da sociedade à privacidade — contribuindo para mudanças na legislação.

Etapa 3: Desenvolver uma Teoria da Mudança

Agora compreendes as causas do problema, a mudança que desejas iniciar e quem está envolvido. A próxima pergunta é: sobre o que podes influenciar e o que está fora do teu controlo?

O modelo da **Teoria da Mudança** foi desenvolvido na década de 1990. Ajuda-te a entenderes o que podes controlar, o que podes influenciar e qual o efeito final (impacto) que esperas que as tuas ações tenham.

Este método ajuda-te a desenvolveres uma abordagem com expectativas realistas. Embora possas exercer influência, muitas vezes dependerás de fatores fora do teu controlo. Idealmente, tudo o que *podes* fazer contribui para a resolução do problema.



O que está à sua disposição?

Lembra-te de que, muitas vezes, já tens muitos recursos à tua disposição. Isto pode incluir o conhecimento adquirido por meio de pesquisas, as formas de arte em que tens experiência, a tua rede de contactos e parceiros existentes ou o público que já alcanças. O teu orçamento disponível também influenciará as atividades que poderás realizar.

Na ilustração, o objetivo é uma família saudável. Ingredientes frescos e saudáveis estão à tua disposição, e a atividade é cozinhar sopa.

O que você vai fazer?

Considera quais atividades podes realizar ou organizar usando os recursos que já possuis. Por exemplo: criar um documentário, desenvolver uma obra de arte colaborativa, produzir uma peça de teatro, elaborar um programa educacional, oferecer aulas de música ou organizar um evento público.

Na imagem: preparas uma refeição saudável para a tua família (presumindo que saibas cozinhar).

Qual é o resultado?

As tuas atividades geram efeitos imediatos. Por exemplo, quem assiste a um documentário adquire novas perspectivas sobre o assunto. Alunos de uma aula de música desenvolvem novas competências. Um programa educacional pode aumentar tanto o conhecimento quanto a consciencialização sobre como os participantes podem contribuir para uma solução.

Na imagem: uma refeição saudável é preparada e compartilhada. A família se alimentou de forma saudável — mas será que eles têm consciência disso?

Qual é o resultado?

O resultado vai além e começa a contribuir para a solução do problema. Os espectadores ou participantes não apenas obtêm conhecimento, mas também podem começar a refletir, debater ou tomar pequenas atitudes. Por exemplo, podem falar sobre o documentário ou incentivar outras pessoas a se envolverem.

Na imagem: a família alimenta-se de forma saudável e aprecia a refeição. Mas o objetivo é que eles adotem um estilo de vida saudável. Para isso, não devem depender exclusivamente da tua comida.

Em última análise, o ideal é que todos comam alimentos saudáveis e saborosos. A tua influência sobre a tua família pode ser tanto direta (eles comem refeições saudáveis) quanto indireta (eles começam a cozinhar refeições saudáveis por conta própria). A refeição que ofereces é um primeiro passo para uma mudança mais ampla.

- **Tarefa: Sobre o que tens influência?**
- *Cria um diagrama da Teoria da Mudança para o teu problema.*
- *O que está à tua disposição?*
- *O que podes fazer?*
- *Qual é o resultado esperado?*
- *Qual é o resultado esperado?*
- *Como isso contribui para a solução do problema?*

Caso > NÓS SOMOS DADOS - Sala dos Espelhos

Etapa 4: Esfera de mudança

Esfera pessoal: Os visitantes experienciam em primeira mão como os seus dados podem ser recolhidos e interpretados.

Esfera política: Ao gerar interesse público em torno do tema, a instalação contribui para o debate social mais amplo sobre privacidade e uso de dados.

Forma da intervenção: Uma instalação de arte interativa. A obra consiste em uma sala de espelhos na qual os visitantes são confrontados com informações sobre si mesmos, coletadas ou inferidas durante a experiência.

Por meio dessa interação, o conceito abstrato de “dados” torna-se pessoal e tangível.

Tipo de efeito: Experiência

O visitante torna-se parte da obra e entra em contato direto com o problema. Essa experiência imersiva torna o problema mais fácil de compreender e aumenta a probabilidade de os visitantes refletirem e reconsiderarem seu próprio comportamento.

