

Imagina Coletivo apresenta:

10 GRANDES APRENDIZADOS



Introdução // ou, "Onde estou me metendo?"

Nos últimos meses, estudamos e nos aprofundamos no nosso próprio trabalho para entender qual impacto foi gerado, o que fizemos bem e o que não fizemos tão bem assim. Com o apoio de uma pesquisadora, revisitamos materiais, revivemos nossa trajetória e conversamos com várias pessoas ligadas ao projeto de formas diversas.

Com o resultado em mãos, vimos que muitos achados poderiam ser úteis também para outros projetos. Deu aquela vontade de compartilhar. E aqui estamos!

Esperamos que este material possa ajudá-lo a gerar ainda mais impacto com seu projeto.

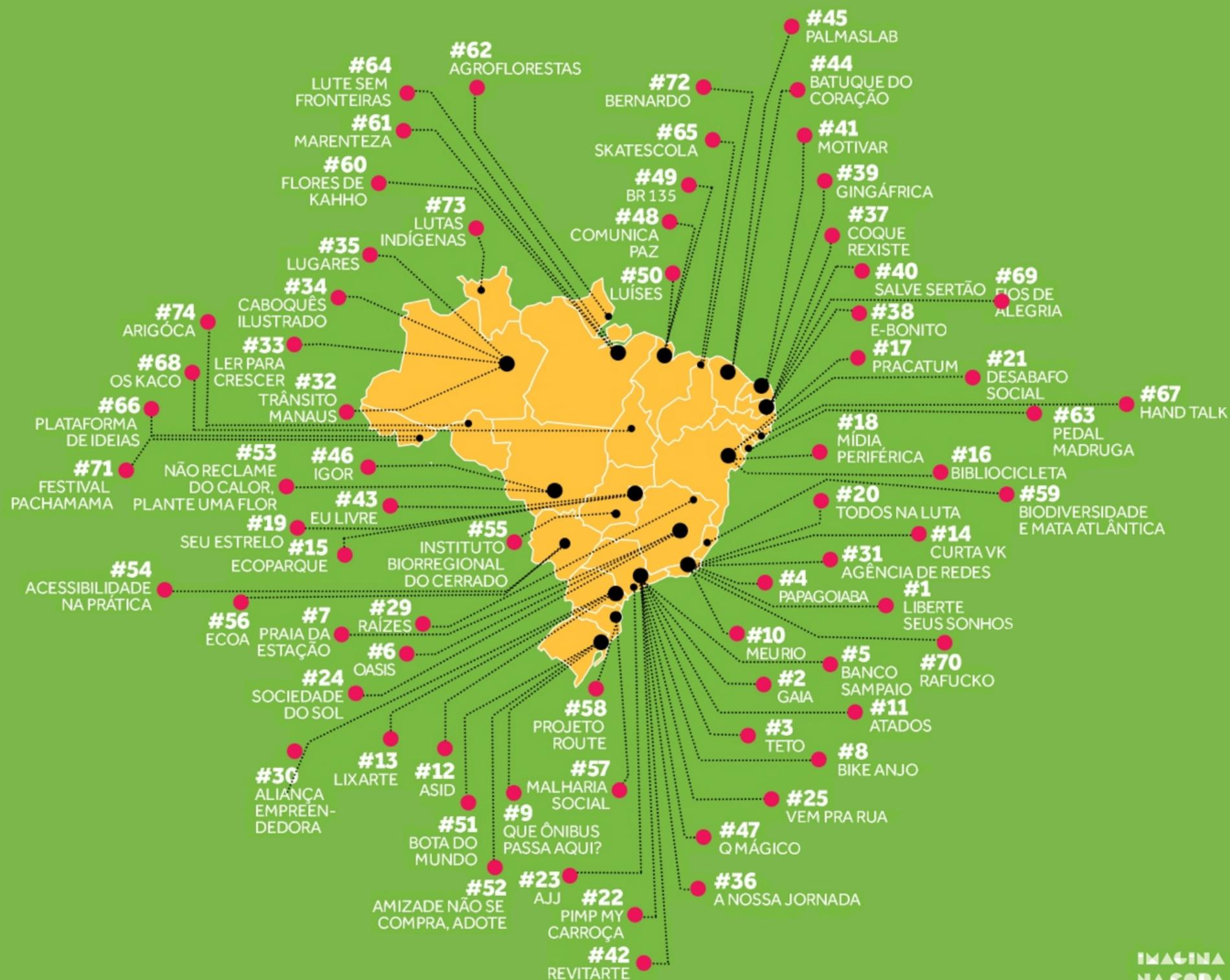
Bora?

SOBRE O IMAGINA NA COPA

Viajamos durante dois anos por todo Brasil, investigando e documentando histórias de jovens que estão transformando o país para melhor.

Foram 27 estados, 75 histórias documentadas, 152 empreendedores sociais retratados, 1 guia aberto de replicação da oficina, 78 capitães voluntários, 19 missões lançadas.

Todo o material está disponível em nosso site: www.imaginanacopa.com.br



ÍNDICE

1. *Contexto é tudo.*
2. *Expectativa x realidade.*
3. *Colocar o bloco na rua.*
4. *A cara de quem faz.*
5. *O seu jeito é único.*
6. *Cor local, cheiro global.*
7. *O propósito é o chamado.*
8. *Olhe uma vez, olhe de novo.*
9. *O campo simbólico.*
10. *O poder da imaginação.*



1.

CONTEXTO É TUDO



Projetos nascem de oportunidades identificadas - alguma necessidade não atendida, algo que pode ser entendido de forma diferente, um processo que pode ser transformado. Para perceber uma oportunidade e criar algo, é importante estar atento ao contexto.

CONTEXTO PARA O IMAGINA NA COPA FOI TUDO

Em 2012, percebemos que o brasileiro parecia torcer contra a Copa do Mundo. Essa percepção veio das reações a campanhas publicitárias, a matérias relacionadas à Copa, a forma como o evento era sempre relacionado a problemas: *“Se está assim agora, Imagina na Copa”*. **Estava ali: parecia que todo mundo compartilhava o mesmo sentimento de negativismo.**

Na mesma época, conhecemos diversas iniciativas que tinham a **colaboração como princípio**, desde o financiamento até a realização e estavam **promovendo transformações sociais. Começamos a pensar sobre rede, abertura, troca e impacto.**

A oportunidade que agarramos para criar o Imagina na Copa foi unir essas duas coisas: **um chamado colaborativo para superar o negativismo por meio de ações concretas.** Uma ideia simples, resultante de olhos e ouvidos abertos e muitas conversas e referências - coisas que já existiam ao nosso redor.

OLHOS E OUVIDOS ABERTOS

Faz parte do contexto **o lugar, o tempo, a cultura, a comunidade nos quais estamos inseridos**. Está tudo aqui, rodeando a gente. Os problemas que precisam ser resolvidos, as demandas não atendidas, as ideias já testadas, as boas práticas e exemplos. É importante estar atento.

O contexto sempre estará presente e prestar atenção ao que está acontecendo no mundo, no Brasil ou na sua comunidade, conecta o projeto mais diretamente com o que está na cabeça das pessoas - o que o torna mais relevante para elas.

Em junho de 2013, por exemplo, o assunto eram as manifestações. Entendemos que valia a pena mudar a nossa agenda para mergulharmos no que estava acontecendo.

Quando todo mundo quer conversar sobre um tema, melhor se juntar à conversa - principalmente quando se trata de algo diretamente ligado ao universo e ao propósito do projeto.

O SEU CONTEXTO

O contexto informa muito e as coisas simples - até óbvias - que se apresentam no dia-a-dia podem levar às ideias e soluções mais poderosas.



Prestar atenção ao que está acontecendo ao redor.

Amarrar o chamado do projeto com ações, assuntos, eventos, datas que já estão em pauta, ajuda a dar relevância à ação para qual quer mobilizar pessoas. Ajuda também a ter repercussão na mídia. O uso de um bordão, já carregado de significado, como era a frase "imagina na Copa", ajudou a contar a história e chamar atenção para o projeto.



Se informar sobre o que quer transformar.

Por mais conectado ao contexto, muitas vezes conhecemos os assuntos e o público superficialmente. Conhecer o que busca transformar, quem se quer impactar, conversar sobre desejos e dificuldades, é fundamental para que o projeto seja relevante para as pessoas e para o mundo.

// Repense

A Repense é uma campanha de comunicação criada para incentivar o debate e a reflexão sobre o uso medicinal de maconha no Brasil. A campanha segue uma tendência mundial de revisão de políticas de drogas.