Etapa 4: Intervenções criativas

4.1 Determine onde a mudança precisa ocorrer.

A mudança social geralmente ocorre em três esferas interconectadas. Ao desenvolveres uma estratégia de impacto, é importante determinares em qual esfera desejás estimular a mudança.

Esfera pessoal

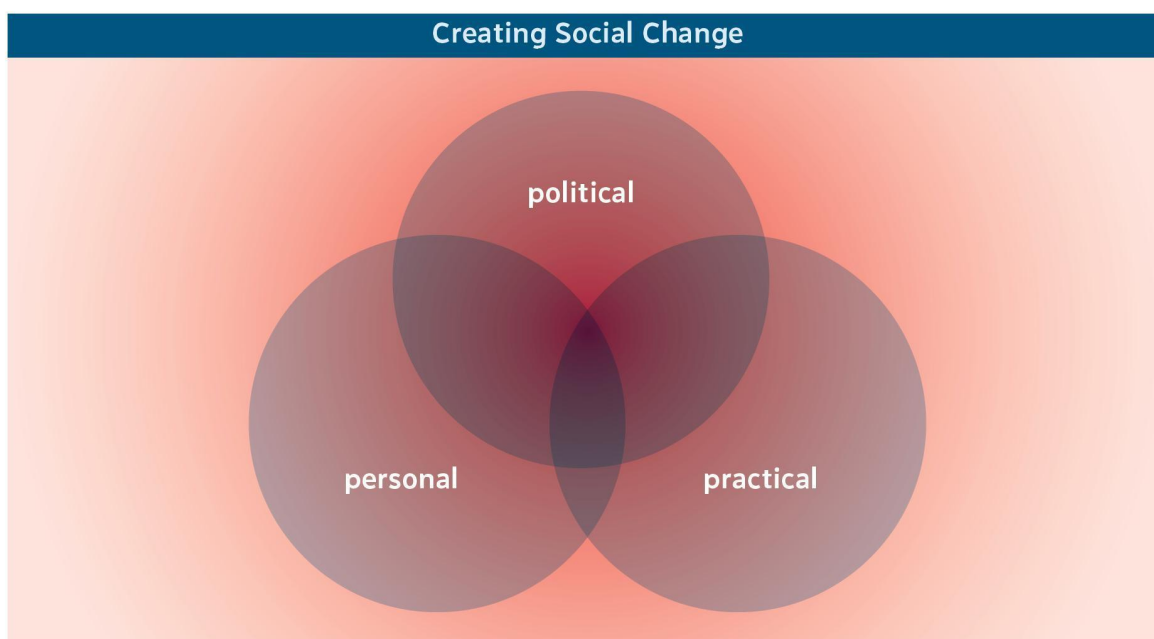
Mudanças em valores, crenças e perspectivas.

Esfera prática

Mudanças no comportamento cotidiano, nos hábitos e nas práticas sociais.

Esfera política

Mudanças nas instituições, políticas e relações de poder



As intervenções criativas podem desempenhar um papel importante ao abrir novos caminhos para a mudança — caminhos através dos quais a transformação social pode emergir. Os artistas normalmente não produzem recomendações políticas; em vez disso, introduzem novas histórias, vozes e perspectivas que lançam uma nova luz sobre as questões sociais.

Ao tornar as experiências mais acessíveis, a arte conecta temas abstratos à vida cotidiana e torna as pessoas mais receptivas a novas ideias e mudanças. Em vez de oferecer soluções

diretas, a arte contribui para os processos culturais e sociais que possibilitam a transformação.

- **Tarefa: Em qual área de mudança te vais concentrar?**
- *Considera qual esfera pretendes influenciar por meio das tuas intervenções criativas.*
- *Responder:*
- *Em qual esfera eu quero estimular a mudança?*
- *Estou a influenciar principalmente o pensamento, o comportamento ou as estruturas de poder?*

4.2 Escolha uma intervenção criativa

Agora que já sabes em qual esfera a mudança precisa de ocorrer e que tipo de mudança desejas alcançar dentro dela, podes planejar estrategicamente uma intervenção para colocares essa mudança em movimento. Também é possível abordares várias esferas simultaneamente. Nesse caso, podes combinar diferentes formas e atividades.