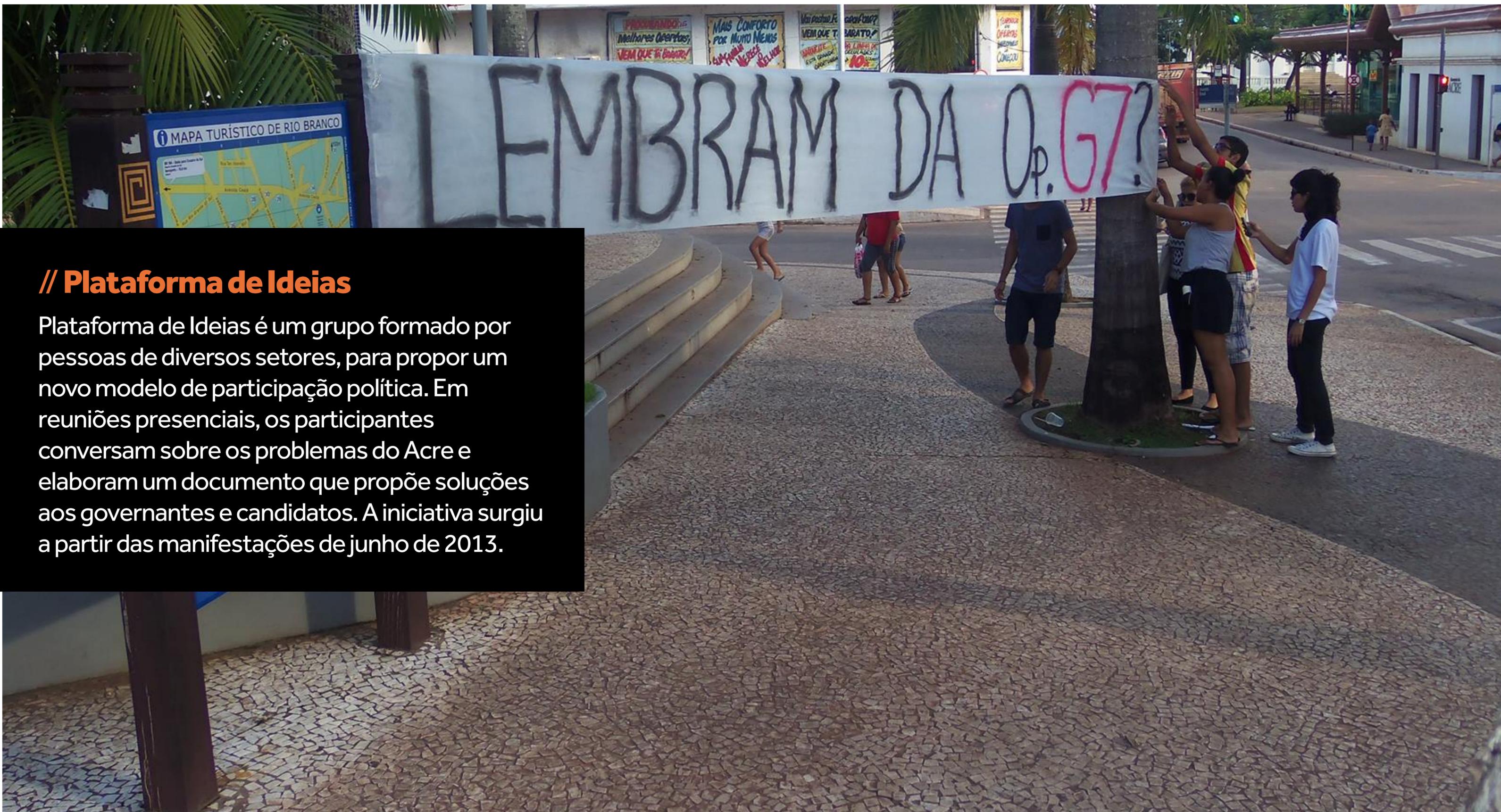


// Abraço Cultural

O Abraço Cultural é um curso de idiomas ministrado por refugiados, com objetivo de promover a troca de experiências, geração de renda e valorização pessoal e cultural dos professores. São Paulo é hoje o principal destino de solicitantes de refúgio da América Latina. Em 2014, foram 1.129 refugiados reconhecidos - 8 vezes mais que a média da última década. E o número só aumenta.

// Plataforma de Ideias

Plataforma de Ideias é um grupo formado por pessoas de diversos setores, para propor um novo modelo de participação política. Em reuniões presenciais, os participantes conversam sobre os problemas do Acre e elaboram um documento que propõe soluções aos governantes e candidatos. A iniciativa surgiu a partir das manifestações de junho de 2013.



A black and white photograph of a road. On the left side, there is a large white arrow pointing upwards. On the right side, there is a white rectangular box on the road surface. The background shows a road with white lane markings and a dark, textured surface.

2.

**EXPECTATIVA x
REALIDADE**



*Sabemos que metas e indicadores auxiliam no monitoramento e avaliação dos projetos, possibilitando aumentar o impacto, trazer novos direcionamentos, identificar necessidades de mudança. Mas mais que isso: **também podem unir e motivar o time.***

ATENÇÃO ÀS METAS

As metas servem como um guia e direcionam o tempo, o gerenciamento das tarefas e a priorização de esforços de diferentes naturezas. Principalmente, dão uma clareza de objetivos para o grupo e determinam um prazo, muito importantes para manter a motivação e a energia de todos.

Ao mesmo tempo que são específicas, é importante que sejam flexíveis, permitindo criar coisas novas e também serem revistas ao longo do projeto com as surpresas boas ou ruins que certamente vão aparecer.

E AOS INDICADORES

As metas apontam o alvo, os indicadores vão dando pistas do caminho. Estabelecer indicadores iniciais para medir o sucesso do trabalho, abrir espaço para que outros possam ser incorporados e acompanhar estes indicadores é fundamental.

Com esse tipo de informação podemos ir refinando o trabalho: fazer mais do que percebemos que foi bom e deixar de fazer o que percebemos que foi ruim.

ESTIMADO X ALCANÇADO

Nossos objetivos iniciais:

- 75 histórias, circulando as 12 cidades sede.
- 12 oficinas presenciais.
- Ajudar a tirar projetos do papel (sem meta específica).

O que realizamos:

- 75 histórias, circulando os 27 estados brasileiros.
- 6 oficinas presenciais + detalhamento da oficina em um guia de replicação "Faça você mesmo" acessado por 928 pessoas, de 213 cidades brasileiras e mais 5 países.
- 19 missões.
- 78 jovens capitães, de 19 estados, preparados para representar o Imagina em suas cidades.



Parcerias impulsionaram o projeto

Instituto Asas + Gol + Fundação Telefônica apoiaram o projeto quando ele já estava no ar e com os recursos aplicados, pudemos aumentar a nossa meta inicial de 12 cidades-sede para todo o Brasil.



Material replicável aumentou o alcance

Percebemos que poucas pessoas teriam acesso a oficina se somente fosse realizada por nós. Abrir o conteúdo e metodologia foi uma forma de alcançar mais pessoas e aumentar o impacto do projeto.



É inevitável, alguns pratos vão cair

Antes do projeto ser lançado, acreditávamos que "tirar projetos do papel" seria uma demanda e que poderíamos apoiar os jovens também nisso. Percebemos que não tínhamos os recursos para fazer isso e, tendo que fazer escolhas, priorizamos as outras frentes por contribuírem mais diretamente para o objetivo do projeto.

**EXISTE O
QUE ESTÁ
NO PAPEL
E O QUE
ACONTECE
NA VIDA
REAL.**



Rever as metas, faz parte!

Rever metas não é algo fácil. Requer muita atenção ao objetivo principal, entendimento das limitações do que o grupo é capaz de realizar e abertura para refazer combinados. Também atenção as novas oportunidades que se revelam no meio do caminho.

No começo pode parecer um pouco difícil ou até chato esse "controle", mas ao longo do tempo as decisões ficam mais fáceis e embasadas.

! **Medir o que importa**

Não é sobre muitos indicadores e medir tudo que é possível. É mais importante entender quais são as informações que realmente ajudam a melhorar o trabalho e atingir as metas. Durante o projeto, medimos principalmente o alcance do Imagina na Copa nas dimensões pessoas, lugares e projetos.