O diagrama abaixo mostra as diferentes esferas de influência, os tipos de mudança que podem ocorrer dentro delas e exemplos de intervenções criativas.

Esfera de influência	Tipo de alteração	Intervenção	O que faz
Esfera pessoal	Alterações nos valores, crenças e perspectivas.	filmes, teatro, podcasts, livros, exposições, mídias imersivas.	Cria empatia, estimula a imaginação, faz com que as pessoas reconsiderem os seus próprios valores e pressupostos.
Esfera prática	Mudanças diárias hábitos, comportamentos e práticas sociais.	performances participativas, arte comunitária, encontros	Permite que as pessoas experimentem práticas alternativas, testem novas maneiras de fazer as coisas e une as pessoas.

Esfera política	Mudanças nas instituições, Política e relações de poder.	sátira, subversão cultural, intervenções em instituições, arte de dados, arte de guerrilha	Torna os sistemas visíveis, questiona as estruturas de poder, abre o debate sobre políticas e tomada de decisões coletivas.
-----------------	--	--	---

Observação: Uma intervenção pode, muitas vezes, operar em várias esferas simultaneamente. Por exemplo:

Um projeto de arte participativa sobre produção de alimentos.

- Esfera pessoal → promove empatia com os agricultores
- A esfera prática → leva a novos hábitos alimentares
- A esfera política → gera debate sobre a política alimentar

A seguir, apresentamos algumas intervenções comumente utilizadas:

Filmes, podcasts, teatro

O que faz:

Conta histórias e torna questões sociais complexas compreensíveis e acessíveis através de perspectivas pessoais.

Por que funciona:

As histórias despertam empatia e ajudam as pessoas a se identificarem com um assunto, tornando-as mais receptivas a novas ideias e perspectivas.

Realidade virtual, jogos e exposições

O que faz:

Cria experiências imersivas nas quais os visitantes se envolvem ativamente com uma história, sistema ou cenário.

Porque funciona:

A interatividade e a imersão permitem que as pessoas não apenas compreendam as informações, mas também as experienciem, tornando questões complexas mais tangíveis.

Design especulativo

O que faz:

Cria objetos, sistemas ou cenários fictícios que exploram futuros possíveis.

Porque funciona:

Ao tornar futuros alternativos tangíveis, o design especulativo incentiva a reflexão sobre as escolhas atuais e as suas consequências.

Performances participativas em espaços públicos

O que faz:

Envolve diretamente o público em uma performance ou ação no espaço público.

Porque funciona:

A participação transforma as pessoas em

colaboradores ativos, aumentando o envolvimento e a reflexão.

Arte comunitária

O que faz:

Desenvolve projetos artísticos em conjunto com uma comunidade específica.

Porque funciona:

Fortalece os laços sociais, as experiências compartilhadas e o envolvimento coletivo em questões sociais.

Interferência cultural

O que faz:

Manipula ou parodia a mídia e a publicidade existentes para expor ideologias subjacentes.

Porque funciona:

Ao desestabilizar imagens e mensagens familiares, incentiva as pessoas a questionarem as narrativas dominantes.

Arte de guerrilha

O que faz:

Cria intervenções inesperadas, muitas vezes temporárias, no espaço público sem autorização formal.

Porque funciona:

A sua natureza inesperada atrai a atenção e confronta as pessoas com questões sociais fora dos contextos artísticos tradicionais.

Intervenções institucionais

O que faz:

Introduz intervenções artísticas em instituições como museus, empresas ou órgãos governamentais.

Porque funciona:

Operar dentro dessas estruturas torna as

relações de poder visíveis e estimula o debate sobre a responsabilidade institucional.

- **Tarefa: Que intervenção criativa utilizarás?**
- *Considera como e para quem comunicarás o problema, e de que forma.*
- *Em qual área desejas gerar mudanças?*
- *Que tipo de intervenção escolherás?*
- *Que efeito terá a intervenção no teu público?*

4.3 Da conscientização à ação

Histórias e formas criativas podem aumentar a consciencialização, mas a maioria das pessoas ainda precisa de apoio para agir.

Novas perspetivas e consciencialização são essenciais. Elas ajudam as pessoas a mudarem a sua maneira de pensar e podem levar à ação. Muitas mudanças sociais começam com um pequeno grupo de pessoas que dão início a um movimento.

No entanto, para gerares mudanças reais, a consciencialização precisa de se traduzir em ações concretas. Para alcançares um impacto maior, podes ligar as tuas intervenções a atividades que apoiem o teu público ou grupo-alvo a dar o próximo passo.

Partilhar informações → disseminar a consciencialização

Assinar uma petição → influenciar políticas

Dar uma contribuição criativa → participar no projeto

Fazer uma promessa → mudança de comportamento

Junte-se a uma comunidade → fortalecendo a ação coletiva

Participar em atividades de acompanhamento → manter-se envolvido

Lembra-te de que algumas ações exigem mais do teu público do que outras, e que terás de te esforçar mais para garantir que elas aconteçam.

- **Tarefa: Como o teu público pode agir?**
- *Pense e anote:*
- *O que o teu público deve fazer após ver ou vivenciar a intervenção?*
- *O que precisas para ativar isso?*
- *Estás a pedir um nível de esforço alto ou baixo?*

Caso > NÓS SOMOS DADOS - Sala dos Espelhos

A instalação percorreu vários locais nos Países Baixos a partir de 2016.

Locais: Festivais, praças, ruas comerciais, conferências, câmaras municipais e instituições culturais.

Público-alvo: Um público amplo, incluindo pessoas que normalmente não refletiriam sobre privacidade digital.

Estratégia:

A intervenção combinou:

- Uma instalação de arte visualmente impactante e facilmente reconhecível.
- Localização em pontos de passagem natural.
- Interação direta com os visitantes
- Orientação por parte dos anfitriões, que incentivaram os visitantes a refletir e conversar após a visita.

Por meio dessa combinação, o público não apenas foi confrontado com a questão, mas também incentivado a refletir e a discutir sobre ela.

Etapa 5: Planejar e executar intervenções

5.1 Escolha um local

Considera onde a tua intervenção será mais eficaz. O local determina quem entra em contacto com a intervenção, como ela é interpretada e qual impacto ela pode ter.

Um local privilegiado para uma intervenção criativa:

- Atinge o público-alvo correto
- Possui um significado simbólico.
- Oferece visibilidade
- Torna o problema fisicamente tangível.
- Representa uma instituição ou estrutura de poder.

5.2 Escolha o momento certo

O momento certo pode ser crucial para alcançares os teus objetivos. Um projeto comunitário agendado durante as férias de verão, por exemplo, pode ser uma boa escolha

porque as pessoas têm mais tempo livre — ou uma má escolha se muitas delas estiverem a viajar.

Também podes programar a tua intervenção estrategicamente, por exemplo, alinhando-a com uma eleição próxima ou um momento de significado simbólico que possa gerar maior atenção da média.

Considere o seguinte:

- Um momento de máxima visibilidade
- Alinhamento com um momento social ou político relevante.
- Significado simbólico

Se a tua intervenção fizer parte de uma estratégia mais ampla, o timing torna-se ainda mais importante. Ele ajuda a moldar o ritmo da tua campanha e pode criar momentos de maior atenção e envolvimento do público.²

5.3 Estratégia de Comunicação

Uma estratégia de comunicação bem elaborada e cuidadosamente planeada também é essencial. Não entraremos em detalhes aqui, mas os manuais da YEU International e da MasterPeace podem ajudar.³ Oferecem orientações adicionais sobre como desenvolver e planejar uma campanha de comunicação eficaz.

Reflete cuidadosamente sobre como as formas de arte e as atividades presentes no teu projeto também podem desempenhar um papel na tua estratégia de comunicação.

Por exemplo:

- *Podes usar trechos do teu documentário ou da tua peça de teatro na tua divulgação?*
- *Podes partilhar depoimentos do público ou dos participantes para motivar outras pessoas?*
- *Os participantes podem partilhar o que criarem através dos teus canais de comunicação?*
- *A identidade visual ou artística do teu projeto é reconhecível em todos os materiais de comunicação?*

²Veja também o manual “Advocacy & Policy Engagement for Social Impact” da YEU International.