! **Prazos claros**

Ter estabelecido o prazo de 12 de junho de 2014 para encerramento do Imagina na Copa foi uma das nossas melhores ideias! Em muitos momentos, nos vimos perdidos ou cansados, mas a visão de um prazo tão claro e que se aproximava nos impulsionou a fazer o que fosse necessário para que as metas fossem cumpridas.

! **Cuidado com os números mágicos**

Chegamos a dizer que teríamos um milhão de pessoas participando do projeto, sem refletir por que esse número era importante. Os resultados continuam a aparecer depois que o projeto acaba e muitas vezes resultados qualitativos são mais relevantes que grandes números.

// Lute Sem Fronteiras

A primeira meta foi voltar para a comunidade ribeirinha de São Miguel, na Ilha do Marajó, Pará, para provar para o mundo, para si e para as pessoas que conheceu lá que era possível. Em seguida, foi construir a primeira biblioteca da comunidade, tendo os jovens locais como responsáveis. E seguiram trabalhando, até que estabeleceram a mais ambiciosa meta de construir uma escola. É assim, de sonho em sonho e de forma colaborativa que a organização criada por Luti Guedes busca melhorar a qualidade de vida nas comunidades.





// ASID

A ASID é uma organização sem fins lucrativos que trabalha para promover a qualidade de ensino e acabar com as filas de espera nas Escolas Especiais gratuitas. Em uma de suas frentes, assessoria administrativa, aplicam um método criado por eles para medir diversos tipos de problemas e consolidar em um indicador. O indicador determina como priorizar as soluções para cada escola.

A photograph showing a group of indigenous people in a forest. In the foreground, a person with glasses and a headband is holding a bow and arrow. In the background, another person is also holding a bow and arrow. The scene is set in a natural, wooded environment.

// Reportagem Pública

A Agência Pública financiou de forma colaborativa a realização de 10 reportagens investigativas, realizadas por jornalistas independentes, de março a dezembro de 2015. Como a meta de captação inicial foi superada, comprometeu-se em realizar ainda mais duas reportagens, em janeiro e fevereiro de 2016.



3.

COLOCAR O BLOCO NA RUA



*Colocar o bloco na rua, mesmo que ainda pareça faltar alguns ensaios. É tentador ao começar um projeto querer responder todas as dúvidas e planejar todos os passos para que ele saia o mais redondo o possível, minimizando o máximo de riscos. **Começar a fazer é a melhor forma de aprender e evoluir o projeto.***

UMA HORA TEM QUE IR PRO MUNDO

Fizemos muitas conversas de planejamento e percebemos que haviam dúvidas que 4 pessoas fechadas numa sala jamais conseguiriam responder.

Foi na rua, conhecendo pessoas e projetos e experimentando fazer o que havíamos prometido, que pudemos descobrir rapidamente nossos riscos, fazer ajustes e estabelecer parcerias sem as quais o Imagina na Copa jamais teria acontecido.

Coisas que aprendemos fazendo:

- ;) Quando fomos filmar a primeira história, nunca havíamos feito um vídeo desse tipo. Passamos um dia inteiro na comunidade Jardim Ipanema, Zona Leste de São Paulo, documentando o trabalho do TETO e não aproveitamos 1 minuto sequer de todo o material produzido. Percebemos logo que precisávamos de ajuda. Estabelecemos uma parceria de realização e troca de conhecimento com Victor Dias, da produtora Apiário. Hoje, o Victor faz parte oficialmente do Imagina Coletivo :)
- ;) Realizamos a primeira missão em março de 2013 em parceria com a Shoot the Shit, idealizadora do projeto "Que ônibus passa aqui?". A mobilização foi muito grande. **Percebemos que o formato funcionava.** Por fim, foram 19 missões!
- ;) A primeira oficina foi realizada em Curitiba e **aprendemos na prática o que funcionava e o que poderia ser melhorado.** Tanto o conteúdo quanto a metodologia foram refinados continuamente a cada oficina realizada.

SEMPRE BETA

Empreender um projeto é viver em constante experimentação. A questão é estar atento às situações, aos acertos, aos erros e assim ir aprendendo e respondendo.



Não há fórmulas prontas

Não podemos planejar tudo e nunca estaremos prontos. Muitos encontros podem revelar novas oportunidades para o projeto. Algumas apostas podem se revelar uma grande furada. É preciso se aventurar e começar. Cada jornada é diferente. Cada projeto é, em alguma medida, um recomeço.



É importante pedir ajuda.

Para realizar o projeto, será necessário usar o que sabe, aprender o que pode, acionar a rede. Reconhecer o que não consegue fazer e pedir ajuda acelera muito o processo de aprendizagem. Nem sempre é fácil, mas faz um bem danado.

// A Batata precisa de você

A Batata Precisa de Você promove a ocupação regular do Largo da Batata, em Pinheiros, São Paulo. Pela própria característica do espaço público, todas as ações são abertas e experimentais - desde a construção de mobiliário até a realização de um casamento. Todos são convidados a participar, contribuir, reinventar o espaço e incluir eventos na agenda no movimento.





// Flowmakers

O Flowmakers é um programa de desenvolvimento prático e desescolarizado para empreendedores. O processo de construção do projeto seguiu os conceitos do próprio programa: muita mão na massa e aprendizado práticos. Dois meses depois de sua criação, já estava na rua com aprendizes e startups participando do primeiro ciclo. Rafael Ucha, um dos fundadores, diz que o Flowmakers não está pronto e nunca estará.

// Ler Para Crescer

Elaine e Tommaso, fundadores do Ler Para Crescer, com o apoio de voluntários do mundo todo, levam educação e diversão para crianças de comunidades ribeirinhas isoladas na Amazônia. A interação dos voluntários e o envolvimento da comunidade para realização das atividades transformam cada viagem em uma aventura diferente. A capacidade de improviso e adaptação é fundamental.



4.

**A CARA DE
QUEM FAZ**



*Autoria não é só sobre ter uma ideia, mas também é sobre a **forma como a ideia se materializa no mundo**. Os autores dos projetos emprestam muitas de suas características para as iniciativas que empreendem. Isso torna cada projeto único.*

TRABALHO COLETIVO É MAIS POTENTE

*Em um projeto coletivo,
materializar uma ideia no mundo é
muito potente, pois é possível
emprestar para o trabalho
características de cada um e assim
ter uma nova cara, original :)*



No Imagina na Copa, éramos quatro fundadores, com **diferentes profissões, habilidades e conhecimentos complementares e personalidades diferentes**. O projeto representa uma mistura de nós quatro e também um pouquinho de cada um. Nós, nosso jeito - não só o que sabemos - é matéria-prima para construção do projeto.

NARRATIVAS ÚNICAS

Respeitar e aproveitar o que é diferente e complementar de cada uma das pessoas envolvidas faz com que o resultado final seja muito melhor. Por isso muitas vezes, os autores do projeto acabam sendo vistos como exemplo e inspiração para os outros.