³ Todos os materiais desenvolvidos para o projeto podem ser encontrados aqui.

▣ Capacity building handbooks

Caso > NÓS SOMOS DADOS - Sala dos Espelhos

No total, aproximadamente 30.000 pessoas visitaram a instalação.

Durante o projeto, foram recolhidos dados sobre quantos visitantes optaram por publicar online o perfil gerado.

Resultados

- Aproximadamente 25% dos visitantes publicaram seus perfis online.
- Em 2016, essa percentagem era de cerca de 40 a 50%.
- Em 2022, esse número havia diminuído para aproximadamente 25%.

Isso sugere que as pessoas se tornaram mais cautelosas em relação ao compartilhamento de dados pessoais ao longo do tempo.

Embora essa mudança não possa ser atribuída exclusivamente ao projeto, ela indica que a consciencialização sobre privacidade está a aumentar — e que o projeto contribuiu para essa mudança.

Etapa 6: Avaliar o impacto

6.1 Resultados

Medir o impacto nem sempre é simples. Muitas vezes, não és o único a trabalhar numa solução, e mudanças significativas levam tempo. Alterações na opinião pública, por exemplo, podem eventualmente levar a mudanças em políticas ou legislação. Idealmente, o teu projeto contribui para este movimento mais amplo.

Mesmo pequenas mudanças no pensamento e no comportamento são valiosas. As pessoas podem perceber, somente mais tarde, que sua perspectiva ou suas ações mudaram.

O que *podes* medir e avaliar significa acompanhar o progresso das tuas atividades e os efeitos que elas têm sobre o teu público e participantes. Utiliza a tua Teoria da Mudança previamente desenvolvida e os objetivos S.M.A.R.T. para orientar este processo.

Faça avaliações regularmente ao longo do projeto — por exemplo, semanalmente ou mensalmente.

Podes:

- Pergunta ao teu público como experienciaram a intervenção e se ela influenciou o seu pensamento ou comportamento.

- Avalia se os objetivos pretendidos foram alcançados (por exemplo, mudança de política, aumento da consciencialização).

Indicadores qualitativos

- Quais são as reações do público e dos participantes?
- A sua história foi abordada pela mídia ou por autoridades políticas?
- Quais atividades foram mais eficazes e por quê?
- Como reagiram os formuladores de políticas?

Indicadores quantitativos

- Quantas atividades (apresentações, oficinas, etc.) ocorreram?
- Quantas pessoas compareceram ou participaram?
- Quantas publicações na mídia cobriram o projeto?
- Quantas ações foram tomadas (por exemplo, petições assinadas)?

6.2 S.M.A.R.T.

A Teoria da Mudança também ajuda a medir o progresso, acompanhando tanto os resultados quantitativos (como o número de atividades, participantes ou alcance do público) quanto os resultados qualitativos (como experiências, reações e mudanças comportamentais).

Outro método útil é o SMART, que te ajuda a planeares o teu projeto de forma realista e mensurável. O manual da YEU International oferece uma explicação mais detalhada, mas os princípios básicos são:

S – Específico (claramente definido)

M – Mensurável

A – Atingível

R – Relevante

T – Temporal

Caso > NÓS SOMOS DADOS - Sala dos Espelhos

WE ARE DATA demonstra como uma instalação artística pode contribuir para a consciencialização social, tornando uma questão abstrata pessoal e tangível.

A força do projeto reside em três elementos-chave:

1. Experiência

Os visitantes experienciam o problema em primeira mão, em vez de apenas lerem ou ouvirem falar sobre ele.

2. Emoção

O confronto com seus próprios dados pessoais muitas vezes provoca surpresa, desconforto ou curiosidade.

3. Conversa

A instalação estimula o diálogo sobre privacidade, tecnologia e responsabilidade.

Ao traduzir uma questão tecnológica complexa numa experiência pessoal, a arte pode desempenhar um papel importante no debate social sobre privacidade digital.

Casos adicionais:

CASO: ACT for Liberty



Defendendo os valores democráticos através da arte, do jogo e do ativismo.