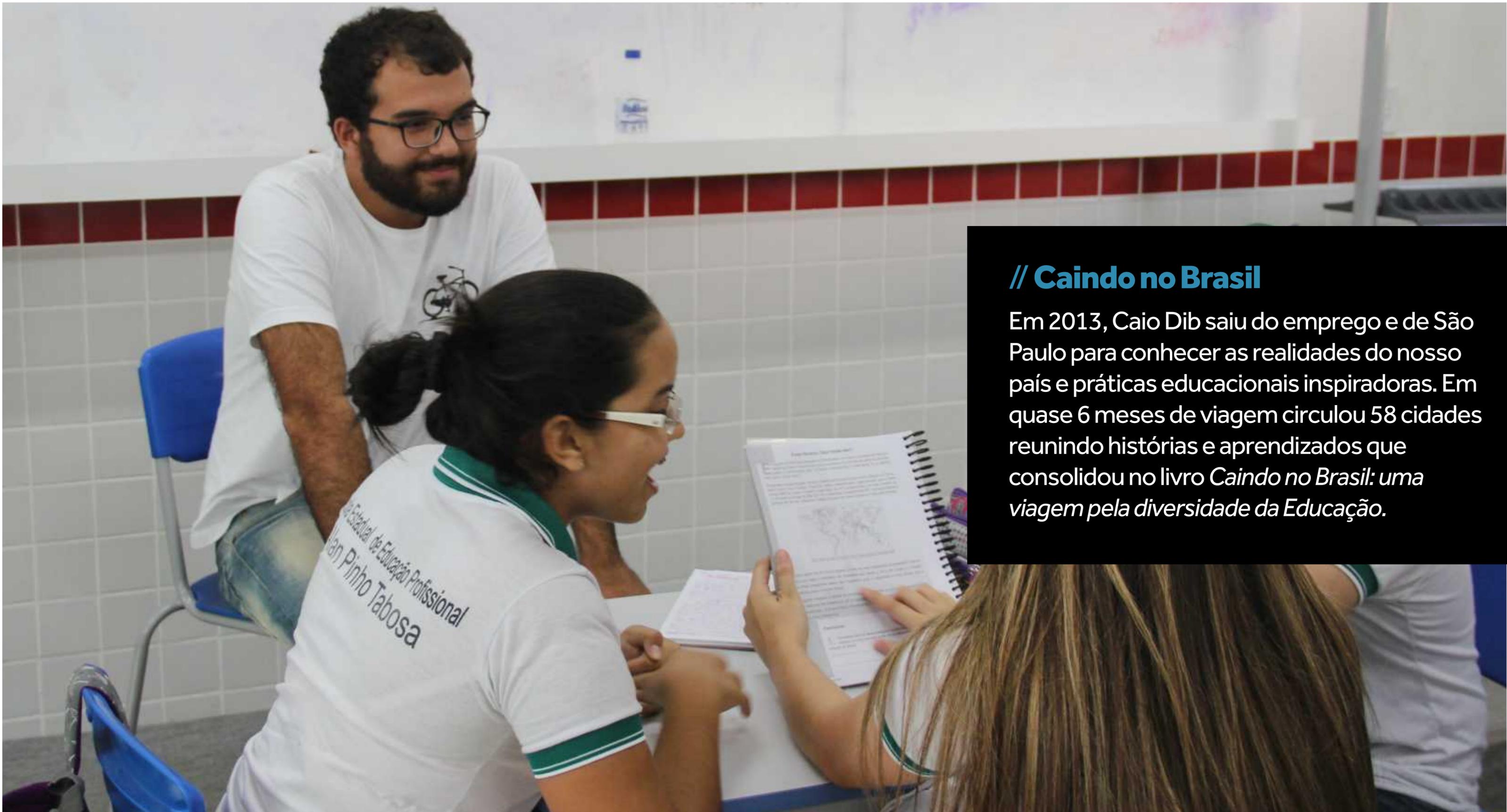
Narrativa pessoal aproxima

Contar sua história, motivações, medos, acertos e fracassos, humaniza o projeto, gera identificação e aproxima pessoas. É importante mostrar a pessoa por trás do projeto, não só o profissional.



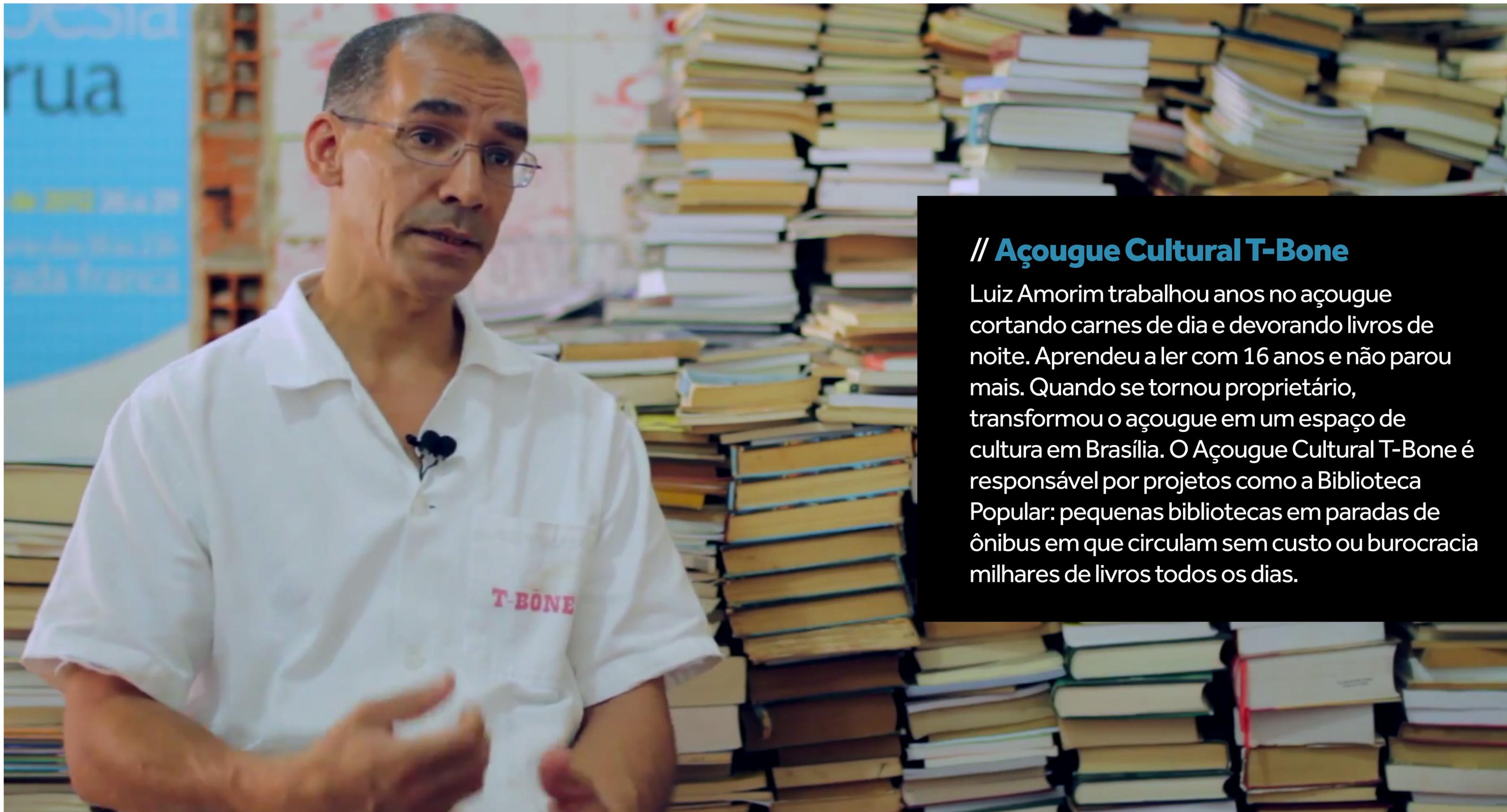
Não guarde sua ideia pra você

Pessoas diferentes empreendem de jeitos diferentes a mesma ideia. Contar para mais pessoas, permite que ela evolua mais rápido e aproxima possíveis parceiros. Compartilhar sem medo, vale muito a pena.