ACT for Liberty é um projeto da MasterPeace e da Stichting Autres Directions que convida jovens a refletirem sobre os valores democráticos e o seu papel dentro deles. O projeto

combina diversas formas criativas — um jogo educativo, uma instalação temporária, oficinas e vídeos — para consciencializar e incentivar a ação.

1. O que precisa mudar? (Problema)

Em muitas sociedades democráticas, a pressão sobre os valores democráticos — como a liberdade de expressão, um judiciário independente e a proteção das minorias — está a aumentar.

Essas mudanças geralmente não acontecem de repente, mas gradualmente. Pequenas medidas — como restringir a liberdade de imprensa ou enfraquecer as instituições — podem se acumular sem que os cidadãos percebam imediatamente o que está acontecendo.

Muitas pessoas, especialmente os jovens, consideram os princípios democráticos como garantidos e, portanto, têm menos consciência de quão vulneráveis podem ser.

Declaração do problema

Muitas pessoas não percebem como os valores democráticos podem ser gradualmente corroídos e sentem-se insuficientemente envolvidas na sua proteção.

2. Quem faz parte do problema?

Os valores democráticos são moldados por diversos atores na sociedade:

- **Cidadãos e jovens** → influência através do voto, debate público e participação cívica
- **Líderes políticos e formuladores de políticas** → tomar decisões que podem fortalecer ou enfraquecer as instituições democráticas
- **Mídia e discurso público** → moldar a forma como a democracia é entendida e discutida
- **Ativistas e organizações da sociedade civil** → mobilizar os cidadãos e defender os valores democráticos

Para que haja uma mudança significativa, é essencial que os cidadãos tomem consciência do seu papel e se envolvam ativamente na proteção dos valores democráticos.

3. Teoria da Mudança

O projeto utiliza diversas formas de arte para tornar uma questão política abstrata — a erosão democrática — experiencial e aberta à discussão.

O que está à sua disposição → Artistas, histórias, formatos interativos, parceiros e público.

Atividades → Jogo sério, instalação, workshops e séries de vídeos

Resultado → Os participantes experienciam como os valores democráticos podem ser pressionados e envolvem-se em diálogos.

Resultado → Maior consciencialização e diálogo sobre democracia e a sua relevância para o quotidiano.

Impacto → Maior envolvimento com os valores e processos democráticos e uma crescente consciência do próprio papel dentro do sistema.

4. Intervenção criativa

O projeto consiste em vários componentes interligados, cada um contribuindo de forma diferente para o processo de impacto.

Jogo da Rã Fervida (jogo sério)

Os participantes experienciam como as liberdades democráticas podem desaparecer gradualmente por meio de pequenas mudanças incrementais.

O jogo faz referência à metáfora de um sapo em água que aquece lentamente: mudanças graduais muitas vezes passam despercebidas até que seja tarde demais.

Tipo de efeito: Experiência/participação

Os participantes tornam-se parte do processo e descobrem como pode ser difícil proteger os valores democráticos.

Instalação e exposição temporárias (*Jogo do Sapo Fervido & Como sobreviver em uma democracia*)

A instalação reúne histórias, perguntas e dilemas sobre democracia em um espaço físico.

Os visitantes refletem sobre questões como:

- O que significa liberdade para você?
- Quando você deve se manifestar?
- O que acontece quando as regras democráticas são minadas?

Tipo de efeito: Experiência

A instalação torna uma questão política pessoal e tangível.

Lutadores pela Liberdade – série de vídeos

Nesta série, indivíduos partilham como lutam pelos direitos humanos — da igualdade de género à diversidade e ao acesso a necessidades básicas.

Tipo de efeito: Inspiração

As histórias fornecem contexto e incentivam a reflexão sobre o próprio papel na sociedade.

Oficinas de cartazes de ação

Durante as oficinas, os participantes criam os seus próprios cartazes de protesto ou ação depois de descobrirem, no Jogo da Rã Fervida, qual situação os motiva a agir.

Ao exercitarem a sua criatividade, os participantes são convidados a formular e visualizar o seu próprio ponto de vista.

Os cartazes podem então ser partilhados durante eventos ou online.

Tipo de experiência: Participar

Os participantes passam da reflexão para a expressão e para a ação.