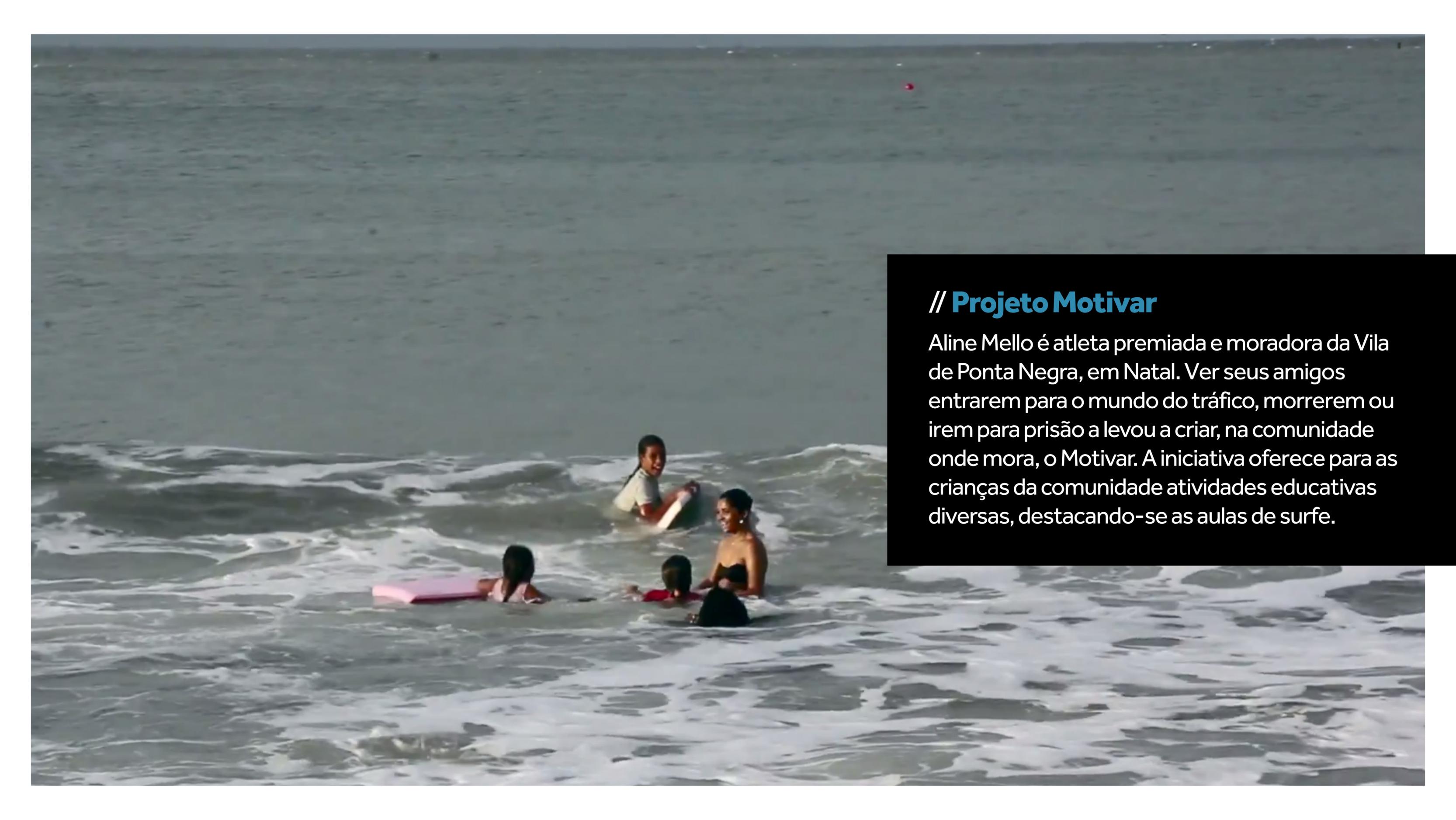
// **Caindo no Brasil**

Em 2013, Caio Dib saiu do emprego e de São Paulo para conhecer as realidades do nosso país e práticas educacionais inspiradoras. Em quase 6 meses de viagem circulou 58 cidades reunindo histórias e aprendizados que consolidou no livro *Caindo no Brasil: uma viagem pela diversidade da Educação*.



// **Açougue Cultural T-Bone**

Luiz Amorim trabalhou anos no açougue cortando carnes de dia e devorando livros de noite. Aprendeu a ler com 16 anos e não parou mais. Quando se tornou proprietário, transformou o açougue em um espaço de cultura em Brasília. O Açougue Cultural T-Bone é responsável por projetos como a Biblioteca Popular: pequenas bibliotecas em paradas de ônibus em que circulam sem custo ou burocracia milhares de livros todos os dias.



// Projeto Motivar

Aline Mello é atleta premiada e moradora da Vila de Ponta Negra, em Natal. Ver seus amigos entrarem para o mundo do tráfico, morrerem ou irem para prisão a levou a criar, na comunidade onde mora, o Motivar. A iniciativa oferece para as crianças da comunidade atividades educativas diversas, destacando-se as aulas de surfe.



5.

**O SEU JEITO
É ÚNICO**



*Pessoas tem personalidade.
E projetos também.
Definir a personalidade do
projeto ajuda a aumentar o
seu impacto.*

O JEITO "IMAGINA"

Os autores são um ponto de partida, mas o jeito do projeto engloba também outros elementos estratégicos, permitindo que mais pessoas se identifiquem com ele.

Uma das primeiras coisas que criamos para o Imagina na Copa foi um **manual de personalidade do projeto**. Este manual definia desde o nosso tom de voz até as diretrizes de aplicação do desenho da marca, para garantir que a nossa comunicação fosse consistente para todos os públicos com que conversamos, em todos os nossos pontos de contato.

Não é frescura! Esses direcionamentos nos acompanharam por todo o projeto e a comunicação foi sempre um ponto de destaque no Imagina na Copa. Um desses direcionamentos, era sobre nossa linguagem: ser colorido, alegre, positivo para abordar temas que nem sempre eram fáceis, do jeito mais leve o possível.

Muitos projetos não chegam a ter um material consolidando essa personalidade, mas tem isso bastante enraizado na equipe e em todas as ações. Essa consistência permite que as pessoas identifiquem algo como sendo "a sua cara" ou "isso aqui só pode ser daquele projeto". Essa identificação fortalece o projeto e seus objetivos.

ENCONTRE O SEU JEITO E FAÇA ESCOLHAS



Cuide da comunicação

É preciso cuidar da comunicação do projeto para gerar engajamento. Conhecer o público e falar com interesse. Ter claro o objetivo de cada interação. Estar atento a linguagem. Cada um deve tentar encontrar o tipo de conversa, o jeito, a mídia e o canal mais apropriado para dialogar, que tenha a cara do projeto.



Não dá pra agradar todo mundo

Quando definimos o que somos, também definimos o que não somos. Essa escolha não vai agradar todo mundo, mas é importante escolher o seu lugar. Melhor atrair muito um público pequeno, mas de seu interesse, que acabar falando com todo mundo e não atraindo ninguém.

" SE VOCÊ NÃO

() SE VESTISSE
DESSA FORMA.

() ESTIVESSE A
ESSA HORA NA RUA.

() FALTASSE
O RESPEITO.

NADADISSO

TERIA

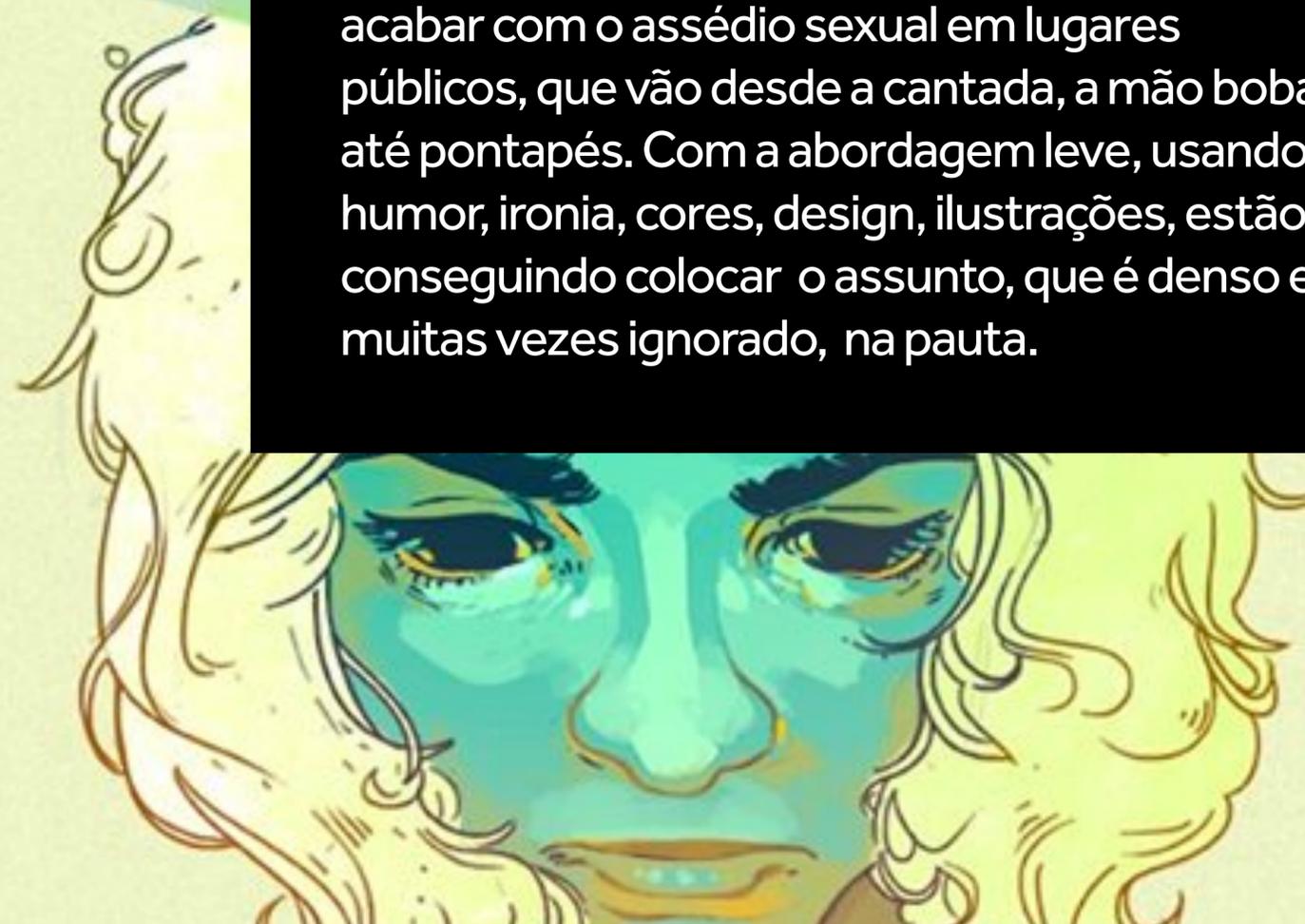
ACONTECIDO. "

{ CHEGA DE
{ fiu fiu!



// **Chega de Fiu-Fiu**

Chega de Fiu-Fiu é uma campanha criada para acabar com o assédio sexual em lugares públicos, que vão desde a cantada, a mão boba até pontapés. Com a abordagem leve, usando humor, ironia, cores, design, ilustrações, estão conseguindo colocar o assunto, que é denso e muitas vezes ignorado, na pauta.



// Pimp My Carroça

Movimento que luta para tirar os catadores de materiais recicláveis da invisibilidade. Possui uma identidade visual muito reconhecida, associada ao grafiteiro Mundano, idealizador e ativista do movimento. Todas as ações se conectam e reforçam o objetivo do movimento, sendo reconhecidos pela capacidade de mobilização e ações inovadoras.





6.

**COR LOCAL,
CHEIRO GLOBAL**



Grande parte das questões sociais são globais. Mas seus efeitos se manifestam e são sentidos localmente. Com global e local conectados, a experiência de um pode ajudar outros.

COR LOCAL CHEIRO GLOBAL

Grande parte dos problemas são globais. Seja porque diferentes lugares vivem problemas similares, como falta de água, seja porque muitos problemas tem origem global, como tráfico de drogas. Apesar de globais, os efeitos desses problemas são sentidos localmente. Assim, global e local se conectam - o que torna as ações e soluções empregadas localmente, extremamente relevantes.



Ao longo do projeto, circulamos por todo o Brasil e em cada nova cidade, buscamos identificar o que era único e especial naquele lugar. Ao contar essas histórias, era igualmente importante refletir a **identidade regional dos projetos e também abordar seus aspectos estruturais para que pudesse ser replicado em outras cidades ou inspirar o surgimento de outros projetos equivalentes.**

O mesmo vale para pessoas. Por mais única que seja a jornada de alguém, vivenciamos muitas dúvidas, angústias, sonhos parecidos. Por isso também buscamos contar as histórias na perspectiva da pessoa que realiza o projeto. **A história de vida de uma pessoa pode gerar identificação e inspirar muitas outras pessoas a agirem.**

**ACONTECE
NO SEU
BAIRRO,
E TAMBÉM
DO OUTRO
LADO DO
MUNDO**



Comece onde está

O provérbio *"antes de iniciar o trabalho de mudar o mundo, dê três voltas em sua própria casa"* ilustra como começar um projeto. Olhamos para o que está próximo e a partir daí construímos a nossa atuação. Ações locais, que podem inspirar mudanças muito maiores.



Busque referências

O que vale para um lugar ou para uma pessoa, vale para diversos outros. Estar com o radar ligado e conhecer projetos e histórias é muito rico. Mesmo soluções para causas diferentes podem informar e inspirar ações inovadoras em outros projetos.



Espalhar boas ideias é um ato de amor

Uma solução simples na sua região, pode ajudar pessoas por outros cantos do Brasil e do mundo. Espalhe as boas ideias, não guarde para você.



// **Comunica Paz**

O projeto de São Luis, Maranhão, trabalha com cultura de paz com jovens da periferia propondo novas formas de relação com as pessoas e com o mundo. Por meio de rodas de conversa e oficinas diversas, os jovens trocam sobre comunicação não violenta, cooperação, empatia ligados a temas como racismo e violência contra a mulher. O formato é simples e as ferramentas e temas abordados permitem que o projeto seja replicado em quase todos os lugares.

// SP Invisível

O movimento busca despertar um olhar mais humano nas pessoas através das histórias dos moradores de rua de São Paulo. Está em São Paulo, mas inspira pessoas de todo o mundo. Despertar um olhar humano, não apenas para quem está na metrópole, mas para todos por aí.





// **Desabafo Social**

O Desabafo Social é uma iniciativa que trabalha direitos humanos, comunicação e educação com crianças e jovens, fortalecendo a participação juvenil. O projeto começou em 2012, com Monique Evelle, em Salvador e hoje tem colaboradores em treze estados brasileiros.



Base e todo de grupo e grupo de
partido. É necessário um mínimo
de 75% de frequência.
Sócio(a) de 2014

7.

O PROPÓSITO É O CHAMADO



Conexões emocionais e pessoais geram engajamento para uma causa e ajudam a mobilizar uma rede de apoio para um projeto

O PROPÓSITO É O CHAMADO

O propósito se materializa no chamado do projeto. Para o Imagina na Copa, esse chamado era "e se ao invés de reclamar, a gente começar a agir?". O que descobrimos é que esse chamado fazia sentido para muitas pessoas.

O Imagina na Copa foi um projeto de rede. Foi conectando, colaborando e mobilizando pessoas e projetos que conseguimos realizar o que havíamos proposto.

O mapeamento dos projetos, foi principalmente por indicação e muita conversa. A oficina foi detalhada em um guia de replicação. Muitas missões foram realizadas em parceria. Para ser mais relevante localmente, criamos o grupo dos Capitães, jovens voluntários multiplicadores do Imagina na Copa. Eles mapeavam iniciativas de impacto, produziam conteúdo, realizavam missões e reproduziam oficinas em suas cidades.

Para isso, é fundamental ter claro e bem definido o propósito do projeto. O propósito une pessoas e as mantém motivadas. Ele se torna comum a todos aqueles que voluntariamente se aproximam e compõe a rede de apoiadores, multiplicadores, divulgadores e realizadores do projeto.

GATILHOS PARA ENGAJAR



Dar a boa notícia

A boa notícia empodera e atrai mais gente para participar. Tratar do tema social da lente do que pode ser feito em vez de somente focar no problema. A abordagem leve e fácil ajuda a atrair mais pessoas não por obrigação ou "peso na consciência", mas por gosto e relevância.



Multiplicadores aceleram a mobilização

Gente que naturalmente se empolga e tem afinidade com o tema, pode atuar como mobilizadores do seu entorno. É importante definir bem quem se quer mobilizar e porque para acertar nas escolhas desses multiplicadores. Também é importante um objetivo e um papel claro, para alinhar as expectativas e criar combinados.



Qual o incentivo para quem participa?

Pode até ter algumas pessoas que vão se engajar de todo jeito - mas de um modo geral, é preciso que o chamado converse com ela, que ela enxergue um benefício. Ela não vai fazer só porque estamos pedindo com jeitinho.

GATILHOS PARA ENGAJAR



Deixe outras pessoas brilharem

Fazer com que mais pessoas se sintam donas do projeto, da ideia, da ação aumenta o engajamento e ajuda a alcançar o objetivo final. Para isso é importante dar autonomia e reconhecimento.



O chamado é pessoal

Muitas vezes as pessoas se identificam com os criadores ou com outras pessoas dentro do grupo e não com o "CNPJ". A conexão é também emocional e pessoal.



Você é responsável por quem se engaja

Mesmo. Se conseguiu mobilizar e construir uma rede para o seu projeto deve também pensar em como cuidar dela. Não dá pra sumir. Criam-se laços que muitas vezes extrapolam e sobrevivem ao projeto.



// **Bike Anjo**

O Bike Anjo é uma rede de ciclistas experientes que ensinam voluntariamente as pessoas que querem aprender a pedalar nas ruas com segurança. O projeto começou em São Paulo mas com o tempo, diversos voluntários surgiram de outras cidades. O grupo abriu o site e todas as suas redes para as pessoas que queriam ser Bike Anjos. Hoje existem 1700 bike anjos por mais de 250 cidades de todo o Brasil e está presente em outros 5 países.