5. Estratégia de intervenção

O projeto se desenvolve em múltiplos contextos para alcançar um público amplo em toda a Europa.

Locais: Museus, bibliotecas, instituições culturais, festivais, eventos públicos e ambientes educacionais.

Público-alvo: Principalmente jovens e adultos jovens, juntamente com um público cultural mais amplo.

Estratégia: Ao combinar diferentes formas, o projeto cria uma trajetória:

- **Inspiração** → histórias em vídeo
- **Experiência** → instalação e jogo sério
- **Envolvimento** → oficinas e atividades

Esta abordagem em camadas ajuda os participantes a passarem da consciencialização ao envolvimento e à ação.

6. Resultados e avaliação

A ACT for Liberty combinou múltiplas intervenções para alcançar um público amplo e envolvê-lo ativamente nos valores democráticos.

Resultados quantitativos

- O jogo Boiling Frog Game foi jogado online mais de 5.000 vezes em toda a Europa.
- Mais de 30 eventos e oficinas foram organizados em diferentes países.
- As sessões de formação de formadores permitiram que educadores e organizações aplicassem a metodologia por si próprios, ampliando o alcance do projeto.
- Mais de 1.000 cartazes de protesto foram criados e partilhados.

Por meio dessa abordagem, os participantes assumiram diferentes papéis:

- Jogador (jogo sério)
- Visitante (instalação/exposição)

- Participante (oficinas)
- Facilitador/formador (formação de formadores)

Isto permitiu que o projeto alcançasse tanto os participantes diretos quanto um público mais amplo por meio de parceiros.

Além disso, o projeto gerou discussões, oficinas e diálogos públicos sobre valores democráticos e responsabilidade cívica.

O que este exemplo nos ensina?

ACT for Liberty demonstra que uma estratégia de impacto se torna mais forte quando múltiplas formas criativas se reforçam mutuamente. Cada forma desempenha um papel distinto no processo, da consciencialização à ação:

- **Vídeos** → inspirar e fornecer contexto
- **Jogo sério** → permitir que os participantes experienciem a erosão democrática
- **Instalação** → Criar espaço para reflexão e alcançar novos públicos
- **Oficinas** → convidar os participantes a tomarem uma posição e a agirem

Em conjunto, essas intervenções criam uma trajetória na qual as pessoas:

- Descubra novas perspectivas
- Experienciar o problema em primeira mão.
- Formular sua própria posição
- Tomar uma atitude

A abordagem de formação de formadores ampliou ainda mais o impacto, permitindo que outros adotassem e partilhassem a metodologia.

Este caso demonstra como a arte e a participação criativa podem contribuir para uma relação mais ativa, informada e engajada com os valores democráticos.

CASO: Ranchi Baby's



Desvendando o passado colonial através de histórias pessoais.

O projeto Ranchi Baby's, da Stichting Autres Directions, visa estimular o diálogo sobre o passado colonial holandês e seu impacto duradouro sobre as pessoas de ascendência indonésia na Holanda.

O projeto consiste em uma série de podcasts, um curta-documentário e eventos públicos nos quais diferentes gerações dialogam. Ao colocar histórias pessoais no centro, o projeto dá visibilidade a uma história que muitas vezes permanece sub-representada no discurso público.

1. O que precisa mudar? (Problema)

O passado colonial holandês na Indonésia teve profundas consequências para muitas famílias que migraram para os Países Baixos após a independência da Indonésia. No entanto, durante muito tempo, estas experiências receberam pouca atenção do público.

Muitas pessoas da primeira geração compartilharam as suas experiências apenas minimamente — ou não as compartilharam de forma alguma — devido a traumas, vergonha ou falta de espaço para contar as suas histórias.

Como resultado, as gerações posteriores muitas vezes crescem com perguntas sem resposta sobre a sua história familiar, identidade e o contexto colonial em que as suas vidas estão enraizadas.

Declaração do problema

Ainda não há espaço suficiente para partilhar e reconhecer as experiências pessoais de holandeses com ascendência indonésia em relação ao passado colonial.