NÓS DO CONCURSO DE 2012 QUEREMOS
FAZER PARTE DA FAMÍLIA GM-RIO

CONCURSO GM-RIO 2012

1000 VAGA ATAS PREVISTAS NO EDITAL

// Rede Minhas Cidades

A Rede Minhas Cidades é uma plataforma para engajar cidadãos através de campanhas de mobilização que melhoram as cidades, tornando-as mais inclusivas, sustentáveis, criativas, compartilhadas e gostosas de se viver. Hoje a rede está presente no Rio de Janeiro e em São Paulo, mas em breve várias outras capitais graças à abertura do processo e seleção de replicadores.



**NÃO AO TELEFÉRICO
URCA-LEME**



// Segunda Sem Carne

A campanha Segunda Sem Carne busca conscientizar as pessoas sobre os impactos do consumo de produtos de origem animal nas pessoas, nos animais e no planeta. O chamado é simples e não propõe uma mudança radical: não consumir estes produtos apenas um dia da semana, o que o torna convidativo e diminui a rejeição ao discurso. Engajaram várias personalidades apoiando publicamente a campanha, como Paul McCartney.

8.

**OLHE UMA VEZ,
OLHE DE NOVO**



"AS COISAS SÃO DO JEITO QUE SÃO." SÃO?

Qual a origem do alimento que consumimos? E da informação? Por que seguimos a moda? Por que tantos sistemas de segurança para entrar em um prédio? Qual o ponto de vista nos livros de história que estudamos no colégio?

Muitas vezes assumimos a postura de "as coisas são do jeito que são". Mas também **podemos fazer perguntas e nos questionar até do que é o mais óbvio**. E dessa outra postura podem surgir boas ideias, novos insights, mudanças de hábito ou um novo projeto. Fala-se muito sobre inovação e grandes ideias e grandes projetos, mas muitas vezes começam com simples pergunta.

Foi o que aprendemos com o Imagina na Copa: nossa pergunta - que virou o grande chamado do projeto - era também a pergunta de muita gente. *E se ao invés de reclamar, a gente começar a agir?* Costumávamos reclamar muito sobre o que estava errado na cidade, no país, com as pessoas e pouco estávamos olhando para nós mesmos. Quando percebemos que poderíamos sim fazer alguma coisa, mudar uma atitude. **Da próxima vez que fôssemos reclamar, pensaríamos: o que é possível fazer para mudar essa situação?**

Compartilhamos essas perguntas. E muita gente participou do projeto ajudando a construí-lo de um jeito novo. De um jeito único.

**A SUA
PERGUNTA
NÃO É SÓ SUA.**



Mude o olhar

Questione, questione, questione. Veja de outros ângulos, busque o que é possível de ser feito diante de alguma situação, experimente. Mudar o ponto de vista é poderoso.



O nosso olhar

Estamos construindo a cada atitude o mundo de amanhã e assumir para si este papel transformador é fundamental. Precisamos aprender a construir o mundo juntos, com novos olhares, boas referências e ações.



Quem vem junto?

Quando você chega a uma ideia nova, um novo projeto ou ação para desenvolver, convide mais pessoas para ir junto com você, compartilhar os desafios e as conquistas. Essa pessoa não é necessariamente aquele seu amigo que está todo dia ao seu lado, mas aquele que se interessa pelos mesmos temas que você.

// Não reclame do calor, plante uma flor

O calor em Cuiabá, Mato Grosso, pode chegar a 50°C no verão. A cidade é muito quente. Dando um passo além da reclamação, um grupo se organizou para plantar árvores, espalhando sombras e arejando a cidade, e potencialmente diminuindo a temperatura média.



Não reclame do calor plante uma flor
Coletivo



// **Sim, Nós Fodemos**

A iniciativa "*Sim, nós fodemos*" aborda e desmistifica a sexualidade em pessoas com disfunção funcional. Afirmando que fazem sexo, que sentem desejo, que amam, que tem relacionamentos, lutam por igualdade num campo tão central na vida das pessoas como é a sexualidade. Afirmar o óbvio é importante quando não é óbvio para todo mundo.



CICLOVIA NO MEIO DA AVENIDA, BURACO E ONIBUS?
MALDDAD SO PODE ESTAR TOMANDO DROGAS.

PINTARAM EM CIMA DOS BURACOS
TAMO PAGANDO QUANTO POR ISSO

// Memes das ciclovias de São Paulo

Confrontando as reclamações sobre as ciclovias de São Paulo, algumas pessoas criaram memes com fotos de ciclovias de diversos lugares do mundo, junto a críticas que costumamos ouvir por aqui e elogios que costumamos fazer a outros países. Com ironia e brincadeira, os memes mostram como às vezes olhamos diferentes, para coisas iguais.



AH, NA ITÁLIA?
MA CHE BELLO!

MAS É EM BERLIM?
SOLUÇÃO DE BAIXO CUSTO

9.

O CAMPO SIMBÓLICO



RESULTADOS DIFERENTES

Alguns projetos trabalham questões sociais bem específicas, como cuidar de uma praça ou até ligados à causas maiores, como educação básica. Outros projetos aprofundam a discussão sobre comportamento e visão de mundo. Projetos de naturezas diferentes tem resultados de naturezas diferentes.

Que tipo de medida, que tipo de imagem representaria o que alcançamos e o que queremos alcançar?

Há resultados concretos: coisas específicas que aconteceram. Eles podem ser mais facilmente mensurados, ser expressos em números ou em cenários *antes e depois*.

Normalmente são os resultados que mais buscamos demonstrar - projetos de impacto são sempre muito questionados e números provam que os esforços valeram, que o projeto tem valor, que a parceria vale a pena.

O Imagina na Copa teve resultados concretos: os números citados quando falamos de metas ilustram parte do que alcançamos de objetivo com o projeto. Outros resultados concretos estão ligados ao alcance e formas de como os conteúdos são utilizados.

Mas o principal resultado do Imagina na Copa não é concreto. Não pode ser expressado em números, mas pode ser sentido nas histórias. Nosso principal resultado é simbólico.

O QUE É POSSÍVEL MUDAR?

O simbólico é do campo da representação, algo imaterial e abstrato. Um conceito. Um sentimento. Uma ideia. Em um resultado simbólico, as conquistas, muitas vezes, se manifestam de forma diferente, muito mais sutil, como uma opinião diferente ou alguns pequenos gestos que significam uma mudança de olhar ou de atitude de um pequeno grupo de pessoas.

Tudo que foi produzido durante o Imagina na Copa - e que pode, por ser concreto, ser quantificado - serviu para representar algo imaterial: **mudar a noção do que é possível.** O que as entregas ajudam a materializar é a ideia de que somos capazes de realizar e de construir muito mais do que acreditamos. Despertar em cada pessoa essa consciência de seu poder de transformação e da importância de agir com intenção.

Pode acontecer com alguém hoje e com outra pessoa só daqui a 6 anos. Para alguns, pode dar forma a algo que já sentiam antes, mas não sabiam expressar. Como determinar ao certo quando a noção do que é possível mudou?

Não podemos aplicar a mesma lógica de mensuração para resultados de natureza diferentes. **Quando pensamos só em resultados concretos, perdemos a grandeza de resultados que, mesmo não sendo mensurados, são extremamente importantes.**