2. Quem faz parte do problema?

- **Primeira geração** → pessoas que experienciaram diretamente o período colonial e a migração para os Países Baixos
- **Segunda geração** → crianças que cresceram com as consequências desta história, muitas vezes sem a compreenderem completamente.
- **Terceira geração** → jovens que têm curiosidade sobre a história da sua família e fazem novas perguntas
- **sociedade holandesa** → o público em geral, que muitas vezes tem conhecimento limitado destas histórias pessoais

Para que haja uma mudança significativa, é essencial criar espaço para partilhar histórias e facilitar o diálogo entre gerações.

3. Teoria da Mudança

O projeto utiliza a narrativa para tornar visíveis as experiências pessoais e estimular o diálogo.

O que está à tua disposição → Histórias pessoais, material de arquivo, criadores e um público com experiências partilhadas.

Atividades → Série de podcasts, curta-metragem documental e eventos públicos.

Resultado → Histórias são partilhadas e ouvidas.

Resultado → Reconhecimento e diálogo entre gerações

Impacto → Maior consciencialização e compreensão do passado colonial e as suas consequências contínuas, bem como maior reconhecimento destas experiências.

Ao recolher e partilhar histórias, o projeto cria um espaço para reflexão e ligação.

4. Intervenções criativas

O projeto utiliza múltiplos formatos para tornar as histórias acessíveis e envolventes.

Série de podcasts

O podcast constitui o núcleo do projeto. Os participantes partilham as suas histórias familiares, identidades e experiências relacionadas ao passado colonial.

Tipo de efeito: Inspiração

Os ouvintes têm acesso a histórias que muitas vezes não foram partilhadas publicamente.

Documentário curto

O documentário reúne visualmente histórias do podcast e destaca como diferentes gerações se relacionam com esta história.

Este formato complementa o podcast, é mais acessível a um público mais amplo e incentiva os espectadores a explorar as histórias mais profundamente.

Tipo de efeito: Inspiração

Eventos públicos

Durante os eventos, os participantes dialogam sobre as histórias apresentadas no podcast e no documentário. Diferentes gerações reúnem-se, criando um espaço para troca de ideias e novas perspetivas.

A terceira geração muitas vezes desempenha um papel fundamental ao fazer perguntas que antes ficavam sem ser ditas.

Tipo de efeito: Participação

5. Estratégia de intervenção

O projeto atinge públicos diversos através de uma combinação de formatos e canais.

Mídia online (podcast e documentário)

- Amplamente acessível
- Atinge um público amplo

Eventos públicos

- Organizado em instituições culturais e espaços comunitários.
- Com foco no encontro e no diálogo.

Público-alvo

- Holandeses de primeira, segunda e terceira geração com ascendência indonésia.
- Um público mais amplo interessado em história colonial e identidade.

Em conjunto, estes elementos criam uma trajetória:

Ouvir → refletir → dialogar

6. Resultados e avaliação

O projeto reuniu histórias de diferentes gerações e criou novos momentos de encontro e diálogo.

A série de podcasts e o documentário possibilitaram o registo e a partilha de experiências pessoais com um público mais amplo. Durante os eventos, surgiram conversas intergeracionais nas quais os participantes refletiram sobre as suas histórias familiares e exploraram novas perspetivas sobre o passado colonial.

Ao combinar média e encontros presenciais, o projeto garantiu que as histórias não fossem apenas partilhadas, mas também se tornassem catalisadoras de diálogo e reconhecimento.

O que este exemplo nos ensina?

O projeto Ranchi Baby's demonstra como a narrativa pode desempenhar um papel crucial na abertura de questões históricas e sociais complexas para discussão.

Ao colocar histórias pessoais no centro, a história torna-se menos abstrata e mais acessível, criando espaço para empatia e compreensão.

O projeto também destaca a importância do diálogo intergeracional:

- A primeira geração partilha experiências vividas
- A segunda geração reflete sobre o seu impacto.
- A terceira geração levanta questões novas e necessárias.

Ao ligar estas gerações, surge um processo no qual a história não é apenas contada, mas ativamente reinterpretada e compreendida de novas maneiras.

Recursos

Os instrutores podem usar [esta apresentação do Canva](#) para os seus próprios workshops sobre ARTEvocacia. Podem copiá-la e fazer quaisquer alterações e ajustes relevantes para a organização e os participantes do workshop.