AS GRANDES MUDANÇAS COMEÇAM NAS PEQUENAS CONVERSAS



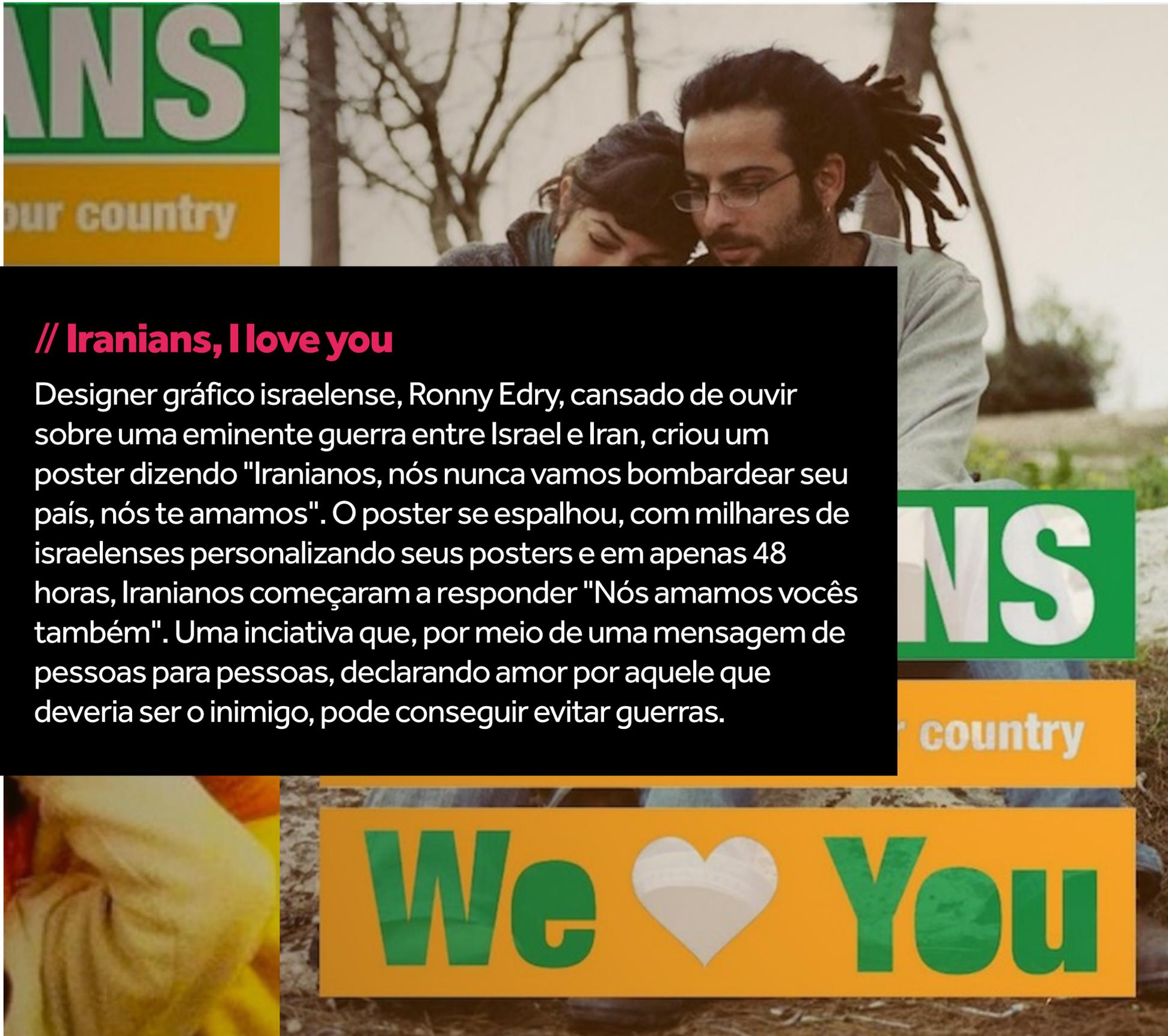
Compartilhe a sua história

Histórias não determinam ao certo o resultado do projeto, mas ajudam a comunicar os resultados simbólicos que já existem e assim, inspirar mais pessoas. Por gerarem uma identificação pessoal, são muito poderosas.



Perceba e confie

Evidências são importantes e todo mundo quer saber dos resultados que gerou. Mas no campo simbólico, evidências são muito sutis. São gestos, pequenas mudanças de comportamento, um novo ponto de vista. Esteja atento, perceba o que acontece a sua volta. Você pode ter algo a ver com isso :)





// **Nós, Mulheres da Periferia**

O coletivo Nós, Mulheres da Periferia é formado por oito jornalistas e uma designer, moradoras de bairros da periferia de São Paulo. Em 2012, uma matéria escrita para um grande jornal sobre a invisibilidade e os direitos não atendidos de mulheres da periferia teve grande repercussão. A principal delas, foi entre outras mulheres da periferia que se sentiram lembradas e representadas. Surgiu o coletivo. Seguem escrevendo juntas e representando essas mulheres.

// Rafucko

Rafucko tem a internet como palco e em seu canal do Youtube debate diversos temas relacionados à causa dos direitos humanos, política, grande mídia. Sua abordagem é o humor imitando em seus vídeos programas tradicionais como talkshows, telejornais e novelas. Com brincadeiras para falar de assunto sério, tem feito muita gente começar a pensar por ai.





10.

O PODER DA IMAGINAÇÃO



Para construir o mundo é preciso imaginar. Criar imagens, sensações, cores para como ele seria, o que pode ser diferente, o que pode acontecer de mágico, o que pode acontecer de trágico e queremos evitar.

IMAGINAR

Imagina na Copa foi a frase que deu nome ao projeto por ser a frase que todos repetiam ao fazer referência a tudo que poderia dar errado em junho de 2014. Nos apropriamos e dissemos "se é pra imaginar, imagine o contrário. Imaginar é um exercício tão poderoso". E foi assim, quase por acaso, que descobrimos o poder desse verbo: imaginar.

Para construir o mundo é preciso imaginar. Criar cenários, dos mais pragmáticos aos mais malucos. Na imaginação, todos eles cabem. É um exercício criativo e um exercício de liberdade - não precisamos nos ater ao que sabemos ou ao que é possível.

Imagina.

Imaginamos o que queremos realizar e visualizamos um ponto de chegada. Quando essa imaginação é coletiva, ganha ainda mais força. Para projetos, é algo muito rico: essa visão aproxima e movimenta pessoas. E pessoas trabalhando em direção a ela podem torná-la realidade.

A partir dessa visão, podemos estabelecer um caminho para chegar lá. Em projetos de impacto social, imaginar esse impacto e as consequências que derivam dele, pode ser o exercício fundamental para definir os "o que", "como", "quando", "onde" do trabalho a ser realizado. E também identificar outras iniciativas que trabalham na mesma direção.

**JOGAR
CONVERSA
FORA
NÃO É
JOGAR
CONVERSA
FORA**



Imagine

A gente tem tanto trabalho, tanta coisa para fazer... Muitas vezes uma ideia vira logo uma lista de tarefas. Tanto pragmatismo às vezes atropela a imaginação. Criar espaços para imaginar, dar importância a esses momentos, pode tornar os projetos muito mais criativos e relevantes.



Convide mais pessoas para imaginarem com você

Qualquer impacto social é naturalmente coletivo, reverberando em muitas pessoas. Assim, buscar envolver mais gente nesse exercício de imaginar, vai sempre tornar o resultado melhor. Conversando com diferentes pessoas, pergunte: *o que você imagina?*

**#CARROS
FORA
DO
CENTRO**

**#NADAR
E PESCAR
NO
ARRUDAS**

**#PARQUES
ABERTOS
24H**

**#CARROS
FORA
DO
CENTRO**

// **Piseagrama**

Piseagrama é uma publicação sobre espaços públicos: existentes, urgentes e imaginários. Além dos diversos conteúdos que produzem, criaram bolsas, camisetas, adesivos e cartazes com propostas para a cidade. Esses produtos convidam a imaginar uma cidade em que essas propostas fossem reais.

**ES
OS**

**#UMA
PRAÇA
POR
BAIRRO**

**#PARQUES
ABERTOS
24H**

BAIRRO

24H

#NADAR

#CARROS

#NADAR

#UMA



// Casa Arigóca

Em Porto Velho, Rondônia, as portas da Casa Arigóca estão sempre abertas para poesia, memórias, música, identidade da cidade. Imaginação, palavras e vida na cidade transformam a casa que abriga desde eventos culturais a ações de apoio às famílias desabrigadas após a histórica cheia do rio Madeira, em 2014.



// Jogo Oasis

O Jogo Oasis é uma ferramenta de apoio à mobilização cidadã para a realização de sonhos coletivos, criado pelo Instituto Elos. São 7 etapas para realização do jogo. Na etapa Sonho, a comunidade conversa e imagina o que gostaria de ver transformado. O convite é para sonhar grande e sonhar junto.

Ufa! // ou, "Que bom que ainda está aqui!"

Estes foram os principais aprendizados que tivemos ao realizar e respirar o Imagina na Copa nos últimos anos. Não esgotam tudo que aprendemos com essa experiência, mas refletem o que foi mais significativo nesse caminho.

Compartilhamos este documento de forma aberta para inspirar, facilitar a vida de quem está no mesmo barco e também para começar uma conversa.

Como isso se conecta com seus desafios e projetos?

SOBRE O IMAGINA COLETIVO

Somos uma organização sem fins lucrativos.

Nossa história começou com o Imagina na Copa e agora seguimos desenvolvendo projetos que ativam o potencial de transformação das pessoas.

Produzimos conteúdo de impacto social em diferentes linguagens e prestamos serviços de consultoria em mobilização, comunicação e empreendedorismo social para organizações e grupos que queiram gerar engajamento e ampliar seu impacto.



ola@imagina.vc

www.imagina.vc

[www.fb.com/imaginacoletivo](https://www.facebook.com/imaginacoletivo)